

Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Producción de un video informativo para dar a conocer los productos tecnológicos y servicios de rastreo satelital que promueve y vende la empresa Startrack a sus clientes reales y potenciales.

Guatemala, Guatemala

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Presentado a la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Guatemala. C.A.

ELABORADO POR:

Amy Denise Marisol Olivares Vásquez

Carné: 21001927

Para optar el título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO GRÁFICO

Nueva Guatemala de la Asunción

Producción de un video informativo para dar a conocer los productos tecnológicos y servicios de rastreo satelital que promueve y vende la empresa Startrack a sus clientes reales y potenciales.

Amy Denise Marisol Olivares Vásquez

Universidad Galileo

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Nómina de autoridades

Rector. Dr. Eduardo Suger Cofiño

Vicerrectora, Dra. Mayra de Ramírez

Vicerrector Administrativo, Lic. Jean Paul Suger Castillo

Secretario General, Dr. Jorge Retolaza

Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Lic. Leizer Kachler

Vicedecano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Lic. Rualdo Anzueto, M.Sc.

Guatemala 25 de abril de 2024

Licenciado
Leizer Kachler
Decano-Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

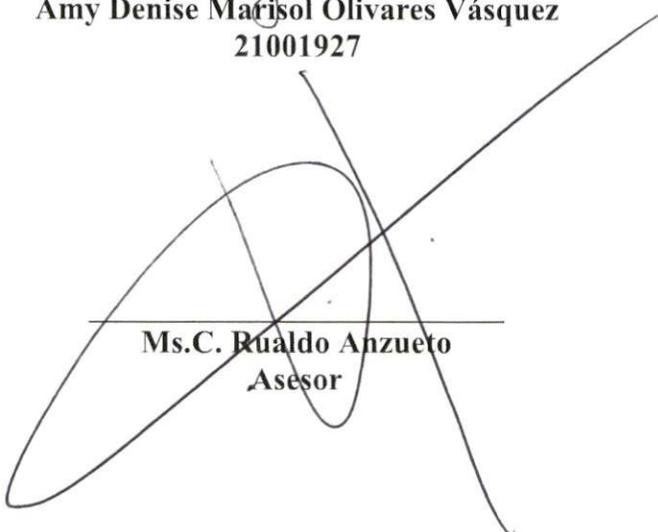
Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado: **PRODUCCIÓN DE UN VIDEO INFORMATIVO PARA DAR A CONOCER LOS PRODUCTOS TECNOLÓGICOS Y SERVICIOS DE RASTREO SATELITAL QUE PROMUEVE Y VENDE LA EMPRESA STARTRACK A SUS CLIENTES REALES Y POTENCIALES.** Así mismo solicito que el Ms.C. Rualdo Anzueto sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



Amy Denise Marisol Olivares Vásquez
21001927



Ms.C. Rualdo Anzueto
Asesor



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 13 de mayo de 2024

Señorita:
Amy Denise Marisol Olivares Vásquez
Presente

Estimada Señorita Olivares:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **PRODUCCIÓN DE UN VIDEO INFORMATIVO PARA DAR A CONOCER LOS PRODUCTOS TECNOLÓGICOS Y SERVICIOS DE RASTREO SATELITAL QUE PROMUEVE Y VENDE LA EMPRESA STARTRACK A SUS CLIENTES REALES Y POTENCIALES.** Así mismo, se aprueba al Ms.C. Rualdo Anzueto como asesor de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler

Decano

Facultad de Ciencias de la Comunicación



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 12 de diciembre de 2024

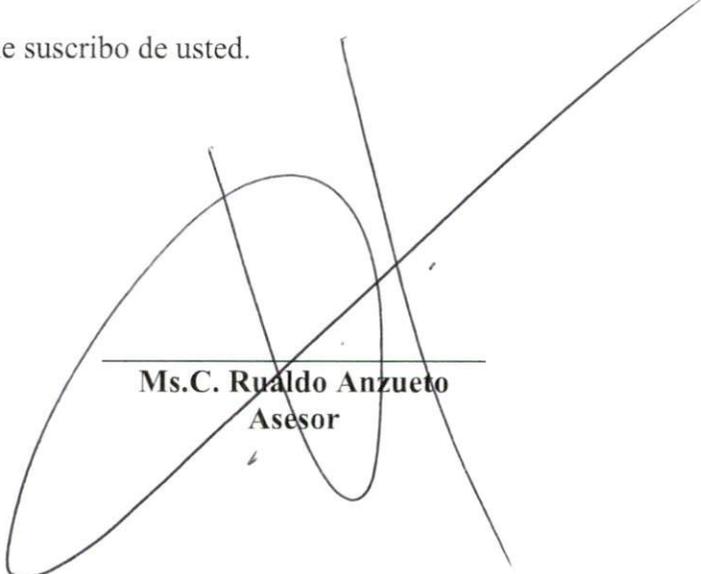
Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **PRODUCCIÓN DE UN VIDEO INFORMATIVO PARA DAR A CONOCER LOS PRODUCTOS TECNOLÓGICOS Y SERVICIOS DE RASTREO SATELITAL QUE PROMUEVE Y VENDE LA EMPRESA STARTRACK A SUS CLIENTES REALES Y POTENCIALES.** Presentado por la estudiante: *Amy Denise Marisol Olivares Vásquez*, con número de carné: 21001927, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,



Ms.C. Rualdo Anzueto
Asesor



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 13 de febrero de 2025

Señorita
Amy Denise Marisol Olivares Vásquez
Presente

Estimada Señorita Olivares:

Después de haber realizado su examen privado para optar al título de Licenciatura en Comunicación y Diseño de la **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN** de la Universidad Galileo, me complace informarle que ha **APROBADO** dicho examen, motivo por el cual me permito felicitarle.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Guatemala, 18 de marzo de 2025.

Licenciado
Leizer Kachler
Decano FACOM
Universidad Galileo
Presente

Señor Decano:

Le informo que la tesis PRODUCCIÓN DE UN VIDEO INFORMATIVO PARA DAR A CONOCER LOS PRODUCTOS TECNÓLOGICOS Y SERVICIOS DE RASTREO SATELITAL QUE PROMUEVE Y VENDE LA EMPRESA STARTRACK A SUS CLIENTES REALES Y POTENCIALES, de la estudiante Amy Denise Marisol Olivares Vásquez, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente,



Lic. Edgar Lizardo Porres Velásquez
Asesor Lingüístico
Universidad Galileo



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 21 de abril de 2025

Señorita:
Amy Denise Marisol Olivares Vásquez
Presente

Estimada Señorita Olivares:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **PRODUCCIÓN DE UN VIDEO INFORMATIVO PARA DAR A CONOCER LOS PRODUCTOS TECNOLÓGICOS Y SERVICIOS DE RASTREO SATELITAL QUE PROMUEVE Y VENDE LA EMPRESA STARTRACK A SUS CLIENTES REALES Y POTENCIALES.** Presentado por la estudiante: Amy Denise Marisol Olivares Vásquez, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciada en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Dedicatoria

Le quiero agradecer principalmente a Dios por darme vida, fuerza, y fortaleza para llegar hasta donde estoy. Gracias Dios por darme talento, habilidades e inteligencia para poder culminar mi carrera. Desde un inicio te entregué mis estudios y sé que gracias a eso me permitiste llegar hasta donde estoy, guíame en cada paso que dé, sé que es el inicio de un gran camino.

A mi querido padre, por acompañarme en cada paso, cada año, gracias por motivarme a ser mejor cada día, a esforzarme más, a dar lo mejor de mí, gracias a eso pude mantener excelentes notas. Ahora veo hacia atrás y me gusta el camino que logré construir, gracias por tu sabiduría, tus consejos, sin eso hubiera sido imposible llegar acá. Gracias por darme la oportunidad de ser Licenciada, por darme mis estudios, gracias a eso ahora soy una profesional. Te amo.

A mi querida madre, por motivarme cada día y darme palabras de aliento y fortaleza, por orar y pedirle a Dios por mí, por darme todo tu apoyo y cariño. Tus abrazos y tu amor son mi lugar seguro, gracias por ser un lugar donde puedo refugiarme. Te amo mucho.

A mi grupo favorito, por brindarme creatividad para realizar mis proyectos, por su música y canciones que me llenan el corazón, muchas veces que no tuve fuerzas sus canciones fueron la motivación para levantarme y recordarme que la vida continua. Que la vida tiene muchas cosas bellas que ofrecer. Life Goes On.

Gracias a cada persona que estuvo conmigo, a cada amigo, a cada familiar, a mis mascotas, sin ustedes no lo hubiera logrado, gracias por motivarme, por sus palabras de aliento y oraciones, gracias por creer en mí. Hoy puedo decir que he llegado a sentirme orgullosa por lo que soy, por lo que era y por lo que espero llegar a ser.

Resumen

A través del acercamiento con la empresa Startrack se identificó que la empresa Startrack, que se dedica al desarrollo de tecnología y servicios de rastreo satelital, no cuenta con un video informativo que dé a conocer a clientes reales y potenciales que viven en la Ciudad de Guatemala los principales productos/soluciones que ofrece la empresa.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Producir un video informativo para dar a conocer los productos tecnológicos y servicios de rastreo satelital que promueve y vende la empresa Startrack a sus clientes reales y potenciales en la Ciudad de Guatemala.

El enfoque de la investigación es mixto, porque se utilizó el método cuantitativo y el método cualitativo. El primero para cuantificar los resultados de la muestra, y el segundo evalúa el nivel de percepción y utilidad del proyecto.

La herramienta de investigación se aplicó a un promedio de 30 personas, entre grupo objetivo, cliente, y expertos en comunicación y diseño.

El principal hallazgo, entre otros, es que se afirma que fue necesaria la producción de un video informativo para dar a conocer los productos tecnológicos y servicios de rastreo satelital que promueve y vende la empresa Startrack a sus clientes reales y potenciales en la Ciudad de Guatemala.

Se recomendó colocar el material audiovisual en distintas plataformas de la empresa, hasta llegar a su página web, ya que así este llegará a más personas de manera eficiente, y que este tenga interacción con los clientes reales y potenciales.

Para efectos legales únicamente la autora, AMY DENISE MARISOL OLIVARES VÁSQUEZ, es responsable del contenido de este proyecto, ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta y utilidad por estudiantes y profesionales.

La autora también se compromete a hacer el seguimiento respectivo de todo el proceso administrativo y cumplir con todos los requisitos de titulación y graduación para obtener así, el título de licenciado en Comunicación y Diseño.

Índice

Capítulo I: Introducción	1
1.1 Introducción	1
Capítulo II: Problemática	2
2.1 Contexto	2
2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño.....	2
2.3 Justificación.....	2
2.3.1. Magnitud.....	3
2.3.2. Vulnerabilidad	3
2.3.3. Trascendencia	3
2.3.4. Factibilidad.....	4
Capítulo III: Objetivos del diseño	5
3.1. Objetivo General	5
3.2. Objetivos específicos.....	5
Capítulo IV: Marco de referencia	6
4.1 Información general del cliente.....	6
Capítulo V: Definición del grupo objetivo.....	11
5.1. Perfil geográfico.....	11
5.2. Perfil demográfico.....	11
5.3. Perfil Psicográfico	12
5.4. Perfil Conductual.....	12

Capítulo VI: Marco teórico.....	14
6.1. Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio	14
6.2. Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño	17
6.3. Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias	20
Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar	26
7.1. Aplicación de la información obtenida en el marco teórico.....	26
7.2. Conceptualización	27
7.3. Bocetaje.....	29
7.4. Propuesta preliminar	46
Capítulo VIII: Validación técnica	54
8.1. Población y muestreo	54
8.2. Método e instrumentos	55
8.3. Resultados e interpretación de resultados	58
8.4. Cambios con base a los resultados	65
Capítulo IX: Propuesta gráfica final.....	67
Capítulo X: Producción, Reproducción y distribución	71
10.1. Plan de costos de elaboración.....	71
10.2. Plan de costos de producción.	72
10.3. Plan de costos de reproducción.	72
10.4. Plan de costos de distribución.	72
10.5. Margen de utilidad.	72

10.6. IVA.....	73
10.7 Cuadro con resumen general de costos.	73
Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones	74
11.1 Conclusiones.	74
11.2 Recomendaciones.....	74
Capítulo XII: Conocimiento general.....	76
12.2 Demostración de conocimientos	76
Capítulo XIII: Referencias.....	78
Capítulo XIV: Anexos.....	82
Anexo 1: Clasificación de Niveles Socioeconómicos.....	82
Anexo 2: Organigrama de la empresa Startrack.....	83
Anexo 3: Investigación de tendencias.	84
Anexo 4. Modelo de la encuesta de validación.....	93
Anexo 5. Validación de clientes.....	96
Anexo 6. Validación de expertos.	98
Anexo 7. Fotografías de la producción.	101

Capítulo I

Introducción



Capítulo I: Introducción

1.1 Introducción

Startrack es una empresa desarrolladora de software para la gestión y automatización logística, con más de 20 años de experiencia y con más de 1500 clientes. Su visión es ser reconocidos como líderes en la industria de servicios GPS, al destacar por su innovación constante y excelencia en la gestión de datos. Sin embargo, en la actualidad no cuenta con un video informativo para dar a conocer los productos tecnológicos y servicios de rastreo satelital que promueve y vende a sus clientes reales y potenciales.

Por ello, se planteó abordar este problema de comunicación mediante la creación del presente proyecto: Producción de un video informativo para dar a conocer los productos tecnológicos y servicios de rastreo satelital que promueve y vende la empresa Startrack a sus clientes reales y potenciales.

Por medio de objetivos generales y específicos se identificarán acciones claves que servirán para el desarrollo del proyecto, junto al marco de referencia y el público objetivo y permitirán el enfoque adecuado para la realización del proyecto.

Para el concepto creativo se utilizará el método de “Flor de Loto”, que servirá para sacar las ideas principales para el proyecto. También se creará un marco teórico dónde se definirán los conceptos que respaldan el proyecto.

El proyecto se realizará con herramientas de Diseño y Comunicación, para posteriormente ser evaluado por herramientas de validación, que se trasladarán a diferentes grupos de personas, expertos, cliente y grupo objetivo. De esto se obtendrán cambios importantes para obtener un resultado satisfactorio para el proyecto.

Gracias a los métodos y resultados obtenidos se dará una respuesta asertiva a la problemática.

Capítulo II

Problemática



Capítulo II: Problemática

La empresa Startrack, que se dedica al desarrollo de tecnología y servicios de rastreo satelital, no cuenta con un video informativo para dar a conocer sus servicios, lo cual limita el alcance y presencia de la marca. Por esa razón se determinó producir un video informativo para la empresa, donde se detallen los servicios y se dé a conocer a sus clientes reales y potenciales.

2.1 Contexto

Startrack es una empresa desarrolladora de software para la gestión y automatización logística, con más de 20 años de experiencia y con más de 1500 clientes. Su visión es ser reconocidos como líderes en la industria de servicios GPS, al destacar por su innovación constante y excelencia en la gestión de datos.

En la reunión por medio de la plataforma Google Meet, con el señor Nery Castellanos, director de la empresa se realizó una evaluación de las necesidades de la empresa, por lo que se llegó a la conclusión de la producción de un video informativo que les permita posicionarse de mejor manera en el mercado, exponiendo los productos a sus clientes reales y potenciales, con el fin de que la empresa crezca y sea mejor reconocida.

2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño

La empresa Startrack, que se dedica al desarrollo de tecnología y servicios de rastreo satelital, no cuenta con un video informativo que dé a conocer a clientes reales y potenciales que viven en la Ciudad de Guatemala, los principales productos/soluciones que ofrece la empresa.

2.3 Justificación

Para sustentar las razones por las cuales se consideró importante el problema y la intervención del diseñador - comunicador, se justifica la propuesta a partir de cuatro variables: a) magnitud; b) trascendencia; c) vulnerabilidad; y d) factibilidad.

2.3.1. Magnitud.

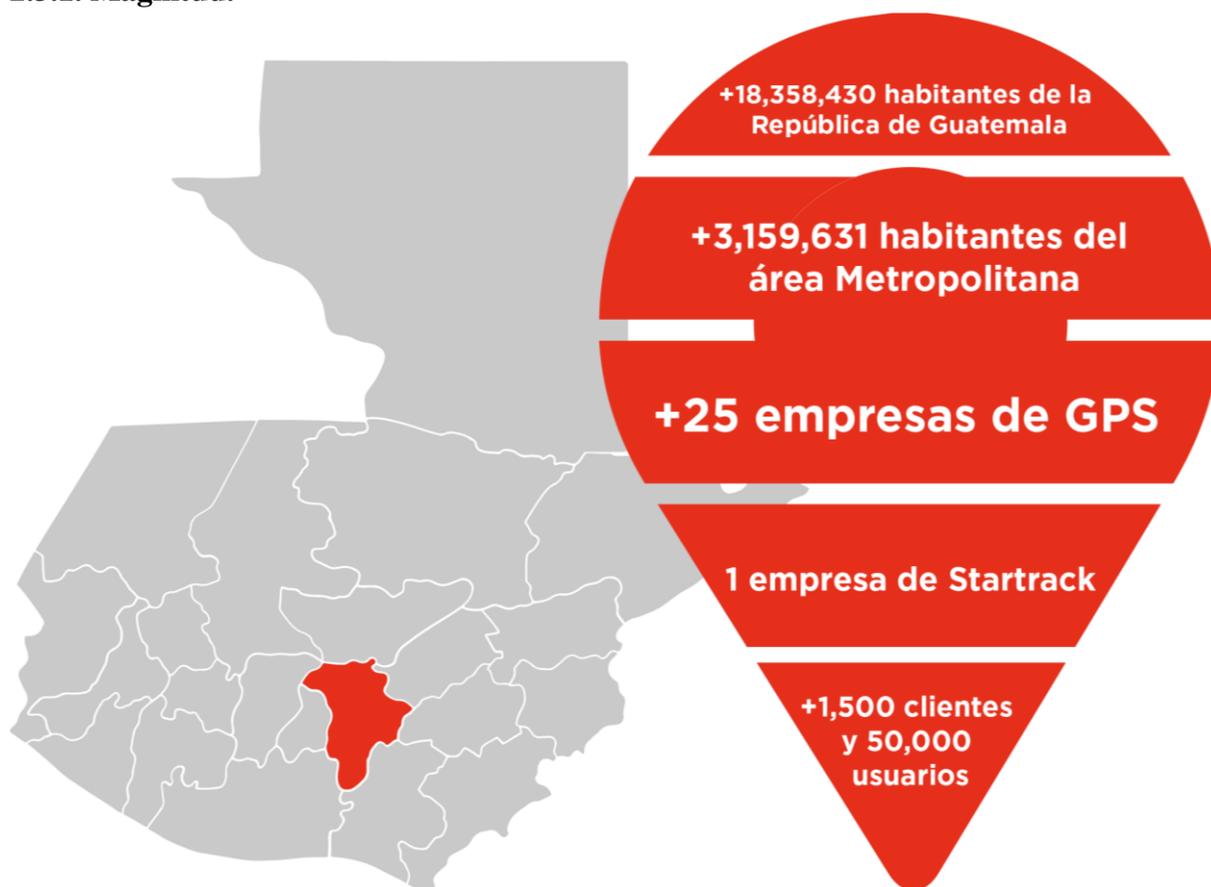


Figura 1. Realizada por Amy Olivares. Gráfica de Magnitud. 18,358,430 millones de habitantes en la República de Guatemala, 3,159,631 millones de habitantes en el área metropolitana, más de 25 empresas con servicios de GPS, 1 empresa Startrack, más de 1,500 clientes, más de 500 clientes potenciales y 50,000 usuarios.

2.3.2. Vulnerabilidad.

La carencia de un video informativo afecta el alcance de la empresa. En una era digital es importante que las industrias se actualicen y más al ser una empresa que utiliza la tecnología para ofrecer servicios, por lo que es necesario tener un video que llame la atención de los clientes reales y potenciales.

2.3.3. Trascendencia.

El alcance que se espera del video es que se pueda integrar a todas sus plataformas digitales como su página web y redes sociales como Instagram y Facebook, para de esta

manera llegue a clientes reales y potenciales, al ser un video informativo se espera generar confianza en la empresa para que siga creciendo.

2.3.4. Factibilidad.

Para la elaboración del proyecto se necesitan los recursos humanos, organizacionales, económicos y tecnológicos que hacen posible y realizable el proyecto.

2.3.4.1 Recursos Humanos. La empresa Startrack cuenta con el capital humano adecuado que tiene la capacidad, el conocimiento, la experiencia y las habilidades para el manejo de las funciones que se desempeñan dentro de la organización.

2.3.4.2 Recursos Organizacionales. Nery Castellanos, director de la organización autoriza brindar toda la información necesaria de la empresa y aprueba a la estudiante Amy Olivares para llevar a cabo este proyecto.

2.3.4.3 Recursos Económicos. La organización cuenta actualmente con los recursos necesarios, que posibilita la realización de este proyecto.

2.3.4.4 Recursos Tecnológicos. Actualmente la tecnología es indispensable para los Diseñadores y Comunicadores, por lo que la estudiante cuenta con el equipo y las herramientas indispensables, como una computadora, cámara de video, y los programas de Adobe como lo son Illustrator, Photoshop y Premiere Pro, para elaborar y producir el resultado del proyecto de graduación.

Capítulo III

Objetivos del diseño



Capítulo III: Objetivos del diseño

3.1. Objetivo General

Producir un video informativo para dar a conocer los productos tecnológicos y servicios de rastreo satelital que promueve y vende la empresa Startrack a sus clientes reales y potenciales en la Ciudad de Guatemala.

3.2. Objetivos específicos

- Recopilar información acerca de los productos tecnológicos y servicios de rastreo satelital de la empresa Startrack, a través de la información que el cliente proporcione por medio del Brief, para que puedan ser agregados al video informativo y facilite la información a clientes reales y potenciales.
- Investigar términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño relacionados con el desarrollo de producciones de videos informativos para el desarrollo del proyecto, a través de fuentes bibliográficas que fundamentan la propuesta de un video informativo que será visto por los clientes reales y potenciales.
- Clasificar el material audiovisual con la finalidad de editarlo a través del programa Premier Pro, a fin de integrarlo al video informativo y así llegar a clientes reales y potenciales de la empresa.

Capítulo IV

Marco de referencia



Capítulo IV: Marco de referencia

4.1 Información general del cliente

4.1.1. Nombre de la empresa. Startrack

4.1.2. Dirección de la entidad. Vía 5 Campus TEC, TEC 1 oficina 304 Guatemala

4.1.3. Email. sac@stsa.info

4.1.4. Teléfono. +502 2300-5600

4.1.5 Contacto. Nery Jiménez

4.1.6. Antecedentes. Startrack es una empresa desarrolladora de software para la gestión y automatización logística, cuenta con más de 20 años de experiencia y con más de 1500 clientes.

Se fundó en el año 2004 y se especializa en Monitoreo de personal, Sensores GPS, Rastreo de flotas, Rastreo de vehículos, Software para recolección de información, Software para logística de transporte, Última Milla y Productividad.

4.1.7. Oportunidad Identificada. Producir un video informativo para dar a conocer los productos tecnológicos y servicios de rastreo satelital que promueve y vende la empresa Startrack a sus clientes reales y potenciales.

4.1.8. Misión. En Startrack nos dedicamos a proporcionar servicios de GPS de vanguardia diseñados para transformar la gestión de flotas empresariales. Nuestra misión es facilitar a las empresas el acceso a información precisa y en tiempo real, sobre sus activos móviles, a través de tecnologías innovadoras.

4.1.9. Visión. Ser reconocidos como líderes en la industria de servicios GPS, destacando por nuestra innovación constante y excelencia en la gestión de datos. En Startrack aspiramos a ser el socio preferido de las empresas al ofrecer soluciones avanzadas y personalizadas que optimicen la eficiencia operativa, al garantizar la seguridad y el rendimiento óptimo de sus flotas.

4.1.10. Delimitación Geográfica. Ciudad Capital, Guatemala

4.1.11. Grupo Objetivo. Clientes reales y potenciales.

4.1.12. Principal beneficio al grupo objetivo. Servicios de rastreo satelital personalizado para sus empresas.

4.1.13. Competencia. Skytec GPS, Localiza GT, Telemensaje.

4.1.14. Posicionamiento. Startrack es una empresa bien posicionada en el mercado, ya que tienen más de 1500 clientes y siguen incrementando, trabajan con marcas líderes por lo que ha logrado mantener su posicionamiento.

4.1.15. Factores de diferenciación. Startrack se diferencia por contar con servicios personalizados para cada uno de sus clientes. También posee tecnología de punta que optimiza la realización de tareas, por lo que es su punto de diferenciación.

4.1.16. Objetivo de comunicación. Llegar a más clientes a través del video informativo, para que conozcan los servicios que promueve y vende la empresa.

4.1.17. Mensaje clave a comunicar.

- Dar a conocer los productos tecnológicos y servicios de rastreo satelital de alta calidad
- Proposición de soluciones adecuadas para cada empresa.
- Demostrar confianza y compromiso con los clientes reales y potenciales.

4.1.18. Estrategia de comunicación. La elaboración del video informativo permitirá llegar a más personas para que la empresa pueda posicionarse en el mercado. El video al ser informativo permitirá demostrar los servicios de calidad y la empresa y el compromiso de esta con cada cliente.

