



**Los Andes**  
Instituto Superior Internacional

**DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UN VIDEO  
PROMOCIONAL PARA EL SINDICATO DE  
CHOFERES PROFESIONALES DEL PUYANGO.  
AÑO 2022**

**AUTORA: FANNY NARCIZA ROMÁN  
CALDERÓN.**

**DIRECTORA: JESSICA NICOLE  
CEVALLOS VILLAMARÍN. Mgs**

**INFORME FINAL PREVIO  
A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE TECNÓLOGA  
EN COMUNICACIÓN  
AUDIOVISUAL.**

**LOJA – ECUADOR**

**2022**

## CERTIFICACIÓN

Lic. Jessica Nicole Cevallos Villamarín. Mgs.

**DOCENTE DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO “LOS ANDES”**

### **CERTIFICA:**

Que el presente trabajo de investigación, previo a la obtener el título de Tecnóloga en Comunicación Audiovisual, cuyo tema es la **DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UN VIDEO PROMOCIONAL PARA EL SINDICATO DE CHOFERES PROFESIONALES DEL CANTON PUYANGO. AÑO 2022**, ha sido realizado bajo conducción, control y supervisión, por lo que autorizo su presentación, sustentación y defensa.

Loja, agosto de 2022

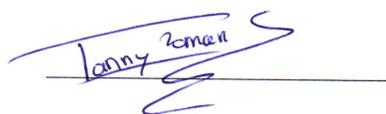


Mgs. Nicole Cevallos  
**DIRECTORA**

## AUTORÍA

Yo, **FANNY NARCIZA ROMÁN CALDERON**, declaro ser la autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente al Instituto Superior Tecnológico “Los Andes” y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo al Instituto Superior Tecnológico “Los Andes”, la publicación de mi tesis en el Repositorio – Biblioteca Virtual.



Fanny Narciza Román Calderón.

**C.I: 1105482499.**

**AUTORA.**

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar, agradecer a Dios por ser mi principal apoyo motivador y luz incondicional que ha guiado mi camino para que cada día pueda continuar luchando por mis sueños.

Agradezco a mis padres por que han sido mi motor y mi mayor inspiración, que, a través de su amor, paciencia, buenos valores, ayudan a trazar mi camino.

Agradezco al prestigioso Instituto Superior Tecnológico Los Andes por abrirme sus puertas y permitirme formarme profesionalmente, a cada uno de los docentes por impartirme sus conocimientos a lo largo de la preparación de mi profesión quienes me han guiado con su paciencia, y su rectitud como docentes, al Dr. Marcelo Apolo Secretario General del Sindicato de Choferes Profesionales del Cantón Puyango por brindarme su valioso aporte para el desarrollo de mi investigación.

Agradezco a mi Directora de tesis Mgs. Nicole Cevallos quién me supo brindar su paciencia, y conocimientos en este proyecto de investigación.

***Fanny Narciza Román Calderón***

## DEDICATORIA

Dedico a Dios quién supo guiarme por el buen camino, darme fuerzas para seguir adelante y no desmayar ante los obstáculos que se presentaban en este proceso, enseñándome a encarar las adversidades sin perder nunca la fe, ni desfallecer en el intento. Gracias a ti mi señor hoy puedo decir que una de mis más anheladas metas se ha cumplido de la cual me siento orgullosa.

A mis padres Alberto y Mercedes quienes siempre estuvieron a mi lado brindándome su apoyo y sus sabios consejos para hacer de mí una mejor persona, que con su amor, paciencia y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía, de no temer las adversidades porque Dios está conmigo siempre; a mis hermanos que en el día a día con su presencia y respaldo me han impulsado para siempre salir adelante.

A mi esposo por brindarme su apoyo incondicional en todo momento, a mi pequeño y adorable hijo quien es mi mayor motivación para nunca rendirme y luchar por mis metas y ser un ejemplo para él.

