

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL



ESCUELA DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

INFORME DE MATERIA DE GRADUACIÓN

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN DISEÑO Y PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL**

TEMA

*PROPUESTA DE CO-PRODUCCIÓN DE UN PROGRAMA DE
TELEVISIÓN PARA JÓVENES*

AUTORES

CARLOS GABRIEL MIRABÁ LASCANO
KARLA MARISELA RIVERA QUEZADA

DIRECTOR

ING. XAVIER CEBALLOS VERA

**GUAYAQUIL - ECUADOR
AÑO 2010**

AGRADECIMIENTO

A Dios, quien es mi creador y la persona que me dio la vida y me permite seguir adelante con mis proyectos guiándome y aconsejándome en cada momento.

A mi madre, la persona más importante en mi vida, que con amor cariñoso, comprensión y mucha dedicación supo sacarme adelante y siendo ella mi más claro ejemplo de vida y superación.

A mi tía, tío y primas a quienes le debo mi infancia y saber estar ahí en cada etapa de mi vida aconsejándome en cada momento y estando ahí sin dudarlo ni un solo instante, a quienes considero como mis madres y hermanas también, pues siempre estuvieron en el momento preciso ayudándome en todo lo que pudieron.

A mi familia y novia ,que gracias a su ayuda pude llegar lejos y estar en estos momentos terminando una etapa de mi vida , gracias por ayudarme en todo lo que pueden y estar ahí cuidándome y guiándome en todo momento.

A mis amigos mas cercanos, los de toda la vida, los que vienen los que van pero al final siempre de una u otra forma están ahí compartiendo su tiempo con consejos , presencia y ayuda hacen de esta etapa una realidad.

Y a todos a quienes pusieron un granito de arena para que este sueño se haga realidad, gracias.

Carlos Gabriel Mirabá Lascano

AGRADECIMIENTO

A Dios mi principal agradecimiento, porque solo gracias a él he podido lograr todas mis metas y gracias a él seguiré mi camino.

A mi madre que con su apoyo constante y su sola presencia a mi lado ha hecho de mi la mujer que soy.

A mi hermana que me ha ayudado con lo que a podido y que se ha mantenido a mi lado cada vez que la necesito.

A mi familia que ha estado a mi lado en cada paso y decisión que he tomado en mi vida.

A mis abuelitos que desde el cielo me cuidan y velan cada día por mi, sé con seguridad que ellos son mis ángeles.

A mis amigos que han estado conmigo para pasar cosa buenas y malas, son ellos los que me ayudan y me levantan el animo, en ellos sé que puedo confiar y gracias a ellos el paso por la universidad se torno un camino mejor para disfrutar. Se han ganado un espacio en mi corazón.

Karla Marisela Rivera Quezada

DEDICATORIA

A toda mi familia en general, a mi madre, novia, tíos , primos, amigos, a todos porque han estado ahí en cada momento de mi vida dándome su apoyo para culminar esta etapa.

Carlos Gabriel Mirabá Lascano

DEDICATORIA

A mi Madre la persona a la que le debo la vida y la principal inspiración de mi vida para ser cada día mejor. Todo mi éxito es gracias a ti.

A mi familia que ha permanecido unida y que siempre me desea lo mejor.

Karla Marisela Rivera Quezada

DECLARACIÓN EXPRESA

La responsabilidad del contenido de este Trabajo Final de Graduación, me corresponde exclusivamente; y el patrimonio intelectual de la misma a la Escuela Superior Politécnica del Litoral

FIRMA DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO

Ing. Xavier Ceballos Vera
PROFESOR DE MATERIA DE
GRADUACIÓN

Mae. Jorge Lombeida
DELEGADO

FIRMA DE LOS AUTORES DEL INFORME DE MATERIA DE
GRADUACIÓN

Carlos Gabriel Mirabá Lascano

Karla Marisela Rivera Quezada

INTRODUCCIÓN

En la televisión abierta ecuatoriana existe diversidad de programas de televisión que cubren las exigencias de casi todos los televidentes, pero no se ha tomado en cuenta el creciente mercado tecnológico que trae consigo diversidad de temas y tópicos de los cuáles los jóvenes del siglo XXI quieren mantenerse informados desde todos los canales de comunicación posibles.

Con la finalidad de llenar este espacio vacío en la programación ecuatoriana hemos creado la idea del un programa magazine que llene las expectativas de los jóvenes a la hora de obtener información sobre videojuegos, anime y comic se refiere.

El programa está dirigido a jóvenes y adultos que gusten de todo lo que tiene que ver con el mundo de los videojuegos, anime y comic.

El valor agregado de nuestro programa es que por ser un nuevo tipo de programa le otorgará al público la información que desea sobre videojuegos, anime y comic.

TABLA DE CONTENIDO

1. GENERALIDADES DEL PROYECTO	17
1.1. Antecedentes Generales.....	17
1.2. Planteamiento del Proyecto.....	17
2. SITUACIÓN ACTUAL	20
2.1. Presentación del Proyecto.....	20
2.2. Plan Estratégico.....	20
2.2.1. Misión.....	20
2.2.2. Visión.....	20
2.3. Delimitación.....	20
2.4. Motivación.....	21
2.5. Justificación.....	21
3. MARCO CONCEPTUAL	23
3.1. Concepto del Programa.....	23
3.1.1. Duración del Programa.....	23
3.1.2. Horario.....	24
3.1.3. Target.....	24
3.1.4. Conductor.....	25
3.1.5. Rating.....	26
3.1.6. Género y Contenido.....	27
3.2. Concepto del Programa “Level Up”.....	27
3.2.1. Género.....	27
3.2.2. Nombre.....	27
3.2.3. Sinopsis.....	28
3.2.4. Target.....	28
3.2.5. Día y Horario.....	28
3.2.6. Duración.....	28
3.2.7. Talentos.....	28
3.3. Estructura.....	28
3.3.1. Estructura General.....	29
3.3.2. Estructura del Primer Programa.....	30
3.3.3. Distribución Porcentual de los Contenidos del Programa.....	31
3.4. Guión.....	31
3.5. Guía de Tomas.....	35

3.6. Diseño de Arte	36
3.6.1. Escenografía	36
3.6.2. Vestuario.....	36
3.6. Identidad Corporativa.....	37
3.6.1. Identificación	37
3.6.2. Desarrollo del Logotipo.....	37
3.6.3. Tipografía.....	38
3.6.4. Grafimetría.....	38
3.6.5. Dimensiones	39
3.6.6. Cromática	40
3.6.7. Variaciones.....	41
3.6.8. Restricciones.....	42
3.6.9. Aplicaciones en Televisión.....	43
3.6.10.- Aplicaciones Gráficas.....	44
4. ORGANIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN.....	46
4.1. Introducción	46
4.2. Etapas de la Producción.....	46
4.2.1. Pre-Producción	46
4.2.1.1. Pre-Producción Level Up.....	46
4.2.2. Producción.....	46
4.2.2.1.- Producción Level Up	47
4.2.3. Post-Producción	47
4.2.3.1. Post-Producción Level Up	48
4.3. Equipo Humano	48
4.3.1. Cargos y Funciones	48
4.3.1.1.- Productor Ejecutivo	48
4.3.1.2. Productor.....	48
4.3.1.3. Asistente del Productor	48
4.3.1.4. Jefe de Maquillaje	48
4.3.1.5. Jefe de Vestuario	49
4.3.1.6. Jefe de Ambiente y Utilería	49
4.3.1.7. Carpintero.....	49
4.3.1.8. Camarógrafo	49
4.3.1.9. Sonidista.....	49
4.3.1.10. Iluminador	49
4.3.1.11. Asistente de Iluminación.....	49
4.3.1.12. Director	49
4.3.1.13. Asistente de Dirección	49
4.3.1.14. Presentador	50
4.3.2. Organigrama	50

4.4. Cronogramas.....	51
4.4.1. Cronograma General	51
4.4.2. Cronograma de Grabación	52
4.4.3. Cronograma de Grabación del Piloto.....	53
4.5. Requerimientos Técnicos.....	54
4.5.1. Equipo Técnico	54
4.5.1. Equipo Humano Técnico.....	54
5. PRESUPUESTO DEL PROGRAMA	56
5.1.- Sobre la línea.....	56
5.2.- Bajo la línea.....	56
5.3. Datos Generales del Presupuesto del Programa Level Up	57
5.3.1. Etapas	57
5.3.2. Total de Capítulos	57
5.4. Presupuesto del Programa Level Up.....	58
6. IMPLEMENTACIÓN DE LA PRODUCTORA	60
6.1.- Análisis financiero	60
6.2. Recursos Humano Administrativo.....	60
6.3. Espacio Físico.....	61
6.4. Gastos de Servicios básicos.....	61
6.5. Inversión en equipos	61
6.6. Presupuesto mensual de gastos administrativos	62
6.7. Inversión de equipos	63
6.8. Depreciación.....	63
6.9. Cálculo del costo/hora de edición	64
7. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD ECONÓMICA DEL PROYECTO	67
7.1. Factores que afectan los ingresos.....	67
7.1.1. Tipos de Programa - Género.....	67
7.1.2. Contenido	67
7.1.3. La Duración.....	67
7.1.4. Horario / Target.....	67
7.2. Factores que afectan en los ingresos de Level Up.....	68
7.2.1. Target.....	68
7.2.2. Día y Horario.....	68
7.2.3. Duración	68
7.2.4. Rating.....	68
7.2.5. Rentabilidad del programa.....	69

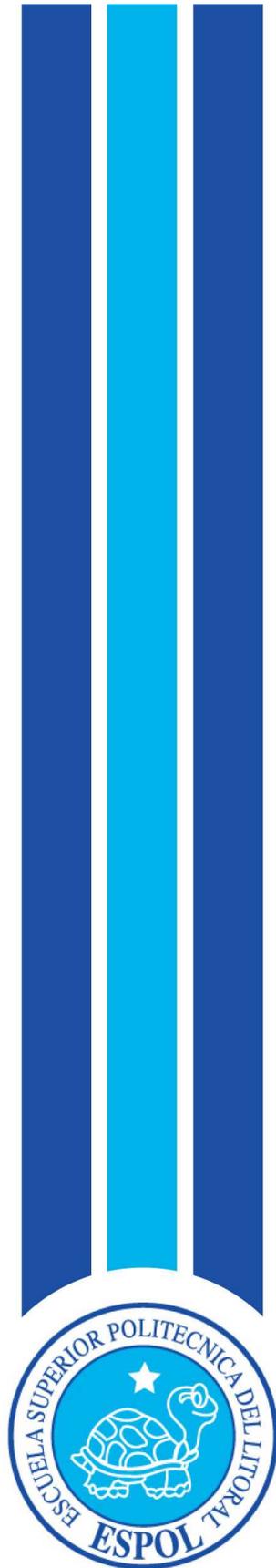
8. ASPIRACIONES COMERCIALES DE LOS PRODUCTORES	71
8.1. Co-producción y distribución de las utilidades.....	71
8.1.1. Leyes de las obras audiovisuales.....	71
8.2. Plan de negocio de los productores de Level Up.....	72
8.1.2. Distribución de los elementos y personal técnico con los que aportarán cada parte de la Co-producción	73
9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	75
9.1. Conclusiones.....	75
9.2. Recomendaciones.....	75