4.1.19. Reto del diseñador. Implementar los elementos básicos del diseño gráfico en el video informativo, como composición, contraste, colores y todo lo necesario para hacer del video una composición completa que abarque la información necesaria.

4.1.20. Materiales a realizar. Guión para definir la narración que llevará el video, al igual que se definirán las tomas de video a realizar, con los movimientos de cámara. Todo eso para implementarlo en el video informativo.

Datos de la imagen gráfica

4.1.21. Logotipo.



4.1.22. Colores

<p>#131E29 Pantone 7547 C CMYK: 54%, 27%, 0%, 84%</p> <p>Este se vincula con la confianza, el cuidado a los demás, la credibilidad, la seriedad, y el desarrollo tecnológico.</p>	<p>#E43225 Pantone 485 C CMYK: 0%, 78%, 84%, 11%</p> <p>Es el color de la acción, utilizándose para estimular a las personas ha actuar, expresa fuerza, crecimiento e iniciativa, destaca y avisa sobre alguna situación.</p>	<p>#FFFFFF Pantone Cool Gray 1 C CMYK: 0%, 0%, 0%, 0%</p> <p>#000000 Neutral Black C CMYK: 0%, 0%, 0%, 100%</p>
Colores Principales		Colores Complementarios

4.1.23. Tipografía.

Tipografía

Aa

Gotham, Black.

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJ
jKkLlMmNnÑñOoPpQqR
rSsTtUuVvWwXxYyZz0
123456789

Aa

Gotham, Medium.

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJ
jKkLlMmNnÑñOoPpQqR
rSsTtUuVvWwXxYyZz0
123456789

4.1.24. Forma. Imagotipo, ya que contiene el nombre de la empresa y el icono distintivo.

4.1.25. FODA.

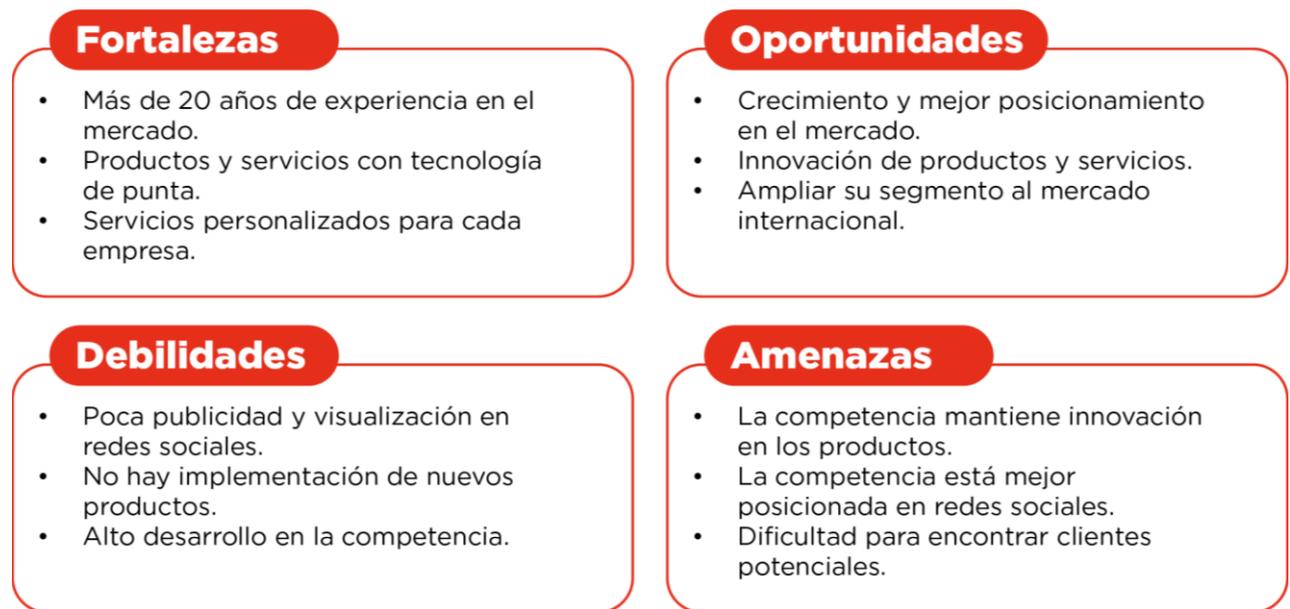


Figura 2. Realizada por Amy Olivares. Se puede visualizar el FODA, que se realizó para la empresa Startrack, donde se pudieron analizar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. El FODA en una empresa es importante, ya que este permite establecer estrategias y acciones efectivas para el desarrollo de la empresa.

4.1.26. Organigrama.

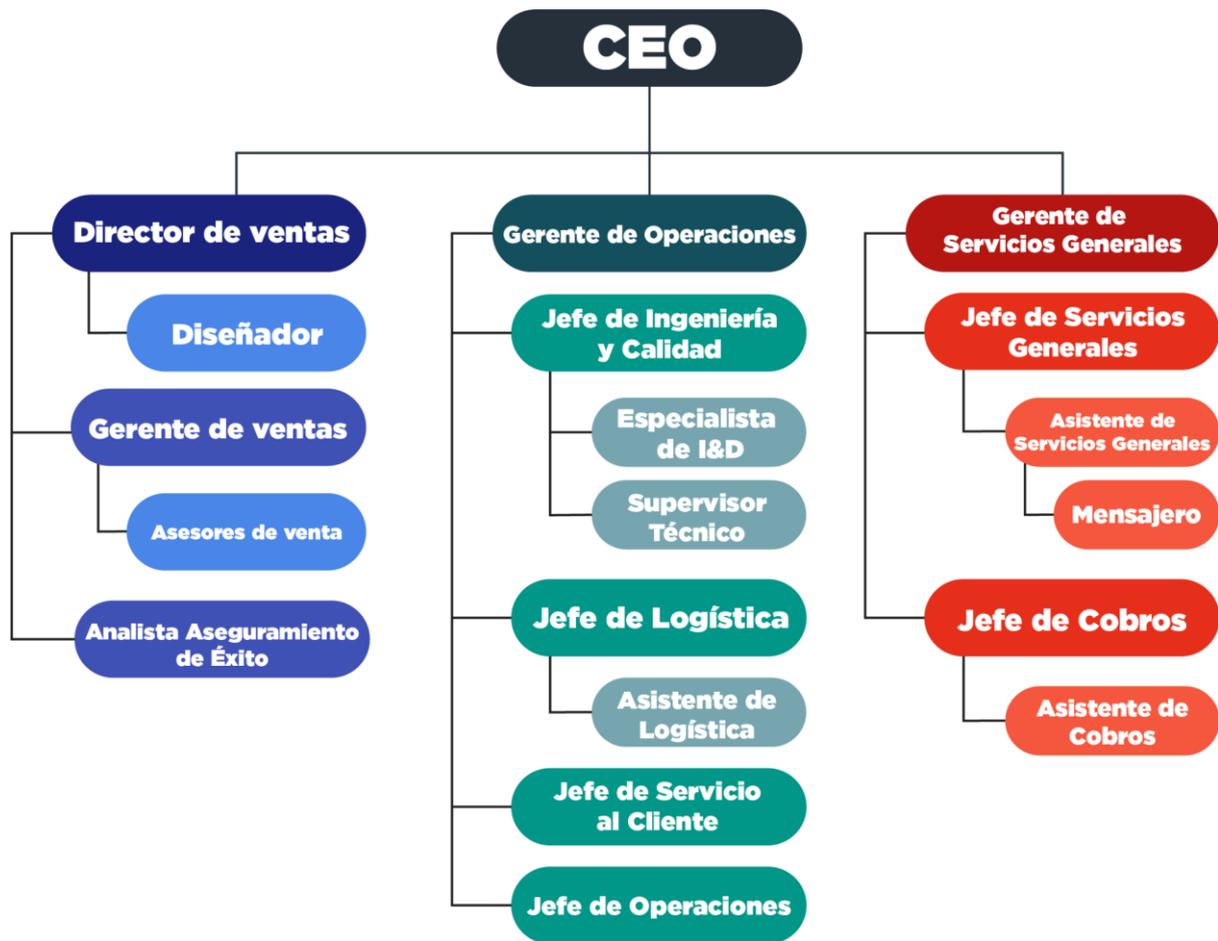


Figura 3. Realizada por Amy Olivares. Se realizó el organigrama de la empresa Startrack para observar la forma en la que se desarrolla la empresa, cómo trabaja internamente para asegurar el éxito.

Capítulo V

Definición del grupo objetivo



Capítulo V: Definición del grupo objetivo

El proyecto está dirigido a los clientes reales y potenciales que son trabajadores e independientes, que se interesan por la tecnología. Deben tener de 30 a 45 años, sexo masculino o femenino, que residan en la Ciudad de Guatemala. Su nivel socioeconómico debe ser entre nivel C1, C2, que tengan ingresos de Q.17,500.00 a más de Q.25,600.00 El fin del proyecto es para que estos cuenten con un video informativo que provea información de los productos y servicios que promueve y vende la empresa Startrack, con el propósito de atraer a más posibles clientes y mantener a los que ya se tengan.

5.1. Perfil geográfico

El presente proyecto se va a desarrollar en la Ciudad de Guatemala, Guatemala cuenta con un aproximado de 8,358,430 millones de habitantes y 3,159,631 millones de habitantes en el área metropolitana, la superficie del país es de 108,888 km² y el área de la Ciudad de Guatemala es de 997 km². En Guatemala se reconocen 25 idiomas oficiales, el idioma oficial es el español. El Estado reconoce, promueve y respeta los idiomas de los pueblos Mayas, Garífuna y Xinka.

En las regiones costeras y llanuras, que constituyen la mayor parte de Guatemala, el clima es predominantemente tropical, mientras que en las áreas montañosas el clima suele ser seco y fresco.

5.2. Perfil demográfico

- Edad. 30 a 45 años
- Sexo. Masculino, Femenino
- Educación. Superior, Licenciatura.
- Nivel socioeconómico. C1, C2.
- Tipos de vivienda. Casa/departamento rentado o financiado.
- Ingresos. De Q.17,500.00 a Q.25,600.00

5.3. Perfil Psicográfico

Son personas trabajadoras e independientes que se interesan por la tecnología. Que están abiertas a trabajar con empresas que implementan GPS. Son personas responsables y con una alta comprensión de servicios de rastreo satelital, que buscan contratar para sus empresas/emprendimientos.

5.4. Perfil Conductual

Personas adultas entusiastas que busquen beneficios y calidad de servicios de rastreo. Deben ser personas actualizadas en tecnología, que les guste descubrir nuevas alternativas y formas de trabajar.

La intención debe ser mejorar el manejo de sus empresas/emprendimientos, ya que al implementar rastreo obtienen beneficios de seguridad y control total sobre sus activos y colaboradores.

Características	Nivel C1	Nivel C2
Ingresos	Q25,600.00	Q17,500.00
Educación Padres	Superior, Licenciatura	Superior, Licenciatura
Educación hijos	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas y post grado extranjero con beca	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas o estatal
Desempeño	Ejecutivo medio, comerciante, vendedor	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente
Vivienda	Casa/departamento, rentada o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio area de servicio, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala, garage para 2 vehículos
Otras propiedades	Sitios/terrenos interior por herencias	
Personal de Servicio	Por día	Por día, eventual
Servicios financieros	1-2 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, 1-2 TC intl, Seguro colectivo salud	1 cta Q monetarios y ahorro, 1 TC local
Posesiones	Autos compactos de 3-5 años, asegurados por Financiera	Auto compacto de 4-5 años, sin seguro
Bienes de comodidad	1 teléfono, 1-2 celulares, cable, internet, equipo de audio, más de 2 TV, maquina de lavar ropa, computadora/miembro-electrodomésticos básicos.	1 teléfono fijo, minimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomésticos básicos
Diversión	Cine, CC, parques temáticos locales	Cine, CC, parques temáticos locales

Figura 4. Realizada por Amy Olivares. Ver tabla completa de nivel socioeconómico
Anexo #1.

El grupo objetivo tiene un nivel socioeconómico de Nivel C1, C2, con un ingreso aproximado de Q17,500.00 a Q.25,600.00, deben tener estudios superiores/licenciatura, poseen una vivienda casa/departamento financiado o rentado, autos compactos de 3-5 años asegurados por financiera o sin seguro.

Capítulo VI

Marco teórico



Capítulo VI: Marco teórico

6.1. Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

6.1.1. Empresa. Una empresa es una unidad económica que se dedica a la producción, transformación o prestación de servicios. Su razón de ser es satisfacer una necesidad existente en la sociedad. (Chiavenato, 2020).

6.1.2. Venta. La venta se refiere al proceso de intercambio en el que se transfiere un producto o servicio de una parte (el vendedor) a otra (el comprador) a cambio de un precio acordado. (Kotler & Keller, 2016).

6.1.3. Servicio. Un servicio es una actividad intangible que se ofrece para satisfacer una necesidad o resolver un problema. A diferencia de los productos físicos, los servicios no se pueden tocar ni almacenar. (Zeithaml et al., 2019).

6.1.4. Producto. Un producto es un bien tangible que se produce o fabrica para ser vendido o utilizado. Puede ser físico (como un teléfono móvil) o digital (como un software). Los productos pueden ser materiales o inmateriales, pero siempre tienen un valor para los consumidores. (Kotler & Armstrong, 2021).

6.1.5. Cliente. Un cliente es una persona o entidad que adquiere productos o servicios de una empresa. Los clientes son esenciales para el éxito de cualquier negocio, ya que generan ingresos y mantienen la operación en marcha. (Solomon, 2020).

6.1.6. Cliente real. Se refiere a aquellos clientes que ya han realizado una compra o han utilizado los servicios de una empresa. Son personas con las que la empresa ha tenido una interacción comercial previa. (Kotler & Keller, 2016).

6.1.7. Cliente potencial. Los clientes potenciales son aquellos que aún no han realizado una compra, pero tienen el potencial de hacerlo. Son prospectos interesados en los productos o servicios de la empresa. (Solomon, 2020).

6.1.8. Experiencia. La experiencia se relaciona con la percepción y satisfacción que un cliente tiene al interactuar con una empresa. Incluye aspectos como la calidad del producto, el servicio al cliente, la facilidad de uso y la emoción asociada con la marca. Una buena experiencia puede fidelizar al cliente y generar recomendaciones positivas. (Pine & Gilmore, 2019).

6.1.9. Rastreo. El rastreo se refiere al seguimiento y localización de objetos o personas. En el contexto logístico, se utiliza para monitorear la ubicación y el estado de vehículos, paquetes o flotas.

Existen diferentes tipos de rastreo, como el rastreo de vehículos, el rastreo de paquetes y el rastreo de flotas. (Christopher, 2020).

6.1.10. GPS. El GPS es un sistema de radionavegación basado en satélites que permite determinar la posición y la hora en cualquier parte del mundo.

Utiliza mediciones precisas de distancia de varios satélites para calcular la ubicación de un objeto. (Kaplan & Hegarty, 2017).

6.1.11. Rastreo de flotas. El rastreo de flotas se utiliza para monitorear y gestionar vehículos comerciales, como carros, camiones y furgonetas.

Proporciona información en tiempo real sobre la ubicación, el estado y el rendimiento de los vehículos. Beneficios: control de flotas, seguridad, optimización de recursos y mejora de la eficiencia. (Rushton et al., 2017).

6.1.12. Rastreo de vehículos. Es similar al rastreo de flotas, pero se enfoca en vehículos individuales. Permite detectar situaciones de emergencia, como robos o accidentes, y optimizar la asignación de recursos. (Christopher, 2020).

6.1.13. Software para recolección de información. Existen aplicaciones y herramientas digitales para recopilar datos de manera eficiente. Estas soluciones reemplazan

los métodos tradicionales basados en papel y archivadores. Beneficios: datos precisos, agilidad en auditorías, optimización de recursos y seguridad. (Laudon & Laudon, 2020).

6.1.14. Software para logística de transporte. El software para logística de transporte es esencial para optimizar las operaciones logísticas, maximizar el uso de recursos y mejorar la productividad.

Outvio es un ejemplo de software completo que automatiza la etapa post-checkout en compras en línea. Permite la conexión con transportistas globales, procesa envíos y devoluciones automáticamente, ofrece trazabilidad y comunicación personalizada con los clientes. (Christopher, 2020).

6.1.15. Última Milla. La última milla es el último tramo de un viaje de transporte, desde el centro logístico local hasta la entrega al cliente. Es crucial para el comercio electrónico y la satisfacción del cliente. (Rushton et al., 2017).

6.1.16. Productividad. La productividad mide cuántos productos o servicios se producen utilizando diferentes recursos (trabajadores, dinero, tiempo, etc.) durante un período determinado. Se calcula dividiendo la producción obtenida entre los recursos utilizados. (Drucker, 2019).

6.1.17. Control Logístico. El control logístico implica supervisar y gestionar eficientemente el flujo y almacenamiento de bienes, servicios e información desde el origen hasta el consumidor final.

Incluye aspectos como la visibilidad de rutas, planificación de entregas y medición del rendimiento. (Bowersox et al., 2019).

6.1.18. Control de calidad. El control de calidad va más allá de la simple inspección y garantiza que cada unidad cumpla con estándares rigurosos. Es fundamental para la satisfacción del cliente y la construcción de la reputación empresarial. Involucra técnicas como inspecciones físicas y métodos estadísticos. (Juran & Gryna, 2016).

6.2. Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño

6.2.1. Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.

6.2.1.1. Comunicación. La comunicación es la transmisión de información entre dos o más individuos. Todos los seres vivos presentan alguna forma de comunicación, pero la capacidad para transmitir significados complejos a través del lenguaje distingue a la comunicación humana. (McQuail, 2005).

6.2.1.2. Proceso de comunicación. Es el conjunto de etapas que ocurren desde que se origina un mensaje hasta que se recibe y comprende. Estas etapas incluyen la codificación (transformación del mensaje en señales), la transmisión, la decodificación (interpretación del mensaje) y la retroalimentación. (Shannon & Weaver, 1949).

6.2.1.3. Comunicación Digital. Se refiere a la transmisión de información a través de medios electrónicos, como internet, redes sociales, correos electrónicos y aplicaciones de mensajería. Es una parte fundamental de la vida moderna. (Castells, 2001).

6.2.1.4. Comunicación Visual. Engloba todos los elementos visuales que transmiten información, como gráficos, imágenes, símbolos y diseño. Es crucial en publicidad, diseño gráfico y medios visuales. (Lester, 2013).

6.2.1.5. Comunicación audiovisual. La comunicación audiovisual es el proceso de transmitir información, ideas, o emociones a través de medios que combinan elementos visuales y sonoros. Incluye una amplia gama de formatos como cine, televisión, video, animación, y contenido digital interactivo.

Este tipo de comunicación se basa en la integración de imágenes, sonidos, gráficos, y texto para crear una experiencia de comunicación más completa y efectiva. (Zettl, 2012).

6.2.1.6. Postproducción. La postproducción es la fase del proceso de producción audiovisual que sigue a la filmación o grabación. Incluye la edición de video, mezcla de

sonido, adición de efectos especiales, corrección de color, y otros elementos necesarios para completar la obra final. (Dancyger, 2014).

6.2.1.7. Guión. El guión es el documento escrito que detalla la historia, los diálogos, y las instrucciones de escena de una producción audiovisual. Sirve como una guía para los directores, actores, y el equipo de producción. (Field, 2005).

6.2.1.8. Comunicación Interna. Se refiere a la comunicación dentro de una organización entre empleados, equipos y departamentos. Busca mantener informados a los colaboradores y fomentar la cohesión. (Argenti, 2009).

6.2.1.9. Comunicación Externa. Es la comunicación de una organización con su entorno externo, como clientes, proveedores, medios de comunicación y la comunidad. Busca construir una imagen positiva y gestionar la reputación. (Cornelissen, 2020).

6.2.1.10. Fotografía cinematográfica. La fotografía cinematográfica, o cinematografía, se refiere a la técnica y arte de capturar imágenes en movimiento en una película o video. Implica la elección de cámaras, lentes, iluminación, y la composición de los planos. (Brown, 2016).

6.2.2. Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.

6.2.2.1. Diseño. Por diseño se conoce el arte de proyectar el aspecto, la función y la producción de un objeto funcional por medio de signos gráficos. Puede tratarse de un objeto bidimensional (como carteles, logos, animaciones, portadas) o tridimensional (como edificios, maquinarias, muebles, entre otros). (Maldonado, 1993).

6.2.2.2. Diseño Gráfico. Se enfoca en la creación y proyección de objetos gráficos, como ilustraciones, composiciones, logotipos, imágenes y tipografías. Estos elementos se utilizan en diversas industrias y medios de comunicación masiva, atendiendo a aspectos estéticos, comunicacionales y simbólicos. (Meggs & Purvis, 2016).

6.2.2.3. Elementos Gráficos. Son los componentes visuales que componen un diseño. Pueden incluir imágenes, formas, líneas, colores, texturas y otros elementos que contribuyen a la composición visual. (Lupton, 2011).

6.2.2.4. Diagramación. Es la organización y disposición visual de elementos en una página o superficie. Incluye aspectos como la distribución de texto, imágenes, espacios en blanco y la jerarquía visual. (Samara, 2017).

6.2.2.5. Logotipo. Es un símbolo gráfico que representa una marca, empresa o producto. Debe ser memorable, simple y comunicar la identidad de la entidad que representa. (Wheeler, 2017).

6.2.2.6. Contraste. En diseño, el contraste se refiere a la diferencia entre elementos visuales, como colores, tamaños, formas o tipografías. El contraste crea interés y jerarquía en un diseño. (Lidwell, Holden & Butler, 2010).

6.2.2.7. Color. El color es fundamental en el diseño. Cada color tiene asociaciones emocionales y simbólicas. La elección de colores afecta la percepción y la comunicación visual. (Itten, 1961).

6.2.2.8. Proceso de diseño. Comprende etapas como observación y análisis, planificación y proyección, y construcción y ejecución. (Ambrose & Harris, 2009).

6.2.2.9. Edición. En el diseño, la edición implica revisar y ajustar elementos visuales, como texto, imágenes o gráficos. Se busca mejorar la calidad y coherencia del diseño final. (Hollis, 2006).

6.2.2.10. Bocetaje. El bocetaje es la etapa inicial del diseño, donde se plasman ideas y conceptos de forma rápida y esquemática. Los bocetos ayudan a explorar posibilidades antes de desarrollar el diseño completo. (Pipes, 2003).

6.2.2.11. Storyboard. Un storyboard es una serie de dibujos o imágenes secuenciales que representan los planos individuales de una producción audiovisual. Es una herramienta

crucial en la preproducción que ayuda a visualizar la narrativa, planificar los ángulos de cámara, y determinar la continuidad visual. (Hart, 2008).

6.3. Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias

6.3.1. Ciencias auxiliares.

6.3.1.1. Semiología. La semiología es el estudio de los signos y símbolos en la comunicación. Examina cómo se transmiten significados a través de palabras, imágenes, gestos y otros elementos simbólicos. (Saussure, 1916).

6.3.1.2. Semiología de la imagen. Esta rama se enfoca en el análisis de imágenes visuales, como fotografías, pinturas y películas. Busca entender cómo se construyen los significados en estas representaciones gráficas. (Barthes, 1980).

6.3.1.3. Semiología del discurso. Se ocupa de los signos lingüísticos y cómo se utilizan en la comunicación oral y escrita. Analiza la estructura y función del lenguaje en diferentes contextos. (Eco, 1976).

6.3.1.4. Sociología. La sociología estudia las relaciones sociales, las instituciones y los patrones de comportamiento en la sociedad. Ayuda a comprender cómo las personas interactúan y cómo se forman las estructuras sociales. (Giddens, 2006).

6.3.1.5. Psicología. La psicología investiga los procesos mentales, el comportamiento humano y las emociones. Puede proporcionar información valiosa sobre la motivación y las decisiones de las personas en contextos históricos. (Myers, 2018).

6.3.1.6. Psicología de la comunicación. Esta disciplina se centra en cómo se comunica la información entre individuos y grupos. Examina factores como la persuasión, la influencia y la percepción. (McGuire, 1985).

6.3.1.7. Psicología del color. Estudia cómo los colores afectan nuestras emociones, percepciones y comportamientos. En el contexto histórico, puede ayudarnos a comprender cómo se utilizaban los colores en diferentes culturas y épocas. (Itten, 1961).

6.3.1.8. Psicología de la imagen. Analiza cómo las imágenes visuales influyen en nuestra percepción y cognición. Esto puede ser relevante para comprender cómo se utilizaban las imágenes en el pasado. (Arnheim, 1969).

6.3.1.9. Cibernética. La cibernética se ocupa de los sistemas de control y comunicación en organismos vivos y máquinas. (Wiener, 1948).

6.3.1.10. Tecnología. La tecnología es fundamental para comprender cómo las innovaciones técnicas han influido en la sociedad a lo largo del tiempo. (Kelly, 2016).

6.3.2. Artes

6.3.2.1. Fotografía. La fotografía conceptual o el arte de representar lo abstracto. La fotografía conceptual nos habla a través de las imágenes. Cada instantánea que captura encierra un poderoso mensaje capaz de transmitir las ideas más abstractas de nuestro pensamiento. (Berger, 1972).