*Fanny Narciza Román Calderón*

## Contenido

CERTIFICACIÓN .....	II
AUTORÍA.....	III
AGRADECIMIENTO .....	IV
DEDICATORIA .....	V
TÍTULO .....	7
RESUMEN .....	8
ABSTRACT.....	10
CAPITULO I: INTRODUCCIÓN .....	12
CAPITULO II: METODOLOGÍA .....	15
Métodos: .....	15
Método Científico .....	15
Método Descriptivo.....	15
Técnica.....	15
Entrevista.....	16
Observación.....	16
Encuesta .....	16
Población.....	17
CAPITULO III: RESULTADOS.....	19
Análisis de los resultados .....	19
Ejecución de la pieza publicitaria.....	31
CAPITULO IV: DISCUSIÓN .....	44
CAPITULO V: CONCLUSIONES .....	46
CAPITULO VI: RECOMENDACIONES.....	47
CAPITULO VII: BIBLIOGRAFIA .....	48
Bibliografía .....	48
CAPITULO VIII: ANEXOS.....	50
Anteproyecto .....	50
Evidencias Fotográficas. ....	72

**TÍTULO**

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UN VIDEO PROMOCIONAL PARA EL  
SINDICATO DE CHOFERES PROFESIONALES DEL CANTON PUYANGO. AÑO 2022.

## RESUMEN

El presente proyecto de investigación se formuló con el tema y objetivo principal de la creación de un video promocional para el **Sindicato de Choferes Profesionales del cantón Puyango, año 2022**, para esta producción se hará uso de estrategias y tendencias audiovisuales que nos ayude a motivar y despertar en el público el orgullo de pertenecer a esta profesión.

Dentro del presente trabajo se definen aspectos básicos, como la identificación del problema, ya que en la empresa no se está realizando publicidad adecuada que permita el desarrollo y crecimiento de la misma, además la investigación estará enfocada en la satisfacción y comodidad para el cliente.

Para afianzar los conocimientos se propusieron objetivos como: El análisis de la información del sindicato para poder establecer la idea del video promocional. Producir el video con la colaboración del personal del sindicato y colaboraciones especiales, los mismos que se comprobaron con la investigación de campo.

Conoceremos la efectividad que poseen las producciones audiovisuales y su aporte al fortalecimiento de la empresa, para en base a este estudio generar estrategias innovadoras, haciendo uso de una metodología de investigación científica y descriptiva, que se utilizó para formular el cuestionario de las entrevistas que fue aplicada al secretario general del sindicato de choferes profesionales del cantón y las encuestas a la población de Puyango enfocándose, en preguntas concretas que permitan obtener información verídica; así mismo se aplicaron técnicas como la de la entrevista, que nos ayudó a conocer más a fondo la publicidad que realiza el sindicato, los tipos de licencia que ofrece y el número de estudiante que están ahora matriculados en la escuela, con la técnica de la observación se pudo analizar las estructura administrativa y de

servicios que presta la empresa; también de aplico la técnica de las encuestas a la población de Puyango con el objetivo de obtener información acerca de la publicidad. De esta forma se obtuvo resultados de información fidedigna permitirá el cumplimiento de las metas establecidas, y convertirse en una institución referente para otros cantones y provincias.

El sindicato de choferes de la ciudad de Alamor del Cantón Puyango viene prestando sus servicios a la ciudadanía, hace 40 años. Se ha evidenciado que no existe una publicidad adecuada para promocionar los servicios que este ofrece, por lo cual se ha considerado que sería conveniente realizar un video promocional, con la finalidad de mejorar la imagen, de la institución, para llegar a una mayor cantidad de población y que esta conozca su oferta académica.

La ejecución del video fue satisfactoria debido a que se contó con la participación del personal administrativo, personal docente, estudiantes e instructores que laboran en esta empresa con el objetivo de brindar un servicio de calidad al cliente, además se visualizó los servicios que ofrece como el taller de mecánica, funeraria, las instalaciones de la institución, vehículos, así mismo el video fue subido a la red sociales de Facebook de la institución.