INDICE DE GRÁFICOS

Figura 3.1 Distribución porcentual de los contenidos del programa.....	31
Figura 3.2 Escenografía.....	36
Figura 3.3 Vestuario.....	36
Figura 3.4 Logotipo final del programa.....	37
Figura 3.5 Boceto de logotipo descartados.....	37
Figura 3.6 Tipografía Alpha Flith	38
Figura 3.7 Tipografía Black Wolf.....	38
Figura 3.8 Grafimetría.....	39
Figura 3.9 Dimensión mínima permitida.....	39
Figura 3.10 Cromática.....	40
Figura 3.11 Composición de colores del Logotipo para “Level Up”.....	41
Figura 3.12 Logo 2D	41
Figura 3.13 Logo marca de agua	42
Figura 3.14 Logo si degrade e la L final.....	42
Figura 3.15 Logo en fondo oscuro y variación de color en UP.....	43
Figura 3.16 Logotipo del programa presentado en televisión.....	43
Figura 3.17 Logotipo esquinero del programa presentado en televisión..	44
Figura 3.18 Aplicaciones Gráficas.....	44
Figura 4.1 Organigrama.....	50
Figura 8.1 Ganancias porcentuales compartidas.....	73

INDICE DE TABLAS

Tabla 3.1 Estructura General.....	29
Tabla 3.2 Estructura del primer programa.....	30
Tabla 3.3 Guía de Tomas	35
<hr/>	
Tabla 4.1 Cronograma General.....	51
Tabla 4.2 Cronograma de grabación.....	52
Tabla 4.3 Cronograma de grabación del piloto.....	53
Tabla 4.4 Equipo Técnico.....	54
Tabla 4.5 Equipo Humano Técnico.....	54
Tabla 5.1 Etapas de Producción.....	57
Tabla 5.2 Presupuesto del Programa.....	58
<hr/>	
Tabla 6.1 Gastos de sueldos y salarios.....	60
Tabla 6.2 Gastos de alquiler.....	61
Tabla 6.3 Gastos de Servicios Básicos.....	61
Tabla 6.4 Equipos de área administrativa.....	62
Tabla 6.5 Equipos de área de producción	62
Tabla 6.6 Presupuesto mensual de gastos administrativos.....	63
Tabla 6.7 Inversión de Equipos en el área de administración y producción	63
Tabla 6.8 Equipos del área administrativa	64
Tabla 6.9 Equipos del área de producción	64
Tabla 7.1 CPR y Ocupación	68
Tabla 8.1 Ganancias porcentuales compartidas.....	72
Tabla 8.2 Distribución de elementos	73



CAPÍTULO I **GENERALIDADES**

1. GENERALIDADES DEL PROYECTO

1.1. Antecedentes Generales

En la actualidad en Ecuador existen gran cantidad de Gamers (jugadores de video) los cuales no poseen un espacio en televisión abierta en donde puedan obtener información sobre las novedades, noticias e incluso avances de la tecnología en el mundo de los videojuegos.

La programación de televisión abierta ecuatoriana tiene diversos programas dirigidos a un sin número de tele audiencia que oscilan entre diferentes rangos de edades, pero muy pocos de estos son dirigidos para adultos-jóvenes y mas aun a personas que gustan de este tipo de actividades.

Los videojuegos se han convertido en una nueva forma de entretenimiento que poco a poco va formando parte de la vida diaria y ocupando cada vez más el tiempo libre de niños, jóvenes y adultos. La gran respuesta que ha tenido este medio es debido a que contiene acción, invita a la competencia e introduce a un mundo casi real tanto por sus imágenes como por su sonido.

Este manual, busca convertirse en una guía de elaboración para producir este tipo de programa dirigido a esta parte de la tele audiencia ecuatoriana.

1.2. Planteamiento del Proyecto

A pesar de la cantidad de programas de entretenimiento que se encuentran en la televisión ecuatoriana actualmente, no existe uno dedicado a juegos de video, que combine información, historia, novedades y tecnología actual en lo que se refiere a consolas de juegos de video.

¹Estudios realizados por investigadores en la materia, han determinado que los video juegos incluso donde hay violencia, ayudan a desarrollar algunas habilidades, por lo que todavía son más beneficiosos los que tienen fines educativos.

Además:

Los videojuegos son herramientas que ayudan en el aprendizaje de varios estímulos.

- Ayudan en el desarrollo de la coordinación mano-ojo.
- Apoyan en el desarrollo de habilidades psicomotoras.
- Son un elemento muy útil en el desarrollo cognitivo.
- Se puede desarrollar la capacidad de ver periféricamente.
- Ayudan en el aprendizaje de un nuevo idioma.
- Mejoran la capacidad para aprender y analizar la información visual.
- Contribuyen a controlar el estrés.

¹Tomado de www.peques.com.mx



CAPÍTULO II SITUACIÓN ACTUAL

2. SITUACIÓN ACTUAL

2.1. Presentación del Proyecto

Este plan tiene como finalidad hacer que el público se mantenga informado:

- Las últimas tendencias en videojuegos.
- Historia de los orígenes de sus personajes favoritos.
- Eventos de Comic, anime y videojuegos de su interés.
- Brindar a la familia un espacio de entretenimiento en el cual podrán recordar viejos tiempos y a su vez enterarse de lo que sus hijos gustan hacen en su tiempo libre.

2.2. Plan Estratégico

2.2.1. Misión

Ser reconocido como un programa de televisión de entretenimiento juvenil que proporciona información veraz y actual sobre videojuegos, anime y comic a la audiencia ecuatoriana.

2.2.2. Visión

Crear precedentes dentro de la programación nacional en cuanto a programas magazines se refiere, consiguiendo de esta manera ser uno de los mejores programas de la televisión ecuatoriana.

2.3. Delimitación

Antes de verificar la viabilidad de este proyecto, se requiere realizar un análisis respecto del marco conceptual, analítico y monetario sobre el cual versan las posibilidades de este plan, tal que se pueda conocer con la ayuda de un posterior análisis FODA, las condiciones actuales que le permitirán a la idea original demostrar su sustentabilidad.

Dichas condiciones serán el resultado de las aspiraciones y expectativas que se generen en los posibles espectadores mediante encuestas, que servirán para consolidar la factibilidad de este proyecto. Para el presente estudio se tomarán en consideración cuales son las condiciones determinantes sobre el por qué las personas en la actualidad no se preocupan por vivir mejor, abordando no sólo las causas y los efectos sino también las posibles soluciones.

2.4. Motivación

Casi toda la programación de la televisión abierta ecuatoriana esta dedicada a los niños y adultos sin prestar atención al target interesado en obtener información sobre sus pasatiempos que forman parte de su vida cotidiana y que a la vez los ayuda a desarrollar ciertas actividades sensoriales.

Haciendo que estas sean mucho más que un pasatiempo y otorgándole un espacio dentro del cual puedan encontrar lo que más les gusta.

2.5. Justificación

Este estudio se basa en la idea de proporcionar a los espectadores ecuatorianos un programa magazine que llene a cabalidad las expectativas de los más exigentes Gamers (jugadores de video) que en la actualidad no tienen ninguna programación que cubra sus requerimientos en cuanto a la información de las nuevas tendencias de video juegos, anime y comic.

Viendo la realidad actual muchos de los jóvenes buscan donde distraerse, pero debido a la falta de espacios de esta clase de programas en señal abierta, muchos de estos pocas veces se informan de lo que realmente les gusta, es así cubriendo las necesidades de un target en crecimiento, decidimos crear un programa dedicado a ellos, con un lenguaje comun que no solo nuestro target lo entienda sino que el público en general se familiarizarse con los temas a tratar.



CAPÍTULO III
ADMINISTRACIÓN Y
PLANIFICACIÓN DEL PROYECTO

3. MARCO CONCEPTUAL

3.1. Concepto del Programa

Un programa de televisión es un conjunto de emisiones periódicas, agrupadas bajo un título o cabecera común, en las que, a modo de bloque, se incluye la mayor parte de los contenidos audiovisuales que se ofrecen por televisión. En el ámbito profesional televisivo, no son considerados programas los bloques de contenidos dedicados a las autopromociones, a la continuidad y a la publicidad convencional.

Según este uso, se denomina programa a cada bloque de contenidos que se ofrece por televisión, independientemente de que se trate de una producción unitaria o periódica. Una película de cine difundida por televisión sería un programa, del mismo modo que un episodio o capítulo de una serie. El programa se entendería así como la unidad utilizada en la programación televisiva.

Utilizado generalmente para informar, impartir conocimiento, entretener dependiendo de cada programa y hacia donde se encuentra dirigido, e inclusive los días o el horario que se emitan los mismos.

3.1.1. Duración del Programa

Es el tiempo de exhibición de una producción audiovisual en un canal público o privado. En este lapso se debe incluir la extensión por capítulos o temporadas que varía de acuerdo al tipo de programa.

El programa está diseñado para que se transmita en un lapso de 30 minutos en un canal público o privado; teniendo como contenido reseñas e información sobre video juegos, anime y comic.

La transmisión se realizará una vez por semana, la temporada estará compuesta de 12 capítulos que por consiguiente se transmitirán en 3 meses.

3.1.2. Horario

Horario se refiere al momento del día en el que se mostrará el proyecto audiovisual.

Las franjas Horarias se clasifican de la siguiente manera:

- A → 5h00 - 12h59
- AA → 13h00 – 18h59
- AAA → 19h00 – 22h59
- LATE → 23h00 – 4h59

La franja horaria de mayor rating es la AAA, le sigue la AA, en tercer puesto está la A y finalmente encontramos la LATE.

La franja AAA es la que conocemos como *Prime Time*, en español Horario estelar.

Para decir que un programa tiene un buen rating, lo medimos de acuerdo a la franja horaria en la que este se encuentra:

- A > **5**
- AA > **10**
- AAA > **20**
- LATE > **3**

3.1.3. Target

Representa al público objetivo, que se clasifica de acuerdo a la forma de pensar, edad y género al cual se pretende enfocar la producción audiovisual.

Target es nada más y nada menos que nuestro público objetivo, al que apuntamos y dirigimos nuestro programa, hay varias formas de segmentar el target:

- Sexo
 - Mujeres
 - Hombres
- Edad
 - 0-5 años
 - 6-10 años
 - 11 a 17 años
 - Mayores de 17 años
- Nivel Socio-Económico
 - Muy bajo

- Bajo
- Medio Bajo
- Medio
- Medio Alto
- Alto
- Muy Alto
- Ocupación
 - Amas de Casa
 - Profesionales
 - Estudiantes
 - Etc.
- Hábitos
- Motivaciones

Conocer el target es una etapa muy importante, ya que este especificará el diseño y modelo de programa que manejaremos.

Nuestro programa de televisión está dirigido a jóvenes adultos entre **14** a **25** años de edad que gusten de los videojuegos, comic, etc. Con el objetivo de cubrir este espacio dentro de la programación de la Televisión Abierta.

3.1.4. Conductor

Un presentador, conductor, anfitrión o animador es una persona que presenta o conduce un programa de radio o televisión (noticieros, concursos, magazines), así como algunos eventos públicos o privados (como una entrega de premios).

Normalmente, el presentador es un comunicador, un periodista, un locutor o alguien con alguna profesión afín, escogido por ciertas cualidades (buena dicción, carisma, conocimientos, apariencia física).

Para Level Up, se escogió un solo **conductor masculino**, entre los **18** a **22** años, carismático, extrovertido, con un look original y a la vez una apariencia agradable, lo que invita a los espectadores que se identifiquen con él, y que la interacción conductor-espectador sea amena.

3.1.5. Rating

Rating o Cuota de Pantalla, es una cifra que indica el porcentaje de hogares o espectadores con la TV encendida en un canal, programa, día y hora específicos (o promediando minutos y fechas), en relación al total de TV Hogares o televidentes considerados en la muestra (encendidos + apagados).

El Rating es porcentual:

20 puntos de rating = 20% del rating

Pero ¿Cómo se mide el rating?

Este es medido minuto a minuto, ya que a cada momento este puede variar, grafiquémoslo con un ejemplo:

Un programa X de media hora

Medimos el rating minuto a minuto:

10 + 12 + 11 + 13 + 12 + 14 + 8 (cuando vemos que baja drásticamente suele ser por corte comercial)

Así medimos hasta llegar a 30 minutos.