6.3.2.2. Tipografía. La tipografía se refiere al diseño y uso de letras y caracteres en impresiones y medios visuales. Es crucial para la comunicación visual y puede transmitir emociones y significados. (Bringhurst, 2004).

6.3.2.3. Cinematografía. La cinematografía abarca la creación visual en el cine. Incluye aspectos como la composición de planos, movimientos de cámara, iluminación y color. (Bordwell & Thompson, 2019).

6.3.2.4. Dibujo. El dibujo es una forma de expresión artística que utiliza líneas y formas para representar objetos, personas o ideas. Puede ser realista o abstracto. (Betti & Sale, 1979).

6.3.2.5. Minimalismo. El minimalismo es un estilo artístico que se caracteriza por la simplicidad, la economía de elementos y la reducción a lo esencial. En la fotografía, esto puede manifestarse en composiciones limpias y espacios negativos. (Krauss, 1996).

6.3.3. Teorías.

6.3.3.1. Teoría del color. Esta teoría se centra en cómo percibimos y procesamos los colores. Explora cómo los colores interactúan entre sí, cómo influyen en nuestras emociones y cómo se combinan para formar nuevas tonalidades. Algunos modelos famosos en esta área son el círculo cromático de Johannes Itten y la teoría de los tres colores primarios (rojo, azul y amarillo) utilizada en la mezcla de colores. (Itten, 1961).

6.3.3.2. Teoría de la Gestalt. La teoría de la Gestalt se originó en Alemania a principios del siglo XX. Propone que percibimos los objetos y eventos como patrones completos y estructurados, en lugar de una simple colección de elementos individuales. Algunos principios clave de la Gestalt incluyen la proximidad (objetos cercanos se agrupan), la similitud y la figura-fondo. (Koffka, 1935).

6.3.3.3. Teoría de la Jerarquía visual. Esta teoría se relaciona con cómo organizamos la información visual en orden de importancia. Se basa en principios como la prominencia (destacar elementos importantes), la repetición (crear cohesión visual) y la alineación (organizar elementos en líneas o patrones). (Tufte, 1990).

6.3.3.4. Teoría de la simetría y balance. La simetría se refiere a la igualdad visual entre dos lados de un objeto o composición. El balance busca distribuir visualmente el peso de los elementos para lograr armonía. Ambos conceptos son fundamentales en el diseño y la composición visual. (Arnheim, 1954).

6.3.3.5. Teoría de la narrativa visual. Esta teoría explora cómo contar historias a través de imágenes. Se centra en la secuencia, la composición y la relación entre elementos visuales para transmitir un mensaje o una historia de manera efectiva. (McCloud, 1993).

6.3.3.6. Teoría del Movimiento y el tiempo. Esta teoría se ocupa de cómo percibimos el movimiento y el cambio en las imágenes. Incluye conceptos como la persistencia visual

(ver movimiento en una secuencia de imágenes estáticas) y la cinética (diseño de elementos que parecen moverse). (Manovich, 2001).

6.3.4. Tendencias

6.3.4.1. Animación y Gráficos en movimiento. Añadir animaciones y gráficos en movimiento puede ser una excelente manera de hacer que las producciones sean más visualmente atractivas. Las animaciones son ideales para explicar conceptos complejos de forma sencilla, mientras que los gráficos en movimiento aportan detalles visuales y un estilo único a los videos.

6.3.4.2. 3D. Signos CV (2022). El diseño 3D se basa en la representación virtual de objetos, los elementos principales en este tipo de diseños son la forma, composición, profundidad, luz, textura y movimiento. Puede ser utilizado para: Vista previa de proyectos y con esta visualización de resultados, se facilita el tomar decisiones en aspectos gráficos, estructurales, estéticos, entre otros fundamentales.

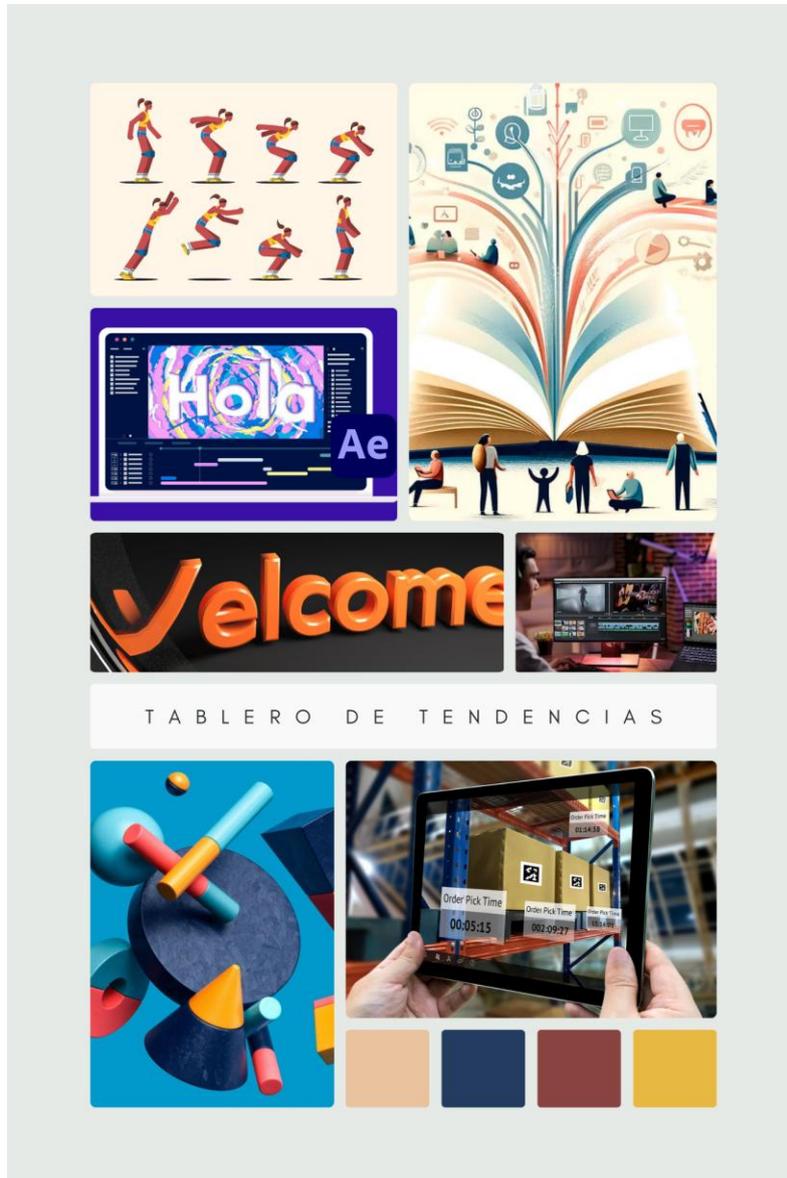
6.3.4.3. Storytelling. El storytelling, o arte de contar historias, ha cobrado una importancia creciente en la producción audiovisual. Se trata de diseñar y comunicar una narrativa que resuene emocionalmente con la audiencia. Este enfoque no solo informa, sino que también entretiene y emociona, creando una conexión más profunda y duradera entre el contenido y el espectador.

6.3.4.4. Realidad Aumentada. Mediactiu (2024). La Realidad Aumentada (RA) permite la superposición de contenido gráfico digital en el mundo real (a través de cámaras) nos adentra en experiencias interactivas realmente inmersivas. Uno de los grandes usos a nivel diario son los filtros en redes sociales, muchas marcas se han hecho visibles gracias a filtros tendencias en las redes.

6.3.4.5. Inteligencia Artificial en la Postproducción. La IA está transformando la postproducción al automatizar tareas tediosas como la corrección de color, la estabilización

de imágenes y la sincronización de audio. Esto permite a los editores centrarse más en la creatividad, mejorando la eficiencia y la calidad del producto final.

6.3.4.6. Tablero de Tendencias.



Tablero de tendencias creado por Amy Olivares. Estas tendencias serán útiles en el proyecto para el momento de la producción y editar, se utilizarán los gráficos en movimiento para incluirlos en el video y la animación 3D para el logotipo, con el fin de darle vida al video y hacerlo más llamativo. Ver investigación de tendencias en *Anexo#3*.

6.3.5. Tecnologías

6.3.5.1. Adobe Premiere Pro. Adobe Premiere Pro es una aplicación de edición de vídeo profesional que forma parte de Adobe Creative Cloud. Es ampliamente utilizada por cineastas, videógrafos y creadores de contenido para editar videos de alta calidad. Con Premiere Pro, se puede cortar, ensamblar clips, agregar efectos y transiciones, ajustar colores, y trabajar con audio, todo en una línea de tiempo no lineal que permite mucha flexibilidad. (Adobe Inc., 2023).

6.3.5.2. Adobe Illustrator. Adobe Illustrator es una aplicación de diseño gráfico y creación de ilustraciones vectoriales, desarrollada por Adobe Inc. Es ampliamente utilizada por diseñadores gráficos, artistas digitales y profesionales del sector creativo para crear gráficos, logotipos, iconos, dibujos, tipografía y complejas ilustraciones para impresión, web, vídeo y dispositivos móviles. (Adobe Inc., 2023).

6.3.5.3. Blender. Blender es una aplicación de software de código abierto utilizada para la creación de gráficos 3D, animaciones, modelado, renderizado, composición y edición de vídeo. Es una herramienta versátil y potente que se utiliza tanto en la industria del cine y la televisión como en el desarrollo de videojuegos y la creación de contenido digital. (Blender Foundation, 2023).

Capítulo VII

Proceso de diseño y propuesta preliminar



Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

7.1. Aplicación de la información obtenida en el marco teórico

7.1.1 Comunicación. En el proyecto se incluirán los conceptos principales de comunicación, para transmitir de manera directa y visual los productos y servicios que promueve y vende la empresa Startrack a sus clientes reales y potenciales.

7.1.2. Comunicación Audiovisual. La comunicación audiovisual es muy importante a la hora de aplicarla en el proyecto, ya que gracias a esta se permitirá transmitir información, ideas, o emociones a través de medios que combinan elementos visuales y sonoros. Todos estos se combinan para al final tener un resultado satisfactorio con la producción del video.

7.1.3. Storyboard. El Storyboard es una herramienta crucial en la preproducción que ayuda a visualizar la narrativa, planificar los ángulos de cámara, y determinar la continuidad visual. Esto se definirá por medio de dibujos o imágenes secuenciales que representarán los planos que se deberán tomar.

7.1.4. Semiología de la imagen. La semiología de la imagen ayudará a transmitir el mensaje correcto a través del video informativo, ya que ésta estudia imágenes visuales, como fotografías, pinturas y películas. Busca entender cómo se construyen los significados en estas representaciones gráficas. Ayudará a examinar cómo se transmitirá el significado correcto a través de palabras, imágenes, gestos y otros elementos gráficos simbólicos.

7.1.5. Animación y gráficos en movimiento. Añadir animaciones y gráficos es importante en el proyecto ya que puede ser una excelente manera de hacer que las producciones sean más visualmente atractivas. Las animaciones son ideales para explicar conceptos complejos de forma sencilla, mientras que los gráficos en movimiento aportan detalles visuales y un estilo único a los videos. Gracias a esta se obtendrá un resultado satisfactorio y llamativo para el proyecto.

7.1.6. Cinematografía. Al ser la producción de un video debe incluir los principios básicos de la cinematografía, incluye aspectos como la composición de planos, movimientos de cámara, iluminación y color que serán de utilidad para la realización del proyecto.

7.2. Conceptualización

7.2.1. Método. Flor de Loto. La Flor de Loto es una técnica de creatividad desarrollada por el japonés Yasuo Matsumura, su objetivo es estimular la creatividad y la organización en la resolución de problemas. La técnica simula una flor, por lo que se empieza desde el centro con la idea principal y luego se van expandiendo las ideas secundarias a los pétalos.

La técnica de flor de loto se realiza de la siguiente manera:

Paso 1. Matriz Inicial (Flor):

- En el centro, se coloca el tema inicial o objetivo creativo.
- Alrededor del centro, se escriben las ideas relacionadas o pétalos.

Paso 2. Generación de Ideas:

- A partir del centro, se deducen ideas adicionales, como los pétalos de una flor.
- Por ejemplo, si el tema es “gps”, las ideas podrían incluir “rastreo”, “última milla”, “seguridad vial”, y así sucesivamente.

Paso 3. Expansión:

- Se pueden crear nuevas matrices a partir de las ideas generadas, siguiendo el mismo proceso.
- La técnica fomenta la exploración y la expansión creativa.

7.2.2. Definición del concepto. Para el proyecto de la producción de un video informativo para dar a conocer los productos tecnológicos y servicios de rastreo satelital que promueve y vende la empresa Startrack a sus clientes reales y potenciales, se aplicó la técnica creativa de “Flor de Loto”, la cual fue desarrollada con los siguientes pasos:

- Paso 1: Se inició con el centro de la flor, colocando la idea principal en este apartado.
- Paso 2: Se comenzaron a dibujar los pétalos, donde se escribieron las ideas principales relacionados con el tema principal. Se expresaron palabras que serán clave para la realización del proyecto.
- Paso 3: Se pinta el boceto de la flor, para luego pasarla a formato digital.



Figura 4. Aplicación del método creativo "Flor de Loto". Realizada por Amy Olivares.

A través de la técnica creativa se han desarrollado las siguientes frases conceptuales para definir cuál será la definitiva a utilizar en el proyecto, para transmitir el mensaje correcto a los clientes reales y potenciales.

1. Liderando con tecnología avanzada.
2. Expertos en logística, líderes en servicio.
3. Innovación constante, crecimiento continuo.
4. Empieza a hacer tus operaciones más eficientes.
5. Soluciones tecnológicas para un futuro eficiente.
6. Innovación sin fronteras.
7. Tecnología avanzada en cada paso.

Con base a las propuestas de frases conceptuales se concluye que el concepto que más se adapta a la producción del video informativo para dar a conocer los productos tecnológicos y servicios de rastreo satelital que promueve y vende la empresa Startrack a sus clientes reales y potenciales es **“Innovación tecnológica sin fronteras”**. Esta frase conceptual se utilizará como el título del vídeo.

7.3. Bocetaje

Siguiendo la frase **“Innovación tecnológica sin fronteras”** se inicia el proceso de bocetaje, pasando por las siguientes variantes: bocetaje inicial, bocetaje formal y digitalización de la propuesta.

7.3.1. Proceso de bocetaje.

7.3.1.1. Storyline.

Cliente: Startrack

Producto/servicio: Video informativo

Medio: Reunión presencial.

Duración: 3 minutos

Versión: Minimalista, seguridad, dinámico

Fecha: 27/07/2024

Página: 1

Storyline

Script	Descripción	Tiempo
Carátula: ¡Bienvenido a Startrack!	Escena 1: Animación de texto, visualización del logotipo de la empresa y vista panorámica del edificio. Ángulo contrapicado.	6 segundos
Voz de mujer: Bienvenidos a Startrack, líderes en desarrollo de tecnología y servicios de rastreo.	Escena 2: Visualización de texto: 20 años de experiencia, +1500 clientes, +50,000 usuarios activos. De fondo se puede observar el clip de un camión en carretera en movimiento en ángulo picado. Travelling.	10 segundos
Control logístico Voz de hombre: Con nuestro sistema de Control logístico, controle la ubicación y mercancía en todo momento. Administre sus unidades en tiempo real, asegurando eficiencia y precisión en sus operaciones.	Escena 3: Visualización del icono de control logístico, y animación del texto descriptivo. De fondo se ve un camión en movimiento en ángulo normal.	13 segundos
Gestión del personal Voz de mujer: Optimice la administración de su equipo con nuestra herramienta de Gestión del Personal. Simplifique procesos y mejore la coordinación entre su personal.	Escena 4: Visualización del icono de Gestión del personal, y animación del texto descriptivo. De fondo empleados en la oficina, uso de dispositivos móviles para la gestión. Ángulo normal.	10 segundos
Última milla Voz de hombre: Mejore sus entregas con nuestra Gestión de Última Milla. Asegure que sus productos lleguen a tiempo y en perfectas condiciones a su destino final.	Escena 5: Visualización del icono de última milla, y animación del texto descriptivo. De fondo se pueden observar trabajadores descargando cajas. Ángulo contrapicado.	12 segundos

Cliente: Startrack

Producto/servicio: Video informativo

Medio: Reunión presencial.

Duración: 3 minutos

Versión: Minimalista, seguridad, dinámico

Fecha: 27/07/2024

Página: 2

Storyline

Script	Descripción	Tiempo
<p>Seguridad Vial Voz de mujer: Su seguridad es nuestra prioridad. Implementamos tecnologías avanzadas como detección inteligente de fatiga y bloqueo de ignición por ebriedad para garantizar la integridad de su equipo.</p>	<p>Escena 6: Visualización del icono de seguridad vial, y animación del texto descriptivo. De fondo se puede observar a un conductor cansado. Ángulo normal.</p>	13 segundos
<p>Comunicación digital Voz de hombre: Facilite la coordinación con nuestra Comunicación Digital por medio de radio. Mantenga a su equipo conectado en todo momento, asegurando una comunicación eficiente y rápida.</p>	<p>Escena 7: Visualización del icono de comunicación digital, y animación del texto descriptivo. De fondo empleados usando radios. Ángulo contrapicado (leve).</p>	13 segundos
<p>Control de calidad Voz de mujer: Mejore el control de la temperatura en sus camiones o cámaras frías con nuestro sistema de Control de Calidad. Asegure que sus productos lleguen en las mejores condiciones.</p>	<p>Escena 8: Visualización del icono de control de calidad, y animación del texto descriptivo. De fondo se puede ver el interior de un camión. Ángulo normal.</p>	13 segundos

Cliente: Startrack

Producto/servicio: Video informativo

Medio: Reunión presencial.

Duración: 3 minutos

Versión: Minimalista, seguridad, dinámico

Fecha: 27/07/2024

Página: 3

Storyline

Script	Descripción	Tiempo
Limitador de velocidad Voz de hombre: Con nuestros Limitadores de Velocidad, garantice la seguridad en el tránsito y cumpla con las normativas vigentes, protegiendo a su equipo y a otros conductores.	Escena 9: Visualización del icono de limitador de velocidad, y animación del texto descriptivo. De fondo un vehículo en carretera a alta velocidad. Ángulo normal. Travelling.	12 segundos
Conclusión: Voz de mujer: En Startrack, estamos comprometidos con la excelencia y la innovación. Descubra cómo nuestras soluciones pueden transformar su logística. ¡Contáctanos!	Escena 10: Toma de los colaboradores. Ángulo normal. Transiciones rápidas. Voz en off.	10 segundos
Cierre: Voz de hombre: Startrack. Innovación tecnológica sin fronteras.	Escena 11: Animación del logo de Startrack. Ángulo normal.	7 segundos

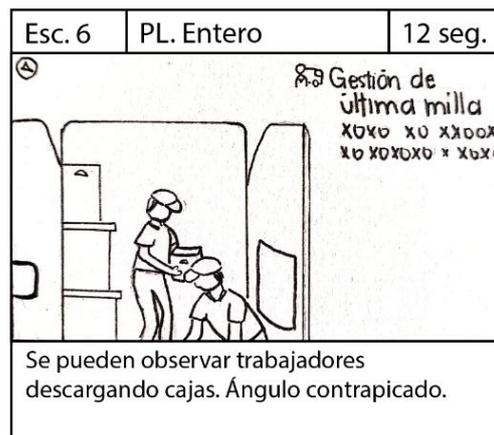
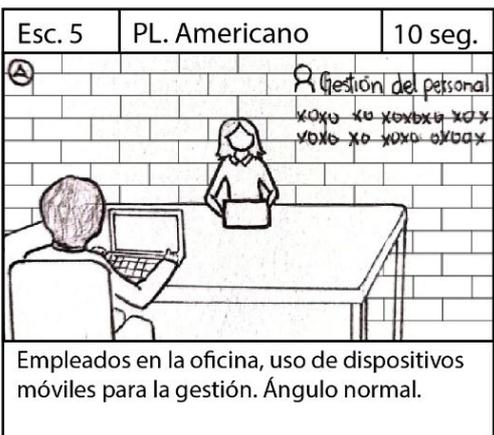
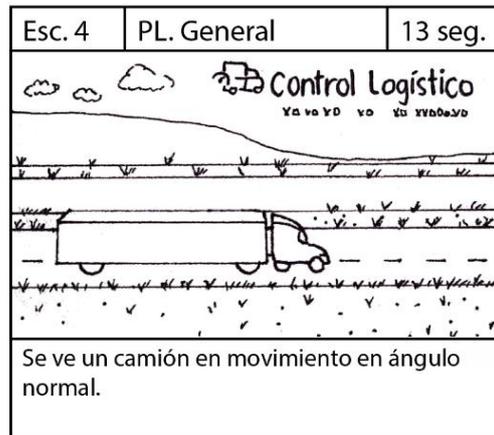
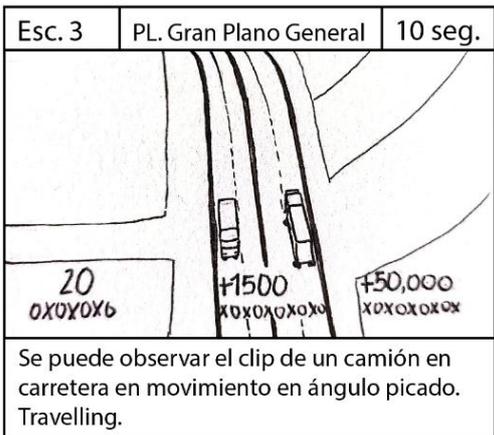
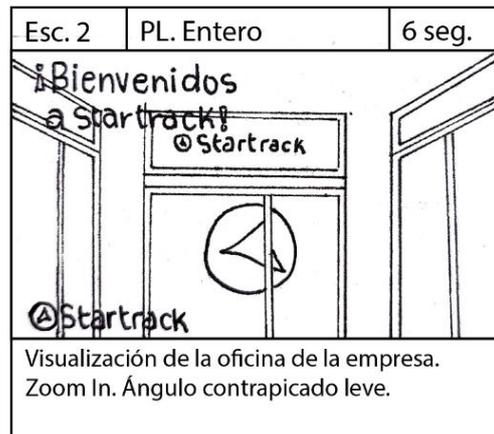
7.3.1.2. Storyboard

7.3.1.2.1. Boceto Natural

STORYBOARD

Cliente: Startrack
Producto: Video Informativo
Título: Innovación tecnológica sin fronteras

Año: 2024
Página: 1/3
Duración: 2:22 min

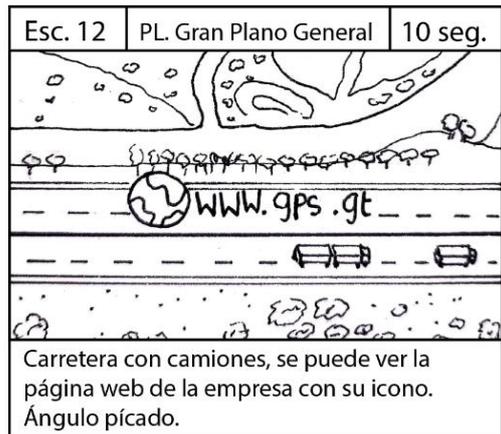
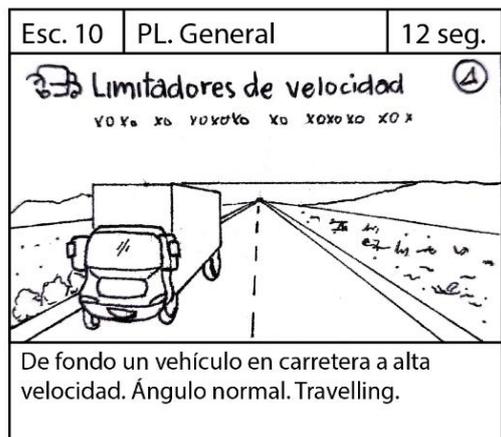
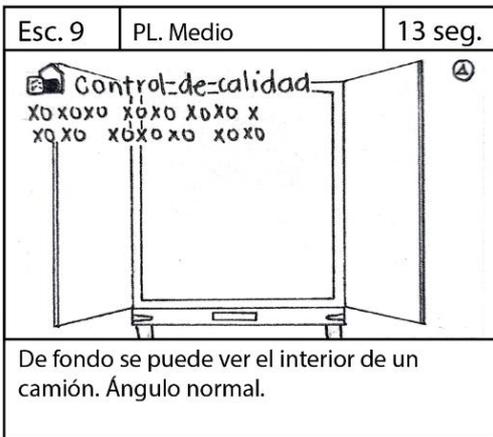
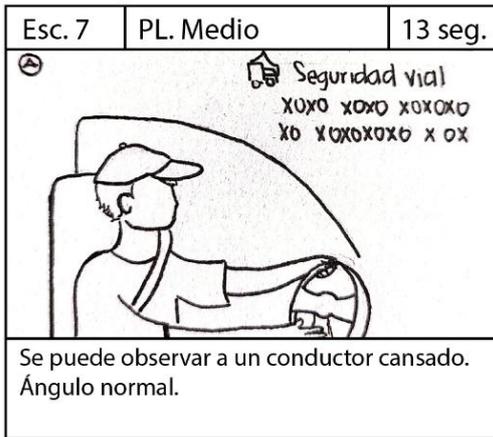


