

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR

ESCUELA DE PRODUCCIÓN PARA MEDIOS DE COMUNICACIÓN



Cápsulas audiovisuales para la promoción del emprendimiento “PGJ arte en madera” a través de las plataformas digitales Facebook e Instagram

Trabajo de Titulación para la obtención del Título de
Licenciado en Producción para Medios de Comunicación

Autor:

Kevin Alexander Guañuna Apunte

Directora:

Mgst. Karina Tituaña Dávila

Quito, Ecuador

Mayo, 2023

CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN

Doctora

Alicia Elizundia Ramírez

Decana de la Facultad de Comunicación y TIC'S

Presente.

Yo **Karina Elizabeth Tituaña Dávila**, Directora del Trabajo de Titulación realizado por Kevin Alexander Guañuna Apunte estudiante de la carrera de **Producción para Medios de Comunicación**, informo haber revisado el presente documento titulado **“Cápsulas audiovisuales para la promoción del emprendimiento “PGJ arte en madera” a través de las plataformas digitales Facebook e Instagram”**, el mismo que se encuentra elaborado conforme al Reglamento de titulación, establecido por la UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR UNIB.E de Quito, y el Manual de Estilo institucional; por tanto, autorizo su presentación final para los fines legales pertinentes.

Atentamente,



Mgst. Karina Tituaña Dávila

Director del Trabajo de Titulación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

1. Yo, Kevin Alexander Guañuna Apunte declaro, en forma libre y voluntaria, que los criterios emitidos en el presente Trabajo de Titulación denominado: Cápsulas audiovisuales para la promoción del emprendimiento “PGJ arte en madera” a través de las plataformas digitales Facebook e Instagram, previa a la obtención del título profesional de Licenciado en Producción para Medios de Comunicación, en la Dirección de la Escuela de Producción para Medios de Comunicación. Así como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuestas son exclusiva responsabilidad de mi persona, como autor/a.
2. Declaro, igualmente, tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Universidad Iberoamericana del Ecuador, de conformidad con el **artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT**, en formato digital una copia del referido Trabajo de Titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública, respetando los derechos de autor.
3. Autorizo, finalmente, a la Universidad Iberoamericana del Ecuador a difundir a través del sitio web de la Biblioteca de la UNIB.E (Repositorio Institucional), el referido Trabajo de Titulación, respetando las políticas de propiedad intelectual de la Universidad Iberoamericana del Ecuador.

Quito, DM., a los 14 días del mes de agosto de 2023



Firma del Estudiante/ N.º cédula
Kevin Alexander Guañuna Apunte/
1751246362

DEDICATORIA

El presente proyecto se lo dedico a mi abuela Zoila Jauregui, ya que por sobre todas las cosas ha sabido impulsarme en mi carrera, siempre brindándome ayuda y dándome ánimo para así poder salir en adelante cada día. Enseñándome la importancia de trabajar duro y esforzarme para culminar una meta

De igual forma a mi madre Rosa Apunte, por ayudarme cada día a no decaer y no rendirme ya que con sus consejos de madre no ha permitido que vaya por el camino del mal

Y por último quiero agradecer a mis compañeros que algunos desde que ingrese a la universidad me han sabido apoyar en momentos difíciles, les agradezco muchos éxitos a todos

ÍNDICE

Tabla de contenido

Contenido

CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN	I
DEDICATORIA	III
RESUMEN	VI
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	4
NATURALEZA DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN	4
Presentación de la situación problemática	4
Propósitos de la investigación	7
Propósito Central.....	7
Propósitos Concretos.....	7
Importancia del estudio	7
CAPÍTULO II	9
MARCO TEÓRICO	9
Estudio Previos.....	9
Referentes teóricos	11
Emprendimiento	12
Capsula audiovisual.....	12
Promoción.....	13
Arte	13
Madera solida	14
Posicionamiento	14
Marca.....	16
Arte en madera.....	16
Plataformas digitales.....	17
CAPÍTULO III	19
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	19
Naturaleza de la investigación	19
Diseño de investigación.....	19

Enfoque de investigación.....	19
Actores sociales, Informantes Clave o Versionantes.....	20
Técnicas e instrumentos de recolección de información.....	20
Validez.....	21
Técnicas de análisis de la información.....	22
Metodología del Producto.....	22
Preproducción.....	22
Producción.....	23
Post- producción.....	24
Difusión.....	25
CAPITULO IV.....	26
RESULTADOS E INTERPRETACIÓN.....	26
Interpretación de las categorías.....	29
Resultados del Producto.....	31
Portada.....	31
Ficha Técnica.....	32
Información general de contenidos.....	33
Tema.....	33
Público.....	33
Difusión.....	33
Preproducción.....	33
Equipo Humano.....	34
Equipo Técnico.....	34
Capitulo V.....	43
Hallazgos y Reflexiones.....	57
Hallazgos.....	57
Reflexiones.....	58
Referentes Bibliográficos.....	60
Anexos.....	62
Validación del instrumento #1.....	63
Validación instrumento #2.....	65
Validación instrumento #3.....	67

Kevin Alexander Guañuna Apunte, Cápsulas audiovisuales para la promoción del emprendimiento “PGJ arte en madera” a través de las plataformas digitales Facebook e Instagram, Carrera de Producción para Medios de Comunicación. Universidad Iberoamericana del Ecuador. Quito Ecuador. Año 2023. (79) pp.

RESUMEN

El presente trabajo de titulación lleva como título “Capsulas audiovisuales para la promoción del emprendimiento “PGJ arte en madera” a través de las plataformas digitales Facebook e Instagram. Como producto principal en este caso las capsulas audiovisuales sirven para dar un realce al trabajo que realiza el carpintero en este caso con su emprendimiento de tallados en madera y arte en madera, ya que en la actualidad los emprendimientos no logran tener una relevancia porque no han logrado tener una buena promoción, en este caso las capsulas audiovisuales son una buena alternativa ya que a través de videos cortos e interactivos puedan llegar mejor receptividad por el público. En el primer capítulo nos encontramos con la naturaleza del tema de investigación y al presentación de la situación problemática donde también vemos los propósitos los cuales es indagar las características del emprendimiento, siguiendo con el segundo propósito que es diseñar una preproducción para las capsulas audiovisuales así mismo continuando con la producción donde se realiza la grabación siguiendo el plan previamente realizado continuando con la ejecución de la postproducción utilizando programas de edición y así mismo finalizando con el difusión en la plataformas digitales Facebook e Instagram. Continuando con el segundo capítulo donde vemos el Marco teórico y los diferentes estudios previos que me aportan a mi investigación. Continuando con el capítulo tres nos encontramos con la metodología de la investigación el diseño de la investigación y el enfoque continuando con el capítulo cuatro que son los resultados de las entrevistas y como ultimo el quinto capítulo que es los hallazgos y reflexiones. Con respecto a la realización de producto audiovisual servirá como pauta para el emprendedor ya que así pueda servirle como una guía o ejemplo para que pueda seguir continuando con su labor y pueda seguir promocionado y a futuro pueda el emprendedor realizar su propio contenido.

Palabras clave: capsulas audiovisuales, emprendimiento, plataformas digitales, promoción, difusión.

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de investigación nace bajo la necesidad de promocionar el emprendimiento “PGJ arte en madera” a través de cápsulas audiovisuales que buscan potenciar este estilo artístico con la ayuda del alcance que las redes sociales generan hoy en día, de esta forma el pequeño emprendedor tiene una ventana para poder ofrecer sus productos de manera oportuna y efectiva con la correcta segmentación de mercado, de tal forma que pueda atraer la mayor cantidad de potenciales clientes posibles.

En los últimos años las redes sociales se han convertido en una necesidad para los emprendedores, no solo como un canal de comunicación, sino de estrategia comercial para llegar a miles de personas. En estos espacios se observa una gran cantidad de ofertas tanto de servicios como de productos, es así que saber adaptarse a los cambios constantes del mercado requiere una atención total por parte de los nuevos emprendedores que buscan generar y comercializar productos desde cero, por eso es pertinente tener claro el comportamiento del mercado teniendo como referencia a las grandes transnacionales que conocen como llegar a sus clientes, (Aponte, 2020, pág. 2).

Con esta información se puede deducir que las redes sociales son un aliado del emprendedor la para hora de buscar clientes, pero a su vez los pequeños negociantes al no saber usarlas, sea por ignorancia o por falta de enfoque en este entorno, no van a generar una competencia real con las grandes empresas que ya tienen posicionadas sus marcas.

Dicho esto, es oportuno mencionar que para que toda actividad comercial tenga un buen alcance, es obligatorio recurrir a las estrategias de promoción de artículos para llegar a los clientes que realmente podrían interesarse en comprar el producto y así evitar invertir recursos y tiempo en contenido audiovisual que fácilmente podría perderse en el mar de información que se encuentra en la red, sobre todo en las

redes sociales que es muy fácil hacer scroll, sobre todo con la publicidad que inunda estos espacios.

La figura audiovisual que se pretende usar para el presente proyecto es la cápsula, que como su misma palabra lo da a entender, serían pedazos cortos de contenido que mediante la correcta ejecución del lenguaje audiovisual buscará atraer, enganchar y promocionar el producto ofertado por el emprendedor, creando la necesidad de comprarlo por su calidad y estética, teniendo como finalidad principal vender.

Las formas de capsulas que están contempladas a ser usadas para promocionar dicho emprendimiento son los reels principalmente, populares en Facebook e Instagram a raíz de la popularidad de Tik Tok, también se trabajará con stories en ambas redes para darle constancia y sensación de novedad a la oferta de los productos, así como animaciones estilo GIF para comunicar promociones y potenciar el llamado a la acción mediante la interacción de la marca con la comunidad que irá creando progresivamente.

Con respecto a la estructura del actual estudio, en el primer capítulo se desarrolla la introducción donde se contextualiza el tipo de emprendimiento que se busca promocionar mediante estas capsulas audiovisuales, continua con la presentación de la situación problemática de donde salen las interrogantes de la investigación y los propósitos como el central y los propósito concretos de la misma; prosigue con la importancia del presente proyecto y finaliza con el alcance de la investigación.

En el segundo capítulo se desarrolla el marco teórico, que comprende el análisis de investigaciones pasadas para sustentar la presente, considerados antecedentes; continúa con las bases teóricas donde se detalla una a una los referentes teóricos extraídos de libros y artículos tanto científicos como de páginas web. Finalizando con los referentes legales que sustentan y avalan esta investigación y por supuesto el desarrollo de las cápsulas audiovisuales.

En el tercer capítulo se describe la metodología que acompaña a la presente investigación. Inicia con la naturaleza de la investigación, diseño, población e

informantes. En el capítulo cuatro se desarrolla los resultados de la investigación que refieren al proceso de creación de las cápsulas audiovisuales. Finalmente, en el capítulo quinto se menciona conclusiones y recomendaciones del actual estudio.