Suponiendo que sumando el rating por minutos nos da un total de 445, este número debemos dividirlo para 30 (minutos del programa)

TOTAL: 14.8 → el rating de este programa X de media hora es 14.8 o 15

Existe un efecto que produce el programa anterior al rating del programa siguiente, esto es conocido como **Leading**, el programa siguiente debe entrar con fuerza para mantener al público que se encontraba sintonizado con ese canal.

El rating que le da el siguiente programa al anterior se llama **Lead Out**. Esto ocurre cuando la gente sintoniza un canal en particular unos minutos antes que inicie el programa que realmente desean ver, para así evitar perderse ni unos segundos del mismo.

Los datos de rating son esenciales no sólo para los canales, sino también para quienes deben justificar sus inversiones publicitarias. El costo de una cuña publicitaria depende directamente del rating.

El Rating se mide con el Peoplemeter, en español se lo denomina Audímetro, este registra cada minuto que canal se está sintonizando, va conectado al televisor y mide la audiencia de manera permanente y automática.

El audímetro actual ha evolucionado tanto que permite almacenar gran cantidad de datos en un pequeño disco duro, por lo que los cortes de electricidad no afectan a la recolección de datos, que suele ser diaria y se realiza al final de la jornada de forma automática.

3.1.6. Género y Contenido

En función del contenido emitido, un programa puede clasificarse en distintos géneros. A continuación se destacan algunos de ellos:

- Informativo televisivo
- Talk show
- Reality show
- Magazine
- Programa de debates
- Programa educativo
- Programa infantil
- Programa de entrevistas
- Programa de concursos
- Late show
- Ficción seriada
- Programa de deportes
- Series de televisión
(Comedias situacionales o sitcoms, dramas, comedias, dramedias y antologías)
- Telenovelas
- Programa religioso

3.2. Concepto del Programa “Level Up”

3.2.1. Género

Magazine Informativo/ Entretenimiento

3.2.2. Nombre

Level Up

3.2.3. Sinopsis

Level Up es un programa informativo en el cual el tema principal será los videojuegos orientados a jóvenes y adultos para dar a conocer las novedades, noticias e historia de los personajes de los videojuegos.

3.2.4. Target

Jóvenes adultos entre 14 y 25 años.

3.2.5. Día y Horario

Una vez a la semana, los sábados a las 11h00

3.2.6. Duración

30 min (23 min de contenido/ 7 min de comerciales)

3.2.7. Talentos

Un conductor **masculino**, entre los **18** a **22** años, carismático, extrovertido, con un look original. Conocedor del tema.

3.3. Estructura

La estructura organizacional se refiere a la forma en que se dividen, agrupan y coordinan las actividades de la organización.

3.3.1. Estructura General

Sección	Tiempo	Contenido
1ra sección	30 seg. 30 seg. 2 min. 30 seg. 2 min. 10 seg 5,40 min.	Animador Introducción animada Personaje 1 Animador Personaje 2 Avance siguiente bloque
----- Comerciales		
2da sección	30 seg. 2 min. 10 seg. 2 min. 10 seg. 2 min. 10 seg. 7 min	Animador Videojuego 1 Presentador Videojuego 2 Animador Videojuego 3 Avance siguiente bloque
----- Comerciales		
3ra.sección	30 seg. 2 min. 10 seg. 2 min. 10 seg. 2 min. 3 min 30 seg. 10,20 min	Animador Anime Animador Comic o manga Animador Variedades Video musical (Banda sonora de video juego) Avance próximo programa y despedida.
Duración total:	23 min	

Tabla 3.1 Estructura General

3.3.2. Estructura del Primer Programa

Sección	Tiempo	Contenido
1ra sección	30 seg. 30 seg. 2 min. 30 seg. 2 min. 10 seg 5,40 min.	Bienvenida de conductor Introducción animada Personaje (Mario BROS.) Conductor Personaje (Naruto) Avance siguiente bloque
----- Comerciales -----		
2da sección	30 seg. 2 min. 10 seg. 2 min. 10 seg. 2 min. 10 seg. 7 min	Animador Videojuego (Street fighter 4) Presentador Videojuego (Winning Eleven 2010) Animador Videojuego (Call of Duty 4) Avance siguiente bloque
----- Comerciales -----		
3ra.sección	30 seg. 2 min. 10 seg. 2 min. 10 seg. 2 min. 3 min 30 seg. 10,20 min	Animador Anime (Death Note) Animador Comic/Manga (Batman) Animador Variedades Video musical (L arc en ciel) Avance próximo programa y despedida.
Duración total:	23 min	

Tabla 3.2 Estructura del Primer Programa

3.3.3. Distribución Porcentual de los Contenidos del Programa

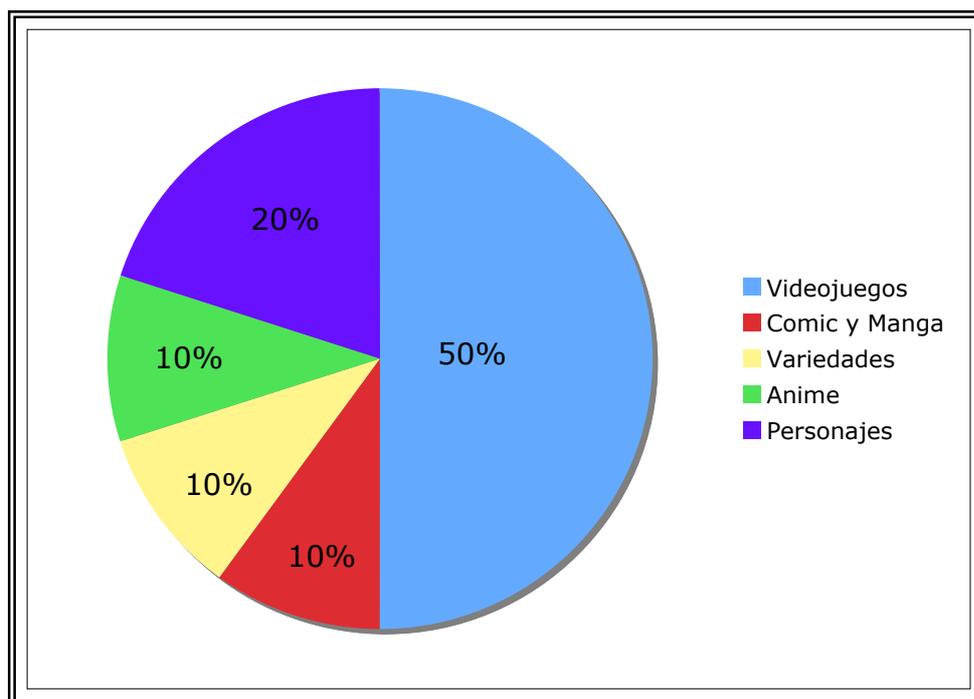


Figura 3.1: Distribución porcentual de los contenidos del programa.

3.4. Guión

Es el desarrollo del argumento. Debe tener la mayor cantidad de especificaciones tanto de audio, como de video, ya que sobre este se basa el trabajo de cada una de las personas de preproducción, producción y postproducción.

El guión debe referirse a aspectos como:

Locación de la escena

Hora

Ambiente de la escena (Escenografía, iluminación y clima, etc.)

Audio (Ambiente, voz en off, voz en in, música, efectos de sonido, diálogos, etc.)

Efectos de video

Tipos de planos y movimientos de cámara

Level Up Programa 1

Karla Rivera
Gabriel Mirabá

Guión Literario**DISOLVENCIA DE APERTURA****1.- ESTUDIO****1.****CONDUCTOR****(Se muestra alegre y dinámico)**

¡Que tal amigos, bienvenidos a Level Up! programa dedicado a Videojuegos - Anime - Comic y demás. En el cual encontrarán reseñas de personajes antiguos, nuevos y todo lo que desees saber de este mundo... ¡Así que!, **que tal si subimos un nivel!?** y vemos lo que tenemos a continuación.

CORTE A:**2.- ANIMACIÓN AVANCES****2.****(VOZ EN OFF)**

En nuestro primer bloque veremos una reseña sobre un personaje muy conocido por ustedes. El plomero mas famoso de todos los tiempos, pero en realidad la vida lo ha llevado hacer diferentes cosas: viajar de una galaxia a otra, hacer deportes y hasta realiza pequeñas fiestas con sus amigos.

Veremos además una reseña de un personaje que en la actualidad tiene muchos adeptos y con sus técnicas ninjas ha revolucionado y llevado su legado a otro nivel, queriendo así convertirse en el ídolo adolescente de muchos ¡Naruto!

Pro evolution soccer 2010 llega cargado de sorpresas, nuevos jugadores y gráficas en alta definición así tus jugadas y goles te harán el mejor de todos.

Street fighter 4, capcom no se queda atrás y para todos los amantes de la lucha de antaño combina los juegos clásicos con novedades adicionales.

Call of Duty 4: Modern Warfare, que deja atrás la Segunda Guerra Mundial para ambientarse en un conflicto bélico actual, que aunque ficticio, intenta reflejar correctamente el carácter de los enfrentamientos modernos.

3.- ESTUDIO 3.

Conductor

Pues bien aquí empezamos nuestro programa, te traemos de entrada una reseña sobre nuestro plomero favorito y sus labores a través de estos años.

4.- VIDEO MARIO BROS 4.

5.- ESTUDIO 5.

Conductor

¡Que tal eh! Mario ha llegado a la familia para quedarse, después de derrotar a todos sus enemigos veremos que otras profesiones logrará tener con el transcurso del tiempo, por ahora es un adelanto del próximo programa donde hablaremos de el Nuevo Súper Mario Galaxy 2.

Conoces a un niño que viste de naranja y que su máximo sueño es ser Hokage de su aldea. Si no lo conoces, pues te lo voy a presentar.

SEGUNDA SECCIÓN

6.- ESTUDIO 6.

Conductor

Para todos los amigos amantes del deporte les traemos una forma distinta de vivir el fútbol. Es fácil competir, realizar mas goles, hacer jugadas asombrosas y encontrar el equipo ideal para ser el mejor. Todo eso te lo da Pro evolución soccer 2010

7.- ESTUDIO**7.**

Conductor

Te suenan nombres como Ryu, Ken, Chun-lee, Mayor Bison, Vega, Sara. Pues bien Capcom ha lanzado una versión mejorada de uno de los mejores juegos de pelea. Nuevas graficas y personajes que te mantendrán pegado a tu consola favorita.

8.- ESTUDIO**8.**

Conductor

Para realizar las misiones de esta guerra necesitaras las mejores estrategias, aunque sea ficticia los entrenamientos serán los únicos que te ayudaran.

TERCERA SECCIÓN**9.- ESTUDIO****9.**

Conductor

Death Note manga y anime, nos trae una historia en la cual un estudiante japonés encuentra un cuaderno que puede hacer que una persona muera tan sólo escribiendo su nombre y visualizando su rostro. ¿Suena loco verdad? pues veámoslo

TERCERA SECCIÓN**10.- ESTUDIO****10.**

Conductor

Personajes de comic hay muchos pero en esta ocasión nos daremos el lujo de presentarles a uno en especial, que gusta de la oscuridad, fanático de los murciélagos y su principal enemigo es un "payaso", veámoslo a continuación.