7.3.1.2.1. Boceto Natural

STORYBOARD

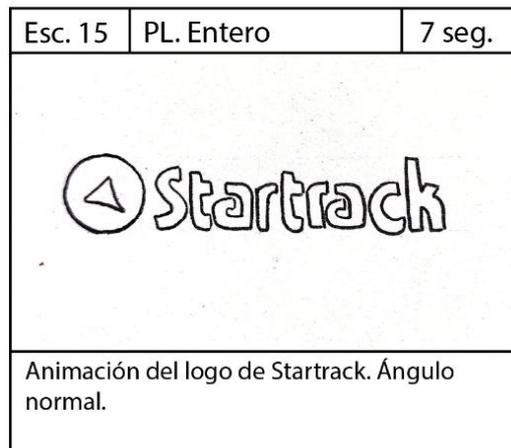
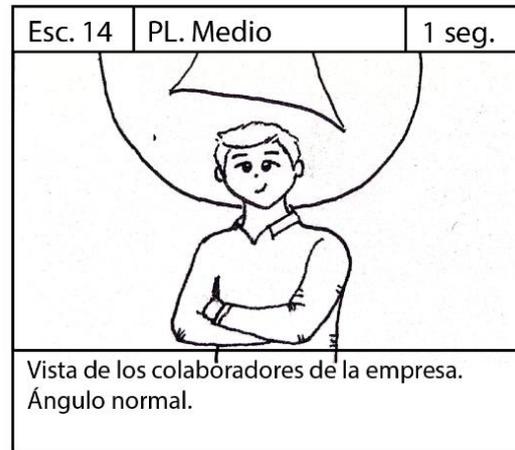
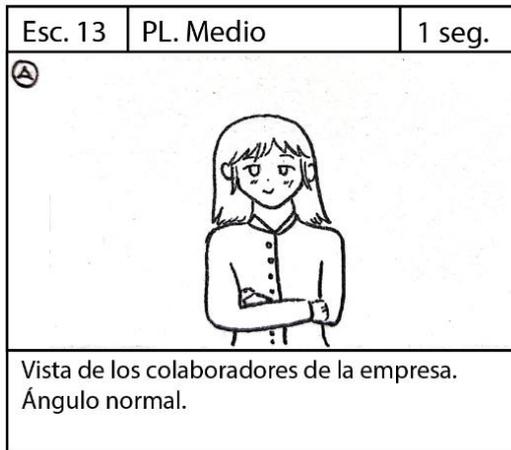
Cliente: Startrack
Producto: Video Informativo
Título: Innovación tecnológica sin fronteras

Año: 2024
Página: 2/3
Duración: 2:22 min



7.3.1.2.1. Boceto Natural

STORYBOARD

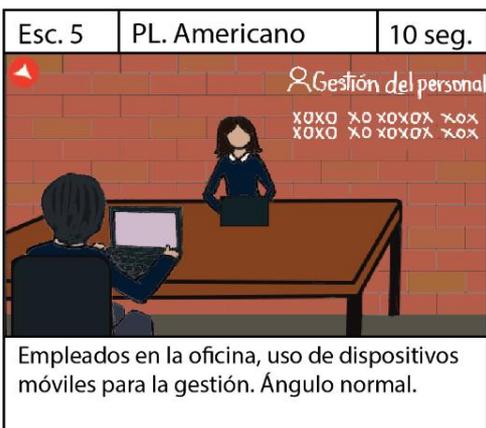
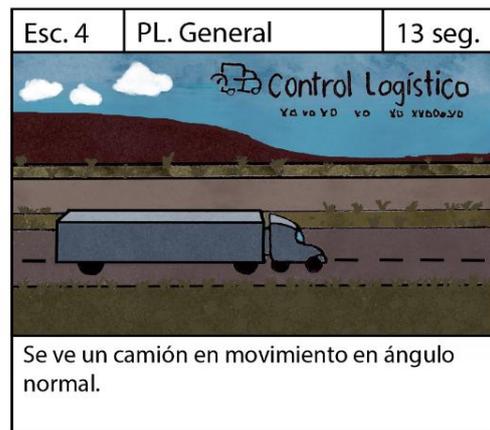
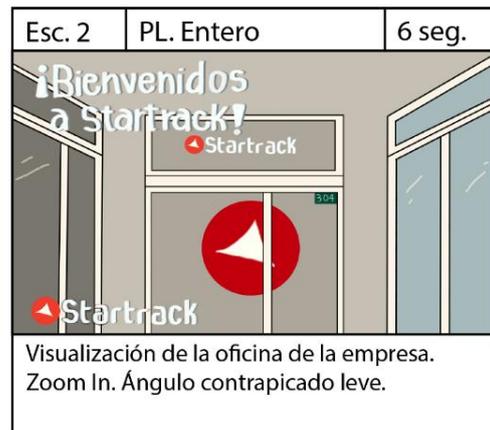
Cliente: Startrack**Producto:** Video Informativo**Título:** Innovación tecnológica sin fronteras**Año:** 2024**Página:** 3/3**Duración:** 2:22 min

7.3.1.2.2. Boceto Formal

STORYBOARD

Cliente: Startrack
Producto: Video Informativo
Título: Innovación tecnológica sin fronteras

Año: 2024
Página: 1/3
Duración: 2:22 min

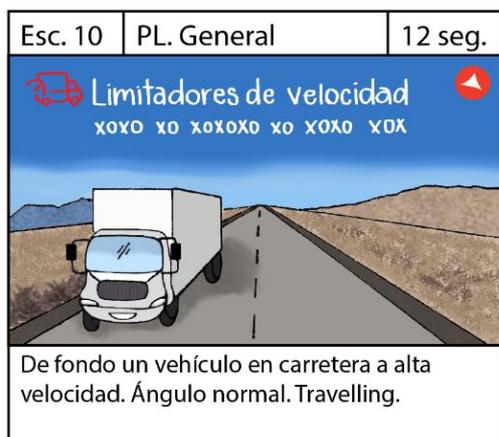
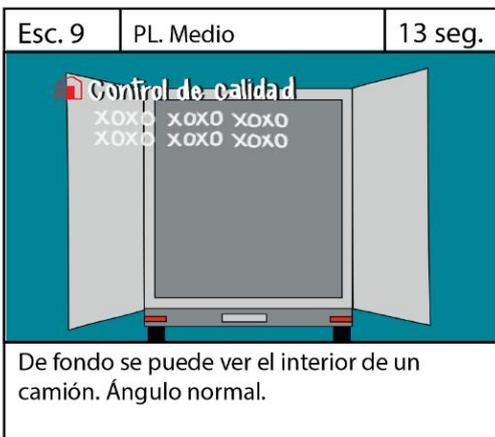
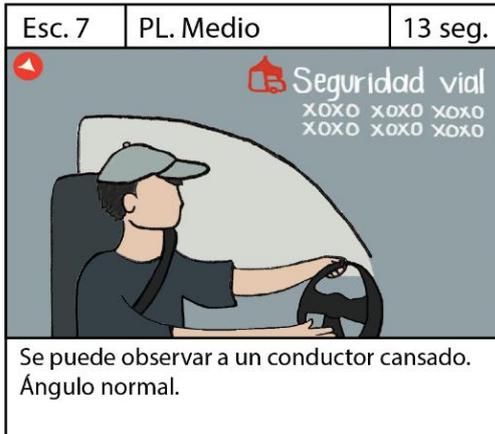


7.3.1.2.2. Boceto Formal

STORYBOARD

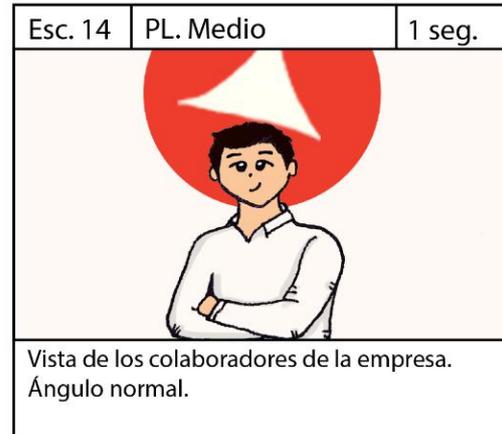
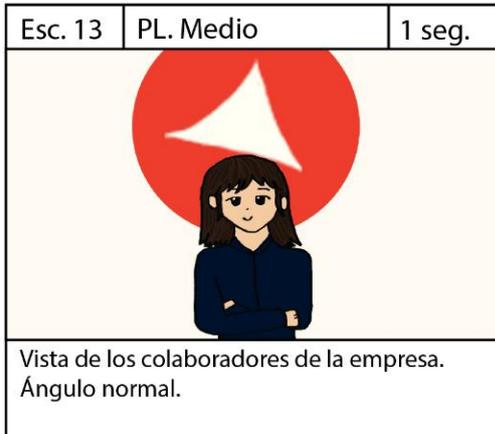
Cliente: Startrack
Producto: Video Informativo
Título: Innovación tecnológica sin fronteras

Año: 2024
Página: 2/3
Duración: 2:22 min



7.3.1.2.2. Boceto Formal

STORYBOARD

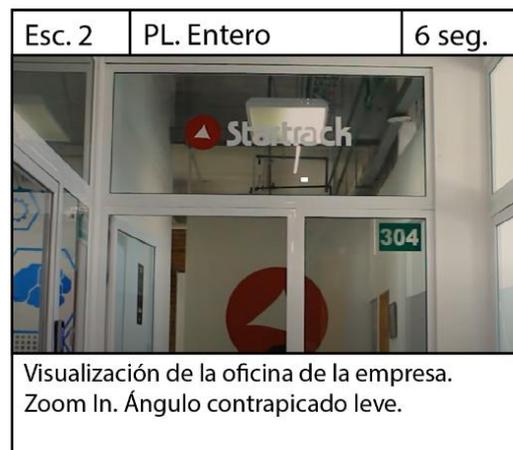
Cliente: Startrack**Producto:** Video Informativo**Título:** Innovación tecnológica sin fronteras**Año:** 2024**Página:** 3/3**Duración:** 2:22 min

7.3.1.2.3. Boceto Digitalizado

STORYBOARD

Cliente: Startrack
Producto: Video Informativo
Título: Innovación tecnológica sin fronteras

Año: 2024
Página: 1/3
Duración: 2:22 min



7.3.1.2.3. Boceto Digitalizado

STORYBOARD

Cliente: Startrack
Producto: Video Informativo
Título: Innovación tecnológica sin fronteras

Año: 2024
Página: 2/3
Duración: 2:22 min



7.3.1.2.3. Boceto Digitalizado

STORYBOARD

Cliente: Startrack
Producto: Video Informativo
Título: Innovación tecnológica sin fronteras

Año: 2024
Página: 3/3
Duración: 2:22 min



7.3.1.3. Proceso de edición en Adobe Premiere Pro.

Paso 1. Después de revisar y seleccionar el material, se procedió a crear una nueva secuencia con los clips de video, la secuencia tiene una resolución de 3840*2160 pixeles. Posteriormente se colocaron en el orden preestablecido en el storyboard.

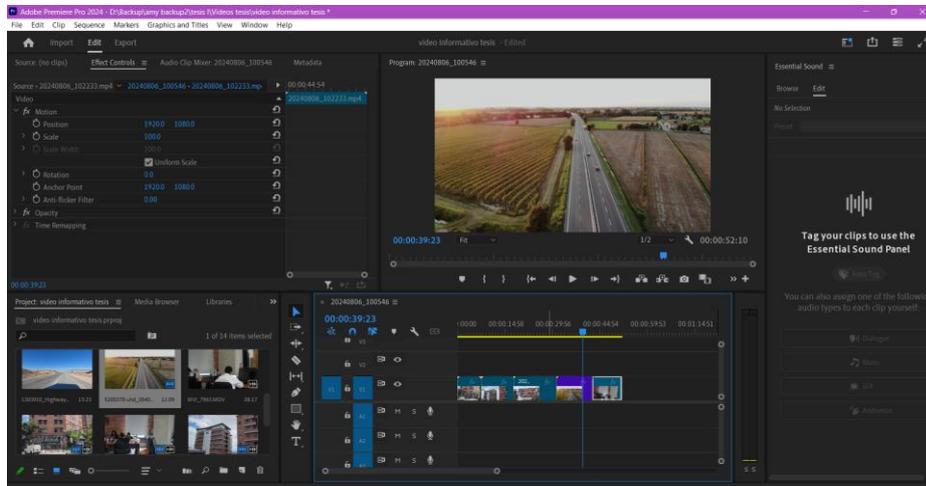


Figura No 5. Proceso de digitalización, paso 1, captura de pantalla. Realizada por Amy Olivares.

Paso 2. Se ajustaron y recortaron los clips para que quedaran sin exceso de tiempo, al igual que se desvinculó el audio con el video para eliminar este.

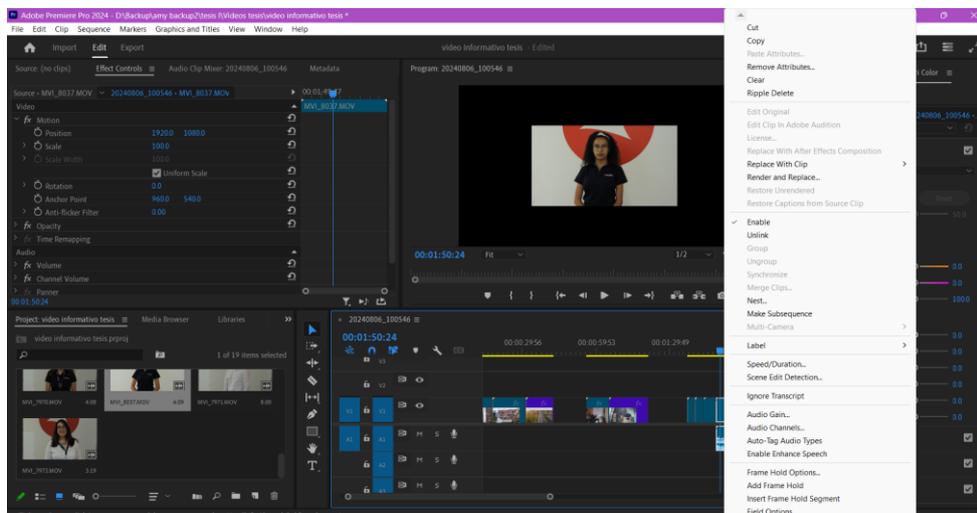


Figura No 6. Proceso de digitalización, paso 2, captura de pantalla. Realizada por Amy Olivares.

Paso 3. Se realizó corrección de color en algunos clips para emparejar el color y se viera la imagen más agradable y menos oscura.

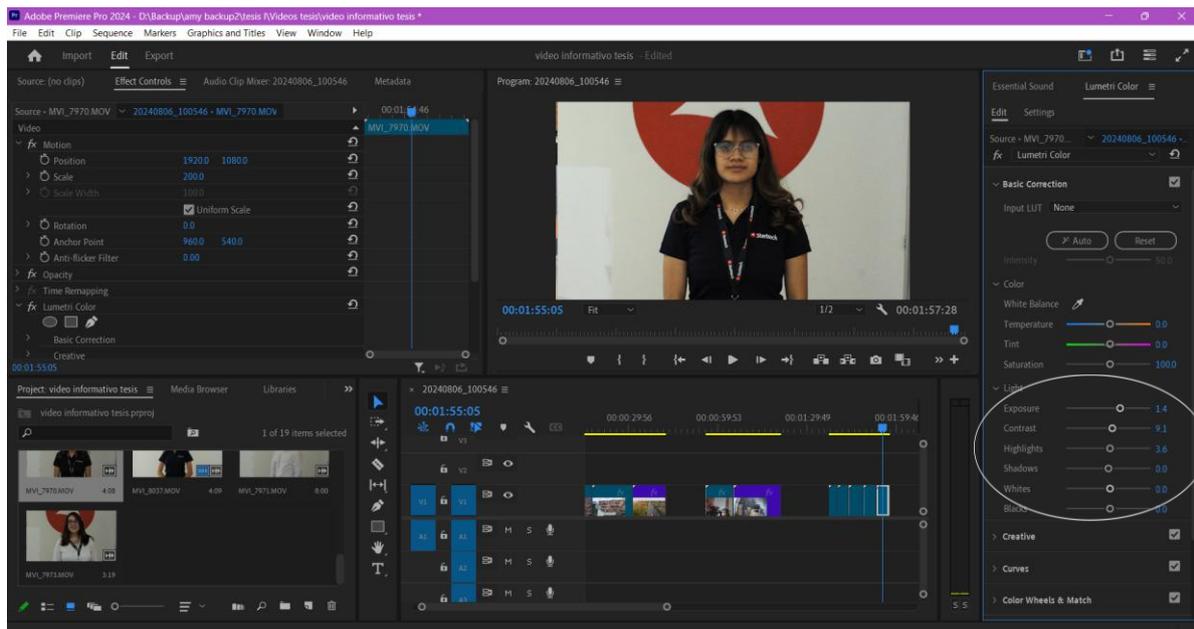


Figura No 7. Proceso de digitalización, paso 3, captura de pantalla. Realizada por Amy Olivares.

Paso 4. Se agregaron los movimientos de cámara, como la posición y la escala. Para eso se utilizaron fotogramas clave para colocar los movimientos en dónde fuera necesario.

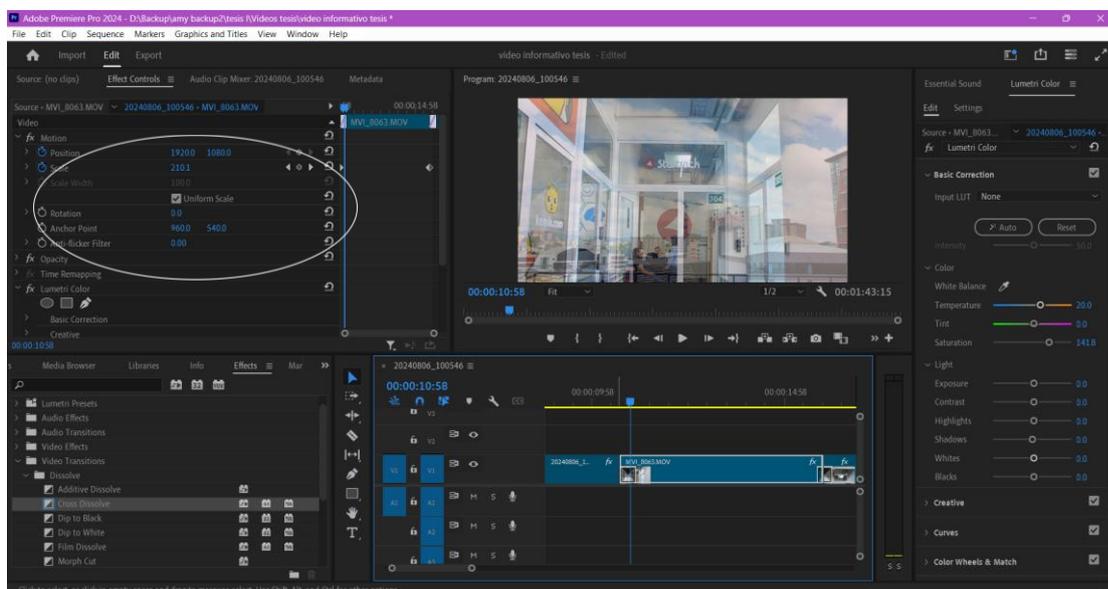


Figura No 8. Proceso de digitalización, paso 4, captura de pantalla. Realizada por Amy Olivares.

Paso 5. Seguidamente se colocaron todos los textos para luego ser animados, al igual que la colocación del logotipo de la empresa.

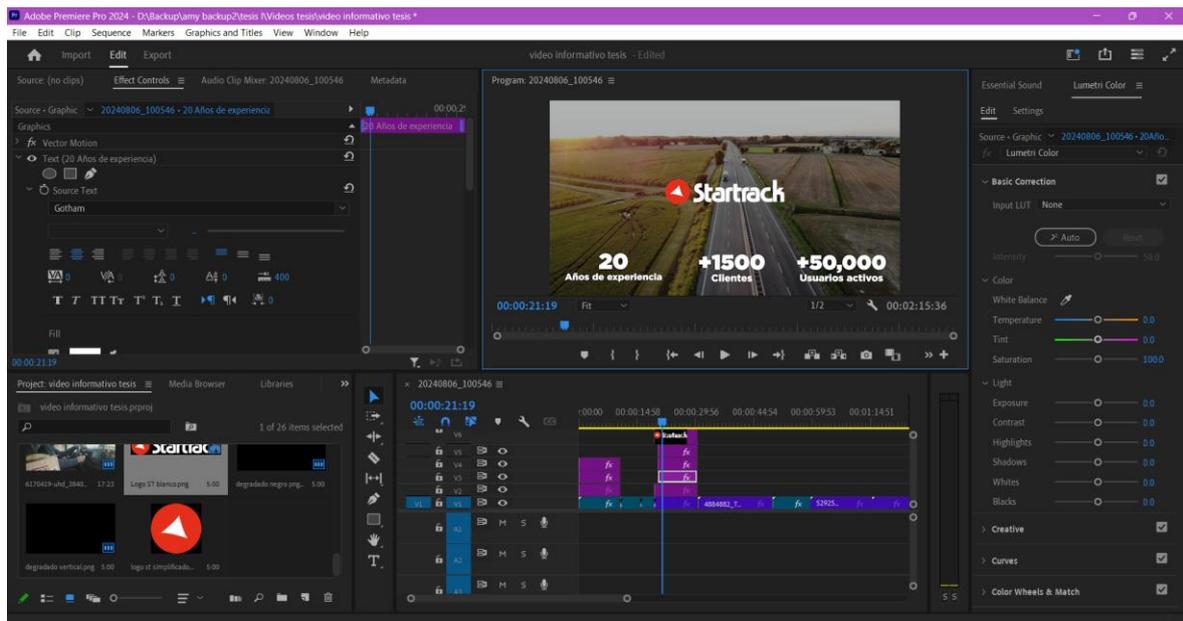


Figura No 9. Proceso de digitalización, paso 5, captura de pantalla. Realizada por Amy Olivares.

Paso 6. Luego se colocaron los audios descriptivos de cada texto, describiendo los detalles de los productos.

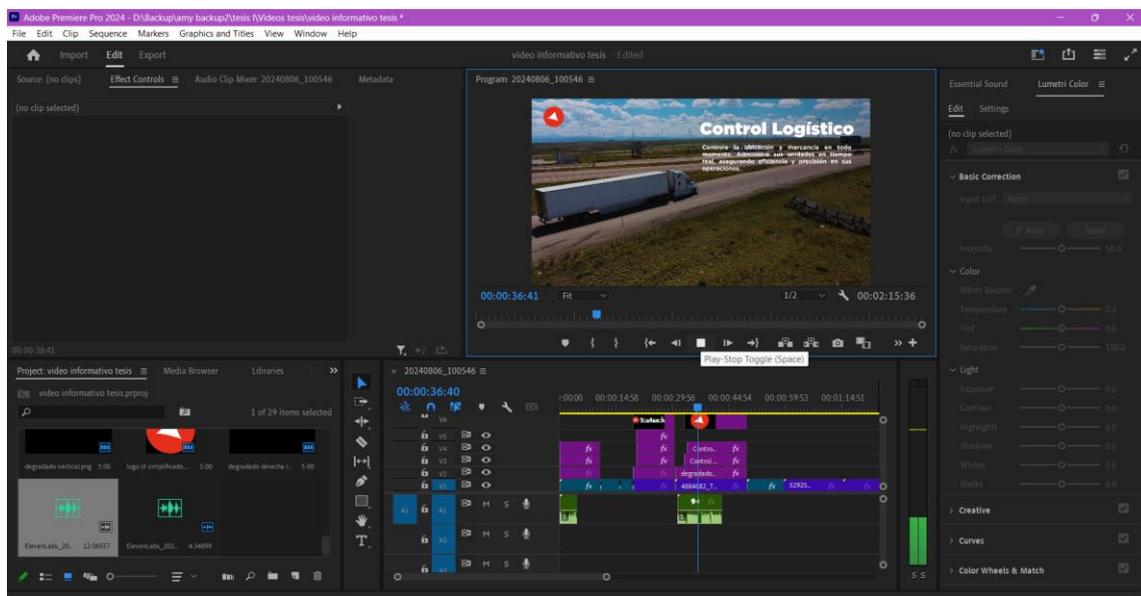


Figura No 10. Proceso de digitalización, paso 6, captura de pantalla. Realizada por Amy Olivares.

Paso 7. Luego se agregaron las transiciones y efectos en el apartado de “efectos” para los clips de video y para los textos e iconos.