Con respecto al producto final se desarrolla una estructura de desde la preproducción donde creamos y desarrollamos un concepto a partir de una idea principal continuando con la creación de un guion para seguir y basarnos en esa estructura que nos va ayudar de manera que se realice en la producción todo lo planificado capsulas que están contempladas a ser usadas para promocionar dicho emprendimiento son los reels principalmente, populares en Facebook e Instagram a raíz de la popularidad de Tik Tok, también se trabajará con stories en ambas redes para darle constancia y sensación de novedad a la oferta de los productos, así como animaciones estilo GIF para comunicar promociones y potenciar el llamado a la acción mediante la interacción de la marca con la comunidad que irá creando progresivamente.

CAPÍTULO I

NATURALEZA DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN

En este capítulo se describe la presentación de la situación problemática como también los propósitos de la investigación donde vemos el propósito central y los propósitos concretos y para finalizar con la importancia del estudio.

Presentación de la situación problemática

Para el presente proyecto de investigación se busca potenciar el naciente emprendimiento “PGJ arte en madera” mediante el contenido audiovisual traducido en cápsulas con la finalidad de promocionar y potenciar sus productos a todos los clientes potenciales tanto en Facebook, como en Instagram principalmente y talvez, para un futuro estudio anclado a este, explorar otras vías de promoción, así como otras plataformas como Tik Tok, etc.

En la actualidad los emprendimientos no logran tener una relevancia o un crecimiento rápido ya que les toma mucho tiempo el llegar a crecer un estudio de la universidad de Harvard encontró que el 80% de los emprendimientos fracasan en los primeros cinco años. Una de las razones principales para esto es la falta de planeación. Los emprendedores deben tener un plan claro sobre cómo van a hacer crecer su negocio, como van a comercializar sus productos o servicios, y como van a financiar su empresa. (Harvard, 2014)

La falta de promoción y el desconocimiento de como publicar en redes sociales hace que el emprendimiento no crezca de la manera que se quiere o se quiere alcanzar según lo planteado. El desconocimiento de las redes sociales puede tener una serie de consecuencias negativas, incluyendo:

La pérdida de oportunidades: Las personas que no saben cómo utilizar las redes sociales pueden perder oportunidades de conectarse con otros, compartir información y promocionar sus productos o servicios.

La desventaja competitiva: Las empresas que no utilizan las redes sociales de forma eficaz pueden quedar rezagadas frente a sus competidores, que utilizan las redes sociales para llegar a nuevos clientes y aumentar las ventas.

El riesgo de ser estafado: Las personas que no saben cómo utilizar las redes sociales de forma segura pueden ser víctimas de estafas y fraudes.

Las cápsulas audiovisuales actualmente han sido una forma de llegar a persona a través de videos interactivos de cómo se crea el producto y como se detallan características a las cuales el que se interesa puede llegar a saber más de lo que está adquiriendo Para comprender mejor qué es una cápsula audiovisual debemos comprender que:

Las cápsulas audiovisuales son realizadas mayoritariamente por empresas de comunicación o personas que poseen el conocimiento audiovisual con el fin de ofrecer al público un mensaje breve, claro, conciso y directo sobre un tema o acontecimiento. Son un soporte audiovisual breve que engloba contenido informativo o comercial y que son difundidos en internet, concretamente, en redes sociales. (Castelló, 2021, pág. 1)

Lo que demuestra que las capsulas audiovisuales son fundamentales en lo que es dar a conocer un tipo de producto o servicio de cualquier emprendimiento ya que esto puede englobar las nuevas tendencias

En el caso de emprendimientos pequeños o que recién se están dando a conocer se habla que ellos no tienen o por decirlo de otra manera, no se arriesgan a promocionar sus productos por las redes sociales para llegar a un público más extenso, ya sea porque no cuentan con los recursos para hacerlo o porque no tienen el conocimiento necesario para grabar, representando esto una forma de menos competencia frente a los demás emprendimientos que ha obtenido el personal o por ellos mismos adquirieron sus conocimientos que ya los aplican para así ofertar sus productos por las redes sociales (Castello, 2021).

Considerando lo antes mencionado, se puede decir que el uso de las redes sociales para las personas en general es muy accesible, pero en el caso de personas que tienen emprendimientos pequeños, a la hora de promocionar sus artículos resulta difícil por la falta de conocimiento al grabar y al no saber cómo ejecutar una campaña de atracción de clientes, también se debe a la falta de inversión para hacerlo.

Para que una campaña de captación de clientes desde el campo audiovisual funcione, es necesario contar con el equipo técnico necesario para ejecutarlo, como cámaras de un buen rango de calidad, un guion atrayente, realizar la grabación o el proceso de producción, después de eso viene el proceso de posproducción con la edición, el plan de difusión mediante las redes sociales ya planteadas con anterioridad y finalmente la generación de leads, punto donde el proceso audiovisual se fusiona con el marketing de contenidos para extraer las ventas.

En una indagación previa como soporte para redactar este documento, se encontró un emprendimiento que se maneja por redes sociales ya por varios años y se puede observar que a través de la plataforma de Facebook principalmente, aunque también manejan otras redes se han publicado varias capsulas audiovisuales que hacen más atractiva la marca.

En el caso del emprendimiento “PGJ arte en madera” que se dedica a la elaboración de letreros, tallados, etc.; se realiza especialmente en madera solida ya sea de seike cipreses, colorado eucalipto, entre otros; que a través de una maquina la cual es manipulada por el carpintero, llega al proceso final como una pieza artística a base de madera. Todo este trabajo al final se registra en imágenes tomadas de forma amateur por el carpintero Pedro Guañuna y a su vez publicadas en su perfil de Facebook que ya por la falta de conocimiento y la falta de ayuda no lo ha logrado de mejor manera impactar al mercado al que busca proyectarse.

Para finalizar la contemplación del problema de la presente investigación se puede mencionar que este tipo de trabajos artesanales deberían ser más valorados por que en la actualidad el arte se presenta en muchos ámbitos, en este caso la de un carpintero que gracias a su habilidad, ha estado trabajando con todo tipo de tallados y, que la falta de la correcta promoción que es una parte tan imprescindible para que su trabajo sea más beneficioso, no ha sido tan eficiente por la nula ejecución de campañas de atracción de clientes.

Tomando en cuenta lo mencionado anteriormente, se plantea como inquietud de investigación del presente estudio:

¿Como desarrollar una correcta estrategia de atracción de clientes utilizando las cápsulas audiovisuales como estrategia de venta? Para poder responder esta pregunta se procede a detallar los propósitos de investigación a seguir.

Propósitos de la investigación

Propósito Central

Elaborar cápsulas audiovisuales para la promoción del emprendimiento “PGJ arte en madera” a través de las plataformas digitales Facebook e Instagram

Propósitos Concretos

- Indagar las características del emprendimiento “PGJ arte en madera” a través de las entrevistas a los principales actores sociales.
- Diseñar la preproducción de las cápsulas audiovisuales para el emprendimiento “PGJ arte en madera” a través de las plataformas digitales Facebook e Instagram estableciendo plan de rodaje y un guion
- Realizar la producción de las capsulas audiovisuales del emprendimiento “PGJ arte en madera” a través de las plataformas digitales Facebook e Instagram a través de la implementación del plan de rodaje
- Ejecutar la postproducción de las cápsulas promocionales del emprendimiento “PGJ arte en madera” a través de las plataformas digitales Facebook e Instagram por medio de la edición, colorización y el manejo del sonido
- Definir la difusión de las cápsulas promocionales del emprendimiento “PGJ arte en madera” a través de las plataformas digitales Facebook e Instagram

Importancia del estudio

El producto presentado será una ayuda a los emprendedores pequeños ecuatorianos ya que gracias a las capsulas audiovisuales ellos podrán ver una mejor manera de poner a la venta sus productos y a darse a conocer de una manera más rápida y dinámica a través de las redes sociales

Con respecto a las capsulas audiovisuales se experimentará con tomas verticales de alta calidad con enfoque en el color y en dinamismo ya que así podremos transmitir la información de manera breve y concisa

Mediante el trabajo de investigación y la propuesta de cápsulas, se espera tener un impacto social para el fortalecimiento en el área de promoción del emprendimiento “PGJ arte en madera”. La propuesta de cápsulas audiovisuales es un producto que va a servir a otros pequeños emprendedores para que puedan tomar como referencia y que puedan aplicar a sus negocios para que así su forma de publicaciones que tenían actualmente pueda cambiar a otro tipo de venta y a su vez puedan interactuar mejor con su público

El presente proyecto de investigación posee un impacto cultural porque también se busca la promoción y potenciación del arte tallado en madera sólida, ya que es una forma de dar a conocer cómo se realizan letreros, figuras, entre otros; todo a través de la madera a su vez demostrar la habilidad del artesano, todo esto grabado y presentado en las capsulas para así promocionarlos en la página de Facebook e Instagram

Esta investigación tiene un impacto metodológico porque se observan técnicas audiovisuales novedosas que sirven como una pauta o ejemplificación de cómo realizar este tipo de contenido, ya que las cápsulas audiovisuales tienen un proceso donde se empieza realizando la preproducción, continua con la ejecución de la producción en sí, continua con la postproducción, difusión mediante las redes mencionadas, y finaliza con la generación de ventas.

Viabilidad

El proyecto de investigación es totalmente viable ya que se cuenta con todo el conocimiento necesario desde la investigación al emprendedor también se cuenta con los estudios previos, contando también con el tiempo para la realización de las capsulas audiovisuales, mediante la recopilación de información a los actores social

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

En este apartado veremos los estudios previos, referentes teóricos y etapas de la producción con respecto a las capsulas audiovisuales para la promoción del emprendimiento PGJ arte en madera. En las bases teóricas propuestas para el actual proyecto se analiza las múltiples aristas que componen este estudio.

Estudio Previos

Partiendo de quien menciona que los estudios previos se vinculan con la información que describe la naturaleza de investigaciones existentes como soporte para que futuros investigadores apoyen sus trabajos y generen nuevo conocimiento a partir de uno ya publicado y verificado De esta forma, en el presente apartado se plantean los antecedentes de la investigación que guardan una estrecha relación con el tema de estudio actual. (Arias, 2012).

Iniciando con el trabajo de titulación de Almeida (2018), en su proyecto titulado “Diseño y producción de cápsulas audiovisuales para web sobre el mundo automovilístico Quito Showroom: Pasión por los autos” para hablar principalmente sobre el proceso de creación de cápsulas audiovisuales como un proyecto dirigido a la plataforma web, en el cual se propone informar y entretener a un público con temas relacionados a la cultura automovilística en Quito-Ecuador. Este proyecto se realizó con una metodología de campo y abordaje cualitativo principalmente con el uso de las entrevistas y la ejecución de grabación, concluyendo con la edición y especificando un tiempo de duración para el desarrollo de cada capsula audiovisual.