TERCERA SECCIÓN**11.- ESTUDIO****11.**

Conductor

Bueno chicos hemos llegado a la parte final de nuestro programa, espero que hayan aprendido sobre videojuegos. No olviden escribirnos sus sugerencias a nuestra página web

3.5. Guía de Tomas

GUIA DE TOMAS	
Cámara 1 (Estática)	
Cámara 2 (Móvil)	
Cámara 2 (Móvil)	

Tabla 3.3: Guía de Tomas

3.6. Diseño de Arte

3.6.1. Escenografía

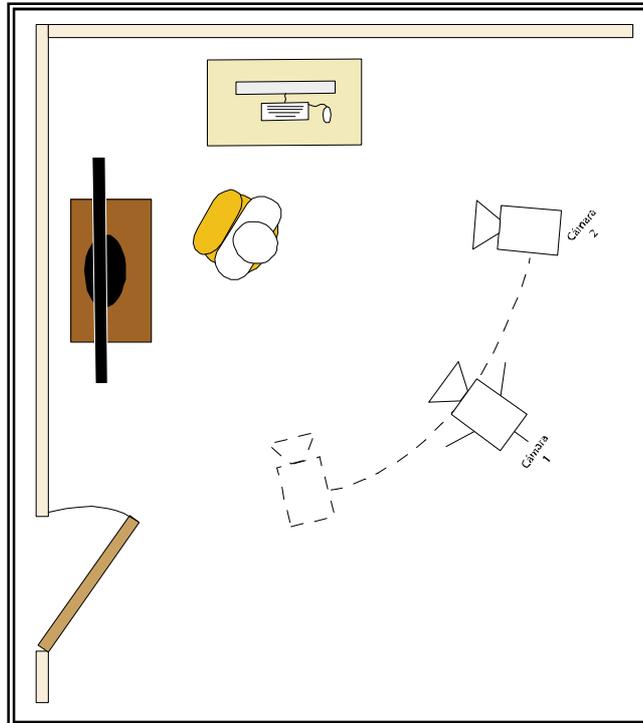


Figura 3.2: Escenografía.

3.6.2. Vestuario

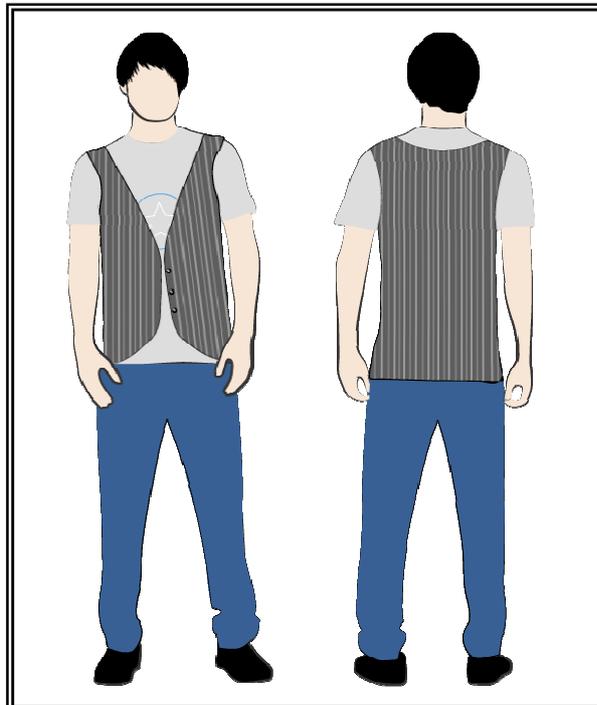


Figura 3.3: Vestuario.

3.6. Identidad Corporativa

3.6.1. Identificación

Para el Logotipo del programa “*Level Up*” hemos decidido utilizar los colores Verde, Amarillo, Rojo y Negro debido a la relación que existe entre estos colores y los videojuegos (se hayan en la barra de vida de los personajes).

3.6.2. Desarrollo del Logotipo

En el desarrollo del logotipo del programa “*Level Up*” utilizamos simbólicamente el nombre del programa para su fácil recordación y unido a esto la gama de colores que representan uno de los elementos utilizados en los videojuegos (barra de vida).

La ultima L tiene una modificación en forma de *Flecha* con dirección hacia arriba haciendo alusión al “*Up*” del nombre del programa. Cada una de las letras tiene una textura metalizada para darle un toque moderno.



Figura 3.4: Logotipo final del programa.

Para obtener el Logotipo final se crearon diversos bocetos.

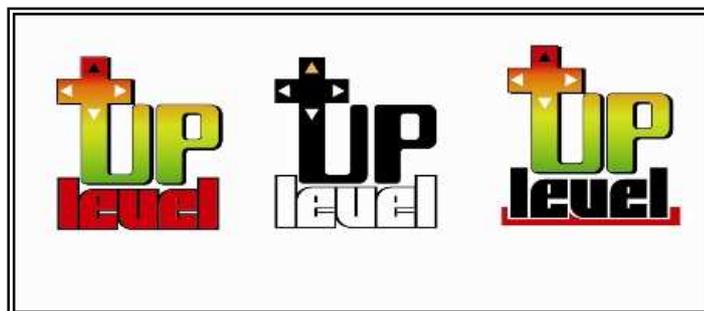


Figura 3.5: Bocetos de logotipos descartados

3.6.3. Tipografía

Este es uno de los elementos primordiales de toda marca, por lo que resulta obligatorio su uso excesivo en todas las aplicaciones gráficas, sin otros agregados ni alteraciones, a fin de lograr una rápida y certera asociación entre la marca y el espectador.

Para la palabra **LEVEL** se utilizó la tipografía *Alpha Flith*

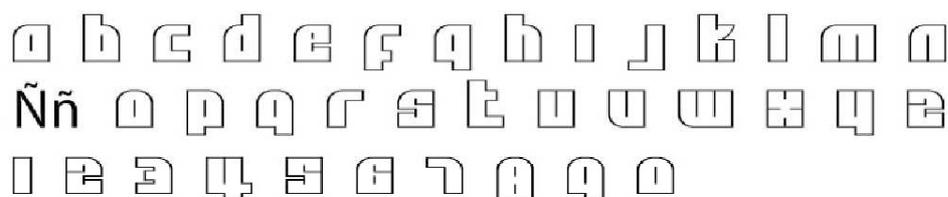


Figura 3.6: Tipografía Alpha Flith

Para la palabra **UP** se utilizó la tipografía *Black Wolf*



Figura 3.7: Tipografía Black Wolf

3.6.4. Grafimetría

Con este método se establecerá de manera precisa las medidas del Logotipo original, sin que ocurriera ninguna distorsión o deformación, con el fin de asegurar la fidelidad en las proporciones y trazos de las letras y formas cuando sea preciso reproducirlas a gran tamaño como en vallas, murales, letreros, etc.; o reducirlas a una mínima dimensión para oficios u otro material impreso.



Figura 3.8: Grafimetría

3.6.5. Dimensiones

Mínima Dimensión Permitida

Al reducir el logotipo a un tamaño mínimo es necesario indicar que solo podemos ajustar el tamaño a un mínimo de reproducción, y este será de 6,4 cm. x 3.5 cm.

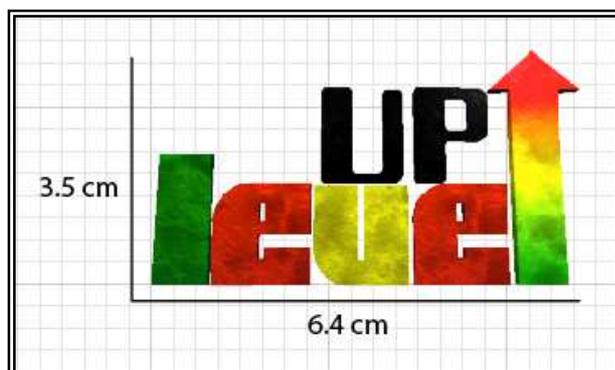


Figura 3.9: Dimensión mínima permitida

Máxima Dimensión Permitida

En el caso de que se trabaje en espacios grandes tales, como, vallas, gigantografías, banners y otros, la máxima dimensión dependerá del tamaño de estos soportes, con la ampliación proporcional del Logotipo.

3.6.6. Cromática

Al comenzar con el proceso de creación de una identidad corporativa, elegir los colores correctos y sus tonalidades puede ser crucial, en conjunto con los demás factores que hacen una buena imagen de visualización.

Todo color tiene un significado ya sea cultural, psicológico y simbólico que utilizado de manera apropiada pueden proporcionar muchos valores y características en la creación de una marca, partiendo de esta definición se proceden a seleccionar los colores exactos para que la comunicación visual del diseño del logotipo sea efectiva.

Los colores que se han seleccionado para el logotipo del programa tienen relación directa con los videojuegos, ya que generalmente son utilizados en las barras de vida de los juegos de pelea (verde, amarillo y rojo).



Figura 3.10: Cromática

Composición de colores

Los colores que se utilizan en la creación de una marca estos siempre deben ser los mismos, al ser utilizados en papelería (cartas, oficios, en pantalla o en Internet). Aquí se detallan las mezclas correctas del color utilizado en el logotipo.

C	M	Y	K		R	G	B
2,75	1,18	97,65	0		255	236	0
0	100	100	0		250	0	0
85,1	14,51	100	3,53		0	150	0
100	100	100	100		0	0	0

Figura 3.11: Composición de colores del Logotipo para “Level Up”

3.6.7. Variaciones

Las variaciones del Logotipo estarán dispuestas en cuanto a papelería se refiere que el logo se muestre en 2D y marca de agua.

El logo este dispuesto en 2D sin ninguna variación de color.

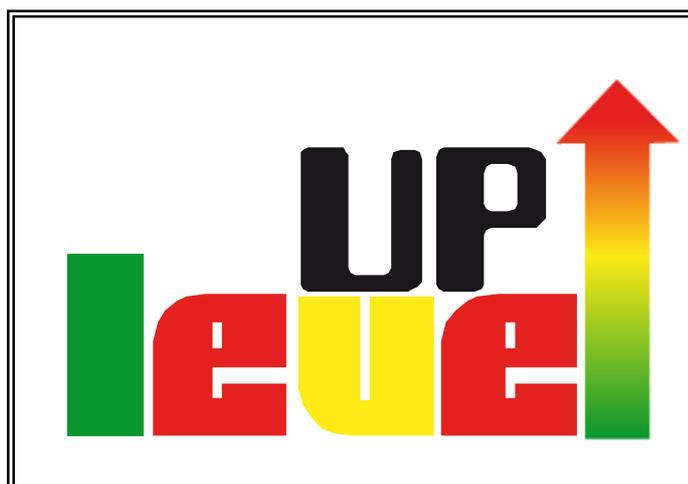


Figura 3.12: Logo 2D

Versión del logotipo en marca de agua puede ser utilizado en material impreso respetando siempre las dimensiones antes estipuladas y la respectiva escala.

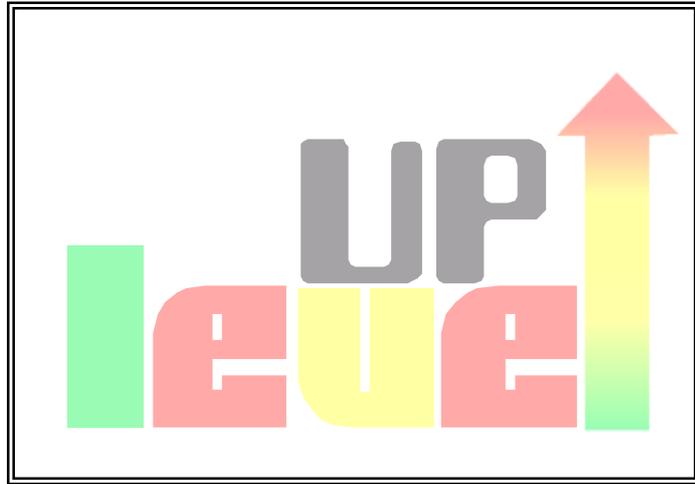


Figura 3.13: Logo marca de agua.

3.6.8. Restricciones

Para cuidar la imagen y mantener la uniformidad de los elementos del logotipo, se deben respetar ciertas restricciones. En primer lugar, no se deben alterar los tonos de color del logotipo ni colocarlo sobre un fondo de color oscuro.