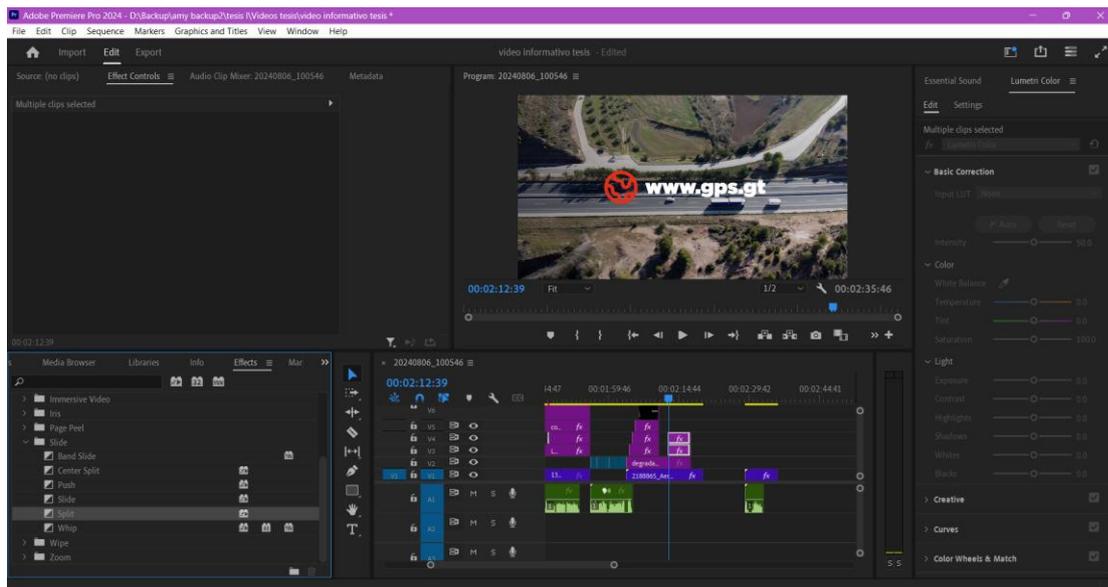


Figura No 11. Proceso de digitalización, paso 7, captura de pantalla. Realizada por Amy Olivares.

Paso 8. Se realizó la animación 3D del logotipo de la empresa en el programa Blender.

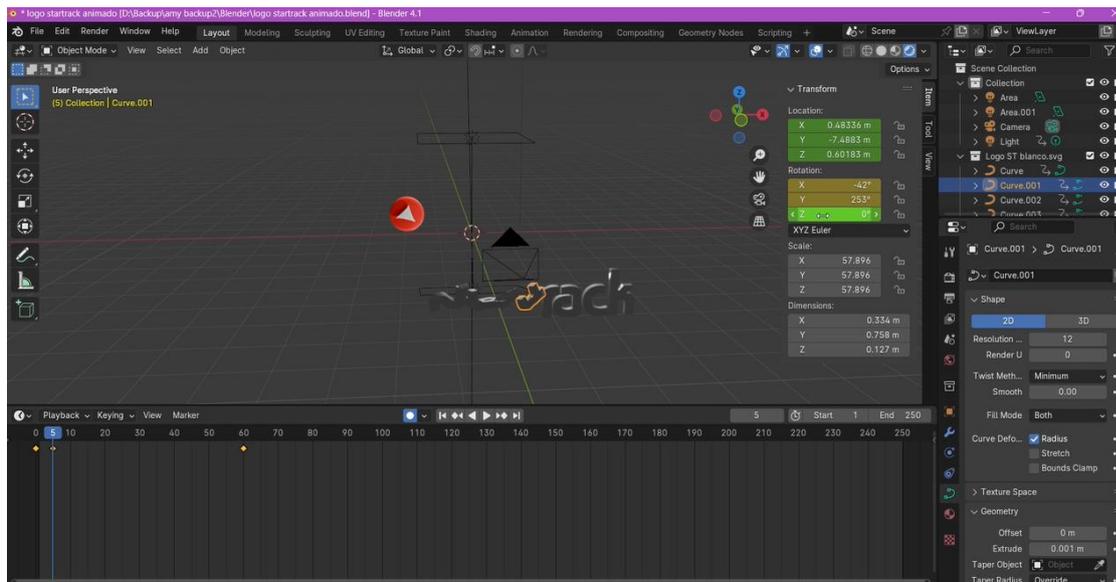


Figura No 12. Proceso de digitalización, paso 8, captura de pantalla. Realizada por Amy Olivares.

Paso 9. Por último, se colocó la música final para darle más dinamismo e integridad al video.

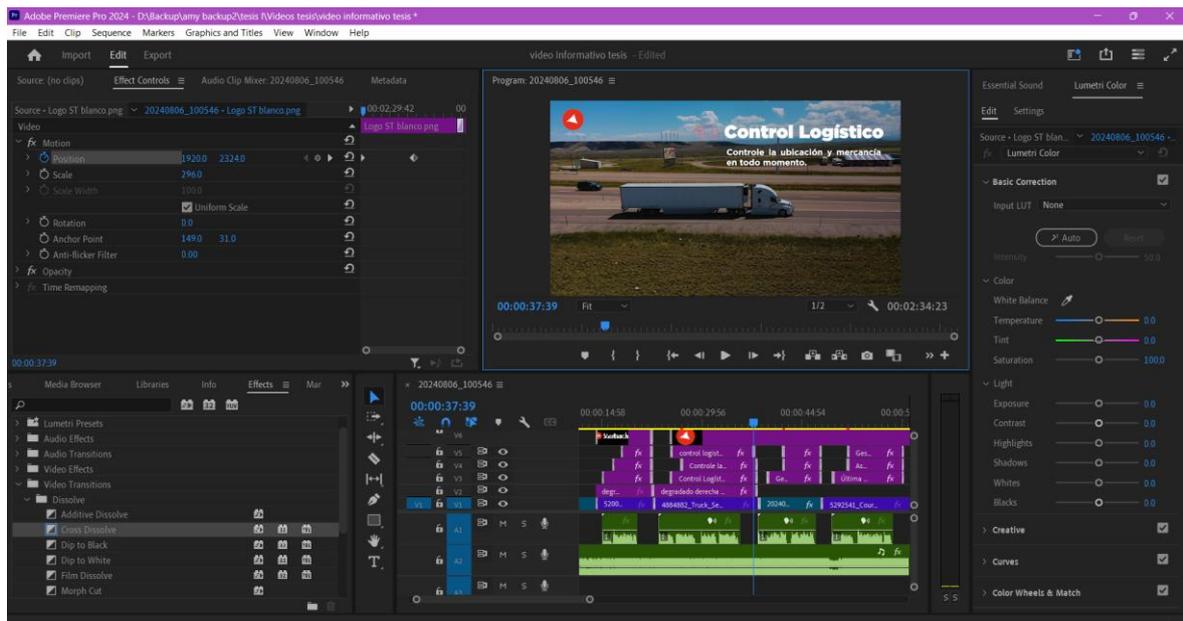


Figura No 13. Proceso de digitalización, paso 9, captura de pantalla. Realizada por Amy Olivares.

7.4. Propuesta preliminar

A continuación, se muestran imágenes que permiten visualizar algunos elementos del material audiovisual, el cual posee las siguientes características de video:

- Duración de 2 minutos y 34 segundos.
- Velocidad de 59.89 frames (fotogramas por segundo).
- Resolución de 3840*2160 pixeles, tipo de archivo MP4 (.mp4)
- Tamaño 2.56 GB (2,755,206,811 bytes).

Secuencia de imágenes que constituyen el material audiovisual.



Figura No 14. Propuesta preliminar, captura de pantalla. Realizada por Amy Olivares.

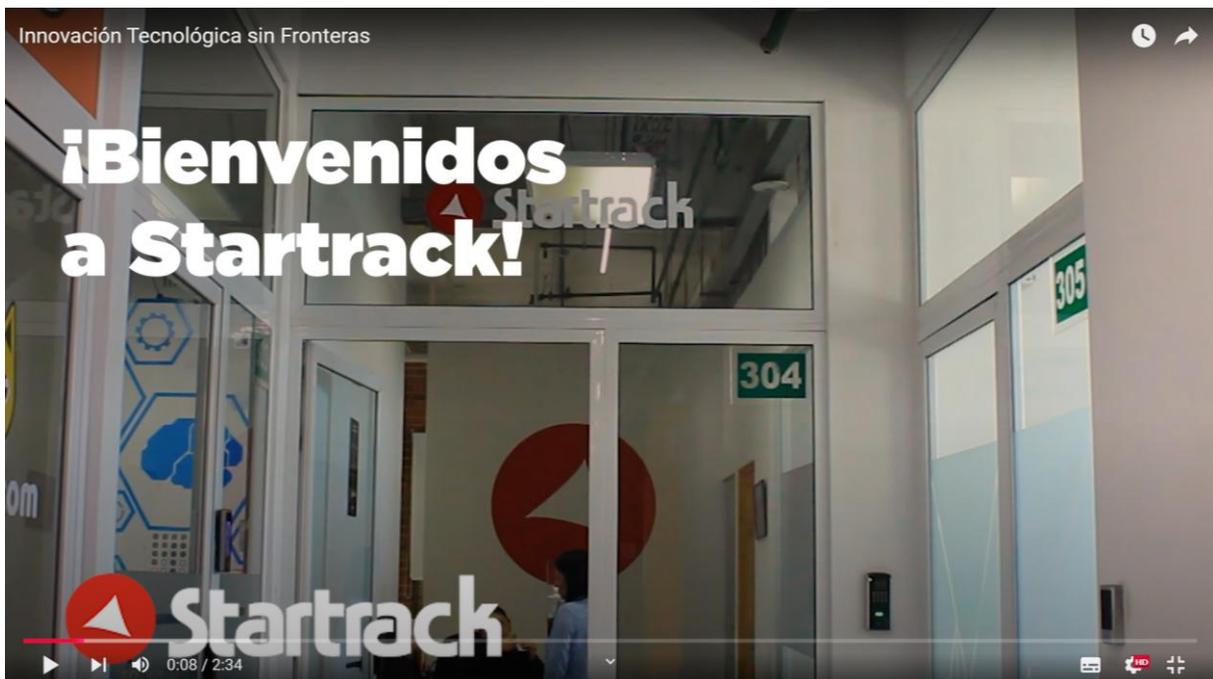


Figura No 15. Propuesta preliminar, captura de pantalla. Realizada por Amy Olivares.

Secuencia de imágenes que constituyen el material audiovisual.

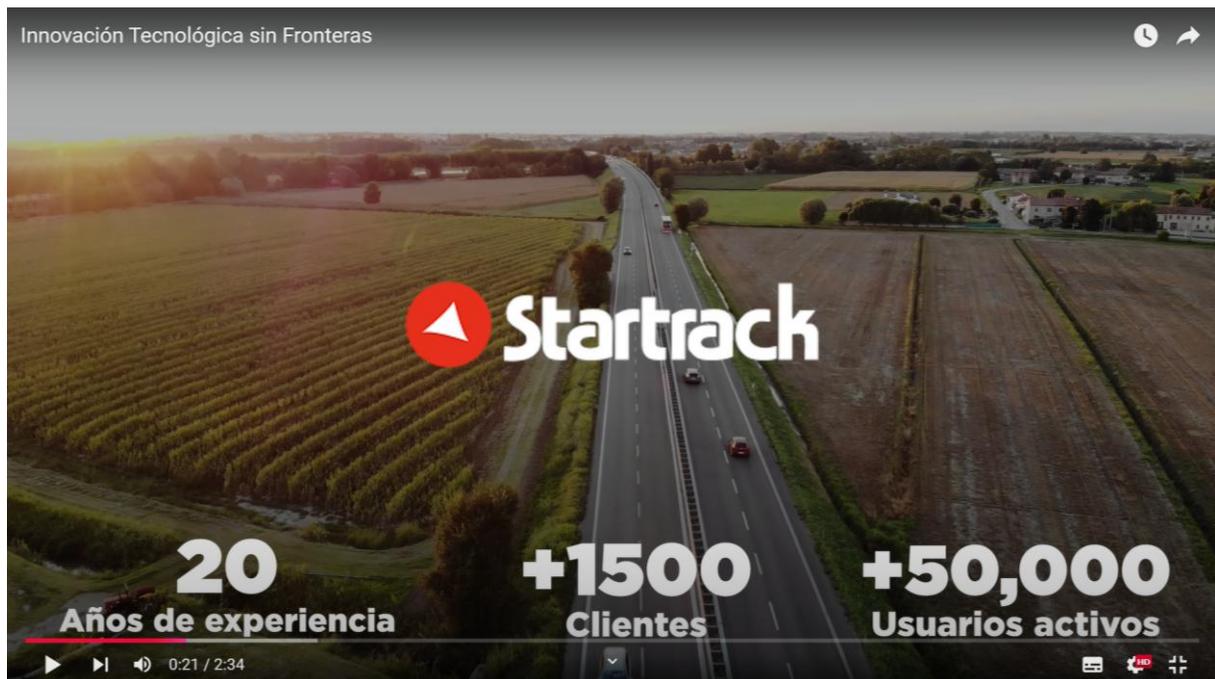


Figura No 16. Propuesta preliminar, captura de pantalla. Realizada por Amy Olivares.



Figura No 17. Propuesta preliminar, captura de pantalla. Realizada por Amy Olivares.

Secuencia de imágenes que constituyen el material audiovisual.



Figura No 18. Propuesta preliminar, captura de pantalla. Realizada por Amy Olivares.



Figura No 19. Propuesta preliminar, captura de pantalla. Realizada por Amy Olivares.

Secuencia de imágenes que constituyen el material audiovisual.



Figura No 20. Propuesta preliminar, captura de pantalla. Realizada por Amy Olivares.



Figura No 21. Propuesta preliminar, captura de pantalla. Realizada por Amy Olivares.

Secuencia de imágenes que constituyen el material audiovisual.



Figura No 22. Propuesta preliminar, captura de pantalla. Realizada por Amy Olivares.



Figura No 23. Propuesta preliminar, captura de pantalla. Realizada por Amy Olivares.

Secuencia de imágenes que constituyen el material audiovisual.



Figura No 24. Propuesta preliminar, captura de pantalla. Realizada por Amy Olivares.

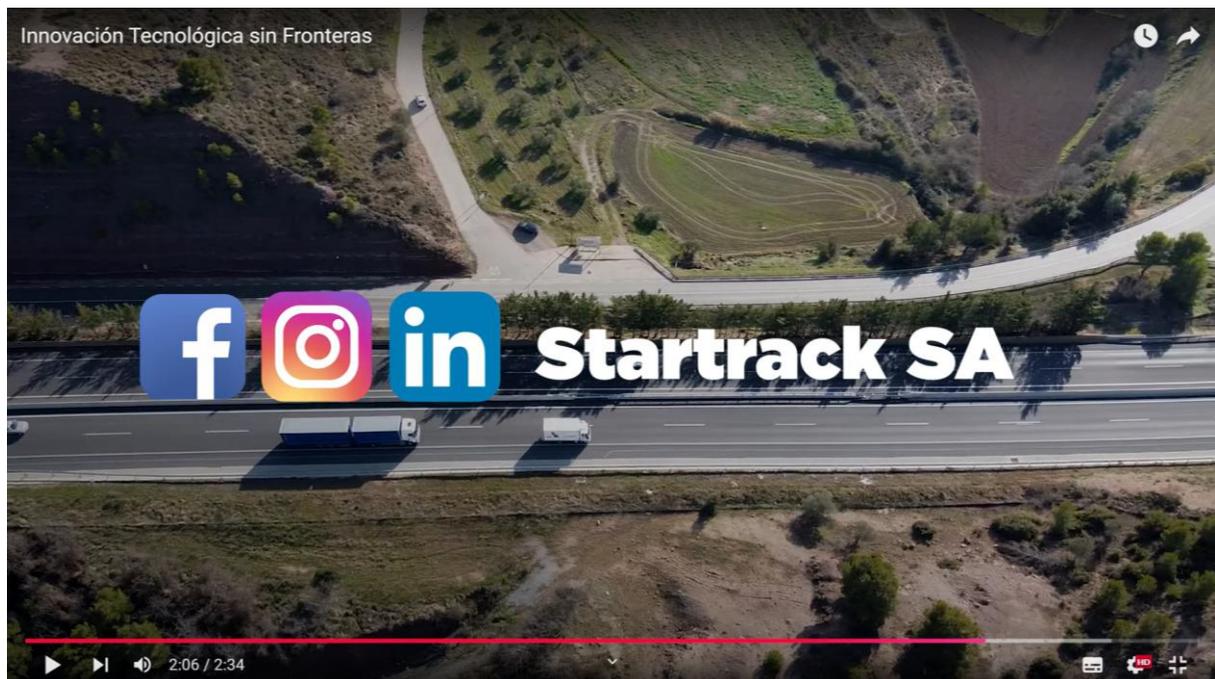


Figura No 25. Propuesta preliminar, captura de pantalla. Realizada por Amy Olivares.

Secuencia de imágenes que constituyen el material audiovisual.



Figura No 26. Propuesta preliminar, captura de pantalla. Realizada por Amy Olivares.



Figura No 27. Propuesta preliminar, captura de pantalla. Realizada por Amy Olivares.

En el siguiente enlace se podrá acceder a la visualización de la propuesta preliminar del material audiovisual previamente descrito.

<https://youtu.be/kisdEOh-ngg?si=FGyQiCh-EWvBGBDh>

Capítulo VIII

Validación técnica



Capítulo VIII: Validación técnica

Al haber concluido con la propuesta preliminar de la producción del video informativo para dar a conocer los productos tecnológicos y servicios de rastreo satelital que promueve y vende la empresa Startrack a sus clientes reales y potenciales, se procede a realizar la validación técnica.

La investigación combina enfoques cuantitativos y cualitativos. El enfoque cuantitativo se utilizará para medir los resultados de las encuestas realizadas a los participantes, mientras que el enfoque cualitativo permitirá evaluar la percepción de los encuestados sobre la propuesta inicial del diseño.

La herramienta a utilizar es una encuesta de respuesta múltiple, esta será realizada de forma virtual por medio de Google Forms. Esta se aplicará a un total de 30 personas divididas en 3 grupos. Cliente (6), a hombres y mujeres del grupo objetivo (16) y a expertos en el área comunicación, diseño (8).

8.1. Población y muestreo

Las encuestas se realizarán a una muestra de 30 personas divididas en tres grupos:

Clientes: Nery Castellanos, Elisa Guillén, Gabriel Marroquin, German Ralon, Adriana Miranda, Edelinda Girón.

Expertos: Profesionales en distintas áreas de la comunicación, diseño y el diseño audiovisual.

- a. Arnulfo Guzmán / Comunicólogo
- b. Ingrid Ordoñez / Mercadóloga
- c. Shirley Caballeros / Master en Gestión de Capital Humano
- d. Clara Monroy / Diseñadora y Comunicadora
- e. Shirley González / Diseñadora y Comunicadora
- f. Jorge Woc / Diseñador y Comunicador

g. Andrea Sofía Díaz / Diseñadora y Comunicadora

h. Gilda Hernández / Diseñadora y Comunicadora

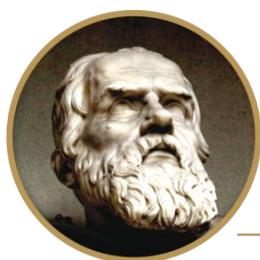
Grupo Objetivo: Personas de 30 a 45 años, sexo masculino o femenino, que residan en la Ciudad de Guatemala, y que su nivel socioeconómico sea nivel C1, C2.

8.2. Método e instrumentos

El instrumento que se utilizará para validar el proyecto será una encuesta digital, la cual se aplicará a las personas mencionadas previamente. Se busca obtener respuestas basadas en la propuesta preliminar presentada. El objetivo de la encuesta es recolectar las opiniones individuales de cada participante.

El método que se utilizará en esta encuesta será la escala de Likert, que permite evaluar el nivel de aceptación o satisfacción desde un rango de mayor a menor. Además, se incluirán preguntas dicotómicas, las cuales facilitarán la obtención de respuestas claras y limitándose a opciones de "Sí" o "No".

8.2.1. Modelo de la encuesta



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

Facultad de Ciencias de la Comunicación

FACOM

Licenciatura en Comunicación y Diseño

Proyecto de graduación

Nombre: _____

Profesión: _____ Puesto: _____

Edad: _____ Género: F____ M:_____

Experto

Cliente

Grupo Objetivo

Encuesta de validación del proyecto:

Producción de un video informativo para dar a conocer los productos tecnológicos y servicios de rastreo satelital que promueve y vende la empresa Startrack a sus clientes reales y potenciales.

Antecedentes:

Startrack es una empresa desarrolladora de software para la gestión y automatización logística, cuenta con más de 20 años de experiencia y cuentan con más de 1500 clientes.

Se fundó en el año 2004 y se especializa en Monitoreo de personal, Sensores GPS, Rastreo de flotas, Rastreo de vehículos, Software para recolección de información, Software para logística de transporte, Última Milla y Productividad.

Instrucciones:

Con base a lo anterior, observe la propuesta en el enlace de visualización:

<https://youtu.be/E5qK-EUcDIE> y según su criterio conteste las siguientes preguntas de validación.

Parte objetiva

1. ¿Considera necesaria la producción de un video informativo para dar a conocer los productos tecnológicos y servicios de rastreo satelital que promueve y vende la empresa Startrack a sus clientes reales y potenciales en la Ciudad de Guatemala?

Si_____ No_____

2. ¿Piensa que es importante recopilar información acerca de los productos tecnológicos y servicios de rastreo de la empresa Startrack para que puedan ser agregados al video informativo y facilite la información a clientes reales y potenciales?

Si_____ No_____

3. ¿Considera adecuado investigar términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño relacionados con el desarrollo de producciones de videos informativos para el desarrollo del proyecto?

Si_____ No_____

4. ¿Piensa que es necesario clasificar el material audiovisual con la finalidad de editarlo a través de programas de diseño, a fin de integrarlo al video informativo y ofrecer un resultado satisfactorio a clientes reales y potenciales de la empresa?

Si_____ No_____

Parte semiológica

5. Considera que los colores aplicados en el video son:

Muy adecuados_____ Poco adecuados_____ Nada adecuados_____

6. Cree que la música aplicada en el video es:

Muy apropiada_____ Poco apropiada_____ Nada apropiada_____

7. Piensa que la duración del video es:

Muy conveniente_____ Poco conveniente_____ Nada conveniente_____

8. Considera que la diagramación de los textos e iconos es:

Muy funcional_____ Poco funcional_____ Nada funcional_____

9. Estima que la composición de ideas es:

Muy entendible_____ Poco entendible_____ Nada entendible_____

Parte operativa

10. Piensa que la tipografía utilizada en el video es:

Muy funcional_____ Poco funcional_____ Nada funcional_____

11. Considera que el tiempo de cambio de escena es:

Muy conveniente_____ Poco conveniente_____ Nada conveniente_____

12. Cree que la resolución del video es:

Muy apropiada____ Poco apropiada____ Nada apropiada____

13. Considera que el nivel de volumen de la música y voces es:

Muy adecuada____ Poco adecuada____ Nada adecuada____

14. Estima que la accesibilidad del video es:

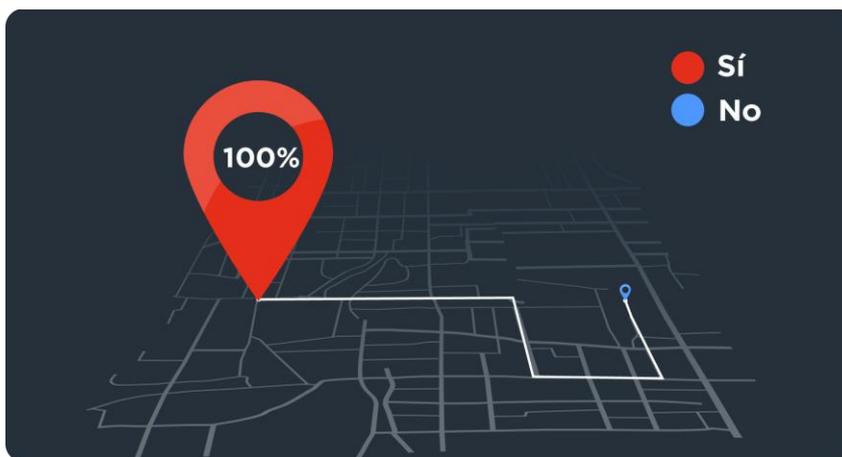
Muy funcional____ Poco funcional____ Nada funcional____

De antemano se agradece sinceramente el tiempo y esfuerzo que ha dedicado a completar esta encuesta. Si tiene algún comentario, sugerencia o crítica personal puede hacerla en el siguiente espacio. Muchas gracias.

8.3. Resultados e interpretación de resultados

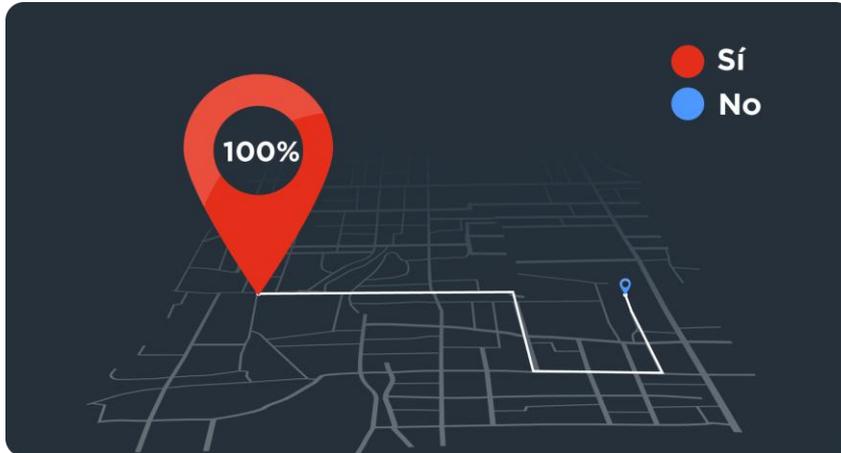
Parte Objetiva

1. ¿Considera necesaria la producción de un video informativo para dar a conocer los productos tecnológicos y servicios de rastreo satelital que promueve y vende la empresa Startrack a sus clientes reales y potenciales en la Ciudad de Guatemala?