Con respecto a la investigación llevaba a cabo por Almeida (2018) guarda una relación para mi presente investigación con el anterior porque en primer lugar habla sobre la herramienta de la cápsula audiovisual como un recurso del lenguaje audiovisual, en el caso pasado se habla sobre el campo automovilístico mientras que en este se habla sobre el arte en madera, sin embargo, ambos buscan lo mismo,

mostrar la técnica mediante el contenido que ayuda a potenciar la visibilidad de estas actividades.

De la misma manera tenemos a Caguana (2018) que en su proyecto de titulación “Elaboración de un esquema que permita la producción de una obra de madera petrificada a partir del conocimiento de los métodos de producción del artista Antonio Cauja” habla sobre la búsqueda de esquematizar metodológicamente una práctica en talla, a través de un hecho artístico materializado en la obra resuelta de un artista guayaquileño que ha desarrollado la mayoría de su obra alrededor de la escultura en madera, de carácter cualitativo, descriptivo desde el proceso creativo personal del imaginario poético de Cauja, indagando su experiencia con el material, su formación, propuesta, economía y su conocimiento adquirido con los años.

Con respecto a la relación y el aporte para mi investigación el estudio descrito con anterioridad se alinea con el actual proyecto de investigación porque en ambos casos se maneja la misma actividad, el tallado en madera, lo que permite ver como a pesar de que el recurso es el mismo, las técnicas son diferentes, lo que demuestra la versatilidad de este material al momento de crear piezas artísticas y de su importancia y obligatoriedad de ser registradas para el conocimiento de esto en el campo académico

Continuando con los antecedentes se presenta a Rúaes (2017) que en proyecto de titulación “Plan de investigación: La identidad corporativa para el artesano Byron Quilumbango, de esculturas en madera de la parroquia de San Antonio de Ibarra”; habla sobre el diagnóstico técnico que permita un conocimiento del contexto de la identidad corporativa y la promoción de las esculturas en madera del artesano Byron Quilumbango, elaborar técnicamente los componentes de esta identidad corporativa y crear estrategias de difusión innovadoras desde la perspectiva del diseño gráfico.

Como metodología contempla un estudio inductivo-deductivo y analítico-sintético, para conocer sobre los diferentes elementos y las diferentes formas estratégicas de promoción. Como resultados se menciona que la mayoría de las personas que y almacén una variedad de productos que están al gusto y al alcance de cada cliente.

Esta parroquia alberga a grandes artistas que de una u otra forma ayudan a fortalecer el turismo de la misma.

Con respecto a la relación y el aporte y a mi investigación el estudio acabado de describir se relaciona con el presente proyecto de titulación porque desde un principio habla de tres aristas importantes, el uso de la madera como recurso para crear piezas artísticas, de la importancia de una estrategia de difusión que a la final en parte termina siendo redes sociales igualmente y de la contemplación de la imagen corporativo, aspecto a tomar en cuenta para este caso también debido a que el mercado es grande y es necesario salir con una marca atrayente para vender algo en madera más la mano de obra puede llegar a ser potencialmente costoso.

Con eso se cierra los antecedentes o estudios previos de la investigación que permitieron conocer como otros investigadores desde los mismos conceptos o palabras clave que se alinean con este, generaron trabajos completos alrededor del emprendimiento, promoción, desarrollo de marca, cápsula audiovisual, arte en madera, dando paso a los referentes teóricos que detallan mejor el contexto de estas definiciones.

Referentes teóricos

Como referentes para nuestra investigación es importante definir que son los términos: emprendimiento, emprendedor, capsula audiovisual, promoción, arte, madera sólida, posicionamiento y marca

Emprendimiento

Como tema principal encontramos al emprendimiento ya que es el proceso de crear una empresa o negocio nuevo, con el objetivo de generar ganancias. Es un proceso de identificar una oportunidad, desarrollar un plan de negocios a futuro, reunir los recursos necesarios y ejecutar el plan. En conclusión, el emprendimiento es el poder de convertir una idea en realidad (Hill,2020)

Capsula audiovisual

Para comprender mejor el termino debemos tener en cuenta que:

Una capsula audiovisual es un pequeño contenido audiovisual que se utiliza para comunicar información o ideas. Las capsulas audiovisuales pueden ser utilizadas en una variedad de plataformas, incluyendo sitios web, redes sociales y aplicaciones móviles. Pueden ser utilizadas para educar, informar o entretener al público. Las capsulas audiovisuales suelen ser breves, de unos pocos minutos de duración, y se centran en un tema específico. (Smith,2020, pág. 10)

Como aporte para mi investigación en este texto nos dice lo que es capsula audiovisual y su debido procedimiento para su realización

Promoción

Para tener una mejor comprensión de este término debemos tener en cuenta que:

La promoción se suele relacionar con la comunicación del producto o servicio. Engloba todo aquello que sirve para estimular la compra o venta de un producto/servicio. Algunas de las herramientas empleadas son la publicidad, las relaciones públicas y la venta personal como estrategias comerciales. (Marketing, 2016, pág. 2)

Como aporte para mi investigación es todo lo que engloba la creación del producto siguiendo con el proceso para la publicación a su vez la venta del producto

Arte

Uno de los temas que se va a hablar en relación con el emprendimiento en esta investigación es la de ver como se promociona el arte del carpintero, a través de sus tallados y como en la actualidad se desarrolla en el ámbito de las redes sociales. El arte es toda forma de expresión de carácter creativo que poseen los seres humanos. “Es la capacidad que tiene el hombre para representar sus sentimientos, emociones y percepciones acerca de sus vivencias y el entorno que lo rodea” (concepto, 2021, pág. 3)

Esta cita de Picasso refleja su visión de que el arte no se limita a la representación literal de la realidad, sino que a menudo implica una reinterpretación o abstracción que revela verdades más profundas o emocionales. Picasso fue conocido por su innovación artística y su capacidad para romper con las convenciones artísticas tradicionales, lo que hace que su perspectiva sobre el arte sea especialmente significativa.

En esencia, Picasso sugiere que el arte puede ser una forma de expresión que va más allá de la realidad tangible y nos permite explorar conceptos, emociones y significados más profundos. Esta definición subraya la idea de que el arte tiene la capacidad de transmitir y comunicar verdades subjetivas que pueden ser difíciles de expresar de otras maneras.

Madera solida

Madera que no ha sido reconstruida a partir de virutas, astillas u otros fragmentos de madera. La madera solida se compone de células que han entrelazado d para formar una estructura rígida. La madera solida también es un material natural que tiene una gran variedad de propiedades (Bard,2022)

Posicionamiento

Para comprender más sobre esta investigación asegura que para posicionar un producto debemos en primer lugar tener un conocimiento del mercado, conocer las ventajas e inconvenientes de cada producto, su imagen. Percibir y evaluar a la competencia. Atributos físicos, psicológicos, sociales, culturales. Analizar a los consumidores, segmentos, que quieren, que les motiva, sus actitudes, como consumen, dónde compran, qué comportamiento son los más relevantes. (Vaca, 2018).

Con respecto a Soler (2001), el posicionamiento de un producto o marca es la forma en la cual los consumidores definen a una empresa de acuerdo a los atributos más importantes que esta posee y que son apreciados por estos, así también, se considera que el posicionamiento es el lugar que el producto de una empresa ocupa en la mente del consumidor, pudiendo encontrarse en un mejor o peor puesto al ser comparada con otros bienes y servicios que la competencia ofrece.

1. Percepción en la Mente del Consumidor: El posicionamiento se trata de cómo los consumidores perciben una marca en relación con otras. Puede estar relacionado con atributos específicos del producto, como calidad o precio, o con aspectos más abstractos como la imagen de la marca y los valores asociados a ella.
2. Diferenciación: Una parte fundamental del posicionamiento es la diferenciación. Las empresas buscan destacar lo que las hace únicas o especiales en comparación con la competencia. Esto puede ser a través de características del producto, valores de marca, segmento de mercado objetivo o cualquier otro aspecto distintivo.

3. Segmentación del Mercado: El posicionamiento se adapta a diferentes segmentos de mercado. Una empresa puede tener diferentes estrategias de posicionamiento para diferentes grupos de consumidores, según sus necesidades y preferencias.
4. Comunicación y Mensajes: La estrategia de posicionamiento se respalda mediante la comunicación de mensajes coherentes y relevantes a través de la publicidad, el marketing, el branding y otros canales. Estos mensajes deben reforzar la imagen que la empresa desea proyectar.
5. Estrategia a Largo Plazo: El posicionamiento es una estrategia a largo plazo. No se trata solo de cómo una marca se percibe en un momento dado, sino de cómo se construye y mantiene esa percepción en el tiempo.
6. Ejemplos de Posicionamiento: Algunos ejemplos de posicionamiento podrían ser: "marca de lujo asequible", "líder en innovación tecnológica", "compromiso con la sostenibilidad ambiental" o "la opción más conveniente y económica".

El posicionamiento eficaz puede influir en las decisiones de compra de los consumidores y generar lealtad a la marca. Para lograrlo, las empresas deben comprender a fondo a su público objetivo, conocer a la competencia y desarrollar una estrategia de comunicación coherente que respalde la percepción deseada en el mercado.

Marca

Existen diversas opiniones de organizaciones y autores respecto al concepto de marketing, define que es “un nombre, término, diseño, símbolo, o alguna otra característica que identifique el bien o servicio de un vendedor y lo que lo diferencie de otros vendedores”. Dicha organización construye un mercado de conocimiento personalizado en las diferentes áreas del marketing. (Vaca, 2018).

Los principales expertos sobre temas de marketing definen la marca como “nombre, término, letrero, símbolo, diseño, o la combinación de los mismos, que identifica los productos o servicios de un vendedor o grupo de vendedores, y que la diferencia de sus competidores”. (Vaca, 2018).

Según los autores las marcas permiten a los clientes identificar los bienes y servicios que desean adquirir, dan un parte de seguridad de que lo que se está adquiriendo (bien o servicio) es de óptima calidad y que la empresa productora tiene amplia trayectoria en el mercado. Esta también reduce las posibilidades de que la decisión de compra se base meramente en el precio, la reputación de una marca ayuda a mantener la lealtad del cliente.

Arte en madera

El arte en madera, según la perspectiva de Paul Sellers, es una forma de expresión que fusiona la destreza técnica con la conexión espiritual con la naturaleza. Sellers ve la madera como un medio vivo y único que permite al artista interactuar con la historia de cada pieza, comprendiendo sus vetas, texturas y características intrínsecas. A través de la habilidad del artista, la madera cobra vida, revelando sus secretos más profundos y su potencial estético.

Características del Arte en Madera:

1. **Escultura en Madera:** La escultura en madera implica esculpir y dar forma a la madera para crear formas tridimensionales. Pueden ser representaciones realistas, abstractas o estilizadas de objetos, personas, animales u otros elementos.