Figura 3.14: Restricción del Logo 1



Figura 3.15: Restricción del logo 2.

3.6.9. Aplicaciones en Televisión

Después de que el logotipo de la marca es aceptado por el canal, la imagen que se muestra a continuación es la forma más fiel de cómo se verá en pantalla.



Figura 3.16: Logotipo del programa presentado en televisión.

Logotipo de la marca mostrado en la esquina de la pantalla, expuesto a proporción, este aparecerá en la pantalla durante la transmisión del programa. Cabe recalcar que al reducir la medida del logotipo debe ser a la medida que mencionamos anteriormente en las dimensiones mínimas del logotipo.

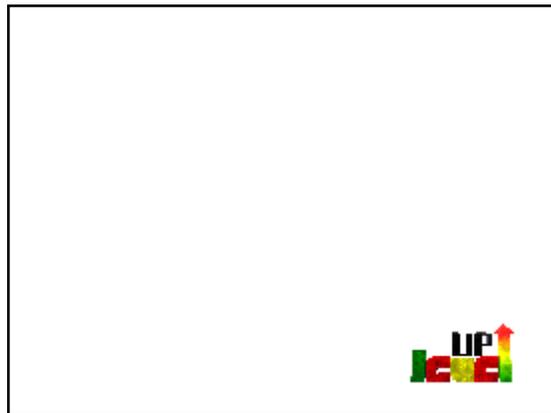


Figura 3.17: Logotipo esquinero del programa presentado en televisión.

3.6.10.- Aplicaciones Gráficas

Las medida indicadas para periódico y revista son referencia de la proporción correcta en la que la gráfica y el texto deben ser aplicados.

La resolución de la imagen para impresión siempre será a 300 dpi, modo de color CMYK, el porcentaje de color negro no puede sobrepasar el 70% en avisos para diario El Universo y El Comercio. Para revista, el aviso debe poseer un rebase mínimo de 0,5 cm. para el corte.



Figura 3.18: Aplicaciones Gráficas



CAPÍTULO IV **ORGANIZACIÓN DE LA** **PRODUCCIÓN**

4. ORGANIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN

4.1. Introducción

4.2. Etapas de la Producción

4.2.1. Pre-Producción

El proceso de producción es comúnmente dividido en pre-producción, producción y post-producción.

En la pre-producción las ideas básicas y propuestas de producción son desarrolladas y puestas en práctica. Es durante esta fase que la producción puede ser encaminada por el rumbo correcto o desviada en tal extremo que no habrá tiempo, talento o habilidad de edición que más adelante pueda salvarla.

4.2.1.1. Pre-Producción Level Up

Donde se investigó y redactó la información correspondiente al documental. Se realizó una breve investigación sobre posibles programas que desearían encontrar en televisión abierta llegando a la conclusión de que los jóvenes apetecen programas de variedades estando dentro de este rango los videojuegos, acorde a esto decidimos crear un espacio para ellos, que además incluya a el resto de la familia, así pues los adultos recordaran viejos tiempos con personajes que en su época marcaron una etapa de sus vidas y proporcionándoles información acerca de ellos.

Buscamos la locación para grabar el piloto con sus presentador correspondiente, decidimos que tenía que ser una chico de entre los 18 y 25 años, joven, espontáneo, buen dialecto y vocalización.

Es importante conocer que se investigó en el mercado colores, tendencias, y nombre para el programa, esto ayudaría a la atracción visual del mismo.

4.2.2. Producción

La fase de producción es donde todos los elementos se vinculan en una suerte de realización final.

Las producciones pueden ser transmitidas en directo o grabadas. A excepción de los noticiarios, remotos deportivos y algunos eventos especiales, la mayoría de las producciones suelen grabarse para posteriormente ser transmitidos o distribuidos.

Grabar un programa o segmento permite reparar errores ya sea deteniendo la cinta, regrabando el segmento o haciendo modificaciones durante la edición.

4.2.2.1.- Producción Level Up

Donde se llevo a cabo y se puso en marcha el plan de pre-producción anteriormente elaborado, En una locación totalmente cerrada se ambientó un mini estudio para la grabación del piloto.

4.2.3. Post-Producción

Todas las labores posteriores a la producción, como dismantelar el set, las luces, empacar el equipo, cumplir con las obligaciones financieras finales y evaluar la efectividad del programa es parte de la fase de post-producción.

A pesar de que la post-producción incluye todas estas labores finales, la mayoría de las personas asocian el concepto de post-producción con el de edición.

A medida que los editores controlados por computadora y los efectos especiales de post-producción se han hecho más sofisticados, la edición se ha transformado en algo más que tan solo ensamblar segmentos en un orden determinado. Como podrá notar, ahora es más un asunto de creatividad.

De hecho, una vez que conozca el poder de la edición, podrá darse cuenta porque es imposible sobre-estimar su importancia.

Equipado con los más recientes efectos digitales, la fase de edición puede realzar mucho una producción. Tal vez sea demasiado fácil quedar maravillado con los avances tecnológicos y todo lo que puede hacer con las técnicas de producción y post-producción.

De cualquier forma, la televisión es básicamente un medio de comunicación. Lo demás es secundario.

4.2.3.1. Post-Producción Level Up

Se requerirá máquinas en buen estado técnico, que cuenten con los respectivos programas de edición y animación que se utilizaran en esta área. Se necesitaran de algunos efectos visuales que despierten interés en el espectador. Decidimos que cada nota de el programa tendrán efectos llamativos logrando de esta manera que el espectador se conecte directamente con la información.

4.3. Equipo Humano

4.3.1. Cargos y Funciones

4.3.1.1.- Productor Ejecutivo

Busca financiamiento, ya sea por parte de capital privado o instituciones públicas. Desglosa las necesidades presupuestarias, teniendo potestad para desviar financiación de una partida a otra.

Siendo el que reorganiza el plan de trabajo, o en su defecto, da su visto bueno a las propuestas que se le hagan.

4.3.1.2. Productor

El puesto de trabajo de productor de televisión consiste básicamente en la realización de tareas de coordinación y planificación, grabación y postproducción, para la elaboración de un programa o serie de ellos, gestiona y facilita los recursos humanos y técnicos necesarios para la consecución de los objetivos marcados.

4.3.1.3. Asistente del Productor

Prepara el plan del rodaje antes del rodaje y contacta los integrantes del grupo que hace el programa. Se asegurara también que los parlamentos y el escenario estén listos y a tiempo para la filmación.

Durante el rodaje el asistente prepara los reportes de rodaje para el productor y observa la continuidad.

Después del rodaje chequea la copia de trabajo y se hace cargo de los reportes requeridos.

4.3.1.4. Jefe de Maquillaje

El encargado de maquillar al presentador del programa así como a los invitados, etc., de acuerdo a los requisitos impuestos por la iluminación.

4.3.1.5. Jefe de Vestuario

El encargado de vestir al presentador del programa de acuerdo con las normas básicas de televisión para no crear efectos no deseados e incluir los requisitos impuestos por iluminación.

4.3.1.6. Jefe de Ambiente y Utilería

Encargado de crear el ambiente pedido por el productor en el set de grabación del programa y ubicar cada objeto de utilería.

4.3.1.7. Carpintero

Encargado de crear las diferentes piezas de madera necesarias para el set.

4.3.1.8. Camarógrafo

Encargado de manejar la cámara y sus ópticas en un rodaje. Debe llevar a imágenes el guión técnico, en el que se especifican los planos y la duración de los mismos dentro de una determinada escena. Éste debe tener cierta agilidad, versatilidad y dinámica, para trabajar en todo tipo circunstancias.

4.3.1.9. Sonidista

Es el responsable de la toma de sonidos en la filmación. En la post producción se sumarán el Editor de sonido para realizar en conjunto el trabajo de sonorizar el programa.

4.3.1.10. Iluminador

Se encargará de forma profesional a la iluminación artística para crear el ambiente deseado por el productor del programa.

4.3.1.11. Asistente de Iluminación

Persona encargada de ayudar al iluminador y que durante la producción estará presto a realizar cualquier arreglo o retoque de ultimo momento en la iluminación del set.

4.3.1.12. Director

Encargado de dirigir las actividades que involucran grabar o filmar una producción de televisión.

Es responsable de supervisar la colocación de las cámaras, de los elementos de iluminación, micrófonos y elementos de apoyo.

4.3.1.13. Asistente de Dirección

Es el enlace del director con los otros equipos. Transmite las órdenes de este y recoge los mensajes para él.

Supervisa junto con el director el script del montaje. Aunque el director no esté presente, el asistente siempre está para cualquier cosa que necesite el montador; encontrar planos o tomas en el guión de postproducción por ejemplo.

Es el enlace entre montador y el equipo de sonorización, y entre estos y el director.

4.3.1.14. Presentador

Es la persona que presenta o conduce un programa de televisión.

4.3.2. Organigrama

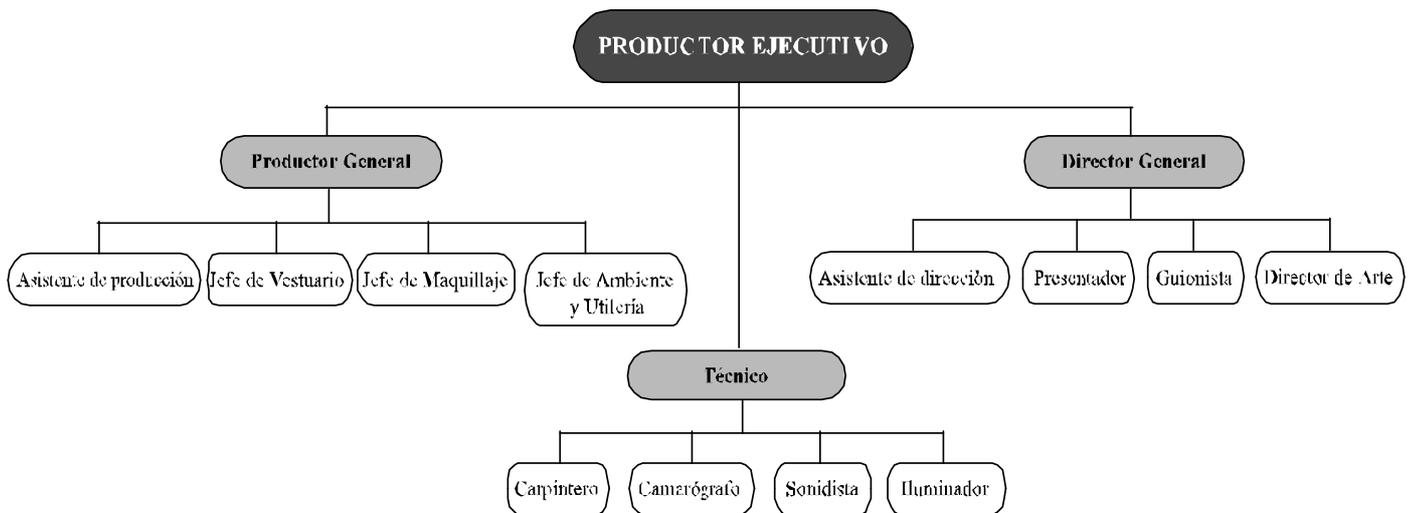


Figura 4.1: Organigrama

4.4. Cronogramas

4.4.1. Cronograma General

CRONOGRAMA GENERAL								
	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5	Semana 6	Semana 7	Semana 8
Pre - producción								
Producción								
Post - producción								

1er. Programa al aire

Tabla 4.1 Cronograma General

4.4.2. Cronograma de Grabación

		CRONOGRAMA DE GRABACIÓN						
		LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
Reunión Creativa								
Pre - producción								
Grabación en estudio								
Post - producción								
Entrega								