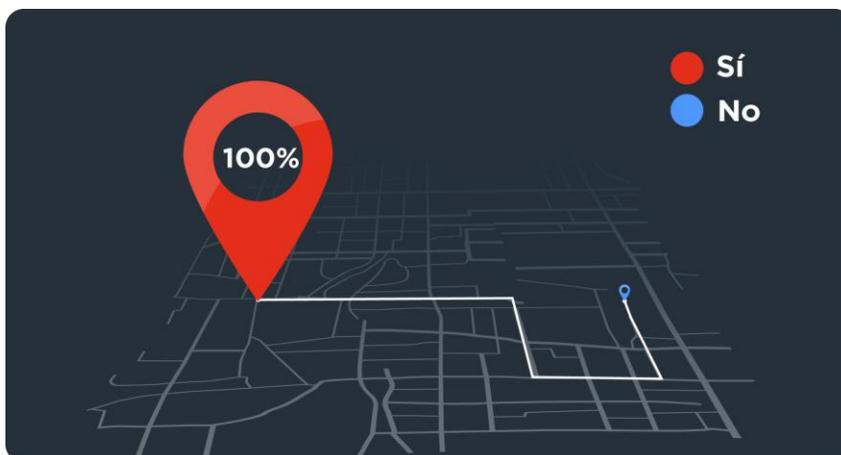
Interpretación: El 100% de los encuestados considera necesaria la producción de un video informativo para dar a conocer los productos tecnológicos y servicios de rastreo satelital que promueve y vende la empresa Startrack a sus clientes reales y potenciales en la Ciudad de Guatemala.

2. ¿Piensa que es importante recopilar información acerca de los productos tecnológicos y servicios de rastreo de la empresa Startrack para que puedan ser agregados al video informativo y facilite la información a clientes reales y potenciales?



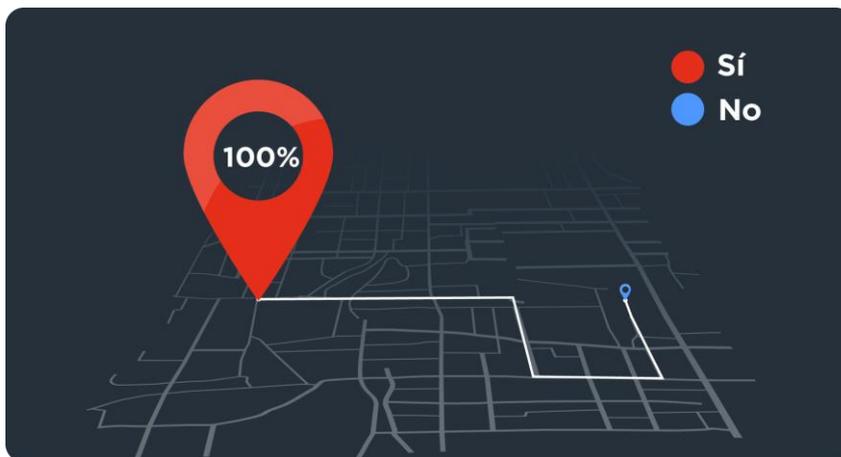
Interpretación: El 100% de los encuestados piensa que sí es importante recopilar información acerca de los productos tecnológicos y servicios de rastreo de la empresa Startrack para que puedan ser agregados al video informativo y facilite la información a clientes reales y potenciales.

3. ¿Considera adecuado investigar términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño relacionados con el desarrollo de producciones de videos informativos para el desarrollo del proyecto?



Interpretación: El 100% de los encuestados considera adecuado investigar términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño relacionados con el desarrollo de producciones de videos informativos para el desarrollo del proyecto

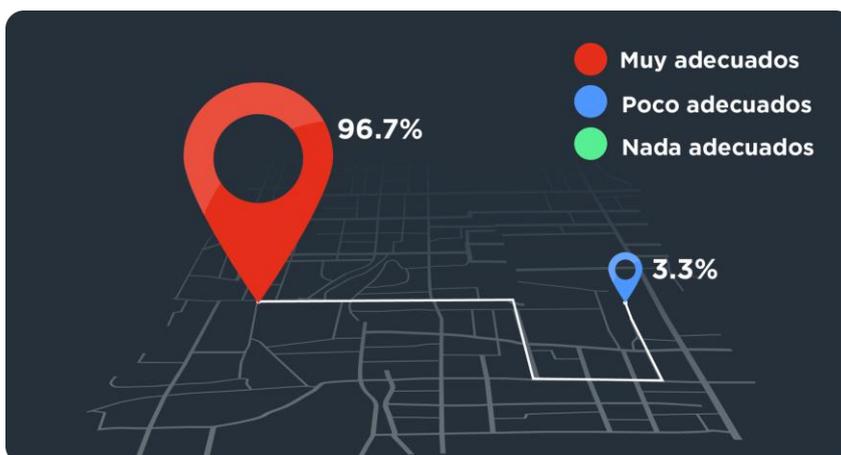
4. ¿Piensa que es necesario clasificar el material audiovisual con la finalidad de editarlo a través de programas de diseño, a fin de integrarlo al video informativo y ofrecer un resultado satisfactorio a clientes reales y potenciales de la empresa?



Interpretación: El 100% de los encuestados piensa que si es necesario clasificar el material audiovisual con la finalidad de editarlo a través de programas de diseño, a fin de integrarlo al video informativo y ofrecer un resultado satisfactorio a clientes reales y potenciales de la empresa

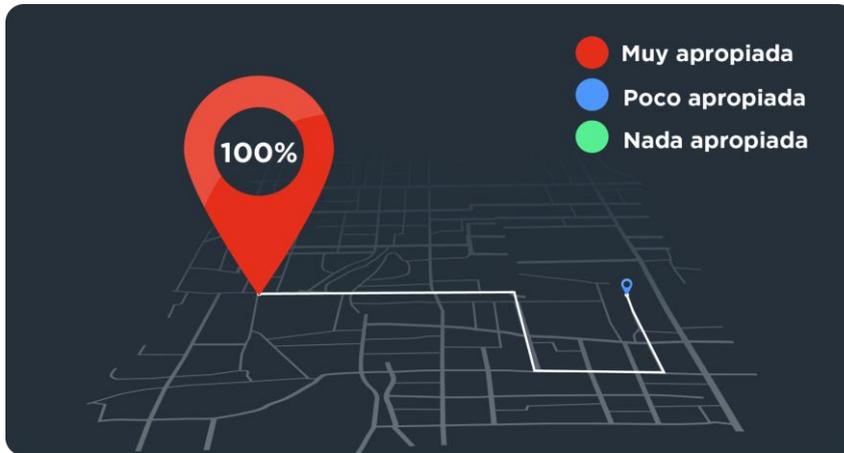
Parte semiológica

5. Considera que los colores aplicados en el video son:



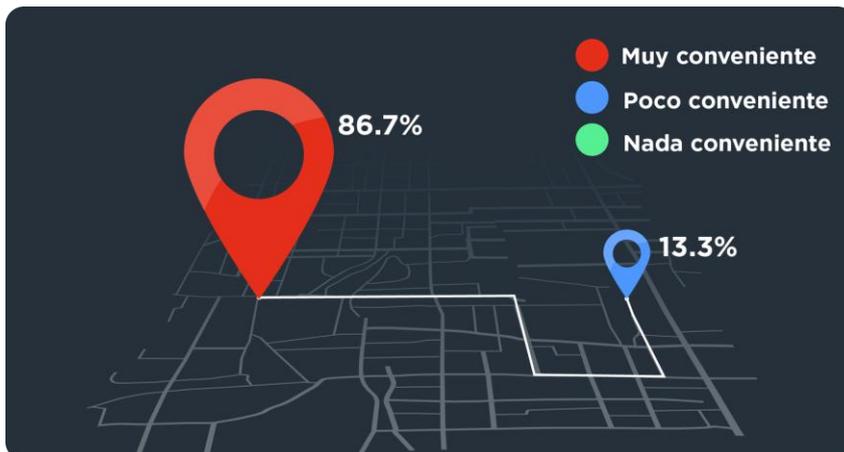
Interpretación: El 96.7% de los encuestados considera que los colores aplicados en el video son muy adecuados, mientras que el 3.3% considera que son poco adecuados.

6. Cree que la música aplicada en el video es:



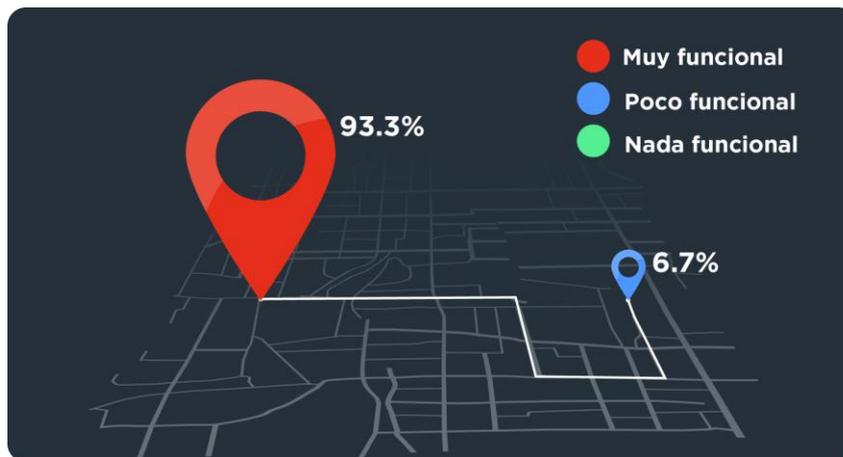
Interpretación: El 100% de los encuestados cree que la música aplicada en el video es muy apropiada.

7. Piensa que la duración del video es:



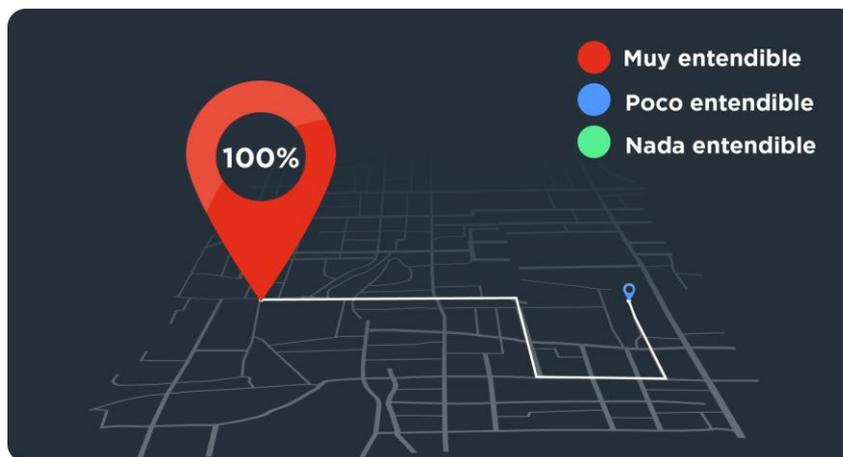
Interpretación: El 86.7% de los encuestados piensa que la duración del video es muy conveniente, mientras que el 13.3% piensa que es poco conveniente.

8. Considera que la diagramación de los textos e iconos es:



Interpretación: El 93.3% de los encuestados considera que la diagramación de los textos e iconos es muy funcional, mientras que el 6.7% considera que es poco funcional.

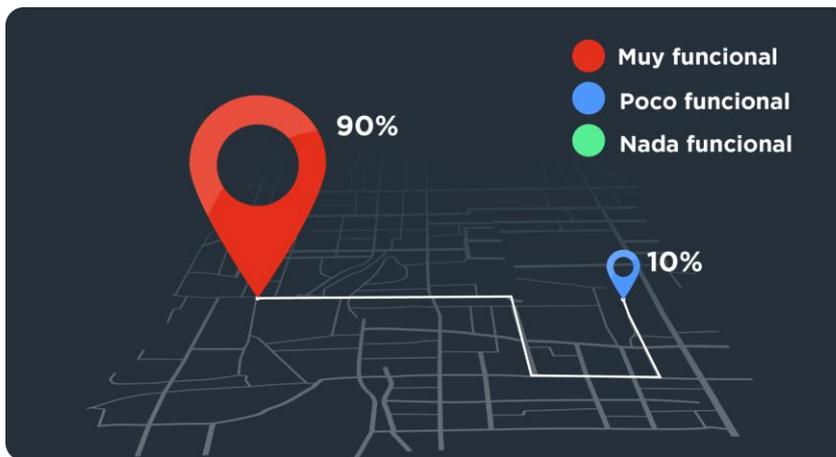
9. Estima que la composición de ideas es:



Interpretación: El 100% de los encuestados cree que la composición de ideas es muy entendible.

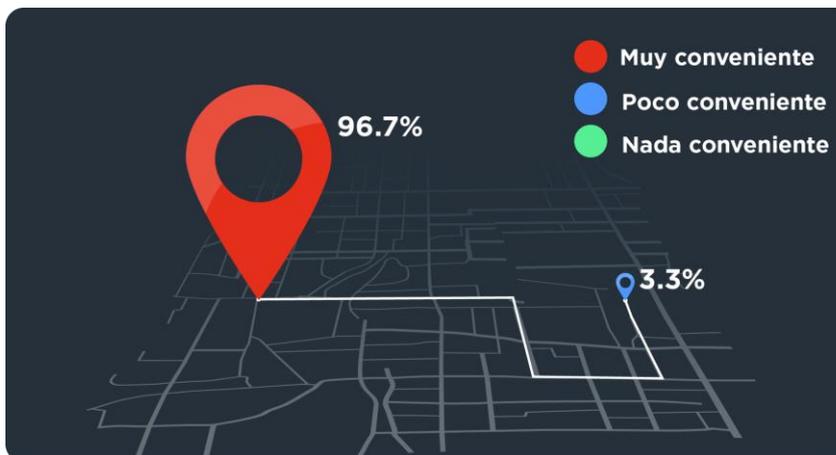
Parte operativa

10. Piensa que la tipografía utilizada en el video es:



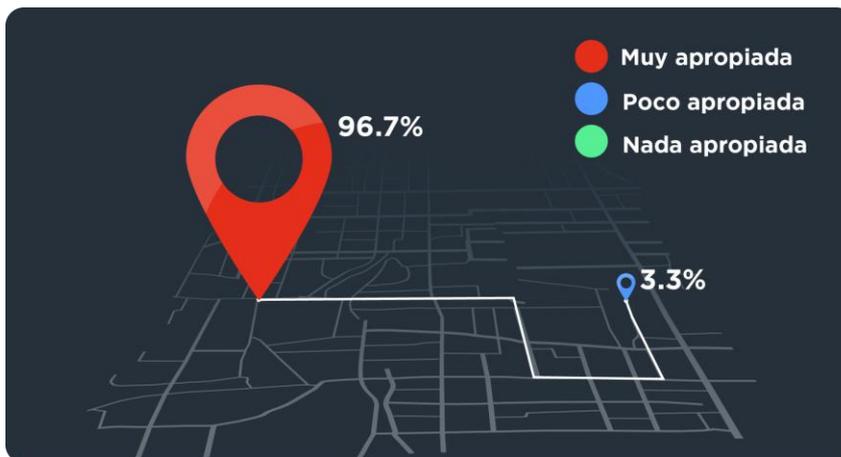
Interpretación: El 90% de los encuestados piensa que la tipografía utilizada en el video es muy funcional, mientras que el 10% piensa que es poco funcional.

11. Considera que el tiempo de cambio de escena es:



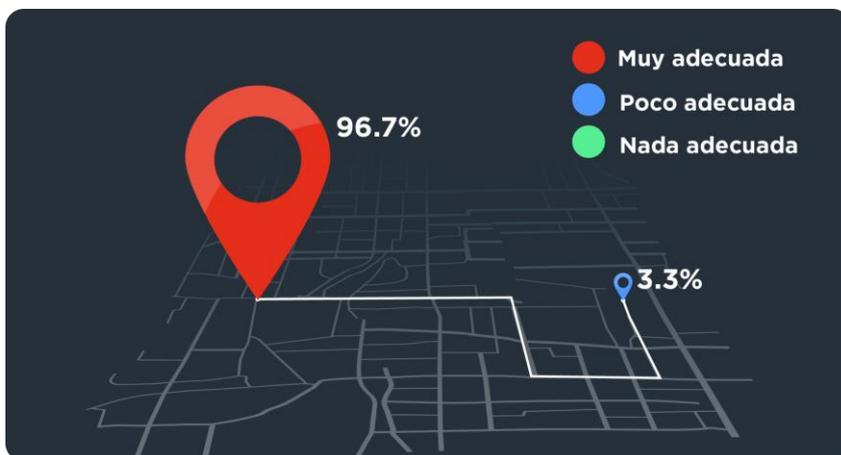
Interpretación: El 96.7% de los encuestados considera que el tiempo de cambio de escena es muy conveniente, mientras que el 3.3% considera que es poco conveniente.

12. Cree que la resolución del video es:



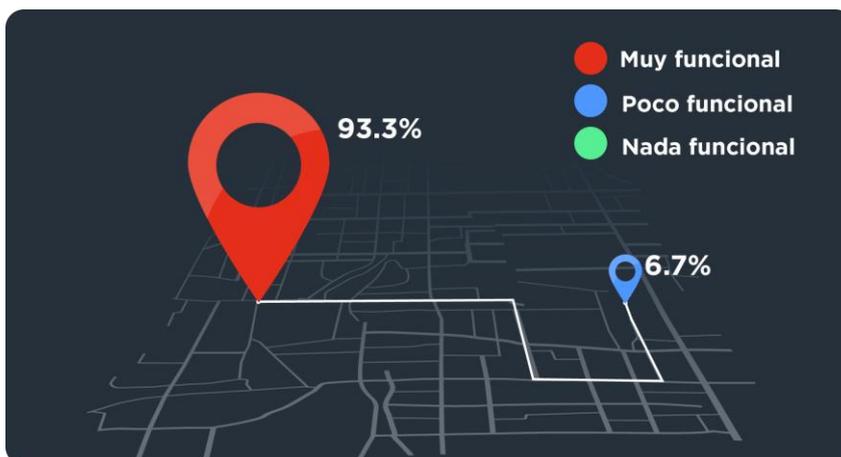
Interpretación: El 96.7% de los encuestados cree que la resolución del video es muy apropiada, mientras que el 3.3% cree que es poco apropiada

13. Considera que el nivel de volumen de la música y voces es:



Interpretación: El 96.7% de los encuestados considera que el nivel de volumen de la música y voces es muy adecuado, mientras que el 3.3% considera que es poco adecuada.

14. Estima que la accesibilidad del video es:



Interpretación: El 93.3% de los encuestados estima que la accesibilidad del video es muy funcional, mientras que el 6.7% estima que es poco funcional.

8.4. Cambios con base a los resultados

Con base a los datos obtenidos recolectados en la encuesta personal, se puede determinar que el proyecto cumple con el objetivo de producir un video informativo para dar a conocer los productos tecnológicos y servicios de rastreo satelital que promueve y vende la empresa Startrack a sus clientes reales y potenciales en la Ciudad de Guatemala.

Teniendo como resultado cambios mínimos que se presentarán a continuación. Los mismos se describen y presentan con capturas de pantalla.

1. Reducción de la duración del video, anteriormente el video duraba 2 minutos con 34 segundos y la duración del video final ahora es de 2 minutos con 22 segundos.

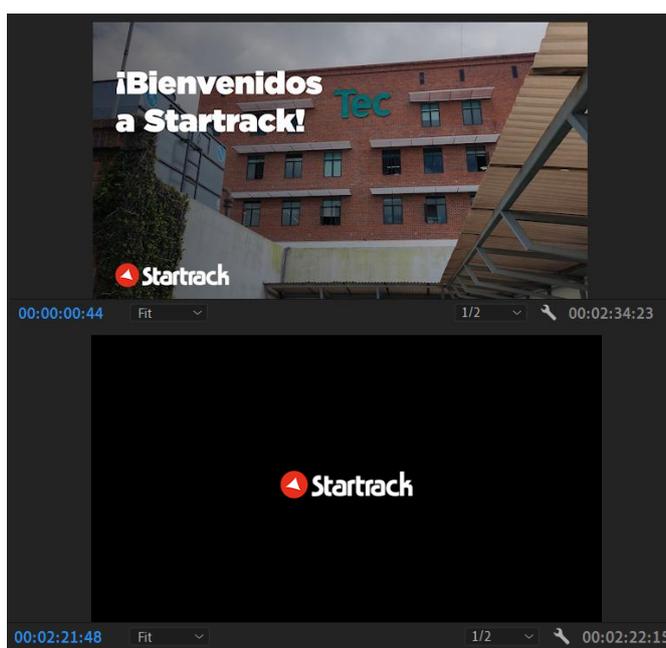


Figura No. 28. Cambios con base en resultados, captura de pantalla. Realizada por Amy Olivares.

2. Aumento del logo en la pantalla final del video, fue un cambio muy mínimo, pero ahora se aprecia de mejor manera el logo final.

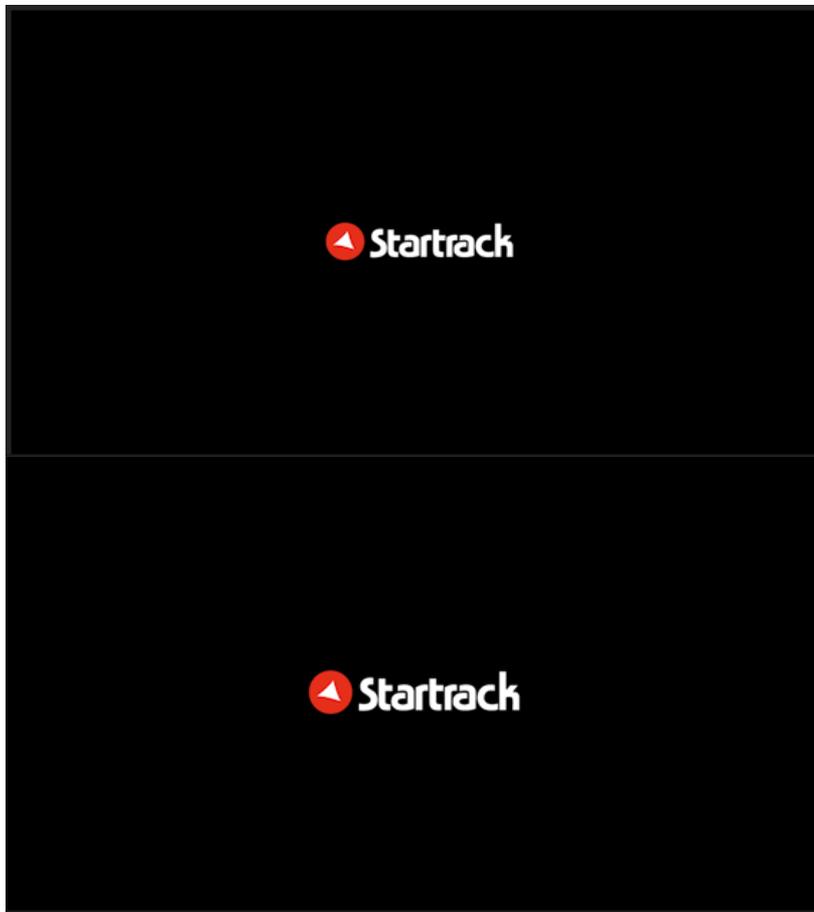


Figura No. 29. Cambios con base en resultados, captura de pantalla. Realizada por Amy Olivares.

Capítulo IX

Propuesta gráfica final



Capítulo IX: Propuesta gráfica final

A continuación, se presenta la propuesta gráfica final que cuenta con las siguientes características:

- Duración de 2 minutos con 22 segundos.
- Velocidad 50 fotogramas por segundo.
- Resolución de 3840*2160 PX.
- Tipo de archivo MP4 (.mp4)
- Tamaño 2.37 GB (2,555,016,645 bytes).

Y las siguientes características de audio:

- 2 canales de audio estéreo.
- 48.000 kHz – Kilohercio / muestras por segundo.

Se presenta el siguiente enlace donde se puede observar la propuesta final del material audiovisual con los cambios ya realizados.