2. Tallado en Madera: El tallado en madera es una técnica que implica cortar, tallar y detallar la madera para crear diseños ornamentales, relieves o figuras. Es común en la creación de tallas decorativas, tallas en madera de iglesias y objetos de arte intrincados.
3. Ebanistería: La ebanistería es la técnica de trabajar la madera para construir muebles y objetos de madera finamente elaborados. Implica un alto grado de habilidad en la selección de maderas, ensamblaje, acabado y detalles decorativos.
4. Marquetería: La marquetería es una técnica que involucra la creación de patrones decorativos o imágenes utilizando piezas pequeñas y delgadas de madera y otros materiales incrustados en una superficie de madera. Esto crea diseños intrincados y coloridos en muebles y objetos.
5. Carpintería Artística: La carpintería artística es una forma de trabajar la madera que combina la funcionalidad con la estética. Los carpinteros artísticos crean objetos únicos que pueden ser tanto bellos como prácticos, como puertas decorativas, ventanas talladas o barandas ornamentales.

Plataformas digitales

Las plataformas digitales, desde la perspectiva de Erik Qualman, son ecosistemas interconectados que permiten la comunicación, interacción y colaboración en línea entre individuos, empresas y comunidades. Qualman enfatiza que estas plataformas han transformado radicalmente la forma en que las personas se comunican consume información, realización de transacciones comerciales y construcción de relaciones.

1. Conexión en línea: Las plataformas digitales facilitan la conexión y la comunicación en tiempo real entre personas, empresas o dispositivos a través de internet. Esto puede incluir interacciones como mensajes, videoconferencias, redes sociales, entre otros.
2. Acceso a servicios y recursos: Muchas plataformas digitales ofrecen acceso a servicios, productos o información en línea. Esto puede incluir compras en línea, streaming de contenido multimedia, acceso a bases de datos, y más.

3. Colaboración: Algunas plataformas digitales están diseñadas para fomentar la colaboración entre usuarios. Por ejemplo, herramientas de colaboración en línea como Google Workspace permiten a múltiples personas trabajar en documentos o proyectos en conjunto, independientemente de su ubicación geográfica.
4. Mercados en línea: Algunas plataformas digitales funcionan como mercados en línea donde los vendedores pueden ofrecer productos y servicios, y los compradores pueden buscar y realizar transacciones en línea. Ejemplos incluyen Amazon, eBay y Airbnb.
5. Personalización: Las plataformas digitales suelen utilizar algoritmos para personalizar la experiencia del usuario. Esto significa que pueden ofrecer contenido, recomendaciones o anuncios específicos para cada usuario, basados en su historial y preferencias.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

En este capítulo se describe la naturaleza de la investigación, el diseño de la investigación, actores sociales, informantes claves o versionantes, así como las técnicas e instrumentos de recolección de información, la validez, las técnicas de análisis de la información y finalmente la metodología del producto.

Naturaleza de la investigación

Diseño de investigación

El diseño seleccionado para la presente investigación es el diseño fenomenológico ya que se concibe como “técnicas basadas en el contacto directo con el fenómeno investigado que constituye al objetivo, la conciencia y también darles sentido a las cosas, como actividad de partir hechos concretos y reales” (Madriz, 2019, pág. 37).

Lo que demuestra como aporte en el diseño de investigación para realizar los objetivos

Para efectuar la investigación se requiere establecer una comunicación directa con los actores sociales dentro del emprendimiento PGJ arte en madera ya que es fundamental para ver cómo se maneja tal emprendimiento. Además, mediante este contacto se puede observar la interactividad que tienen la personas con el emprendimiento

Enfoque de investigación

La presente investigación se enmarca en el enfoque de investigación cualitativo porque se puede conocer registrar narrar y difundir la información sobre la expresión sociocultural de los comportamientos y relaciones de los protagonistas del hecho o fenómeno de estudio (Arias 2012)

El presente trabajo tiene la intención de conocer e informar por medio de un enfoque cualitativo sobre el funcionamiento del emprendimiento PGJ arte en madera, es por

eso que el proceso de investigación se obtendrá evidencias mediante entrevistas, relatos y testimonios por parte de las personas de la parroquia de Puembo y también quienes trabajan en el emprendimiento PGJ arte en madera.

Actores sociales, Informantes Clave o Versionantes

Los individuos que son importantes en una investigación se les denomina actores sociales, ya que “es alguien que tiene algo que ganar o algo que perder a partir de los resultados de una determinada intervención o la acción de otros actores” (Hernández y Mendoza,2018, pág. 406).

Para la presente investigación es importante poder tener un contacto directo con los actores sociales de la carpintería porque con su intervención se puede esclarecer el funcionamiento del emprendimiento, además de obtener información más precisa de su programación, evolución y target. Uno de los actores sociales del estudio, es el carpintero Pedro Miguel que apoya a la investigación con información externa, también brinda especificaciones sobre el origen del emprendimiento.

Técnicas e instrumentos de recolección de información

En la presente investigación se utiliza la entrevista como técnica para la recolección de datos a aplicar en los informantes la cual es definida como una técnica donde se “representa e interpreta la cultura tal y como es vista por los partícipes de esa cultura” (Hernández y Mendoza,2018, pág. 450).

La entrevista es una técnica de recogida de información que además de ser una de las estrategias utilizadas en procesos de investigación, tiene ya un valor en sí misma. “Tanto si se elabora dentro de una investigación, como si se diseña al margen de un estudio sistematizado, tiene unas mismas características y sigue los pasos propios de esta estrategia de recogida de información”. (Folgueiras, 2010, pág. 3)

La guía de entrevista es la que se efectúa en esta investigación, ya que pone énfasis en crear un contexto similar entre los diferentes testimonios de los actores sociales

e informantes claves para obtener de ellos la perspectiva real del funcionamiento de PGJ arte en madera y la relación que existe con la población. Las entrevistas fueron realizadas a dos personas la primera fue al señor carpintero Pedro Miguel Guañuna, quien es el dueño del emprendimiento con conocimientos en el ámbito de la madera quien nos brindó información sobre las preguntas. La segunda persona fue el señor Miguel Hernández quien es un ex trabajador del emprendimiento el también posee conocimiento en madera y carpintería de igual forma nos ayudó respondiendo las preguntas.

Validez

Para el presente estudio se utiliza la validez de expertos cual se define como una opinión formada de personas con trayectoria en el tema, que son reconocidas por otros como expertos calificados, y puedan dar información evidencia juicios de valoraciones (Hernández y Mendoza,2018, pág. 450). El cual ofrece un método de verificación en cuanto a la fiabilidad de los datos recogidos para la investigación.

En este sentido, para la validez de la presente investigación se procedió a corroborar la investigación con la validación de expertos y validez de la información que participaron en el estudio, quienes revisaron la transcripción de la entrevista para verificar que estuviese escrito lo que ellos manifestaron sobre el fenómeno de estudio.

Técnicas de análisis de la información

En cuanto a el análisis de la información Hernández y Mendoza (2018) nos dice que dado al volumen de la información debemos transcribir todas las palabras, y elementos paralingüísticos. Indicar pausas o silencios, expresiones significativas, también al analizar línea por línea enumerar todos los renglones. Ya que al realizar la formulación de las preguntas y presentarlas a los entrevistados las empezaron a analizar para así poder responderlas. Se archiva el documento en la base de datos de la computadora o el dispositivo que se use. Al final mediante la codificación axial que es descubrir las categorías más relevantes del fenómeno o problema analizado (Hernández y Mendoza,2018, pág. 470)

Metodología del Producto

En este caso, el producto seleccionado a realizar consta con partes en el rango de lo visual tanto como el ritmo de las capsulas audiovisuales y el diseño de motion graphics también podemos hablar del diseño de sonido, tanto como los efectos y sonidos foleys que va a llevar las capsulas audiovisuales

Preproducción

Es la preparación necesaria para hacer realidad un proyecto audiovisual como afirma (Botella, 2018, pág. 8). Antes de empezar con la realización del proyecto, rodajes, etc., es necesaria una buena planificación de lo que se va a hacer además de una sólida documentación respecto al tema y tener claro por donde se quiere llevar.

Así se construyó la siguiente estructura de preproducción:

- Definir metas y objetivos para el emprendimiento

Aquí describo claramente el propósito de las capsulas audiovisuales en este caso sería promocionar el emprendimiento PGJ arte en madera.

- Desarrollo de los conceptos

Aquí realizo una lluvia de ideas sobre conceptos y temas creativos que se alineen con la identidad del emprendimiento todo esto se llevará bajo una voz en off.

- Escritura de un guion

Aquí desarrollo un guion o esquema para cada capsula en este caso serian dos capsulas, donde incluyo un mensaje claro y una narración en voz en off, diálogos y descripción de elementos y técnicas visuales.

- Búsqueda de localizaciones y horarios de producción

Aquí identifico las ubicaciones adecuadas para que se refleje la artesanía y la estética del emprendimiento, también creo un cronograma de producción donde detallo las fechas, horas para cada sesión de grabación.

- Equipos y requisitos técnicos

Aquí me aseguro de tener la cámara y el equipo de iluminación y otros equipos técnicos necesarios.

- Estilo visual y de audio

Aquí determino el estilo visual, la paleta de colores y los elementos estéticos que se alinean con el emprendimiento y el público objetivo de la empresa.

- Plan de lanzamiento y distribución

Aquí decido sobre las plataformas donde se va a lanzar las capsulas audiovisuales en este caso ya estaba definido las cuales son Facebook e Instagram.

Producción

“Durante la fase de producción se pone en práctica todo lo planificado en la fase de preproducción. Esta es la parte del proyecto donde se graba todo el material necesario para el montaje.” (Botella, 2018, pag.20)

Estos son los pasos que se toman para la producción:

Revisión del guion o esquema a seguir para la realización de las capsulas

Se realiza la coordinación de la locación y el tiempo establecido en la preproducción

Configuración y ubicación de los equipos que se vayan a utilizar

Rodaje de los videos

Respaldo del material obtenido

Post- producción

Aquí se refina el producto, se montan las tomas realizadas, se masterizan los audios, se incluyen motion graphics, y se revisa la parte audiovisual para que se quede correctamente a los guiones y fichas que ya se habían realizado

En la mayoría de los programas de televisión también existe (o debería) la figura del entalonado o colorista, que da a todo el programa el look visual definitivo, igualando la colorimetría y luminosidad de cada plano y cada pieza del programa.

Y por supuesto, también puede haber cromas, como se ha hecho tradicionalmente el pronóstico del tiempo.

Etapas de la postproducción

Registro de imágenes

No querrás perder parte del material filmado. Por lo tanto, lo primero que deberás hacer es asegurarte de que las tarjetas y discos duros estén etiquetados claramente antes de pasar al proceso de edición.

Montaje de metraje

Este es el comienzo del proceso de edición. Bajo este proceso se recopila todo el material grabado y se elimina cualquier corte de video deficiente. También, se eliminan tomas descartadas, diálogos mal leídos y tomas sin sentido.

También se reúnen varias tomas relacionadas en carpetas, las cuales están etiquetadas por el nombre para facilitar su búsqueda. Acto seguido, las imágenes de cada escena se colocan en una línea de tiempo ordenada a medida que el video comienza a tomar forma.