El video tiene una duración aproximada de 1,13 minutos y tiene por objetivo mostrar los beneficios y servicios que ofrece la institución.

**Palabras claves:** Estrategias, Tendencias audiovisuales, Puyango, Publicidad, Video Promocional.

## ABSTRACT

This research project was formulated with the theme and main objective of creating a promotional video for the Union of professional drivers of the Canton Puyango, year 2022, for this production will use strategies and audiovisual trends that help us to motivate and awaken in the public the pride of belonging to this profession.

Within this work basic aspects are defined, such as the identification of the problem, since the company is not making adequate advertising that allows the development and growth of the same, in addition the research will be focused on the satisfaction and comfort for the customer.

In order to strengthen the knowledge, objectives were proposed such as: The analysis of the information of the union to be able to establish the idea of the promotional video. Produce the video with the collaboration of the union staff and special collaborations, the same that were verified with the field research.

We will know the effectiveness of audiovisual productions and their contribution to the strengthening of the company, to generate innovative strategies based on this study, making use of a scientific and descriptive research methodology, which was used to formulate the questionnaire of the interviews that was applied to the general secretary of the union of professional drivers of the canton and the surveys to the population of Puyango focusing on specific questions that allow us to obtain truthful information; Likewise, techniques such as the interview were applied, which helped us to learn more about the publicity carried out by the union, the types of licenses offered and the number of students that are now enrolled in the school, with the observation technique we were able to analyze the administrative structure and

services provided by the company; we also applied the technique of surveys to the population of Puyango with the objective of obtaining information about the publicity. In this way, we obtained reliable information results that will allow us to achieve the established goals and become a reference institution for other cantons and provinces.

The drivers' union of the city of Alamor del Cantón Puyango has been providing services to the citizens for 40 years. It has been evidenced that there is no adequate publicity to promote the services it offers, so it has been considered that it would be appropriate to make a promotional video, in order to improve the image of the institution, to reach a larger population and that they know their academic offerings.

The execution of the video was satisfactory due to the participation of the administrative personnel, teaching staff, students and instructors who work in this company with the objective of providing quality customer service, in addition, the services offered such as the mechanic shop, funeral home, the institution's facilities, vehicles, were visualized, and the video was uploaded to the institution's Facebook social network.

The video has a duration of approximately 1.13 minutes and aims to show the benefits and services offered by the institution.

**Keywords:** Strategies, Audiovisual trends, Puyango, Advertising, Promotional Video,

## **CAPITULO I: INTRODUCCIÓN**

El Sindicato de Choferes Profesionales del Cantón Puyango fue creado el 24 de junio de 1982, su misión principal es garantizar los beneficios y derechos de los choferes profesionales a través de la orientación y capacitación, bajo el cumplimiento de responsabilidades y normas dispuestas en los organismos de control; así como también formar responsablemente choferes profesionales, capacitados y comprometidos con la seguridad ciudadana, brindando un servicio de calidad y calidez.

El presente proyecto está basado en la elaboración de un video promocional del Sindicato de Choferes Profesionales del Cantón Puyango, con lo cual se pretende dar una buena imagen ante la sociedad al que está inmerso.

Los videos promocionales son spots muy breves que promocionan un determinado producto o servicio disponible, tienen como objetivo llegar al público con información clara y precisa, de una forma rápida mediante los distintos portales web y medios de comunicación online ya que en la actualidad se hace uso de esta herramienta como el internet.

La promoción de productos o servicios a través de videos es la manera más eficiente para captar a un público objetivo. Gracias a los avances tecnológicos el contenido de un video promocional puede traspasar fronteras, llegar a cualquier rincón del mundo y ser reconocido a través de la globalización. Por tal motivo en esta investigación se pretende elaborar una producción audiovisual que darán a conocer los servicios que ofrece el sindicato.

Para el desarrollo eficaz de la presente investigación se desarrolló un trabajo descriptivo el cual consta de algunos capítulos de gran importancia para el lector, en el cual se puede

informar de cada uno de los procedimientos que se llevaron a cabo hasta su etapa final que es la elaboración de un video promocional.