Tabla 4.2 Cronograma de grabación

4.4.3. Cronograma de Grabación del Piloto

Tareas o Actividades		JULIO																																	
		Jun 30	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28					
Pre - Producción																																			
Desarrollo del concepto		X	X																																
Guión				X																															
Casting del Presentador					X																														
Aprobación de presentador						X																													
Definir equipos necesarios							X																												
Contratar equipos								X																											
Retiro de implementos para ambientación									X																										
Reunión con equipo técnico										X																									
Montaje de Set											X																								
Revisión de equipos												X																							
Montaje de Iluminación													X																						
Ensayos sin cámara														X																					
Retirar Equipos															X																				
Producción																																			
Grabación																																			
Post - Producción																																			
Devolver equipos																																			
Edición																																			
Efectos especiales																																			
Creación de Animaciones																																			
Musicalización																																			
Entrega para revisión																																			
Correcciones																																			
Entrega del piloto																																			
Manual																																			
Primera entrega																																			
Segunda entrega																																			
Entrega Final																																			

Tabla 4.3 Cronograma de grabación del Piloto

4.5. Requerimientos Técnicos

4.5.1. Equipo Técnico

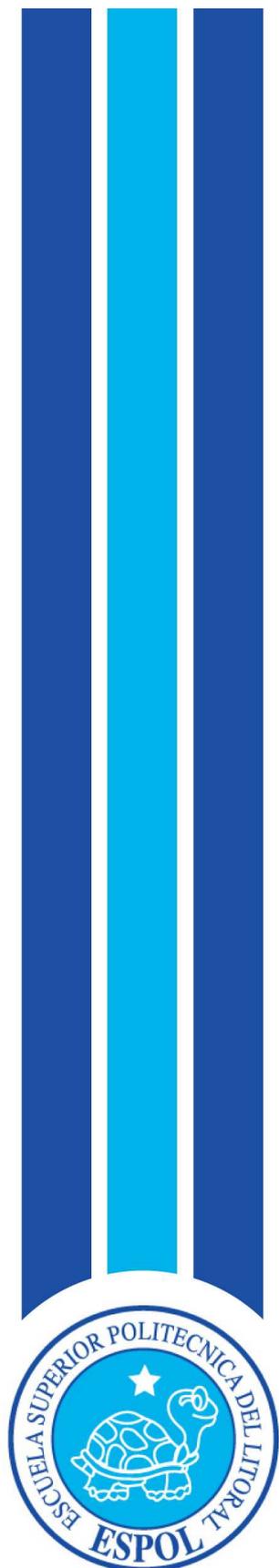
DESCRIPCIÓN	Horas	Cantidad
Cámara	1	2
Trípode	1	1
Baterías + cargador	1	2
Monitor de campo	1	2
Equipo iluminación Int.	1	1
Micrófono	1	1
Consola (6 entradas: 2 micrófono y 4 línea)	1	1
Estudio	4	1

Tabla 4.4 Equipo Técnico

4.5.1. Equipo Humano Técnico

DESCRIPCIÓN	Horas	Cantidad
Op. Cámara	2	2
Iluminador	4	1
Op. Consola	2	1
Editor	24	1

Tabla 4.5 Equipo Humano Técnico



CAPÍTULO V **PRESUPUESTO DEL PROGRAMA**

5. PRESUPUESTO DEL PROGRAMA

En la parte del presupuesto de producción, no se trata de ser lo más ahorrativo, sacrificando estándares de calidad, se trata de ser lo más eficiente y productivo posible, y así lograr optimizar el tiempo y por ende, disminuir gastos.

Presupuestar algo, quiere decir sacar un cálculo anticipado de cuanto nos va a costar realizar una actividad económica en particular, en nuestro caso hablamos de una co-producción audiovisual, y delimitando el tiempo en el cual se va a llevar a cabo. El presupuesto es un plan de acción que nos dirige hacia una meta, ayudándonos a mantener orden y control hasta lograr los objetivos fijados.

Antes de hacer un presupuesto debemos conocer:

- De que trata el programa
- Cómo se va a grabar
- Cronograma, Plan de Producción

5.1.- Sobre la línea

Donde se ubica todos los costos directos del programa, el dinero que requerimos para la producción y realización: Talento (sueldos), guión, música, servicios de oficina, etc.

5.2.- Bajo la línea

Son los recursos que muchas veces facilita el canal, como recursos técnicos, operativos, etc.

Los elementos bajo-la-línea se dividen a su vez en dos grandes categorías:

- Los elementos físicos (sets, estructuras, maquillaje, vestuario, gráficas, transporte, equipo de producción, estudio e instalaciones y edición)
- El personal técnico (personal de estudio, personal de ingeniería, operadores de VTR, operadores de audio, y labores generales)

5.3. Datos Generales del Presupuesto del Programa Level Up

5.3.1. Etapas

Para producir la primera temporada (12 capítulos) del programa, el tiempo de realización de cada fase estará dispuesto de la siguiente manera.

	TIEMPO
Pre-Producción	2 Semanas
Producción	3 Semanas
Post-Producción	3 Semanas
	8 SEMANAS

Tabla 5.1 Etapas de Producción

Vale recalcar que el primer programa de temporada puede ser emitido desde la séptima semana.

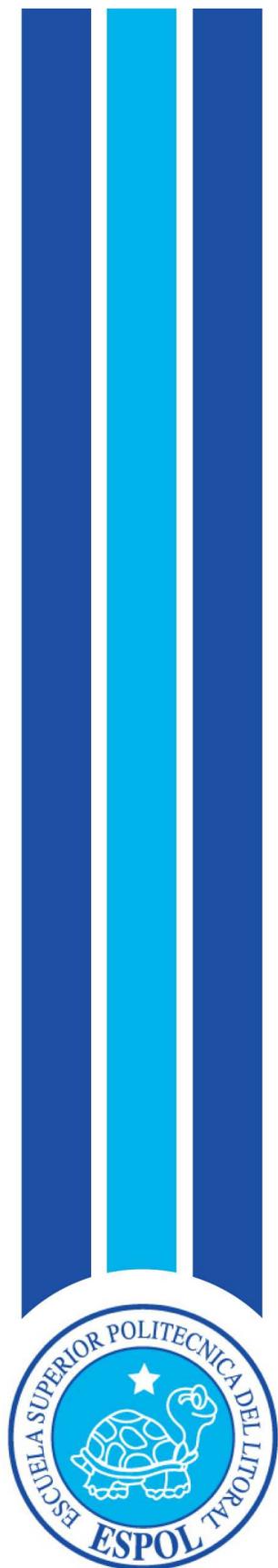
5.3.2. Total de Capítulos

El formato del programa Level Up está dispuesto de tal manera que una vez que salga al aire se transmitirá una vez por semana, durante 3 meses; es decir, la primera temporada del programa estará conformada de **12 capítulos**.

5.4. Presupuesto del Programa Level Up

PRESUPUESTO DEL PROGRAMA												
TOTAL CAPITULOS 12.00 caps. de 0.50 hora aire												
COSTO/CAP. \$ 1,738.08												
CATEGORIAS	NOMBRE DEL RECURSO	TARIFA	UNIDAD	FASE DE PRE-PRODUCCIÓN		FASE DE PRODUCCIÓN		FASE DE POS PRODUCCIÓN		COSTO/ CAP	GRAN TOTAL	%
				Unid. presup.	Total	Unid. presup.	Total	Un. Presup.	Total			
PRODUCCION					3,630.00	1,500.00	750.00	490.00	5,880.00		28%	
PRODUCTOR GENERAL		1,000.00	mensual	0.50	500.00	1.00	1,000.00	0.50	500.00	166.67	2,000.00	
ASISTENTE PRODUCCION		500.00	mensual	0.50	250.00	1,000.00	500.00	0.50	250.00	83.33	1,000.00	
IMPREVISTOS		200.00	cap	12.00	2,400.00	-	-	-	-	200.00	2,400.00	
MOVILIZACION EN GENERAL		40.00	cap	12.00	480.00	-	-	-	-	40.00	480.00	
DIRECCION					700.00	1,300.00	800.00	233.33	2,800.00		13%	
DIRECTOR		800.00	mensual	1.00	800.00	1.00	800.00	1.00	800.00	133.33	1,600.00	
CASING		200.00	unidad	1.00	200.00	-	-	-	-	16.67	200.00	
ASISTENTE DIRECCION 1		500.00	mensual	1.00	500.00	1.00	500.00	-	-	83.33	1,000.00	
CONTENIDO					-	-	100.00	100.00	100.00	8.33	100.00	
OPENING		100.00	UNIDAD	-	-	-	100.00	1.00	100.00	8.33	100.00	
ELENGO					-	1,200.00	-	-	1,200.00	100.00	1,200.00	
PRESENTADOR					-	-	-	-	-	100.00	1,200.00	
GEORGE HIDALGO		100.00	cap	-	-	12.00	1,200.00	-	-	100.00	1,200.00	
LOOK DE ELENGO					20.00	720.00	-	-	740.00	61.67	740.00	
JEFE DE MAQUILLAJE		30.00	cap	-	-	12.00	360.00	-	-	30.00	360.00	
JEFE DE VESTUARIO		30.00	cap	-	-	12.00	360.00	-	-	30.00	360.00	
CAMBIO LOOK		20.00	UNIDAD	1.00	20.00	-	-	-	-	1.67	20.00	
ESCENOGRAFIA/AMBIENTACION/UTILERIA					2,190.00	600.00	-	-	2,790.00	232.50	2,790.00	
JEFE AMB. Y UTILERIA		50.00	cap	-	-	12.00	600.00	-	-	50.00	600.00	
CARPINTERO		150.00	UNIDAD	1.00	150.00	-	-	-	-	12.50	150.00	
MANTENIMIENTO DE ESCENOGRAFIA		20.00	cap.	12.00	240.00	-	-	-	-	20.00	240.00	
AMBIENTACION Y UTILERIA		150.00	Cap	12.00	1,800.00	-	-	-	-	150.00	1,800.00	
COSTOS ADMINISTRATIVOS					75.00	900.00	300.00	106.25	1,275.00		6%	
ALIMENTACION ESTUDIO		2.50	unidad	30.00	75.00	360.00	900.00	120.00	300.00	106.25	1,275.00	
INSUMOS Y MATERIALES					-	840.00	432.00	106.00	1,272.00		6%	
CASSETES EXHIBICION		36.00	UNIDAD	-	-	12.00	504.00	12.00	432.00	36.00	432.00	
CASSETES GRABACION UNIDAD 1		42.00	UNIDAD	-	-	12.00	504.00	-	-	42.00	504.00	
CASSETES GRABACION UNIDAD 2		28.00	UNIDAD	-	-	12.00	336.00	-	-	28.00	336.00	
COSTOS TECNICOS -OPERATIVOS					-	-	2,004.00	-	4,800.00	400.00	4,800.00	
SUB-TOTAL SOBRE LA LINEA					5,615.00	7,060.00	2,382.00	1,338.08	16,057.00		77%	
RECURSO HUMANO					-	-	-	-	-	-	-	
CAMAROGRAFOS	CANAL	12.00	por hora	-	-	24.00	288.00	-	-	24.00	288.00	
SONIDISTA	CANAL	6.00	por hora	-	-	12.00	72.00	-	-	6.00	72.00	
ILUMINADOR	CANAL	7.00	por hora	-	-	36.00	252.00	-	-	21.00	252.00	
ASISTENTE	CANAL	4.00	por hora	-	-	36.00	144.00	-	-	12.00	144.00	
MUSICALIZADOR		8.00	por hora	-	-	-	-	48.00	384.00	32.00	384.00	
EDITOR NO LINEAL		120.00	cap	-	-	-	-	12.00	1,440.00	120.00	1,440.00	
RECURSO TECNICO					-	-	-	-	-	-	-	
ESTUDIO	CANAL	150.00	dia	-	-	12.00	1,800.00	-	-	150.00	1,800.00	
SWITCH	CANAL	20.00	por hora	-	-	12.00	240.00	-	-	20.00	240.00	
EDITOR NO LINEAL		1.50	por hora	-	-	-	-	120.00	180.00	15.00	180.00	
SUB-TOTAL BAJO LA LINEA					-	2,796.00	2,004.00	400.00	4,800.00		23%	
TOTAL GENERAL					6,615.00	9,856.00	4,386.00	1,738.08	20,857.00		100%	

Tabla 5.2 Presupuesto del Programa



CAPÍTULO VI **IMPLEMENTACIÓN DE LA** **PRODUCTORA**

6. IMPLEMENTACIÓN DE LA PRODUCTORA

6.1.- Análisis financiero

Para poder realizar el análisis financiero de la implementación de la productora, se debe recopilar información acerca de los montos de inversión y un estimado de los costos en diferentes rubros en los que se podría incurrir para la implementación de una productora.