Esta es una responsabilidad bastante grande, así que asegúrate de que el editor comprenda el tono y la sensación de la historia filmada con anticipación. No tengas miedo de dejar que use las habilidades para el trabajo que se le contrató.

Para llevar a cabo esta tarea de edición tu editor necesitará trabajar en alguna de las alternativas de software de edición más conocidas como Adobe Premiere.

Difusión

En esencia es como vamos a compartir el producto a nuestro público o target para tener mejor recepción y accesibilidad

Crear una página en este caso Facebook donde se va a difundir las capsulas y a futuro seguir subiendo más material

Carear unas publicaciones

Esto va a servir como una pauta para que emprendedor pueda seguir a futuro gestionando su emprendimiento en este caso la promoción

CAPITULO IV

RESULTADOS E INTERPRETACIÓN

En este capítulo revisaremos las entrevistas realizadas las cuales responderán las preguntas formuladas y validadas, tras la transcripción se realizará una codificación y categorización de los temas hablados y las palabras más importantes, se analizará los resultados creando una triangulación de toda la información.

Pregunta	Categoría	Unidad de análisis
¿Qué es emprendimiento para usted?	Espíritu de emprendedor	-Administración de un negocio y asumir las responsabilidades de administrar las operaciones -Realizar trabajos complementarios -El sacrificio de varias cosas para desarrollar un sueño que se lo va desarrollando poco a poco
¿Como piensa usted que las redes sociales pueden ayudar a la promoción del emprendimiento?	Promoción en redes sociales del emprendimiento	-ayudan a la difusión y publicación en este caso los letreros en madera ya que se llega a más personas -el uso de wasap en las historias para llegar a contactos cercanos -difusión más lejana no solo en sectores específicos
¿Qué me puede contar de su emprendimiento y cómo surgió?	Idea Inicial	-Todo empieza por un hobby en tiempos libres -el uso y aprendizaje de una maquina llamada tupi para tallar madera -avances y aprendizaje con el tiempo de nuevas técnicas para tallar madera

<p>¿Qué instrumentos usas o necesitas para la promoción de tus productos en redes sociales?</p>	<p>Instrumentos de Promoción</p>	<p>-como instrumento principal el uso del celular y la aplicación Facebook -aplicaciones extra que me ayuden a la edición de fotos con mi conocimiento empírico -a futuro tener una cámara profesional para la realización de mejor contenido de calidad para las redes sociales.</p>
<p>¿Qué nos puedes decir sobre lo que es arte en madera?</p>	<p>Arte y tallado en madera</p>	<p>-siempre ha existido el gusto por el arte y especial que sea de madera -en el colegio tenía cursos donde nos enseñaban carpintería y tallado y a realizar todo tipo de arte -es darle un resplandor, color, forma a un trozo de madera solido para que así resalte y pueda ser vendido</p>
<p>¿Como surgió la idea del emprendimiento y como se consolida hoy en día?</p>	<p>Consolidación de marca</p>	<p>-la idea surge por la creación e innovación en la madera con la creación de letreros que resulten bonitos para decoración -también por el conocimiento de la carpintería gracias a talleres que se recibió en el colegio -la maraca se consolida muy estable apesar del aparecimiento de maquinaria que reemplaza el trabajo del artesano</p>
<p>¿Piensa usted que los productos que ofrece su emprendimiento PGJ</p>	<p>Satisfacción a los clientes</p>	<p>-si satisface la necesidad de los clientes y negocios que les gusta el arte en</p>

<p>arte en madera satisface la necesidad de otros negocios?</p>		<p>madera o tienen negocios rústicos que tienen infraestructura hecha de madera</p> <ul style="list-style-type: none"> -la mayoría de los productos en este caso los letreros en madera son adquiridos por restaurantes que decoran sus instalaciones -son trabajos únicos realizados artesanalmente que son usados en las entradas de los negocios la mayoría restaurantes
<p>¿Cuál es el público específico para la venta de los productos de su emprendimiento?</p>	<p>Productos específicos de bajo costo</p>	<ul style="list-style-type: none"> -no hay un público específico sino es más por el gusto de la persona al arte en este caso en madera -lo adquieren también por su bajo costo ya que son realizados sin mucha maquinaria son más artesanales -un público que sea amante del arte en madera y le guste la decoración en interiores o exteriores

Interpretación de las categorías

Espíritu emprendedor (E.E)

Esta categoría corresponde a el espíritu emprendedor donde nace el querer emprender y tener a futuro un negocio estable donde asuma responsabilidades, el sacrificar cosas para lograr llegar a un objetivo

Promoción en redes sociales del emprendimiento (P.R.S.E)

Esta categoría corresponde a la promoción en redes sociales del emprendimiento ya que gracias al manejo de las redes sociales puedo a llegar a promocionar los artículos de mi emprendimiento y llegar a lugares más amplios

Idea Inicial (I.I)

Esta categoría corresponde a la idea inicial que surge por un hobby en los tiempos libres donde gracias a una maquina llamada tupi se empieza a tallar en madera solida donde se da formas de letras imágenes dando un resalte a ese trozo de madera para después obtener una mejor técnica y hacer letrero con mejores terminados

Instrumentos de Promoción (I.P)

Esta categoría corresponde a los instrumentos de promoción ya que como instrumento principal del emprendedor es el celular para realizar fotos de forma empírica sin conocimientos previos para así llevarlas a la aplicación Facebook y realizar publicaciones, lo que se busca futuro es tener una cámara profesional y sacar fotos de calidad

Arte y tallado en Madera (A.T.M)

Esta categoría corresponde a el arte y el tallado en madera ya que gracias al gusto por el arte y la madera surge el tallar pedazos de madera sólida y darles formas para que así resalte y quede más atractivo, todo esto surge gracias a unos cursos de carpintería recibidos en el colegio

Consolidación de Marca (C.M)

Esta categoría corresponde a la consolidación de la marca ya que a pesar de que todo esto de tallado en madera es artesanal se mantiene firme a pesar de que hay nuevas maquinarias que ya lo hacen de mejor forma no se sabe que tiempo se mantenga la forma artesanal

Satisfacción a los clientes (S.C)

Esta categoría corresponde a la satisfacción de los clientes ya que hay negocios como restaurantes que tienen un estilo en madera donde les gusta implementar letreros o cuadros hechos en madera que ayuden a resaltar sus negocios

Productos específicos de bajo costo (P.E.B.C)

Esta categoría corresponde a los productos que son específicos y tienen un bajo costo esto se genera gracias a que todo es realizado artesanalmente en pocas palabras se puede decir que todo es realizado a mano con conocimientos empíricos y se realiza las ventas a personas que les atraiga el arte en este caso el arte en madera

Resultados del Producto

En esta parte se presenta la estructura general de la propuesta de la carpeta de producción de las capsulas audiovisuales para la promoción del emprendimiento PGJ arte en madera, en este sentido se inicia por el diseño de una portada, la ficha técnica y datos generales donde se plantea la idea y tema, para continuar con la elaboración de las diferentes etapas de producción para las capsulas audiovisuales.

Capsula Número 1

Portada



En la portada podemos ver el logo inicial del emprendimiento donde

Imágenes de referencia



Ficha Técnica

En este apartado tiene, título, descripción del producto, el público potencial que va dirigido, duración estimada, fechas aproximadas en la que se podrá realizar el producto y como punto final el proceso de difusión.

Titulo	PGJ arte en madera
Género	Informativo
Duración	60s a 1:10 min
Formato	1080x1920
Target	Hombres y mujeres amantes al arte (30-60)
Año	Septiembre 2023

Información general de contenidos

Tema

la realización de la capsulas audiovisuales con respecto a la promoción del emprendimiento PGJ arte en madera, nos da una visión más clara de cómo se realiza todo este proceso creativo, viendo todo el proceso que tiene que pasar para ser un producto ligado al arte de la persona que lo adquiera.

Público

El target o público objetivo que va dirigido las capsulas audiovisuales se centra más en las edades entre 30-60, que son personas que de alguna forma tienen un amor por el arte, en este caso arte que es tallado en la madera, ya que este tipo de público lo aprecia un poco más.

Difusión

En la difusión ya nos vamos más centrado en un plan de publicación a través de la plataforma Facebook e Instagram como uno de los puntos principales es la creación de perfiles en este caso las páginas donde se detalle en la descripción lo que ofrece el emprendimiento y también sus productos se puedan resaltar, previamente ya tenemos que tener las imágenes de logo y portada que ayuden a dar una identidad a la página para que ya así pueda ir gente viendo que es lo que a futuro nos pueden ofrecen y así mismo se pueda interactuar con comentarios y opiniones, ya cuando se publiquen las capsulas que de igual forma servirán como pauta para el emprendedor pueda seguir a futuro.

Preproducción

En la preproducción de las capsulas audiovisuales para la promoción del emprendimiento PGJ arte en madera, se puede dar los siguientes lineamientos que se llevaron previamente para así ir armando las fases que se van a tomar en cuenta como la definición de las metas y los objetivos que se quieren llegar con el emprendimiento, el desarrollo de conceptos, la escritura de un guion, la búsqueda de la locación y los horarios de producción, la búsqueda de equipos y recursos

técnicos ver el estilo visual y de audio y como punto final el plan de lanzamiento y distribución.