Dentro de este proyecto se puede encontrar temas importantes que ayudaron a concretar el trabajo investigativo paso a paso como es la metodología dentro de ellos se trabajó con los métodos científico, descriptivo, y a su vez también se trabajó con técnicas como la entrevista y la encuesta que nos permitieron obtener información de la empresa para en base a ello tomar decisiones importantes que ayudaran a dar solución a la investigación.

Como mecanismo de preparación se utilizó la técnica de la entrevista para la recopilación de información concreta de la institución acerca de las expectativas que requerían para el desarrollo del presente proyecto audiovisual.

El lector puede encontrar los resultados de la encuesta de manera gráfica o porcentual, en la cual se puede visualizar la opinión de la ciudadanía acerca de la institución que se ha investigado, en base a sus servicios que ofrece en la actualidad.

Así mismo se puede observar los resultados de la entrevista aplicada al personal responsable de brindar información Dr. Marcelo Apolo, secretario general de la institución, el cual nos ayudó para que este trabajo se finiquite de manera exitosa.

Para la construcción de este video se ejecutaron las cuatro fases importantes que conlleva una producción audiovisual que son: preproducción, producción, postproducción y distribución, logrando así cumplir con la planificación establecida para obtener el producto final planteado en el presente trabajo investigativo.

Además, este material audiovisual servirá para proyectarlo en las diversas plataformas digitales, es un video promocional, que tiene una duración aproximadamente 1.13 minuto, en el que se evidenciará los servicios que ofrece el sindicato de choferes profesionales.

Finalmente contiene las conclusiones y recomendaciones basadas en los objetivos específicos que se planteó en el anteproyecto, los cuales fueron llevados a cabo de manera exitosa, seguido de ello se puede encontrar los anexos en los cuales se puede observar la confiabilidad de la investigación, se encuentran anexos como fotos que son evidencias de la investigación o de las encuestas que se ha hecho a la ciudadanía, la foto de la entrevista que se realizó al personal responsable de brindar información, y fotos de la edición del video.

## **CAPITULO II: METODOLOGÍA**

### **Métodos:**

#### **Método Científico**

“Es el proceso en que se utiliza la creación del saber dentro de las ciencias, cuya investigaciónse ajusta a los principios del razonamiento y estudia los procedimientos técnicos de la investigación científica. Es la que experimenta, observa, formula, analiza”, de acuerdo a.

(Garcia Criollo, 2021)

El Método científico se lo utilizó en todo el proceso de la investigación. Ya que se visitó las instalaciones del sindicato se recogió información tanto del personal administrativo docentes y estudiantes.

#### **Método Descriptivo**

Se refiere a aquella orientación que se centra en responder la pregunta acerca de cómo es una determinada parte de la realidad objeto de estudio. (Castillo, 2020)

El método descriptivo se lo utilizo con el propósito de conocer los servicios que ofrece la escuela del sindicato de choferes profesionales del cantón Puyango para posteriormente plasmarlo en un medio audiovisual dentro del proyecto de investigación final, así mismo se lo utilizó en el proceso de la elaboración del video promocional.

### **Técnica**

Para el desarrollo del proyecto investigativo se utilizó la técnica de la entrevista y encuesta para la recopilación de información:

### **Entrevista**

La entrevista es una técnica muy utilizada para la recolección de datos cualitativos. Entre sus principales bondades se encuentra que permite la obtención de información amplia, profunda y de carácter sustancial. (Mata Solís, 2020)

Esta técnica se aplicó al secretario general del sindicato de choferes para obtener información concreta de la institución.

### **Observación**

La observación es la técnica de recogida de la información que consiste básicamente, en observar, acumular e interpretar las actuaciones, comportamientos y hechos de las personas u objetos, tal y como las realizan habitualmente. En este proceso se busca contemplar en forma cuidadosa y sistemática como se desarrolla dichas características en un contexto determinado, sin intervenir sobre ellas o manipularlas. (Pérez M. , 2021)

Esta técnica permitió evidenciar que el Sindicato de choferes profesionales de Puyango no cuenta con un área de publicidad, por el motivo que la administración es nueva y por lo tanto los directivos salientes no dejaron toda la información que compete al área de publicidad.