<https://youtu.be/ewfu4r-EW9M?si=J4ZUeoQFLa5Caway>



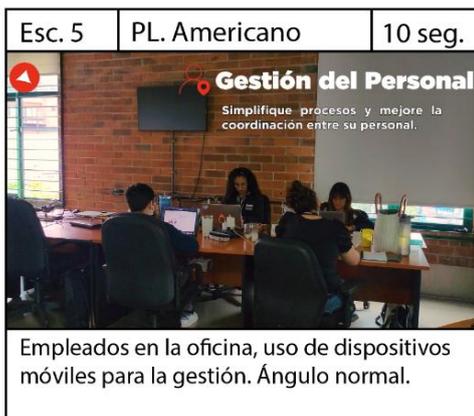
Figura 30. Propuesta gráfica final, captura de pantalla. Realizada por Amy Olivares.

Storyboard final.

STORYBOARD

Cliente: Startrack
Producto: Video Informativo
Título: Innovación tecnológica sin fronteras

Año: 2024
Página: 1/3
Duración: 2:22 min

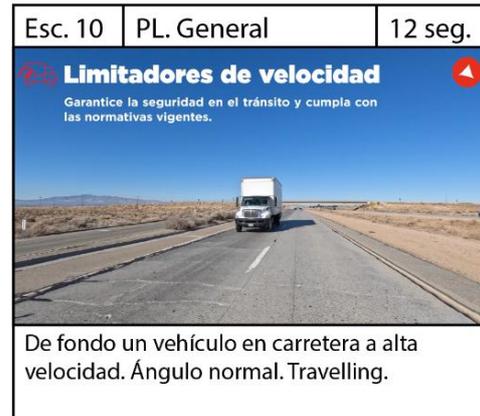


Storyboard final.

STORYBOARD

Cliente: Startrack
Producto: Video Informativo
Título: Innovación tecnológica sin fronteras

Año: 2024
Página: 2/3
Duración: 2:22 min



Storyboard final.**STORYBOARD****Cliente:** Startrack**Producto:** Video Informativo**Título:** Innovación tecnológica sin fronteras**Año:** 2024**Página:** 3/3**Duración:** 2:22 minEnlace al video final: <https://youtu.be/ewfu4r-EW9M?si=wpPvUHQtGZw7KPPX>

Capítulo X

Producción, Reproducción y distribución



Capítulo X: Producción, Reproducción y distribución

Como parte fundamental del desarrollo del proyecto “Producción de un video informativo para dar a conocer los productos tecnológicos y servicios de rastreo satelital que promueve y vende la empresa Startrack a sus clientes reales y potenciales.” Es necesario contemplar todos los requerimientos económicos, técnicos y tecnológicos.

El plan de costos se organizó en tres fases que siguen un orden dentro del proceso de producción audiovisual, donde cada fase incluye tareas específicas que se complementan con las de la fase siguiente.

10.1. Plan de costos de elaboración.

En el desarrollo del proyecto se dedicaron 53 horas en total, distribuidas de lunes a viernes a lo largo de 3 semanas. El costo por hora fue de Q25, calculado en función del salario de un diseñador gráfico.

Descripción	Semanas	Horas	Costo
Investigación de la necesidad de diseño, recopilación de información	1	8	Q. 200.00
Conceptualización (Proceso creativo) “Flor de Loto”	1	6	Q. 150.00
Proceso creativo (Storyline)	1	8	Q. 200.00
Bocetaje inicial, formal y digital de Storyboard	2	25	Q. 625.00
Grabación	1	6	Q. 150.00
Total de costos de elaboración			Q. 1,325.00

10.2. Plan de costos de producción.

Descripción	Semanas	Horas	Costo
Edición de video	4	40	Q. 1,000.00
Animación de logotipo	1	4	Q. 100.00
Propuesta preliminar	3	30	Q. 750.00
Propuesta final	4	40	Q. 1,000.00
Transporte			Q. 125.00
Total de costos de elaboración			Q. 2,975.00

10.3. Plan de costos de reproducción.

El proyecto no requiere de costos de reproducción, ya que Startrack se encargará de compartirlo con los clientes, en reuniones o eventos que requieran la presencia del video.

10.4. Plan de costos de distribución.

Para la distribución del material audiovisual se utilizarán plataformas gratuitas que permitan reproducir el material sin ningún costo, como Youtube, y también Startrack se encargará de reproducir el video en reuniones o eventos que requieran la presencia de este.

10.5. Margen de utilidad.

Se estima que este proyecto generará en promedio un 20% de utilidad sobre los costos.

Costo total =	Q. 4,300.00
Utilidad 20%	Q. 860.00

10.6. IVA.

Se estimó el 12% sobre el subtotal junto con el margen de utilidad y la suma de todos los costos.

Subtotal =	Q. 5,160.00
IVA (impuesto al valor agregado):	$5,160 \times 12\% = \text{Q. } 619.2$

10.7 Cuadro con resumen general de costos.

Descripción	Costo
Plan de costos de elaboración	Q. 1,325.00
Plan de costos de producción	Q. 2,975.00
Plan de costos de reproducción	Q. 0.00
Plan de costos de distribución	Q. 0.00
Subtotal	Q. 4,300.00
Margen de utilidad 20%	Q. 860.00
Subtotal	Q. 5,160.00
IVA 12%	Q. 619.20
Gran total	Q. 5,779.20

Capítulo XI

Conclusiones y recomendaciones



Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

11.1 Conclusiones.

En conclusión, se afirma que fue necesaria la producción de un video informativo para dar a conocer los productos tecnológicos y servicios de rastreo satelital que promueve y vende la empresa Startrack a sus clientes reales y potenciales en la Ciudad de Guatemala.

Además, se considera que fue importante recopilar información acerca de los productos tecnológicos y servicios de rastreo de la empresa para que pudieran ser agregados al video informativo y facilite la información a clientes reales y potenciales.

Por otro lado, se puede concluir que la investigación de términos, conceptos, teorías y tendencias de comunicación y diseño vinculados a la producción de contenidos, a través de fuentes bibliográficas, resultó muy útil para su aplicación en el desarrollo del proyecto.

Por último, se produjo el video informativo y el material audiovisual capturado puede ser visualizado de manera que todo se integre y se presente un resultado satisfactorio, los productos fueron presentados de manera que los clientes reales y potenciales puedan tener conocimiento de los productos que promueve y vende la empresa Startrack.

11.2 Recomendaciones

Se recomienda colocar el material audiovisual en distintas plataformas de la empresa, hasta llegar a su página web, ya que así este llegará a más personas de manera eficiente, y que este tenga interacción con los clientes reales y potenciales.

También se sugiere al cliente mantener una estrategia constante de difusión del vídeo, compartiéndolo de manera regular en diferentes canales de comunicación. Esta práctica ayudará a maximizar el alcance del contenido, asegurando que llegue a una mayor audiencia y, de esta manera, cumpla con el objetivo principal de informar y promocionar.

También es importante seguir con la misma línea gráfica, por lo que se recomienda seguir realizando los videos informativos con el mismo tipo de formato y elementos gráficos, para poder solidificar la línea gráfica de la empresa.

Por último, se recomienda actualizar por lo menos 1 vez al año el video para poder incluir nuevos productos que la empresa vaya desarrollando y que también los clientes puedan interactuar con contenido nuevo y llamativo, por lo que darle mantenimiento al video es ideal para que siga cumpliendo su objetivo.

Capítulo XII

Conocimiento general



Capítulo XII: Conocimiento general

12.2 Demostración de conocimientos

AMY OLIVARES

CONOCIMIENTO GENERAL

Resumen del conocimiento en general visto a lo largo de la carrera que fue de alta utilidad para la realización del proyecto.

Comunicación (I, II, III, IV)

Brinda las bases para comprender los procesos comunicativos y construir mensajes efectivos adaptados a diferentes audiencias, conocimientos clave para transmitir información de manera clara y persuasiva.





Visualización Gráfica (I, II, III, IV)

Desarrolla habilidades de dibujo y representación visual para comunicar ideas y conceptos de forma clara y atractiva, fundamentales para planificar y dar forma a los bocetos presentados.

Diseño Gráfico (I, II, III, IV)

Forma habilidades en composición, tipografía y teoría del color, esenciales para crear piezas visuales atractivas y coherentes que comuniquen de manera efectiva.





Software (I, II, III, IV)

Ofrece dominio de herramientas, como Illustrator donde se crearon los iconos y Premiere donde se editó el video, estas herramientas fueron fundamentales para la creación y edición profesional de contenido visual y audiovisual.

Comunicación Audiovisual

Enseña a integrar imagen y sonido para transmitir mensajes efectivos, desarrollando habilidades en producción y edición audiovisual que capturan y mantienen la atención de la audiencia.





Fotografía

Proporciona conocimientos en técnicas de captura, composición y edición de imágenes, fundamentales para crear fotografías impactantes y coherentes con la narrativa visual de los proyectos.

Semiología de la Imagen

Analiza el significado y la interpretación de los elementos visuales, brindando herramientas para construir mensajes más profundos y coherentes que conecten con la audiencia a nivel simbólico.





Investigación de Mercados

Enseña métodos para analizar y comprender las necesidades, preferencias y comportamientos de los consumidores, fundamentales para desarrollar estrategias de comunicación y diseño más efectivas y dirigidas.

Infografía creada por la comunicadora y diseñadora Amy Olivares. Se presentan los cursos clave que contribuyeron al desarrollo del proyecto de graduación, los cuales también han sido fundamentales en la formación profesional de la autora.

Capítulo XIII

Referencias



Capítulo XIII: Referencias

A

Adobe Inc. (2023). Adobe Illustrator: Software de gráficos vectoriales. Recuperado de <https://www.adobe.com/products/illustrator.html>

Arturo Torres. (2015). Teoría de la Gestalt: leyes y principios fundamentales. Psicología y Mente. Recuperado de: <https://psicologiymente.com/psicologia/teoria-gestalt>

AupaTrans Transporte Internacional. (2021). ¿Qué es la última milla y por qué es tan importante en logística?. Recuperado de: <https://aupatrans.com/que-es-la-ultima-milla/>

B

Blender Foundation. (2023). Blender: Software de creación 3D libre y de código abierto. Recuperado de <https://www.blender.org/>

C

Caro Musso. (s.f.). 9 Imágenes Para Convencerte del Poder del 3 en Composición Fotográfica. Blog del Fotógrafo. <https://www.blogdelfotografo.com/numero-3-composicion/>

Concepto.de. (2019). Comunicación visual - Qué es, elementos, tipos y ejemplos. Recuperado de <https://concepto.de/comunicacion-visual/>

Crehana. (2021). ¿Qué es un elemento gráfico? Diseña como los expertos. Recuperado de <https://www.crehana.com/blog/estilo-vida/que-es-elemento-grafico/>

D

Daniel Bengochea. Outvio. (2023). 12 softwares logísticos imprescindibles para el transporte, el almacenaje y la distribución. Recuperado de: <https://outvio.com/es/blog/software-logistica/>

DeConceptos.com. (2024). Concepto de Comunicación. Recuperado de:

<https://deconceptos.com/ciencias-sociales/comunicacion>

De-Fotografía.com. (2023). ¿Qué es la Fotografía cinematográfica?. Recuperado de

<https://de-fotografia.com/que-es-la-fotografia-cinematografica/>

Diana López. Webfleet. (2021). ¿Cómo funciona el rastreo satelital de flotas?. Recuperado

de: https://www.webfleet.com/es_mx/webfleet/blog/como-funciona-el-rastreo-satelital-de-flotas/

Diccionario de la Real Academia Española. (s.f.). Diseño. Recuperado de

<https://dle.rae.es/dise%C3%B1o>

DispatchTrack. (2023). Características del control en logística, elementos, tipos e

importancia. Recuperado de: <https://www.beetrack.com/es/blog/caracteristicas-del-control>

E

Emprendedores. Mi Propio Jefe. (2017). 6 conceptos clave de 'empresa', según expertos.

Recuperado de: <https://mipropiojefe.com/6-conceptos-clave-empresa-segun-expertos/>

Equipo editorial, Etecé. Concepto. (2021). Empresa. Recuperado de:

<https://concepto.de/empresa/>

F

Fernando Sánchez. (2020). Cómo elegir la proporción adecuada para que nuestras fotos queden como queremos. Xataka Foto.

<https://www.xatakafoto.com/tutoriales/relacion-aspecto-proporcion-fotografia-1>

G

Gilberto Farías. Concepto. (2024). Comunicación. Recuperado de:

<https://concepto.de/comunicacion/>

H

HubSpot. (2019). Comunicación externa: qué es, tipos, funciones y ejemplos. Recuperado de <https://blog.hubspot.es/marketing/comunicacion-externa>

J

Javier Sánchez Galán. Economipedia. (2024). ¿Qué es una Empresa? Definición, tipos y ejemplos. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/empresa.html>

Juan Moreno. Appenate. (2023). Top 4 Apps De Recopilación De Datos Para Obtener Información Confiable En Cualquier Lugar. Recuperado de: <https://www.appenate.com/es/blog-espanol/top-4-apps-de-recopilacion-de-datos/>

K

Kritika Singh. Geekflare. (2024). 11 mejores programas de seguimiento de flotas por GPS para un funcionamiento óptimo. Recuperado de: <https://geekflare.com/es/best-gps-fleet-tracking-software/>

L

Lifeder. (2020). Definición de Comunicación según 5 Autores. Recuperado de: <https://www.lifeder.com/definicion-comunicacion-autores/>

M

Marjorie Acosta Véliz. La Administración de Ventas. (2018). Conceptos Clave en el Siglo XXI. Recuperado de: <https://3ciencias.com/wp-content/uploads/2018/02/La-administracion-de-ventas.pdf>

O

Objeto404. (2023). ¿Qué son los elementos gráficos y para qué sirven?. Recuperado de <https://objeto404.com/que-son-los-elementos-graficos-y-para-que-sirven/>

R

Significados.com. (2015). Logotipo: Qué es, Definición, Tipos y Ejemplos. Recuperado de <https://www.significados.com/logotipo/>

T

TAI ARTS. (2022). Postproducción audiovisual: ¿qué es y en qué consiste?. Recuperado de

<https://taiarts.com/blog/que-es-postproduccion-audiovisual/>

U

Ubícalo. (2024). Sistema de rastreo vehicular: Tipos y Costos. Recuperado de:

<https://www.ubicalo.com.mx/blog/sistema-de-rastreo-de-vehiculos/>

Universidad Europea. (2023). Qué es la comunicación digital. Recuperado de

<https://universidadeuropea.com/blog/que-es-comunicacion-digital/>

W

Wikipedia. (s.f.). Comunicación. Recuperado de

<https://es.wikipedia.org/wiki/Comunicaci%C3%B3n>

Wikipedia. (s.f.). Comunicación audiovisual. Recuperado de

https://es.wikipedia.org/wiki/Comunicaci%C3%B3n_audiovisual

Wikipedia. (s.f.). Diseño gráfico. Recuperado de

https://es.wikipedia.org/wiki/Dise%C3%B1o_gr%C3%A1fico

Wikipedia. (s.f.). Logotipo. Recuperado de <https://es.wikipedia.org/wiki/Logotipo>

Wikipedia. (2024). Sistema global de navegación por satélite. Recuperado de:

https://es.wikipedia.org/wiki/Sistema_global_de_navegaci%C3%B3n_por_sat%C3%A9lite

Y

Yúbal Fernández. Xataka. (2023). GPS, GLONASS, BeiDou y Galileo: qué son y cuáles son

las diferencias. Recuperado de: <https://www.xataka.com/basics/gps-glonass-beidou-galileo-que-cuales-diferencias>

Capítulo XIV

Anexos



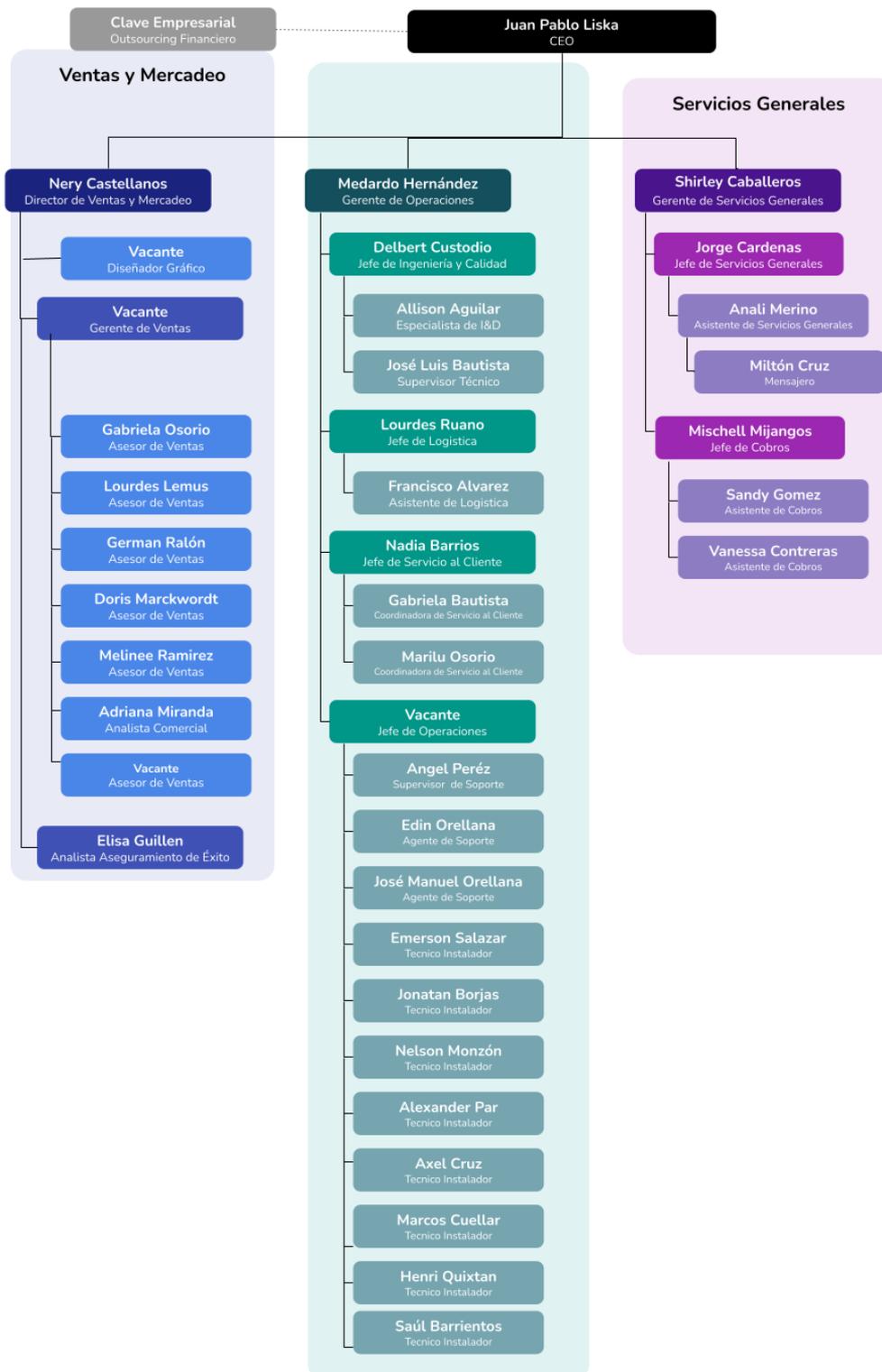
Capítulo XIV: Anexos

Anexo 1: Clasificación de Niveles Socioeconómicos.

CARACTERÍSTICAS	NIVEL A	NIVEL B	NIVEL C1	NIVEL C2	NIVEL C3	NIVEL D1	NIVEL D2	NIVEL E
Ingresos	+ de Q100,000.00	Q61,200.00	Q25,600.00	Q17,500.00	Q11,900.00	Q7,200.00	Q3,400.00	- de Q1,00.00
Educación padres	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura,	Superior, Licenciatura,	Licenciatura	Media completa	Primaria completa	Sin estudios
Educación hijos	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U del extranjero	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U local, post grado extranjero	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas y post grado extranjero con beca	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas o estatal	Hijos menores escuelas, mayores en U estatal	Hijos en escuela	Hijos en escuela	Sin estudios
Desempeño	Propietario, Director Profesional exitoso	Empresario, Ejecutivos de alto nivel, Profesional, Comerciantes	Ejecutivo medio, comerciante, vendedor	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente	Comerciante, vendedor, dependiente	Obrero, dependiente	Obrero, dependiente	Dependiente o sujeto de caridad
Vivienda	Casa/departamento de lujo, en propiedad, 5-6 recámaras, 4 a 6 baños, 3-4 salas, pantry, alacena, estudios area de servicio separada, garage para 5-6 vehiculos	Casa/departamento de lujo, en propiedad, financiado, 3-4 recámaras, 2-3 baños, 2 salas, pantry, alacena, 1 estudio area de servicio separada, garage para 2-4 vehiculos	Casa/departamento, rentada o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio area de servicio, garage para 2 vehiculos	Casa/departamento, rentada o financiado, 2 recámaras, 1-2 baños, sala, garage para 2 vehiculos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala,	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1 baños, sala	Casa/cuarto rentado, 1-2 recámaras, 1 baños, sala-comedor	Casa improvisada o sin hogar
Otras propiedades	Finca, casas de descanso en lagos, mar, Antigua, con comodidades	Sitios/terrenos condominios cerca de costas	Sitios/terrenos interior por herencias					
Personal de servicio	Personal de planta, en el hogar, limpieza, cocina, jardín, seguridad y chofer	1-2 personas de tiempo completo, chofer	Por día	Por día, eventual	Eventual			
Servicios financieros	3-4 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US\$	2-3 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US\$	1-2 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, 1-2 TC intl, Seguro colectivo salud	1 cta Q monetarios y ahorro, 1 TC local	1 cta Q ahorro, TC local	cta Q ahorro		
Posesiones	Autos del año, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, Lancha, moto acuatica, moto, helicoptero-avion-avioneta	Autos de 2-3 años, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, moto	Autos compactos de 5 años, asegurados por Financiera	Auto compacto de 4-5 años, sin seguro	Auto compacto de 8-10 años, sin seguro	moto, por trabajo		
Bienes de comodidad	3 tel minimo, cel cada miembro de la familia, Tv satelital, Internet de alta velocidad, 2 o + equipos de audio, 3-5 TV, maquinas de lavar y secar platos, ropa, computadoras/miembro, seguridad domiciliar, todos los electrodomesticos. Todos los servicios de Internet.	2 tel minimo, cel cada miembro de la familia, TV satelital, internet de alta velocidad, 2 equipos de audio, 3 TV, maquinas de lavar y secar platos ropa, computadora, internet porton eléctrico y todos los electrodomesticos. Todos los servicios de Internet.	1 teléfono, 1-2 celulares, cable, internet, equipo de audio, más de 2 TV, maquina de lavar ropa, computadora/miembro electrodomesticos básicos.	1 teléfono fijo, minimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomesticos básicos	1 teléfono fijo, celular cada miembro mayor, cable, equipo de audio, TV, electrodomesticos básicos	1 cel, cable, radio, TV, electrodomesticos básicos	1 cel, radio, TV, estufa	Radio, cocina de leña.
Diversión	Clubes privados, vacaciones en el exterior.	Clubes privados, vacaciones en el interior o exterior	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine eventual, CC, parques, estadio	CC, parques, estadio	Parques	

Tabla de Clasificación de Niveles Socioeconómicos donde se pueden apreciar las distintas clasificaciones con sus respectivos niveles y las características de cada uno.

Anexo 2: Organigrama de la empresa Startrack.



Organigrama de la empresa Startrack, donde se pueden observar todos los colaboradores de la empresa y las distintas áreas a las que pertenecen.

Anexo 3: Investigación de tendencias.



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Tesis I

Lic. Rualdo Anzueto, M.Sc.

Investigación de Tendencias

Amy Denise Marisol Olivares Vásquez

Carné 21001927

Sección E4

Nueva Guatemala de la Asunción, Junio 2024

Introducción

En la actualidad, la comunicación visual y audiovisual está experimentando una transformación acelerada gracias a tendencias tecnológicas como la animación y gráficos en movimiento, el 3D, el storytelling, la realidad aumentada y la inteligencia artificial en la postproducción. Estas herramientas han revolucionado la manera en que las marcas y creadores interactúan con sus audiencias, ofreciendo experiencias visuales más inmersivas y narrativas emocionalmente impactantes.

La integración de estas tendencias no solo optimiza el proceso creativo, sino que también incrementa la conexión y el impacto emocional en el espectador, factores que son cruciales en el contexto digital actual.

Este proyecto de producción de un video informativo para la empresa Startrack se apoya en estas tendencias para crear un contenido atractivo y dinámico, que aprovecha los avances en animación, narrativa visual y postproducción asistida por inteligencia artificial.

En el análisis que sigue, se exploran las definiciones y aplicaciones de cada una de estas tendencias, así como su rol esencial en el desarrollo de este proyecto, aportando profundidad visual, interactividad y una mayor eficiencia en la edición.

Resumen

La presente investigación analiza cinco tendencias tecnológicas clave en la comunicación audiovisual: la animación y los gráficos en movimiento, los gráficos 3D, el storytelling, la realidad aumentada y la inteligencia artificial en la postproducción. Estas herramientas representan un avance significativo en la producción audiovisual al mejorar la calidad, la interactividad y el impacto emocional de los contenidos visuales.

Al final del análisis, se presentan conclusiones sobre el papel transformador de estas tendencias y se ofrecen recomendaciones para su integración efectiva en proyectos futuros.