Equipo Humano

Dirección	Kevin Guañuna
Productor	Kevin Guañuna
Cámara	Kevin Guañuna, David Peña
Fotografía	Kevin Guañuna
Edición	Kevin Guañuna, Jorge Flores

Equipo Técnico

Cámara	Sony Alpha 6600, lente 16-55 mm
Trípode	Uno
Luz	una luz
Tarjetas de memoria	Kingston 32GB
Micrófono	Un micrófono de cámara
Lente	18-200
Difusor	uno
Rebotador	uno
Croma	alquilado
Computador	Core i5
Lector de SD	
Memoria externa	

Sinopsis capsula 1-2

La realización de la capsula audiovisual donde podremos observar el procedimiento de un letrero tallado en madera, en una madera rustica con sus respectivos procedimientos, los cuales se deben seguir para llegar al producto final

Escaleta

Capsula promocional para el emprendimiento PGJ arte en madera				
SEC 1	Se realiza una toma general de la madera solida de derecha a izquierda, también una toma general de adentro hacia afuera (esto servirá como intro para poner el logo del emprendimiento como parte inicial)			
EXT	DIA	Tomas fijas- tomas con movimiento	Kevin Guañuna	carpintería PGJ arte en madera

Capsula promocional para el emprendimiento PGJ arte en madera				
SEC 2	se prosigue a grabar varios planos detalles de lo que se dibuja en la madera, enfocando el lente desde el lápiz y la mano sin hacer un cambio de foco			
EXT	DIA	Tomas fijas- tomas con movimiento	Kevin Guañuna	carpintería PGJ arte en madera

Capsula promocional para el emprendimiento PGJ arte en madera				
SEC 3	Se realiza planos dorsales y planos cenitales mientras el carpintero empieza con el tallado, se siguen con la cámara cada detalle y movimientos que realice con la maquina mientras talla			
EXT	DIA	Tomas fijas- tomas con movimiento	Kevin Guañuna	carpintería PGJ arte en madera

Capsula promocional para el emprendimiento PGJ arte en madera				
SEC	En el proceso de pintado y lijado se realizan planos detalles utilizando bien el enfoque de la cámara también planos dorsales			
3				
EXT	DIA	Tomas fijas-tomas con movimiento	Kevin Guañuna	carpintería PGJ arte en madera
Capsula promocional para el emprendimiento PGJ arte en madera				
SEC	Como adicional realizamos varias tomas de relleno como material de uso para para el momento de la postproducción relajamos planos dorales planos cenitales planos detalles, paneos, tilds y trávelin			
3				
EXT	DIA	Tomas fijas-tomas con movimiento	Kevin Guañuna	carpintería PGJ arte en madera
Capsula promocional para el emprendimiento PGJ arte en madera				
SEC	Se realiza un plano general ya todo el letrero terminado igual con un paneo, también un movimiento de derecha a izquierda			
3				
EXT	DIA	Tomas fijas-tomas con movimiento	Kevin Guañuna	carpintería PGJ arte en madera

Capsula promocional para el emprendimiento PGJ arte en madera				
SEC	En el proceso de pintado y lijado se realizan planos detalles utilizando bien el enfoque de la cámara también planos dorsales			
3				
EXT	DIA	Tomas fijas-tomas con movimiento	Kevin Guañuna	carpintería PGJ arte en madera
Capsula promocional para el emprendimiento PGJ arte en madera				
SEC	Como adicional realizamos varias tomas de relleno como material de uso para para el momento de la postproducción relajamos planos dorales planos cenitales planos detalles, paneos, tilds y trávelin			
3				
EXT	DIA	Tomas fijas-tomas con movimiento	Kevin Guañuna	carpintería PGJ arte en madera
Capsula promocional para el emprendimiento PGJ arte en madera				
SEC	Se realiza un plano general ya todo el letrero terminado igual con un paneo, también un movimiento de derecha a izquierda			
3				
EXT	DIA	Tomas fijas-tomas con movimiento	Kevin Guañuna	carpintería PGJ arte en madera

Capsula promocional para el emprendimiento PGJ arte en madera				
SEC	En el proceso de pintado y lijado se realizan planos detalles utilizando bien el enfoque de la cámara también planos dorsales			
3				
EXT	DIA	Tomas fijas-tomas con movimiento	Kevin Guañuna	carpintería PGJ arte en madera
Capsula promocional para el emprendimiento PGJ arte en madera				
SEC	Como adicional realizamos varias tomas de relleno como material de uso para para el momento de la postproducción relajamos planos dorales planos cenitales planos detalles, paneos, tilds y trávelin			
3				
EXT	DIA	Tomas fijas-tomas con movimiento	Kevin Guañuna	carpintería PGJ arte en madera
Capsula promocional para el emprendimiento PGJ arte en madera				
SEC	Se realiza un plano general ya todo el letrero terminado igual con un paneo, también un movimiento de derecha a izquierda			
3				
EXT	DIA	Tomas fijas-tomas con movimiento	Kevin Guañuna	carpintería PGJ arte en madera

Capsula promocional para el emprendimiento PGJ arte en madera				
SEC	En el proceso de pintado y lijado se realizan planos detalles utilizando bien el enfoque de la cámara también planos dorsales			
3				
EXT	DIA	Tomas fijas-tomas con movimiento	Kevin Guañuna	carpintería PGJ arte en madera
Capsula promocional para el emprendimiento PGJ arte en madera				
SEC	Como adicional realizamos varias tomas de relleno como material de uso para para el momento de la postproducción relajamos planos dorales planos cenitales planos detalles, paneos, tilds y trávelin			
3				
EXT	DIA	Tomas fijas-tomas con movimiento	Kevin Guañuna	carpintería PGJ arte en madera
Capsula promocional para el emprendimiento PGJ arte en madera				
SEC	Se realiza un plano general ya todo el letrero terminado igual con un paneo, también un movimiento de derecha a izquierda			
3				
EXT	DIA	Tomas fijas-tomas con movimiento	Kevin Guañuna	carpintería PGJ arte en madera

Capsula promocional para el emprendimiento PGJ arte en madera				
SEC	En el proceso de pintado y lijado se realizan planos detalles utilizando bien el enfoque de la cámara también planos dorsales			
3				
EXT	DIA	Tomas fijas-tomas con movimiento	Kevin Guañuna	carpintería PGJ arte en madera
Capsula promocional para el emprendimiento PGJ arte en madera				
SEC	Como adicional realizamos varias tomas de relleno como material de uso para para el momento de la postproducción relajamos planos dorales planos cenitales planos detalles, paneos, tilds y trávelin			
3				
EXT	DIA	Tomas fijas-tomas con movimiento	Kevin Guañuna	carpintería PGJ arte en madera
Capsula promocional para el emprendimiento PGJ arte en madera				
SEC	Se realiza un plano general ya todo el letrero terminado igual con un paneo, también un movimiento de derecha a izquierda			
3				
EXT	DIA	Tomas fijas-tomas con movimiento	Kevin Guañuna	carpintería PGJ arte en madera

Capsula promocional para el emprendimiento PGJ arte en madera				
SEC	En el proceso de pintado y lijado se realizan planos detalles utilizando bien el enfoque de la cámara también planos dorsales			
3				
EXT	DIA	Tomas fijas-tomas con movimiento	Kevin Guañuna	carpintería PGJ arte en madera
Capsula promocional para el emprendimiento PGJ arte en madera				
SEC	Como adicional realizamos varias tomas de relleno como material de uso para para el momento de la postproducción relajamos planos dorales planos cenitales planos detalles, paneos, tilds y trávelin			
3				
EXT	DIA	Tomas fijas-tomas con movimiento	Kevin Guañuna	carpintería PGJ arte en madera
Capsula promocional para el emprendimiento PGJ arte en madera				
SEC	Se realiza un plano general ya todo el letrero terminado igual con un paneo, también un movimiento de derecha a izquierda			
3				
EXT	DIA	Tomas fijas-tomas con movimiento	Kevin Guañuna	carpintería PGJ arte en madera

Presupuesto

Concepto	Cantidad	Coste Unitario	Total
1.GUION Y MÚSICA			
1.1 Guion	1	0	0
1.2 Música			
2 PERSONAL TÉCNICO	0	0	0
2.1 Técnico Sonido	1(2 días)	0	0
2.3 Editor video	1(2días)	0	0
3 EQUIPO DE RODAJE			
3.1 micrófono adherido a la cámara	1(2 días)	30	60
3.2 Cámara Sony	1(2 días)	30(alquilado)	60
3.3 Equipo para entrevistas			
3.4 Equipo de sonido: micrófono, audífonos.	1(2días)	5	10
4 EXTERIORES			
4.1 Locaciones	0	0	0
4.2 Locación 1	1	0(pres)	0
4.3 Movilización	1	3	24
4.4 Catering	3	2.50	7.50
5 GASTOS DE PRODUCCIÓN			
5.1 Tarjeta SD	1	0	0
5.2 adaptador	1	2,50	2,50
5.3 lápiz y esferos	4	2.75	2.75
6 OTROS			
6.1 Reserva	1	10	20
TOTAL			166.75 \$

Capsula numero 2

Portada



Imágenes de referencia







Ficha Técnica

En este apartado tiene, título, descripción del producto, el público potencial que va dirigido, duración estimada, fechas aproximadas en la que se podrá realizar el producto y como punto final el proceso de difusión.

Título	
Género	PGJ arte en madera
Duración	Informativo
Formato	60s a 1:10 min
Target	1080x1920
Año	Hombres y mujeres amantes al arte (30-60)
	Septiembre 2023

Información general de contenidos

Tema

la realización de la capsulas audiovisuales con respecto a la promoción del emprendimiento PGJ arte en madera, nos da una visión más clara de cómo se realiza todo este proceso creativo, viendo todo el proceso que tiene que pasar para ser un producto ligado al arte de la persona que lo adquiera.

Público

El target o público objetivo que va dirigido las capsulas audiovisuales se centra más en las edades entre 30-60, que son personas que de alguna forma tienen un amor por el arte, en este caso arte que es tallado en la madera, ya que este tipo de público lo aprecia un poco más.

Difusión

En la difusión ya nos vamos más centrado en un plan de publicación a través de la plataforma Facebook e Instagram como uno de los puntos principales es la creación de perfiles en este caso las páginas donde se detalle en la descripción lo que ofrece el emprendimiento y también sus productos se puedan resaltar, previamente ya tenemos que tener las imágenes de logo y portada que ayuden a dar una identidad a la página para que ya así pueda ir gente viendo que es lo que a futuro nos pueden ofrecer y así mismo se pueda interactuar con comentarios y opiniones, ya cuando se publiquen las capsulas que de igual forma servirán como pauta para el emprendedor pueda seguir a futuro.

Preproducción

En la preproducción de las capsulas audiovisuales para la promoción del emprendimiento PGJ arte en madera, se puede dar los siguientes lineamientos que se llevaron previamente para así ir armando las fases que se van a tomar en cuenta como la definición de las metas y los objetivos que se quieren llegar con el emprendimiento, el desarrollo de conceptos, la escritura de un guion, la búsqueda de la locación y los horarios de producción, la búsqueda de equipos y recursos técnicos ver el estilo visual y de audio y como punto final el plan de lanzamiento y distribución.