### **Encuesta**

Se denomina encuesta al conjunto de preguntas especialmente diseñadas y pensadas para ser dirigidas a una muestra de población, que se considera por determinadas circunstancias funcionales al trabajo, representativa de esa población, con el objetivo de conocer la opinión de la gente sobre determinadas cuestiones corrientes y porque no también para medir la temperatura de la gente acerca de algún hecho específico que se sucede en una comunidad determinada y que despierta especial atención entre la opinión pública y que capaz requiere de la realización de una encuesta para conocer más a fondo cuál es la sensación de la gente y así proceder. (Bernal, 2018)

La muestra comprende el número de personas encuestadas, el cual se determinó en la siguiente fórmula del total de la población. Fórmula de la población:

### **Población**

La población es el conjunto de personas que tienen comportamientos y características similares, el mismo que puede ser muy grande por lo que en ocasiones se hace imposible analizar todos sus elementos y por eso se determina para el estudio una parte proporcional de esta, la cual se conoce como muestra para de esta forma conocer las características y composición de dicha población (Tobar 2020, 2022).

Según el INEC en sus últimas proyecciones del 2020 el cantón Puyango cuenta con 16293 habitantes, el cual se considera como eje principal para determinar el tamaño de la muestra.

### **Muestra**

El tamaño de la muestra se define como la información completa que adquirimos a través de un instrumento, en esta oportunidad hemos tomado la encuesta, el sector de la población que cuentan con unas características específicas y su comportamiento es materia de interés para la investigación (Campos 2021, 2021).

Para la determinación de la muestra se planteó una fórmula que permite conocer el número de personas a las cuales se aplicó las diferentes preguntas establecidas dentro de la encuesta.

**Fórmula:**

$$n = \frac{N * Z^2 * O^2}{(N - 1)e^2 + z^2 * O^2}$$

**Donde;**

n: Tamaño de la muestra.

N: Tamaño de la población.

O: Desviación estándar 0.5

Z: Valor obtenido mediante niveles de confianza, se lo toma en relación al 95% de la confianza equivale a 1,96.

e: Limite aceptable de error de muestra varía el 10%.

$$n = \frac{N * Z^2 * O^2}{(N - 1)e^2 + z^2 * O^2}$$

$$n = \frac{(16293)((1.96)^2)((0.5)^2)}{(16293 - 1)((0.05)^2) + ((1.16)^2) + ((0.5)^2)}$$

$$n = \frac{16.293,37}{(39.81) + (0.96)}$$

$$n = \frac{16293,37}{40.77}$$

$$n = 376$$

## CAPITULO III: RESULTADOS

### Análisis de los resultados

#### Resultados de la encuesta

#### 1. Marque con una X al género que pertenece.

**TABLA N°1**

<i>VARIABLES</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>
<i>Género Femenino.</i>	180	48%
<i>Género Masculino.</i>	196	52%
<b>TOTAL</b>	<b>376</b>	<b>100%</b>

Tabla N° 1

**Autor:** Fanny Román

**Fuente:** Datos de la encuesta

**GRÁFICO N°1**

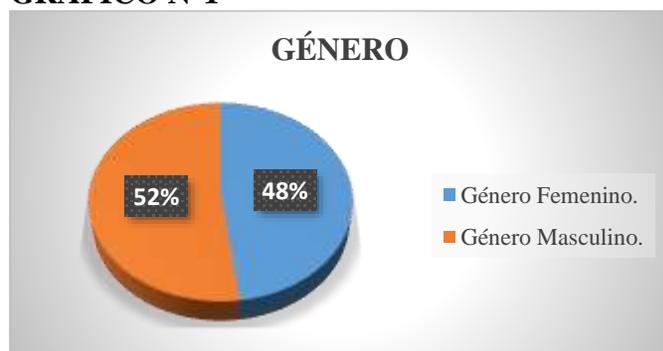


Gráfico N° 1

**Autor:** Fanny Román

**Fuente:** Datos de la encuesta

**ANÁLISIS:** De las 376 personas encuestadas, 196 pertenecen al género masculino que representa al 52% de la población y 180 pertenecen al género femenino representando el 48%.