Objetivos

Objetivo General: Explorar e integrar tendencias avanzadas de comunicación audiovisual, como la animación, gráficos 3D, storytelling, realidad aumentada e inteligencia artificial en la postproducción, para optimizar la creación y edición de contenidos en la producción de un video informativo para dar a conocer los productos tecnológicos y servicios de rastreo satelital que promueve y vende la empresa Startrack a sus clientes reales y potenciales.

Objetivos Específicos

- Analizar el impacto de cada una de estas tendencias en la experiencia del espectador y su efectividad en la transmisión de mensajes visuales, identificando las mejores prácticas para su implementación en producciones audiovisuales.
- Aplicar herramientas de inteligencia artificial y técnicas de animación, 3D y realidad aumentada en el proceso de postproducción, evaluando su capacidad para mejorar la calidad visual, la interactividad y la eficiencia en la edición del proyecto.

Investigación de Tendencias

1.1. Animación y Gráficos en movimiento.

La animación es una técnica que crea la ilusión de movimiento mediante una rápida sucesión de imágenes estáticas, también conocidas como cuadros o fotogramas, que cambian ligeramente en cada toma. A través de esta técnica, es posible dar vida a personajes, objetos o escenarios. En cambio, los gráficos en movimiento (motion graphics) se enfocan en la animación de elementos gráficos, como texto o formas, en lugar de personajes. Su objetivo principal es transmitir ideas o mensajes de manera visual y atractiva, algo especialmente útil en la publicidad y el diseño audiovisual.

Ejemplos: La animación se usa en películas como Toy Story o Spider-Man: Into the Spider-Verse, que narran historias completas usando personajes animados. Por otro lado, los gráficos en movimiento son comunes en los títulos de apertura de películas o en videos publicitarios, donde el movimiento de texto y figuras captan la atención del espectador de manera efectiva.

1.2. 3D.

El diseño 3D implica la creación de gráficos tridimensionales para lograr la percepción de profundidad y realismo. La tecnología tiene aplicaciones que van desde la animación y los videojuegos hasta el diseño industrial y la arquitectura. Los modelos 3D se crean utilizando software especializado que permite a los diseñadores manipular formas y texturas en tres dimensiones.

Puede ser utilizado para: Vista previa de proyectos y con esta visualización de resultados, se facilita el tomar decisiones en aspectos gráficos, estructurales, estéticos, entre otros fundamentales.

1.2.1. Historia y evolución.

Los avances en la tecnología de hardware y software han impulsado el crecimiento del diseño 3D. Desde los primeros experimentos con gráficos por computadora en la década de 1960 hasta la sofisticación del renderizado y la animación actuales, el diseño 3D ha transformado múltiples industrias.

1.2.2. Ejemplos.

- Animación: Películas como "Toy Story" de Pixar y "Frozen" de Disney utilizan gráficos 3D para crear personajes y entornos realistas que han redefinido la animación.
- Videojuegos: Juegos como "Fortnite" y "The Legend of Zelda: Breath of the Wild" utilizan gráficos 3D para ofrecer entornos inmersivos y experiencias de juego interactivas.
- Diseño Industrial: Prototipos de productos y arquitectura creados con software de modelado 3D como AutoCAD, Blender y SolidWorks, permitiendo visualizar y ajustar diseños antes de la producción.

1.3. *Storytelling.*

El storytelling, o el arte de contar historias, es una técnica de comunicación que busca conectar emocionalmente con la audiencia mediante una narrativa atractiva. Es muy utilizado en el ámbito de la publicidad, el cine y los medios digitales, ya que una historia bien construida tiene el poder de generar empatía, inspirar o influir en el comportamiento del espectador. En esencia, el storytelling no solo presenta información, sino que construye un mensaje emocional que facilita el recuerdo y la identificación con la marca o el producto.

Marcas como Coca-Cola y Nike son conocidas por sus campañas de storytelling, donde sus productos se asocian con valores emocionales como la amistad, la superación o la felicidad. En redes sociales, muchos influencers también aplican el storytelling, utilizando sus propias experiencias para conectar mejor con sus seguidores.

1.4. Realidad Aumentada

La realidad aumentada (RA) es una tecnología que permite superponer imágenes, texto u otros elementos digitales en el mundo real a través de dispositivos electrónicos, como teléfonos, tabletas o gafas de RA. Esta tecnología mezcla lo físico con lo virtual y permite al usuario interactuar con su entorno de una forma nueva y enriquecida. La RA se diferencia de la realidad virtual, ya que no sustituye el entorno real, sino que lo complementa.

Un ejemplo popular de RA es Pokémon GO, donde los jugadores pueden ver a los personajes del juego en sus propios entornos a través de la cámara de su teléfono. O en el caso de un GPS los usuarios pueden ver en su teléfono el camino y el destino.

1.5. Inteligencia Artificial en la Postproducción

La inteligencia artificial (IA) en la postproducción se refiere a la integración de algoritmos y herramientas de IA en la edición y mejora de video y audio. Gracias a estas tecnologías, es posible automatizar tareas repetitivas, realizar ajustes de color y sonido más precisos, y añadir efectos visuales complejos. La IA permite que procesos que antes requerían mucho tiempo y experiencia técnica ahora puedan realizarse de manera más rápida y eficiente.

En la industria del cine, herramientas como Adobe Premiere y DaVinci Resolve han integrado IA para facilitar el ajuste de color y la corrección de audio. En las redes sociales, plataformas como Instagram y TikTok utilizan IA para crear filtros y efectos en tiempo real, lo que permite a los usuarios mejorar y personalizar sus contenidos de forma automática.

Conclusiones

La combinación de tecnologías avanzadas, como la animación, el 3D y la realidad aumentada, está transformando la comunicación visual, permitiendo que los mensajes se transmitan de manera más interactiva y envolvente. Estas tecnologías, al añadir profundidad, realismo e interactividad, enriquecen la experiencia del espectador y aumentan el impacto emocional y la retención del mensaje.

A medida que el contenido visual se vuelve más complejo y abundante, el storytelling se convierte en un recurso fundamental para que marcas y creadores se conecten emocionalmente con su audiencia. A través de una narrativa bien estructurada, las empresas logran diferenciarse en un mercado saturado, creando una relación más profunda y duradera con los consumidores.

La IA está revolucionando la industria de la postproducción al simplificar procesos técnicos y permitir que la edición de video sea más accesible y ágil. Herramientas automatizadas y filtros inteligentes ayudan a mejorar la calidad de los contenidos visuales y permiten a los creadores centrarse más en aspectos creativos que en tareas técnicas repetitivas.

Recomendaciones

Para marcas y empresas que buscan una mayor interacción con sus clientes, se recomienda integrar aplicaciones de realidad aumentada que permitan a los usuarios interactuar con productos en un entorno real. Esta práctica puede mejorar la experiencia del consumidor y aumentar la confianza en el producto.

Las empresas y creadores de contenido deberían incorporar técnicas de storytelling en sus estrategias de comunicación para construir relaciones sólidas y generar empatía. La narrativa emocional permite que los consumidores se sientan identificados y valorados, lo cual puede aumentar la lealtad hacia la marca.

Para aprovechar al máximo las capacidades de la Inteligencia Artificial, se recomienda que profesionales del área audiovisual se capaciten en software y herramientas que utilizan IA en la postproducción. Esta inversión en formación permitirá no solo agilizar el trabajo, sino también mejorar la calidad del contenido final y mantenerse competitivo en un mercado en constante evolución.

Referencias

Azuma, R. T. (1997). A Survey of Augmented Reality. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*, 6(4), 355-385.

Birn, J. (2013). *Digital Lighting and Rendering* (3ra ed.). New Riders.

Blazer, A. (2008). *The Animated Text*. Routledge.

Epstein, Z. (2021). *Artificial Intelligence in Film and Video Post-Production: Theory and Practice*. Focal Press.

Gottschall, J. (2013). *The Storytelling Animal: How Stories Make Us Human*. Mariner Books.

Murdock, K. L. (2015). *3D Modeling, Animation, and Rendering*. Autodesk Press.

Salmon, C. (2008). *Storytelling: La máquina de fabricar historias y formatear las mentes*. Península.

Anexo 4. Modelo de la encuesta de validación.



Encuesta de validación del proyecto:

Producción de un video informativo para dar a conocer los productos tecnológicos y servicios de rastreo satelital que promueve y vende la empresa Startrack a sus clientes reales y potenciales.

amy.olivares@galileo.edu [Cambiar de cuenta](#)

No compartido

* Indica que la pregunta es obligatoria

Nombre *

Tu respuesta

Profesión *

Tu respuesta

Edad *

Tu respuesta

Anexo 4. Modelo de la encuesta de validación.

<p>Género *</p> <p><input type="radio"/> Masculino</p> <p><input type="radio"/> Femenino</p>
<p>Grupo al que pertenece *</p> <p><input type="radio"/> Experto</p> <p><input type="radio"/> Grupo Objetivo</p> <p><input type="radio"/> Cliente</p>
<p>Instrucciones</p> <p>Con base a lo anterior, observe la propuesta en el enlace de visualización: https://youtu.be/ESqK-EUcDIE y según su criterio conteste las siguientes preguntas de validación.</p>
<p>Parte Objetiva</p>
<p>1. ¿Considera necesaria la producción de un video informativo para dar a conocer * los productos tecnológicos y servicios de rastreo satelital que promueve y vende la empresa Startrack a sus clientes reales y potenciales en la Ciudad de Guatemala?</p> <p><input type="radio"/> Sí</p> <p><input type="radio"/> No</p>
<p>2. ¿Piensa que es importante recopilar información acerca de los productos tecnológicos y servicios de rastreo de la empresa Startrack para que puedan ser agregados al video informativo y facilite la información a clientes reales y potenciales? *</p> <p><input type="radio"/> Sí</p> <p><input type="radio"/> No</p>
<p>3. ¿Considera adecuado investigar términos, conceptos, teorías y tendencias de diseño relacionados con el desarrollo de producciones de videos informativos para el desarrollo del proyecto? *</p> <p><input type="radio"/> Sí</p> <p><input type="radio"/> No</p>
<p>4. ¿Piensa que es necesario clasificar el material audiovisual con la finalidad de editarlo a través de programas de diseño, a fin de integrarlo al video informativo y ofrecer un resultado satisfactorio a clientes reales y potenciales de la empresa? *</p> <p><input type="radio"/> Sí</p> <p><input type="radio"/> No</p>
<p>Parte Semiológica</p>
<p>5. Considera que los colores aplicados en el video son: *</p> <p><input type="radio"/> Muy adecuados</p> <p><input type="radio"/> Poco adecuados</p> <p><input type="radio"/> Nada adecuados</p>

Anexo 4. Modelo de la encuesta de validación.

6. Cree que la música aplicada en el video es: *

- Muy apropiada
- Poco apropiada
- Nada apropiada

7. Piensa que la duración del video es: *

- Muy conveniente
- Poco conveniente
- Nada conveniente

8. Considera que la diagramación de los textos e iconos es: *

- Muy funcional
- Poco funcional
- Nada funcional

9. Estima que la composición de ideas es: *

- Muy entendible
- Poco entendible
- Nada entendible

Parte Operativa

10. Piensa que la tipografía utilizada en el video es: *

- Muy funcional
- Poco funcional
- Nada funcional

11. Considera que el tiempo de cambio de escena es: *

- Muy conveniente
- Poco conveniente
- Nada conveniente

12. Cree que la resolución del video es: *

- Muy apropiada
- Poco apropiada
- Nada apropiada

13. Piensa que el nivel de volumen de la música y voces es: *

- Muy adecuada
- Poco adecuada
- Nada adecuada

Anexo 4. Modelo de la encuesta de validación.

14. Estima que la accesibilidad del video es: *

Muy funcional

Poco funcional

Nada funcional

De antemano se agradece sinceramente el tiempo y esfuerzo que ha dedicado a completar esta encuesta. Si tiene algún comentario, sugerencia o crítica personal puede hacerla en el siguiente espacio. Muchas gracias.

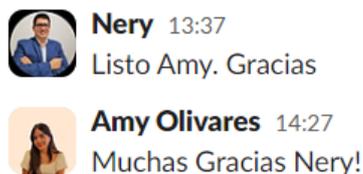
Tu respuesta

Enviar
Borrar formulario

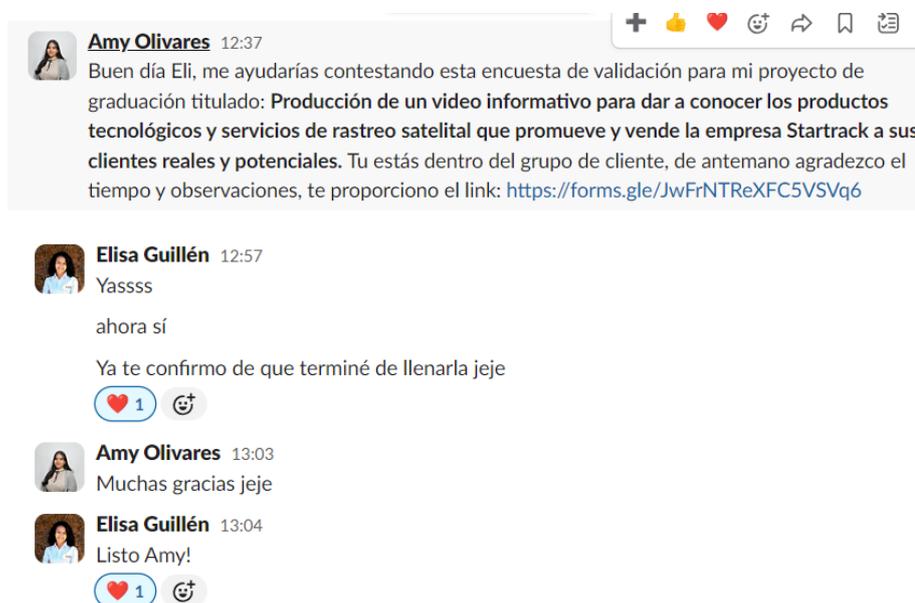
Encuesta de validación realizada en Google forms.

Anexo 5. Validación de clientes.

a. Nery Castellanos



b. Elisa Guillén



Comentarios acerca del proyecto.

Anexo 5. Validación de clientes.

De antemano se agradece sinceramente el tiempo y esfuerzo que ha dedicado a completar esta encuesta. Si tiene algún comentario, sugerencia o crítica personal puede hacerla en el siguiente espacio. Muchas gracias.

El video está bastante bien, pero debería de combinar un poco más con los colores de la empresa. Aunque el logo es rojo, predomina el azul en uniformes y aplicaciones, por lo que colocar el rojo como color dominante en algunos títulos e iconos podría incluso llegar a hacer referencia a la competencia.

c. Gabriel Marroquin

 **Amy Olivares** 12:...

Gabriel, me ayudarías contestando esta encuesta de validación de proyecto para mi proyecto de graduación titulado: **Producción de un video informativo para dar a conocer los productos tecnológicos y servicios de rastreo satelital que promueve y vende la empresa Startrack a sus clientes reales y potenciales.** Estás dentro del grupo de cliente, de antemano agradezco el tiempo y observaciones, te proporciono el link:
<https://forms.gle/JwFrNTReXFC5VSVq6>

 **Gabriel Marroquin** 12:52
 Con mucho gustoooo

Comentarios acerca del proyecto.

De antemano se agradece sinceramente el tiempo y esfuerzo que ha dedicado a completar esta encuesta. Si tiene algún comentario, sugerencia o crítica personal puede hacerla en el siguiente espacio. Muchas gracias.

Amy ha hecho un excelente trabajo con nosotros, estamos muy contentos con la pieza audiovisual que ha desarrollado ya que ha demostrado otorgar resultados profesionales.

d. German Ralon

 **German** 13:28
 me gusta el video

 1 

encuesta terminada

Comentarios acerca del proyecto.

De antemano se agradece sinceramente el tiempo y esfuerzo que ha dedicado a completar esta encuesta. Si tiene algún comentario, sugerencia o crítica personal puede hacerla en el siguiente espacio. Muchas gracias.

100 puntos

Anexo 5. Validación de clientes.

e. Adriana Miranda



Amy Olivares 12:39

Buen día Adri, me ayudarías contestando esta encuesta de validación para mi proyecto de graduación titulado: **Producción de un video informativo para dar a conocer los productos tecnológicos y servicios de rastreo satelital que promueve y vende la empresa Startrack a sus clientes reales y potenciales.** Tu estás dentro del grupo de cliente, de antemano agradezco el tiempo y observaciones, te proporciono el link: <https://forms.gle/Hsx4meW1BGvLRwyb9> (editado)



Adriana Miranda 13:01

Con mucho gusto, Amy! 🍷 ✨



Comentarios acerca del proyecto.

De antemano se agradece sinceramente el tiempo y esfuerzo que ha dedicado a completar esta encuesta. Si tiene algún comentario, sugerencia o crítica personal puede hacerla en el siguiente espacio. Muchas gracias.

La tipografía me parece que podemos mejorarla para que se adapte de mejor manera al video.

f. Edelinda Girón.



Amy Olivares 9:44

Buen día Edelinda, me ayudaría contestando esta encuesta de validación para mi proyecto de graduación titulado: **Producción de un video informativo para dar a conocer los productos tecnológicos y servicios de rastreo satelital que promueve y vende la empresa Startrack a sus clientes reales y potenciales.** Usted está dentro del grupo de cliente, de antemano agradezco el tiempo y observaciones, le proporciono el link: <https://forms.gle/xxidgrcAHL1i2Mh2A>



Edelinda Girón 10:02

Listo Amy!

Anexo 6. Validación de expertos.

a. Arnulfo Guzmán / Comunicólogo

Anexo 6. Validación de expertos.

Encuesta de validación proyecto de graduación Recibidos x ✕ 🖨 🔗

 **Amy Denise Marisol Olivares Vásquez** <amy.olivares@galileo.edu> lun, 9 sept, 21:43 ☆ ↶ ⋮
para Arnulfo ▾

Buenas noches Licenciado Arnulfo, le saluda Amy Olivares, ¿Se acuerda de mí? jajal actualmente estoy cursando el tercer trimestre del último año, para la realización de mi tesis opté por la Producción de un video informativo para dar a conocer los productos tecnológicos y servicios de rastreo satelital que promueve y vende la empresa Startrack a sus clientes reales y potenciales. Por lo que necesito un grupo de expertos que evalúe el material realizado, le agradecería muchísimo que pudiera contestar la encuesta de validación ya que como alumna suya sus conocimientos impartidos fueron claves para el éxito del proyecto, agradezco el tiempo y las sugerencias desde ya. Quedo a la espera de su respuesta, feliz noche.

Le comparto el link de la encuesta: [Encuesta de Validación](#)

Muchas gracias.
Amy Olivares
21001927

 **Arnulfo Guzman** <arnulfo@galileo.edu> mar, 10 sept, 4:05 ☆ ↶ ⋮
para mi ▾

Listo Amy, ya validé su proyecto.

Que le vaya muy bien en su proyecto.

Mgr. Arnulfo Guzmán
Catedrático

Comentarios acerca del proyecto.

De antemano se agradece sinceramente el tiempo y esfuerzo que ha dedicado a completar esta encuesta. Si tiene algún comentario, sugerencia o crítica personal puede hacerla en el siguiente espacio. Muchas gracias.

Todo muy bien a mi parecer, considero que es un video funcional

b. Ingrid Ordoñez / Mercadóloga

Encuesta de validación proyecto de graduación Recibidos x ✕ 🖨 🔗

 **Amy Denise Marisol Olivares Vásquez** <amy.olivares@galileo.edu> mar, 10 sept, 10:04 ☆ ↶ ⋮
para Ingrid ▾

Buenos días Licenciada Ingrid Ordoñez, le saluda Amy Olivares, actualmente estoy cursando el tercer trimestre del último año, para la realización de mi tesis opté por la Producción de un video informativo para dar a conocer los productos tecnológicos y servicios de rastreo satelital que promueve y vende la empresa Startrack a sus clientes reales y potenciales. Por lo que necesito un grupo de expertos que evalúe el material realizado, le agradecería muchísimo que pudiera contestar la encuesta de validación ya que como alumna suya sus conocimientos impartidos fueron claves para el éxito del proyecto, agradezco el tiempo y las sugerencias desde ya.

Si pudiera tomarse una fotografía realizando la encuesta y adjuntarla a este correo estaría muy agradecida. Quedo a la espera de su respuesta, feliz día.

Le comparto el link de la encuesta: [Encuesta de Validación](#)

Muchas gracias.
Amy Olivares
21001927

 **Ingrid Ordoñez Salomon** <ideporras@galileo.edu> mié, 11 sept, 10:20 ☆ ↶ ⋮
para mi ▾

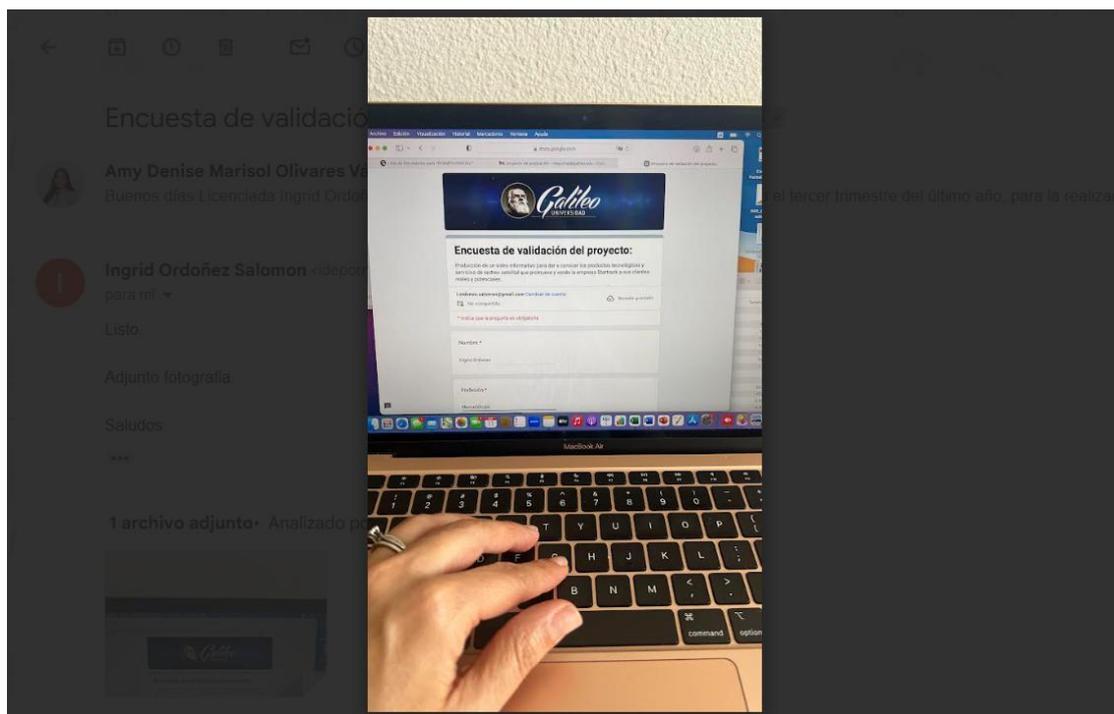
Listo.

Adjunto fotografía.

Saludos

⋮

Anexo 6. Validación de expertos.



Comentarios acerca del proyecto.

De antemano se agradece sinceramente el tiempo y esfuerzo que ha dedicado a completar esta encuesta. Si tiene algún comentario, sugerencia o crítica personal puede hacerla en el siguiente espacio. Muchas gracias.

Animo y felicidades!

c. Shirley Caballeros / Master en Gestión de Capital Humano



Amy Olivares 9 de sep. a la(s) 12:38

Buen día Shirley, me ayudaría contestando esta encuesta de validación para mi proyecto de graduación titulado: **Producción de un video informativo para dar a conocer los productos tecnológicos y servicios de rastreo satelital que promueve y vende la empresa Startrack a sus clientes reales y potenciales.** Usted está dentro del grupo de cliente, de antemano agradezco el tiempo y observaciones, le proporciono el link:
<https://forms.gle/Hsx4meW1BGvLRwyb9> (editado)

3 respuestas



Shir 9 de sep. a la(s) 12:47

Hola Amy con gusto;

d. Jorge Woc / Diseñador y Comunicador

De antemano se agradece sinceramente el tiempo y esfuerzo que ha dedicado a completar esta encuesta. Si tiene algún comentario, sugerencia o crítica personal puede hacerla en el siguiente espacio. Muchas gracias.

Excelente proyecto! Muy bien elaborado

e. Andrea Sofía Díaz / Diseñadora y Comunicadora

De antemano se agradece sinceramente el tiempo y esfuerzo que ha dedicado a completar esta encuesta. Si tiene algún comentario, sugerencia o crítica personal puede hacerla en el siguiente espacio. Muchas gracias.

Muy lindo video! bastante entendible

Anexo 7. Fotografías de la producción.



Fotografías de la producción realizada en el edificio Tecnológico (TEC) ubicado en zona 4 de la Ciudad de Guatemala.

Anexo 7. Fotografías de la producción.

Fotografías de la producción realizada en el edificio Tecnológico (TEC) ubicado en zona 4 de la Ciudad de Guatemala.