6.2. Recursos Humano Administrativo.

A continuación se detallarán los sueldos y salarios del personal que integraría la posible Productora. Teniendo en cuenta el organigrama y la jerarquía de los puestos.

	SALARIO MENSUAL	OCUPANTES DEL CARGO	SALARIO ANUAL
Secretaria/Contadora	\$ 500,00	1	\$ 6.000,00
Mensajero/Asistente	\$ 300,00	1	\$ 3.600,00
Guardián	\$ 240,00	1	\$ 2.880,00
Limpieza	\$ 240,00	1	\$ 2.880,00
TOTAL GASTOS DE SUELDOS Y SALARIOS			\$ 15.360,00

Tabla 6.1 Gastos de Sueldos y salarios.

Secretaria/Contadora: Será la encargada de realizar las funciones administrativas inherentes al cargo de secretaria esto quiere decir que tendrá sus labores del cargo, recepción de público en general, manejo de correspondencia, etc.

En lo que respecta a la contabilidad se encargará de laborar los balances, declaraciones, apoyar al área de administración y finanzas en labores contables, análisis de cuentas, conciliaciones bancarias y preparación de informes de gestión.

Mensajero/Asistente: El será el que esté involucrado directa e indirectamente con funciones de mensajería interna y externa, estará en contacto permanente con clientes/usuarios, este realizará una labor de mensajería eficiente y de valor agregado como asistente.

Guardián: Serán los encargados de la seguridad del establecimiento durante todo el día y la noche.

Limpieza: Será el encargado de la limpieza diaria del establecimiento.

6.3. Espacio Físico.

En este rubro consideraremos los gastos por concepto de Alquiler de la oficina donde funcionará la productora. Debido a que alquilaremos el local, no estableceremos gastos de mantenimiento del local ya que es deber del arrendatario proveernos de un buen servicio.

	ALQUILER MENSUAL	ALQUILER ANUAL
OFICINA	\$ 200,00	\$ 2.400,00
TOTAL DE GASTOS DE ALQUILER	\$	2.400,00

Tabla 6.2 Gastos de Alquiler

6.4. Gastos de Servicios básicos

Los gastos aproximados de servicios básicos que se consumirían durante un año en nuestra Agencia de Publicidad serán los siguientes:

	TARIFAS MENSUALES	MESES	TARIFAS ANUALES
ENERGIA ELECTRICA	\$ 90,00	12	\$ 1.080,00
TELEFONO	\$ 40,00	12	\$ 480,00
AGUA	\$ 20,00	12	\$ 240,00
INTERNET	\$ 40,00	12	\$ 480,00
TOTAL ANUAL GASTOS SERVICIOS BÁSICOS			\$ 2.280,00

Tabla 6.3 Gastos de Servicios Básicos

6.5. Inversión en equipos

Para la implementación del proyecto se debe incorporar en el primer año los siguientes equipos tanto para el área administrativa como para el área de producción.

Área Administrativa

	COSTO UNIT.	CANTIDAD	COSTO TOTAL
Módulos de Oficina	\$ 175,00	2	\$ 350,00
Muebles de Oficina	\$ 120,00	3	\$ 360,00
PC	\$ 800,00	1	\$ 800,00
UPS 750 W	\$ 87,00	1	\$ 87,00
Aire Acondicionado	\$ 80,00	2	\$ 160,00
Teléfono	\$ 30,00	1	\$ 30,00
Fax	\$ 40,00	1	\$ 40,00
Suministros de Oficina	\$ 100,00	1	\$ 100,00
		TOTAL GASTO MAQ. Y EQUIPOS	\$ 1.927,00

*Tabla 6.4 Equipos del Área Administrativa**Área de Producción*

	COSTO UNIT.	CANTIDAD	COSTO TOTAL
PC	\$ 800,00	1	\$ 800,00
iMac 27´	\$ 2.300,00	1	\$ 2.000,00
Paquete de Adobe (Illustrator, Photoshop, Premier, Sountrack, etc.)	\$ 2.500,00	1	\$ 2.500,00
UPS 750 W	\$ 87,00	2	\$ 174,00
		TOTAL GASTO MAQ. Y EQUIPOS	\$ 5.474,00

*Tabla 6.5 Equipos del Área de Producción***6.6. Presupuesto mensual de gastos administrativos**

Basándonos en el desglose de gastos detallados en las tablas anteriores, presentamos un resumen de los gastos que tendremos que realizar para la Implementación de la Productora.

Los rubros son:

- Gastos de sueldos y Salarios.
- Gastos de Servicios básicos
- Gastos de Alquiler.

RUBRO	VALOR
GASTOS DE SUELDOS Y SALARIOS	\$ 1.280,00
GASTOS DE SERVICIOS BASICOS	\$ 190,00
GASTOS DE ALQUILER	\$ 200,00
DEPRECIACIÓN MENSUAL EQUIPOS ADMINISTRATIVOS	\$ 42,76
TOTAL GASTOS OPERATIVOS	\$ 1.712,76

Tabla 6.6 Presupuesto mensual de gastos administrativos.

6.7. Inversión de equipos

Basándonos en el desglose de gastos detallados en las tablas anteriores, presentamos un resumen de los gastos que tendremos que realizar en el área administrativa y de producción para la Implementación de la Productora.

RUBRO	VALOR
ÁREA DE ADMINISTRACIÓN	\$ 1,927,00
ÁREA DE PRODUCCIÓN	\$ 5.474,00
TOTAL GASTOS OPERATIVOS	\$ 7.401,00

Tabla 6.7 Inversión de Equipos en el área de administración y producción

6.8. Depreciación

En las siguientes tablas observaremos la descripción de la depreciación de los equipos del área administrativa y de producción a 5 años (3 años los equipos de computación). Con esto tendremos un costo de depreciación anual.

Área Administrativa

	COSTO UNIT.	DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ANUAL
Módulos de Oficina	\$ 175,00	Costo / 5	\$ 35,00
Muebles de Oficina	\$ 120,00	Costo / 5	\$ 24,00
PC	\$ 800,00	Costo / 3	\$ 266,67
UPS 750 W	\$ 87,00	Costo / 5	\$ 17,40
Aire Acondicionado central	\$ 780,00	Costo / 5	\$ 156,00
Teléfono	\$ 30,00	Costo / 5	\$ 6,00
Fax	\$ 40,00	Costo / 5	\$ 8,00
		TOTAL DEPRECIACIÓN	\$ 513,07

Tabla 6.8 Equipos del Área Administrativa

Depreciación Mensual: \$ 42,75

Área de Producción

	COSTO UNIT.	DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ANUAL
PC	\$ 800,00	Costo / 3	\$ 266,67
iMac 24´	\$ 2.000,00	Costo / 3	\$ 666,67
Paquete de Adobe (Illustrator, Photoshop, Premier, Sountrack, etc.)	\$ 2.500,00	Costo / 3	\$ 833,33
UPS 750 W	\$ 174,00	Costo / 5	\$ 34,80
		TOTAL DEPRECIACIÓN	\$ 1801,47

Tabla 6.9 Equipos del Área de Producción

Depreciación Mensual: \$ 150,12

6.9. Cálculo del costo/hora de edición

Con los siguientes cálculos podremos saber cuál será el costo por hora de edición.

Se realizará este cálculo para poder presupuestar el costo de la edición total de nuestro programa.

Para calcular la Depreciación anual lo hacemos de la siguiente manera:

El año de mantenimiento por el equipo va a tener un valor de \$600,00

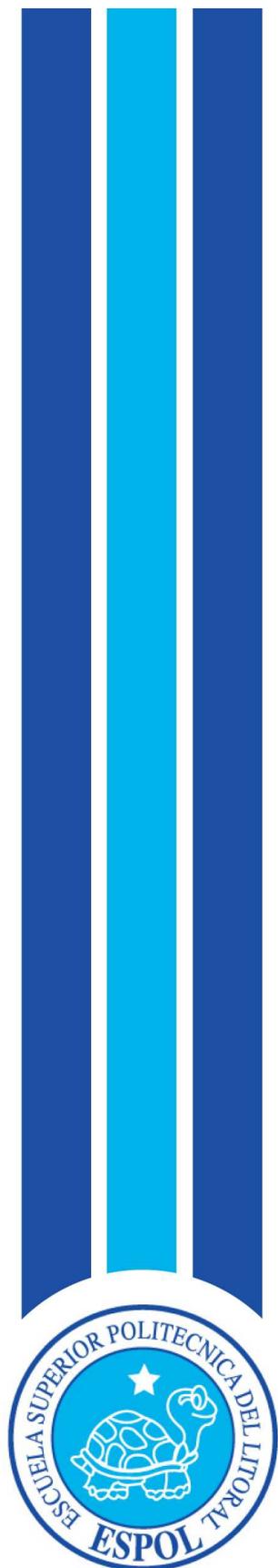
Ahora para sacar el costo/hora de edición hacemos la siguiente fórmula:

$$\text{Horas Estimadas} = 40 \text{ horas Semanales} \times 40 \text{ semanas} = 1600 \text{ horas anuales}$$

$$\text{COSTO / HORA} = \frac{\text{Depreciación anual} + \text{Mantenimiento anual}}{\text{Horas Estimadas anual}}$$

$$\text{COSTO / HORA} = \frac{\$ 1801,47 + \$ 600,00}{1600}$$

$$\text{COSTO / HORA} = \$ 1,50$$



CAPÍTULO VII

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD ECONÓMICA DEL PROYECTO

7. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD ECONÓMICA DEL PROYECTO

7.1. Factores que afectan los ingresos

Descripción de los factores que afectan los ingresos del programa:

7.1.1. Tipos de Programa - Género

En la actualidad en la televisión abierta no existe un programa completamente de videojuegos y temas relacionados. Por esta razón se decidió crear el piloto de este programa de entretenimiento juvenil (magazine informativo), que llene las expectativas de los videojugadores.

7.1.2. Contenido

Con lo que se refiere al contenido nuestro programa va a tratar varios temas que son de interés para el público joven ya que con esta información se mantendrán al día en todo lo que se refiere al mundo de los videojuegos, anime y comic.

A su vez el contenido estará dispuesto de una forma y lenguaje claro que hará que sea apto para toda clase de público.

7.1.3. La Duración

Este será un programa de 30 minutos una vez por semana lo cual esto nos ayudará a que las personas se queden con la incógnita para la siguiente semana de entretenimiento.

7.1.4. Horario / Target

El programa se llevará a cabo los días sábados de 11:00 am a 11:30 am ya que es un horario familiar. Esto ayuda a que el programa sea visto por las personas a la cual esta dedicado.

7.2. Factores que afectan en los ingresos de Level Up

7.2.1. Target

Jóvenes adultos entre 14 y 25 años.