**INTERPRETACIÓN:** Se interpretó que la mayoría de la población de Puyango encuestada fue el género masculino demostrando que son quienes se capacitan en área de conducción.

## 2. Marque con X al rango de edad al que pertenece.

**TABLA N°2**

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
18 a 28 años.	125	33%
29 a 39 años.	150	40%
40 a 50 años.	101	27%
<b>TOTAL</b>	<b>376</b>	<b>100%</b>

Tabla N° 2

**Autor:** Fanny Román

**Fuente:** Datos de la encuesta

**GRÁFICO N° 2**

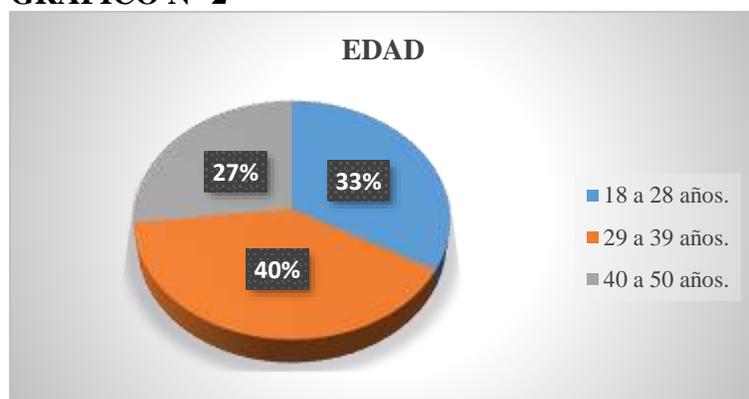


Gráfico N° 2

**Autor:** Fanny Román

**Fuente:** Datos de la encuesta

**Análisis:** En la gráfica se evidencia que la mayoría de las personas encuestadas están entre el rango de edad de 29 a 39 años que representan el 40% de la población encuestada, seguidamente las edades de 18 a 28 años representando al 33% de la población encuestada y las edades de 40 a 50 años representan el 27% del total de la población.

**Interpretación:** De acuerdo con los datos obtenidos se evidencia que la mayoría de personas encuestadas comprende entre los 29 y 39 años de edad es decir que serán nuestros demandantes al momento de sacar una licencia de conducir.

### 3. ¿Conoce acerca del sindicato de choferes profesionales del Cantón Puyango y sus servicios?

**TABLA N° 3**

<i>VARIABLES</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>
<i>SI</i>	146	39%
<i>NO</i>	230	61%
<i>TOTAL</i>	376	100%

Tabla N° 3

**Autor:** Fanny Román

**Fuente:** Datos de la encuesta

**GRÁFICO N° 3**

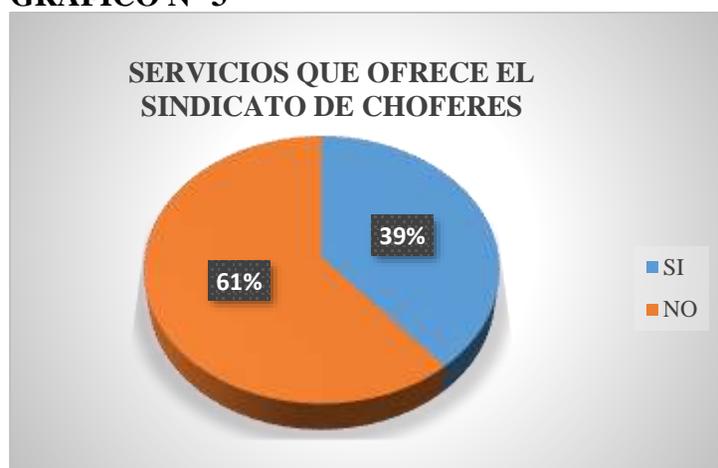


Gráfico N° 3

**Autor:** Fanny Román

**Fuente:** Datos de la encuesta

**Análisis:** En la gráfica se evidencia que el 61% de la población encuestada conoce acerca del sindicato de choferes profesionales de Puyango y los servicios que ofrece, así mismo el 39% de la población desconoce de esta institución.