Equipo Humano

Dirección	Kevin Guañuna
Productor	Kevin Guañuna
Cámara	Kevin Guañuna, David Peña
Fotografía	Kevin Guañuna
Edición	Kevin Guañuna, Jorge Flores

Equipo Técnico

Cámara	Sony Alpha 6600, lente 16-55 mm
Trípode	Uno
Luz	una luz
Tarjetas de memoria	Kingston 32GB
Micrófono	Un micrófono de cámara
Lente	18-200
Difusor	uno
Rebotador	uno
Croma	alquilado
Computador	Core i5
Lector de SD	
Memoria externa	

Sinopsis capsula 2

La realización de la capsula audiovisual donde podremos observar el procedimiento de un letrero tallado en madera, en una madera rustica con sus respectivos procedimientos, los cuales se deben seguir para llegar al producto final

Escaleta

Capsula promocional para el emprendimiento PGJ arte en madera				
SEC 1	Se realiza una toma general de la madera solida de derecha a izquierda, también una toma general de adentro hacia afuera (esto servirá como intro para poner el logo del emprendimiento como parte inicial)			
EXT	DIA	Tomas fijas-tomas con movimiento	Kevin Guañuna	carpintería PGJ arte en madera

Capsula promocional para el emprendimiento PGJ arte en madera				
SEC 2	se prosigue a grabar varios planos detalles de lo que se dibuja en la madera, enfocando el lente desde el lápiz y la mano sin hacer un cambio de foco			
EXT	DIA	Tomas fijas-tomas con movimiento	Kevin Guañuna	carpintería PGJ arte en madera

Capsula promocional para el emprendimiento PGJ arte en madera				
SEC 3	Se realiza planos dorsales y planos cenitales mientras el carpintero empieza con el tallado, se siguen con la cámara cada detalle y movimientos que realice con la maquina mientras talla			
EXT	DIA	Tomas fijas-tomas con movimiento	Kevin Guañuna	carpintería PGJ arte en madera

Capsula promocional para el emprendimiento PGJ arte en madera				
SEC	En el proceso de pintado y lijado se realizan planos detalles utilizando bien el enfoque de la cámara también planos dorsales			
3				
EXT	DIA	Tomas fijas-tomas con movimiento	Kevin Guañuna	carpintería PGJ arte en madera
Capsula promocional para el emprendimiento PGJ arte en madera				
SEC	Como adicional realizamos varias tomas de relleno como material de uso para para el momento de la postproducción relajamos planos dorales planos cenitales planos detalles, paneos, tilds y trávelin			
3				
EXT	DIA	Tomas fijas-tomas con movimiento	Kevin Guañuna	carpintería PGJ arte en madera
Capsula promocional para el emprendimiento PGJ arte en madera				
SEC	Se realiza un plano general ya todo el letrero terminado igual con un paneo, también un movimiento de derecha a izquierda			
3				
EXT	DIA	Tomas fijas-tomas con movimiento	Kevin Guañuna	carpintería PGJ arte en madera

Capsula promocional para el emprendimiento PGJ arte en madera				
SEC	En el proceso de pintado y lijado se realizan planos detalles utilizando bien el enfoque de la cámara también planos dorsales			
3				
EXT	DIA	Tomas fijas-tomas con movimiento	Kevin Guañuna	carpintería PGJ arte en madera
Capsula promocional para el emprendimiento PGJ arte en madera				
SEC	Como adicional realizamos varias tomas de relleno como material de uso para para el momento de la postproducción relajamos planos dorsales planos cenitales planos detalles, paneos, tilds y trávelin			
3				
EXT	DIA	Tomas fijas-tomas con movimiento	Kevin Guañuna	carpintería PGJ arte en madera
Capsula promocional para el emprendimiento PGJ arte en madera				
SEC	Se realiza un plano general ya todo el letrero terminado igual con un paneo, también un movimiento de derecha a izquierda			
3				
EXT	DIA	Tomas fijas-tomas con movimiento	Kevin Guañuna	carpintería PGJ arte en madera

Capsula promocional para el emprendimiento PGJ arte en madera				
SEC	En el proceso de pintado y lijado se realizan planos detalles utilizando bien el enfoque de la cámara también planos dorsales			
3				
EXT	DIA	Tomas fijas-tomas con movimiento	Kevin Guañuna	carpintería PGJ arte en madera
Capsula promocional para el emprendimiento PGJ arte en madera				
SEC	Como adicional realizamos varias tomas de relleno como material de uso para para el momento de la postproducción relajamos planos dorales planos cenitales planos detalles, paneos, tilds y trávelin			
3				
EXT	DIA	Tomas fijas-tomas con movimiento	Kevin Guañuna	carpintería PGJ arte en madera
Capsula promocional para el emprendimiento PGJ arte en madera				
SEC	Se realiza un plano general ya todo el letrero terminado igual con un paneo, también un movimiento de derecha a izquierda			
3				
EXT	DIA	Tomas fijas-tomas con movimiento	Kevin Guañuna	carpintería PGJ arte en madera

Capsula promocional para el emprendimiento PGJ arte en madera				
SEC	En el proceso de pintado y lijado se realizan planos detalles utilizando bien el enfoque de la cámara también planos dorsales			
3				
EXT	DIA	Tomas fijas-tomas con movimiento	Kevin Guañuna	carpintería PGJ arte en madera
Capsula promocional para el emprendimiento PGJ arte en madera				
SEC	Como adicional realizamos varias tomas de relleno como material de uso para para el momento de la postproducción relajamos planos dorales planos cenitales planos detalles, paneos, tilds y trávelin			
3				
EXT	DIA	Tomas fijas-tomas con movimiento	Kevin Guañuna	carpintería PGJ arte en madera
Capsula promocional para el emprendimiento PGJ arte en madera				
SEC	Se realiza un plano general ya todo el letrero terminado igual con un paneo, también un movimiento de derecha a izquierda			
3				
EXT	DIA	Tomas fijas-tomas con movimiento	Kevin Guañuna	carpintería PGJ arte en madera

Capsula promocional para el emprendimiento PGJ arte en madera				
SEC	En el proceso de pintado y lijado se realizan planos detalles utilizando bien el enfoque de la cámara también planos dorsales			
3				
EXT	DIA	Tomas fijas-tomas con movimiento	Kevin Guañuna	carpintería PGJ arte en madera
Capsula promocional para el emprendimiento PGJ arte en madera				
SEC	Como adicional realizamos varias tomas de relleno como material de uso para para el momento de la postproducción relajamos planos dorales planos cenitales planos detalles, paneos, tilds y trávelin			
3				
EXT	DIA	Tomas fijas-tomas con movimiento	Kevin Guañuna	carpintería PGJ arte en madera
Capsula promocional para el emprendimiento PGJ arte en madera				
SEC	Se realiza un plano general ya todo el letrero terminado igual con un paneo, también un movimiento de derecha a izquierda			
3				
EXT	DIA	Tomas fijas-tomas con movimiento	Kevin Guañuna	carpintería PGJ arte en madera
Capsula promocional para el emprendimiento PGJ arte en madera				
SEC	En el proceso de pintado y lijado se realizan planos detalles utilizando bien el enfoque de la cámara también planos dorsales			
3				
EXT	DIA	Tomas fijas-tomas con movimiento	Kevin Guañuna	carpintería PGJ arte en madera
Capsula promocional para el emprendimiento PGJ arte en madera				
SEC	Como adicional realizamos varias tomas de relleno como material de uso para para el momento de la postproducción relajamos planos dorales planos cenitales planos detalles, paneos, tilds y trávelin			

3				
EXT	DIA	Tomas fijas-tomas con movimiento	Kevin Guañuna	carpintería PGJ arte en madera
Capsula promocional para el emprendimiento PGJ arte en madera				
SEC 3	Se realiza un plano general ya todo el letrero terminado igual con un paneo, también un movimiento de derecha a izquierda			
EXT	DIA	Tomas fijas-tomas con movimiento	Kevin Guañuna	carpintería PGJ arte en madera

Concepto	Cantidad	Coste Unitario	Total
1.GUION Y MÚSICA			
1.1 Guion	1	0	0
1.2 Música			
2 PERSONAL TÉCNICO	0	0	0
2.1 Técnico Sonido	1(2 días)	0	0
2.3 Editor video	1(2días)	0	0
3 EQUIPO DE RODAJE			
3.1 micrófono adherido a la cámara	1(2 días)	30	60
3.2 Cámara Sony	1(2 días)	30(alquilado)	60
3.3 Equipo para entrevistas			
3.4 Equipo de sonido: micrófono, audífonos.	1(2días)	5	10
4 EXTERIORES			
4.1 Locaciones	0	0	0
4.2 Locación 1	1	0(pres)	0
4.3 Movilización	1	3	24
4.4 Catering	3	2.50	7.50
5 GASTOS DE PRODUCCIÓN			
5.1 Tarjeta SD	1	0	0
5.2 adaptador	1	2,50	2,50
5.3 lápiz y esferos	4	2.75	2.75
6 OTROS			
6.1 Reserva	1	10	20
TOTAL			166.75 \$

Capítulo V

Hallazgos y Reflexiones

En el presente capítulo se exponen los hallazgos y las reflexiones que se derivan del propósito de estudio el cual fue elaborar cápsulas audiovisuales para la promoción del emprendimiento “PGJ arte en madera” a través de las plataformas Facebook e Instagram, tomando en cuenta diversos resultados obtenidos durante el periodo de desarrollo del trabajo por medios de las entrevistas a los principales actores sociales

Hallazgos

Luego de haber realizado las entrevistas, análisis e interpretación de los resultados se crean los siguientes hallazgos en función de los propósitos planteados.

Con respecto al primer propósito concreto que es indagar las características del emprendimiento “PGJ arte en madera” a través de las entrevistas a los principales actores sociales, se observó que el emprendedor no cuenta con la información y el conocimiento de un manejo de una cámara para la creación de contenido en este caso las capsulas audiovisuales, también la inexperiencia en el uso de las redes sociales, ya que su conocimiento es muy escaso.

Lo que, respecto al segundo propósito, el cual es la preproducción de las capsulas audiovisuales para el emprendimiento “PGJ arte en madera” a través de las plataformas digitales Facebook e Instagram estableciendo un plan de rodaje y un guion, donde aquí se planteó un plan de creación de las capsulas audiovisuales como un planteamiento previo, además de la realización de un plan de rodaje que nos ayuda a tener un orden a la hora de la producción

Como se menciona en el tercer propósito, implementar la producción de las capsulas audiovisuales del emprendimiento “PGJ arte en madera” a través de las plataformas digitales Facebook e Instagram a través del plan de rodaje, evidenciado de cómo se realizan los letreros como el carpintero se prepara para antes de realizar

una obra o el trabajo, realiza planos detalles, también planos generales, planos contraplanos que nos sirvan para evidenciar toda la realización.

Con base en el cuarto objetivo donde se realiza la post producción de las capsulas audiovisuales del emprendimiento “PGJ arte en madera” a través de las plataformas digitales Facebook e Instagram, se realizó el respaldo de todo el material en el disco de la computadora, para así poder ir seleccionado las tomas que previamente estaban en las escaletas ya que esas son las que vamos a utilizar en los programas de edición como principal Adobe Premiere Pro y Adobe After Effects.

Finalmente, como ultimo propósito que sería la difusión de la capsulas audiovisuales del emprendimiento “PGJ arte en madera” a través de las plataformas digitales Facebook e Instagram, el cual como se menciona será difundido por las plataformas digitales que tiene gran impacto y viralidad para así llegar al público que se quiere y poder tener ese resalte para el emprendimiento.

Reflexiones

Gracias a las investigaciones realizadas, se puede reflexionar que en el primer propósito se indago previamente las características del emprendimiento contando con toda la información requerida llegando al lugar donde el emprendedor tiene su taller, se observó todo lo que se realiza ahí y se recogió la información y luego se continuo con la planeación ya que se acordó también la fecha de grabación.

Así mismo con el segundo propósito se realizó la preproducción ya que se obtuvo toda la información previa del emprendimiento “PGJ arte en madera” se manejó algunos cambios necesarios en el guion para poder realizar toda la producción en un solo día, también se manejó los gastos de movilización y gatos extras.