7.2.2. Día y Horario

Una vez a la semana, los sábados a las 11h00

7.2.3. Duración

30 min. (23 min de contenido/ 7 min de comerciales)

7 min. de comerciales contienen un aproximado de 14 cuñas.

7.2.4. Rating

Para Calcular el Rating nos basamos en el siguiente cuadro:

Rating en el target	≥ 7	5 - 6,9	< 5
CPR	\$100	\$80	\$60
Ocupación	80% - 100%	65% - 79%	50% - 64%

Tabla 7.1 CPR y Ocupación

Según la tabla estándar de Rating nuestro programa se encuentra dentro del rango AA por lo tanto el rating estimado será de 5 pts. Los 5 pts. de rating se establecen en función de los ratio promedio en el horario que se plantea exhibir el programa

Calculando estos factores, mis ingresos serían:

$$\text{Ingresos por cuña comercial} = \text{CPR} \times \text{Cuñas} \times \text{Rating} \times \text{Factor de Ocupación}$$

$$80 \times 14 \times 5 \times 0,65 =$$

$$\mathbf{\$ 3.640,00}$$

Se estima que el ingreso por menciones es del 25% del valor total del ingreso por cuñas

$$\text{Ingreso por menciones:} = \text{valor total de cuñas} \times 25\%$$

$$\$ 3.640,00 \times 0,25 =$$

$$\mathbf{\$ 910,00}$$

$$\text{Ingreso total:} = \text{Cuñas} + \text{menciones}$$

$$3.640,00 + 910,00 =$$

$$\mathbf{\$ 4,550}$$

7.2.5. Rentabilidad del programa.

Rentabilidad: En la economía, el concepto de rentabilidad se refiere, a obtener más ganancias que pérdidas en un campo determinado. Puede hacer referencia a:

- Rentabilidad económica (relacionada con el afán de lucro de toda empresa privada; uso más común).

Rentabilidad hace referencia a que el proyecto de inversión de una empresa pueda generar suficientes beneficios para recuperar lo invertido y la tasa deseada por el inversionista.

- Rentabilidad social (objetivo de las empresas públicas, aunque también perseguida por empresas privadas).

Formula

$$\text{Rentabilidad} = \text{Ingresos} - \text{Costos}$$

Pero para obtener la cantidad de Costos se debe hacer los siguientes cálculos.

$$\text{Costos Administrativos por capitulo} = \frac{\text{Costo Mensual de la productora} \times \text{Meses de trabajo}}{\text{Capítulos a producir}}$$

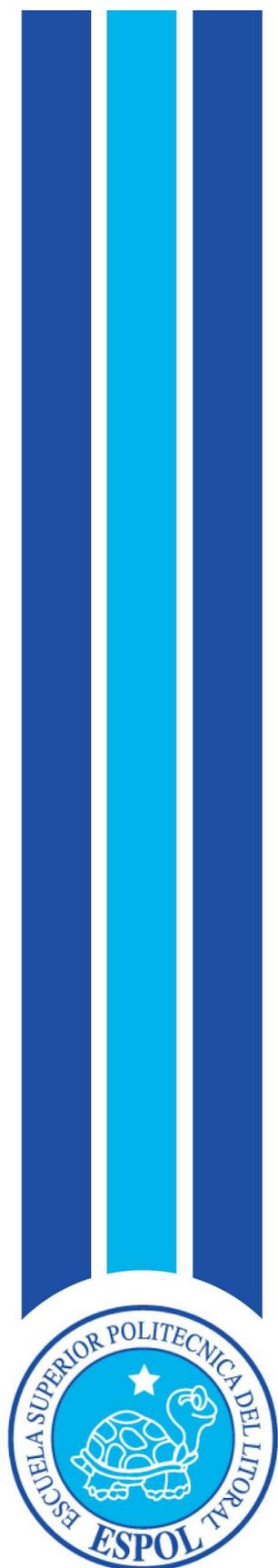
$$\text{Costos Administrativos por capitulo} = \frac{\$ 1.712,76 \times 2}{12} = \$ 285,46$$

$$\text{Costos} = \text{Costos de Producción} + \text{Costos Administrativos de la productora por capitulo}$$

$$\text{Costos} = \$ 1.738,08 + \$ 285,46 = \$ 2.023,54$$

$$\text{Rentabilidad} = \$ 4.550,00 - \$ 2.023,54$$

$$\text{Rentabilidad} = \$ 2.526,46$$



CAPÍTULO VIII

ASPIRACIONES COMERCIALES DE LOS PRODUCTORES

8. ASPIRACIONES COMERCIALES DE LOS PRODUCTORES

8.1. Co-producción y distribución de las utilidades.

Producción hecha conjuntamente con varias personas o empresas, especialmente de una película de cine o un programa de televisión.

8.1.1. Leyes de las obras audiovisuales

De las obras Audiovisuales

Art. 33. Salvo pacto en contrario, se presume coautores de la obra audiovisual:

El director o realizador;

Los autores del argumento, de la adaptación y del guión y diálogos;

El autor de la música compuesta especialmente para la obra; y,

El dibujante, en caso de diseños animados.

Art. 34. Sin perjuicio de los derechos de autor de las obras preexistentes que hayan podido ser adaptadas o reproducidas, la obra audiovisual se protege como obra original.

Los autores de obras preexistentes podrán explotar su contribución en un género diferente, pero la explotación de la obra en común, así como de las obras especialmente creadas para la obra audiovisual, corresponderá en exclusiva al titular, conforme al artículo siguiente.

Art. 35. Se reputa titular de una obra audiovisual al productor, esto es la persona natural o jurídica que asume la iniciativa y la responsabilidad de la realización de la obra. Se considerará productor, salvo prueba en contrario, a la persona natural o jurídica cuyo nombre aparezca en dicha obra en la forma usual.

Dicho titular está, además, legitimado para ejercer en nombre propio los derechos morales sobre la obra incluyendo la facultad para decidir sobre la divulgación.

Todo lo cual se entiende sin perjuicio de las estipulaciones y reservas expresas entre los autores y el productor.

8.2. Plan de negocio de los productores de Level Up.

La negociación de la venta del programa *Level Up* estará dispuesta de la siguiente manera:

El programa Level Up será una co-producción conjunta con el canal por el cual será transmitido.

El canal pagará por la producción del programa es decir el costo del programa que es de \$ **1.738,08** y además de esto la productora obtendrá el 20% de las ganancias de las cuñas y menciones que se den mientras se transmite el programa.

En cuanto a las descripciones de la Co-producción se dará de esta manera:

Los productores de Level Up proporcionaremos: la idea, guión, el concepto, la dirección y producción.

El canal proporcionará los equipos de grabación y el estudio en el que se grabará el programa.

Así a su vez las utilidades serán divididas porcentualmente tomando en cuenta lo que los productores y el canal proporcionan.

De acuerdo a esto el porcentaje en el que serán divididas las ganancias es de 80% que corresponderá al canal y 20% a la productora (Este porcentaje se debe a que todo la producción estará a cargo de la productora).

	PORCENTAJE	GANANCIA
Productora	20 %	\$ 505,29
Canal	80 %	\$ 2021,17
	GANANCIA TOTAL	\$ 2.526,46

Tabla 8.1 Ganancias porcentuales compartidas

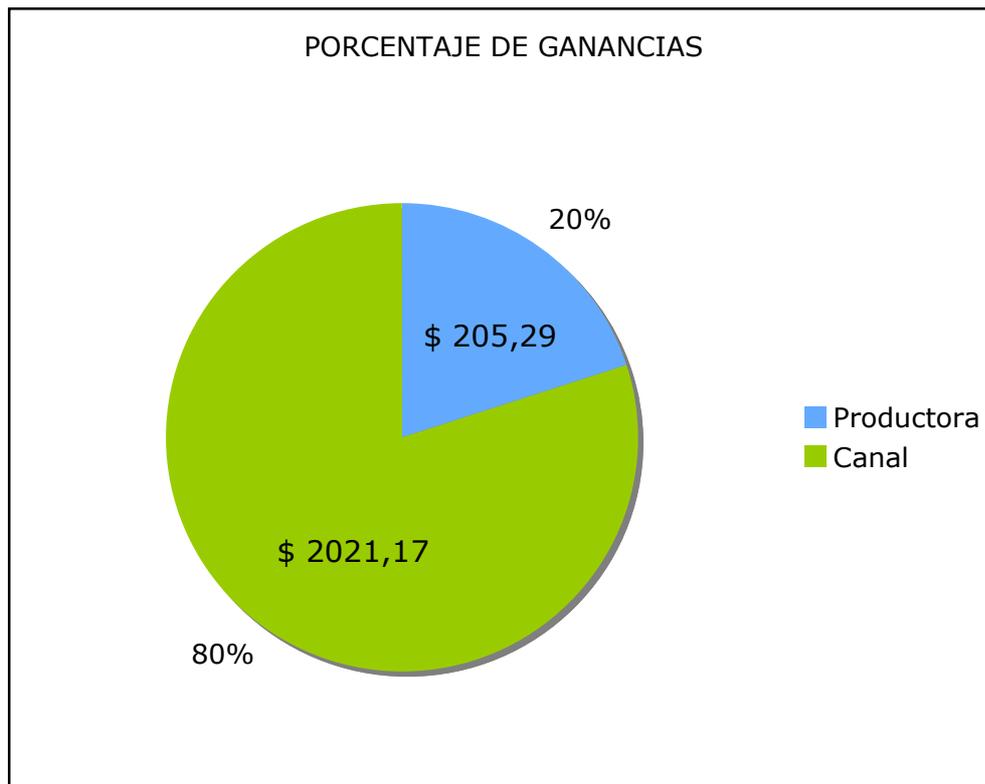


Figura 8.1 Ganancias porcentuales compartidas

8.1.2. Distribución de los elementos y personal técnico con los que aportarán cada parte de la Co-producción

Productora	Canal
Idea, concepto, guión	Cámaras
Musicalizado	Switch
Editor no lineal	Camarógrafos
Productor	Operador de Switch
Director	Iluminador
Maquillaje	Estudio
Vestuario	Iluminador
Asistente	Sonidista
Carpintero	

Tabla 8.2 Distribución de elementos



CAPÍTULO IX **CONCLUSIONES Y** **RECOMENDACIONES**

9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En este proyecto se hizo un análisis completo de todos los aspectos involucrados en la implementación de una productora, desde la presentación de los antecedentes, el desarrollo del piloto y proyecto que nos permitió establecer que éste es factible, es decir se hicieron todos los cálculos y como resultado tuvimos un valor estimado de las ganancias que podría producir el programa; un estudio técnico en el cual detallamos los fundamentos, pasos, ideas y estructuras necesarias para llevar a cabo el proyecto, hasta el análisis de la inversión a realizar.

9.1. Conclusiones

- La constitución de una Productora requiere una estructura funcional y empleados bien capacitados que permitan optimizar tiempo y recursos con la finalidad de un desempeño eficaz elevando la calidad del producto final.
- Existe un target al que se dirige este tipo de programa y este se podría decir que es muy voluble, por lo tanto la producción deberá estar atenta a este hecho y estar en constante renovación para que el rating del programa se mantenga.
- Mediante el Estudio financiero hemos determinado que el presupuesto necesario para producir el programa Level Up es de \$ 1.738,08.

9.2. Recomendaciones

- Se recomienda invertir recursos en las investigaciones de mercado, con la finalidad de obtener información detallada y precisa sobre la situación de nuestro target potencial.
- Finalmente se sugiere que el proyecto de producción del programa Level Up sea realizado debido a la oportunidad que existe en el mercado de televisión abierta, ya que no existen muchos programas de este tipo y con el estudio realizado los temas a tratarse en este serían de interés para el target al que nos dirigimos.