**Interpretación:** Se interpreta que la mayoría de personas encuestadas no conoce acerca del Sindicato de Choferes y los servicios que proporciona. Es nos indica que la institución no está realizando publicidad para dar a conocer a que actividades se dedica, para ello se debe plantear estrategias que sean fructíferas para el constante crecimiento de la empresa.

**4. ¿Considera que el sindicato de choferes profesionales del Cantón Puyango realiza actividades para atraer nuevos clientes?**

**TABLA N° 4**

<i>VARIABLES</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>
<i>SI</i>	156	41%
<i>NO</i>	220	59%
<i>TOTAL</i>	376	100%

*Tabla N° 4*

**Autor:** Fanny Román

**Fuente:** Datos de la encuesta

**GRÁFICA N° 4**



*Gráfico N° 4*

**Autor:** Fanny Román

**Fuente:** Datos de la encuesta

**Análisis:** Del total de la población encuestada, 220 personas que representan el 59%; consideran que el sindicato de choferes profesionales de Puyango no realizan actividades para atraer nuevos clientes y 156 personas, que representan el 41%, considera que el sindicato si realiza actividades para atraer nuevos clientes.

**Interpretación:** Se evidencia que el sindicato de choferes profesionales no está realizando actividades para atraer nuevos clientes, esto nos quiere decir que si se plantea una estrategia de publicidad nos ayudara a incentivar a la ciudadanía del Cantón, que se capaciten en la institución.

**5. ¿Con qué frecuencia ha escuchado o ha visto publicidad viral del sindicato de choferes profesionales del Cantón Puyango?**

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE.	112	30%
CASI SIEMPRE.	122	32%
A VECES.	82	22%
NUNCA.	60	16%
TOTAL	376	100%

Tabla N° 5

**Autor:** Fanny Román

**Fuente:** Datos de la encuesta

**GRÁFICA N° 5**



Gráfico N° 5

**Autor:** Fanny Román

**Fuente:** Datos de la encuesta

**Análisis:** En la gráfica se evidencia, que el 32% de la población de Puyango considera que casi siempre ha escuchado o ha visto publicidad del sindicato, mientras que el 30% de la población siempre ha escuchado o ha visto publicidad del sindicato, además el 22% de la población, a veces ha escuchado o ha visto publicidad del sindicato y 16% de la población considera que nunca ha escuchado o ha visto publicidad del sindicato.

**Interpretación:** Se interpretó que casi siempre las personas han escuchado o han visto publicidad del sindicato de choferes, si se realiza publicidad constantemente se dará una mejor información a los clientes.

**6. ¿A través de qué medios de comunicación conoce sobre productos y servicios del sindicato de choferes profesionales del Cantón Puyango y sus servicios?**

**TABLA N° 6**

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
RADIO.	178	47%
TELEVISIÓN.	0	0%
INTERNET.	198	53%
TOTAL	376	100%

Tabla N° 6

**Autor:** Fanny Román

**Fuente:** Datos de la encuesta

**GRÁFICA N° 6**



Gráfico N° 6

**Autor:** Fanny Román

**Fuente:** Datos de la encuesta

**Análisis:** Del total de las personas encuestadas, 198 personas que representan el 53% de la población manifiestan que conocen sobre productos y servicios que ofrece el sindicato a través del internet y 178 personas que representa el 47 % conocen de este tipo de servicios a través de la radio.