También ya con la producción nos dirigimos al lugar donde se adecuo las mejores áreas, para tener una mejor luz natural, procedemos a la grabación donde no hubo ninguna dificultad ya que se contó con todo el equipo también se le dirigió a la persona que salió en los videos para que pueda darnos las mejores tomas.

Ya luego de a ver realizado toda la producción se realizado un respaldo en la computadora, los videos grabados se pudo evidenciar todas las tomas realizadas y

También ya con la producción nos dirigimos al lugar donde se adecuó las mejores áreas, para tener una mejor luz natural, procedemos a la grabación donde no hubo ninguna dificultad ya que se contó con todo el equipo también se le dirigió a la persona que salió en los videos para que pueda darnos las mejores tomas.

se planificado, los días de edición, con respecto a esto se clasifico los videos ya que algunas tomas no estuvieron correctamente enfocadas, tenses no fue un problema serio ya que si había tomas de respaldo que iban a ayudar a manejar esa ausencia de tomas.

Ya como punto final con respecto al último propósito que es definir la difusión ya se realizó previamente las páginas de Facebook e Instagram donde ya estaba realizado la línea gráfica, donde se hicieron publicaciones previas antes de ir con el video de las capsulas de producto final

Referentes Bibliográficos

- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica*. Caracas, Venezuela: Episteme.
- Adisar Consulting. (7 de junio de 2021). Definición de la estrategia digital. [adisarconsulting](http://adisarconsulting.com/definicion-de-la-estrategia-digital). Obtenido de <http://adisarconsulting.com/definicion-de-la-estrategia-digital>
- Almeida, R. (2018). *Diseño y producción de cápsulas audiovisuales para web sobre el mundo automovilístico Quito ShowRoom: Pasión por los autos*. Universidad San Francisco, Facultad de Comunicación. Quito, Ecuador.
- Andrade Yejas, D. (2016). ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL EN LA PROMOCIÓN DE MARCA CIUDAD. *Revista Escuela de Administración de Negocios*. <https://www.redalyc.org/pdf/206/20645903005.pdf>. Redylac, 80, 15.
- Aponte. (2020). Obtenido de <https://telecomunicaciones.edu.ec/repositorio/articulos-blog/ciencia-y-tecnologia/las-redes-sociales-un-aliado-estrategico-de-los-emprendedores>
- Bach. PAYE MORILLO, D. P. (2017). IMPLEMENTACION DEL MARKETING DIGITAL COMO ESTRATEGIA PARA EL INCREMENTO DE LAS VENTAS DE LA EMPRESA VITIVINICOLA SANTA FE DEL DISTRITO DE STA MARIA – 2016. Santa Fé - Colombia.
- Caguana, C. (2018). *Elaboración de un esquema que permita la producción de una obra de madera petrificada a partir del conocimiento de los métodos de producción del artista Antonio Cauja*. Universidad de Cuenca, facultad de artes. Cuenca, Ecuador.
- Castelló. (2021). Obtenido de <https://blogotomia.com/aulaenred-accion/capsulas-audiovisuales-la-nueva-estrategia-de-informacion-en-las-redes-sociales/#:~:text=Son%20un%20soporte%20audiovisual%20breve,%2C%20concretamente%2C%20en%20redes%20sociales.>
- Concepto. (2021). Obtenido de <https://concepto.de/arte/#ixzz7Y2CrmCTT>
- Gavilánez Vaca, J. C. (2018). PLAN MARKETING PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA LÍNEA DE LUBRICANTES AMALIE DE LA EMPRESA FILTROCORP S.A EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, PROVINCIA

DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS, AÑO 2018. Santo Domingo:
INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR JAPÓN.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2016).
Metodología de la investigación. McGraw-Hill Education.

Marketing, D. (2016). Obtenido de
<https://dircomfidencial.com/diccionario/promocion-20161009-1655/>

Oirdobro, A. (11 de Julio de 2016). *Innoticia*. Obtenido de
<https://innotica.net/blog/articulo/importancia-de-las-redes-sociales-en-el-emprendimiento>

Omarrzarellan. (2019). *brainly*. Obtenido de <https://brainly.lat/tarea/83608>

Platoniq. (2009). Obtenido de <https://platoniq.net/es/bcc/p/9/produccion-de-capsulas-audiovisuales/#:~:text=Llamamos%20C%C3%A1psulas%20a%20las%20grabaciones,copia%20sin%20C%C3%A1nimo%20de%20lucro.>

Ruales, D. (2017). *Plan de investigación: La identidad corporativa para el artesano Byron Quilumbango, de esculturas en madera de la parroquia de San Antonio de Ibarra*. Universidad Técnica del Norte, Facultad de Educación, ciencia y tecnología. Ibarra, Ecuador.

Valverde, K. (2021). *Diseño de estrategias de marketing digital para posicionamiento PILFRED STAMP & DESIGN en la ciudad de Guayaquil para el periodo 2021*. Universidad de Guayaquil, facultad de ciencias administrativas. Guayaquil, Ecuador.

Anexos
Guion de entrevista definitivo

#	PREGUNTAS
1	¿Qué es emprendimiento para usted?
2	¿Cómo piensa usted que las redes sociales pueden ayudar a la promoción de su emprendimiento?
3	¿Qué me puedes contar de tu emprendimiento?
4	¿Qué instrumentos usas o necesitas para la promoción de tus productos en redes sociales ?
5	¿Qué nos puede decir sobre que es Arte en madera?
6	¿Cuál ha sido el proceso para la creación del emprendimiento PGJ arte en madera en antes y el después?
7	¿Piensa usted que los productos que ofrece su emprendimiento PGJ arte en madera satisface la necesidad de otros negocios?
8	¿Qué tipo de productos podemos encontrar en su emprendimiento?
9	¿Por qué decidió llamarlo PGJ arte en madera?

Validación del instrumento #1

JUICIO DE EXPERTO

INSTRUCCIONES:

Coloque uná "X" en la casilla correspondiente a su apreciación según los criterios que se detallan a continuación.

CRITERIOS	APRECIACIÓN CUALITATIVA			
	EXCELENTE	BUENA	REGULAR	DEFICIENTE
Presentación del instrumento.	X			
Pertinencia del instrumento según el propósito de la investigación	X			
Relevancia del contenido.	X			
Factibilidad de aplicación		X		

Apreciación cualitativa:

Observaciones: _____

Juicio de Experto

criterios que se detallan a continuación:


Preguntas	Claridad en la redacción		Coherencia con el fenómeno de estudio		Inducción a la respuesta (Sesgo)		Lenguaje adecuado a las características del informante		Valoración			Observación
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Dejar	Modificar	Quitar	
1	X		X			X	X		X			
2	X		X			X	X		X			
3	X		X			X	X		X			
4	X		X			X	X		X			
5	X		X			X	X		X			
6	X		X			X	X		X			
7	X		X			X	X		X			
8	X		X			X	X		X			
9	X		X			X	X		X			
10	X		X			X	X		X			

ANEXOS

Apreciación cualitativa:

Con estas Preguntas Semi estructuradas se aborda la Subjetividad de quien comprende la realidad.

Observaciones:

Validado por: Dr. Dion Villalobos
 Profesión: Doctor en Educación
 Cargo que desempeña: Docente - Investigador
 Firma: 
 Fecha: 25/11/2022

Validación instrumento #2

JUICIO DE EXPERTO

INSTRUCCIONES:

Coloque una "X" en la casilla correspondiente a su apreciación según los criterios que se detallan a continuación.

CRITERIOS	APRECIACIÓN CUALITATIVA			
	EXCELENTE	BUENA	REGULAR	DEFICIENTE
Presentación del instrumento.		X		
Pertinencia del instrumento según el propósito de la investigación	X			
Relevancia del contenido.	X			
Factibilidad de aplicación	X			

Apreciación cualitativa:

EL INSTRUMENTO ESTÁ BIEN CONSTRUIDO

Observaciones: REALIZAR CORRECCIONES

Juicio de Experto

Coloque una "X" en la casilla correspondiente según su apreciación de cada pregunta, según los criterios que se detallan a continuación:

Preguntas	Claridad en la redacción		Coherencia con el fenómeno de estudio		Inducción a la respuesta (Sesgo)		Lenguaje adecuado a las características del informante		Valoración			Observaciones
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Dejar	Modificar	Quitar	
1	X		X			X	X		X			
2	X		X			X	X		X			
3		X	X			X	X			X		CORREGIR
4		X	X			X	X			X		CORREGIR
5	X		X			X	X		X			
6	X		X			X	X		X			
7		X	X			X	X			X		CORREGIR
8	X		X			X	X		X			
9		X	X			X	X			X		CORREGIR
10	X		X			X	X		X			

ANEXOS

apreciación cualitativa:

CORREGIR REDACCIÓN

Observaciones:

REALIZAR CORRECCIONES

Validado por: Jorge MUVINE ROMERO

Profesión: PRODUCTOR AUDIOVISUAL

Cargo que desempeña: DOCENTE

Validación instrumento #3

Coloque una "X" en la casilla correspondiente a su apreciación según los criterios que se detallan a continuación.

CRITERIOS	APRECIACIÓN CUALITATIVA			
	EXCELENTE	BUENA	REGULAR	DEFICIENTE
Presentación del instrumento.	X	X		
Pertinencia del instrumento según el propósito de la investigación	X			
Relevancia del contenido.	X			
Factibilidad de aplicación	X			

Apreciación cualitativa:

Considero correcto las preguntas propuestas pero no tienen contenido sobre audiovisuales ni plataformas digitales.

Observaciones:

Incluir preguntas sobre el rol de realizar cápsulas audiovisuales para la promoción -

Juicio de Experto

Coloque una "X" en la casilla correspondiente según su apreciación de cada pregunta, según los criterios que se detallan a continuación:

Preguntas	Claridad en la redacción		Coherencia con el fenómeno de estudio		Inducción a la respuesta (Sesgo)		Lenguaje adecuado a las características del informante		Valoración			Observaciones
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Dejar	Modificar	Quitar	
1	X		X			X	X		X			
2	X		X			X	X		X			
3	X		X			X	X		X			
4	X		X			X	X		X			
5	X		X			X	X		X			
6		X	X			X		X		X		
7		X	X			X	X		X			
8	X		X			X	X		X			
9	X		X			X	X		X			
10	X		X			X	X		X			

ANEXOS

Apreciación cualitativa:

Observaciones:

Validado por:

Msc. Fredi Zamora

Profesión:

Docente

Cargo que desempeña:

Director Carrera

Firma:

Fredi Zamora

Fecha:

24/11/2022

LINK DEL PRODUCTO

CAPSULA 1

https://drive.google.com/file/d/19dFqCtgKM6PxyoER2vzWjW_wiGnA29eJ/view?usp=drive_link

CAPSULA 2

https://drive.google.com/file/d/120eybzLGInGN-Uv-rdK2MU5kp1UM35l1/view?usp=drive_link