**Interpretación:** Con la información obtenida se evidencia que la mayoría de personas conocen sobre los productos y servicios que ofrece el sindicato a través del internet.

**7. ¿Mediante qué red social o plataforma se ha informado sobre productos y servicios que preste el sindicato de choferes profesionales del Cantón Puyango?**

**TABLA N° 7**

<i>VARIABLES</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>
<i>FACEBOOK.</i>	167	44%
<i>INSTAGRAM.</i>	90	24%
<i>YOUTUBE.</i>	119	32%
<i>PAGINA WEB</i>	0	0%
<i>TOTAL</i>	376	100%

Tabla N° 7

**Autor:** Fanny Román

**Fuente:** Datos de la encuesta

**GRÁFICO N° 7**



Gráfico N° 7

**Autor:** Fanny Román

**Fuente:** Datos de la encuesta

**Análisis:** En la gráfica se evidencia que el 44% de la población encuestada se informa de los productos o servicios que ofrece el sindicato de choferes a través de Facebook, el 32% de la población se informa de los productos o servicios que ofrece el sindicato de choferes a través de YouTube, el 24% de la población se informa de los productos o servicios que ofrece el sindicato de choferes a través de Instagram.

**Interpretación:** Se evidencia que la mayoría de personas encuestadas se informa sobre los productos o servicios que ofrece el sindicato mediante la red social Facebook, para ello se debe seguir mejorando la publicidad con la finalidad de llegar al cliente.

**8. ¿La forma en que el sindicato de choferes profesionales del Cantón Puyango promociona sus servicios le parece novedosa e interesante o llama su atención?**

**TABLA N° 8**

<i>VARIABLES</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>
<i>SI</i>	168	45%
<i>NO</i>	208	55%
<i>TOTAL</i>	376	100%

*Tabla N° 8*

**Autor:** Fanny Román

**Fuente:** Datos de la encuesta

**GRÁFICO N° 8**



*Gráfico N° 8*

**Autor:** Fanny Román

**Fuente:** Datos de la encuesta

**Análisis:** En la gráfica se evidencia que el 55% de la población encuestada no le parece novedosa e interesante o llama su atención los servicios que promociona el sindicato y el 45% de la población encuestada si le parece novedosa e interesante o llama su atención los servicios que promociona el sindicato.

**Interpretación:** Con los datos obtenidos se interpretó que a la mayoría de personas no le parece novedosa e interesante o llama su atención los servicios que promociona el sindicato, por lo tanto, se debe analizar este factor para ir mejorando y puliendo cada una de las publicidades que se realicé.

## 9. ¿Cómo cree usted que un Video Promocional ayudaría a la Institución?

**TABLA N° 9**

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Información atractiva y fácil de entender	107	28%
Mejorar la imagen de la empresa.	100	27%
Posibilidad y fácil de compartir.	80	21%
Mayor permanencia visualizando la información.	89	24%
<b>TOTAL</b>	<b>376</b>	<b>100%</b>

Tabla N° 9

**Autor:** Fanny Román

**Fuente:** Datos de la encuesta

**GRÁFICO N° 9**



Gráfico N° 9

**Autor:** Fanny Román

**Fuente:** Datos de la encuesta

**Análisis:** De acuerdo a la gráfica se observó que el 28% de la población encuestada, cree que un video promocional ayudaría a compartir información atractiva y fácil de entender, seguidamente el 27% de la población cree que un video promocional ayudaría a mejorar la imagen de la empresa, así mismo; el 24% de la población cree que un video promocional ayudaría dando mayor permanencia en la visualización de la información y el 21% de la población cree que un video promocional será fácil de compartir.

**Interpretación:** Es evidente que la mayoría de personas creen que un video promocional brindara información atractiva y fácil de entender, es necesario dar a conocer los productos o servicios a través de este tipo de publicidad.

**10. ¿Considera usted que el sindicato de choferes profesionales del Cantón Puyango dé a conocer su estructura organizacional, productos y servicios mediante un video promocional?**

**TABLA N° 10.**

<i>VARIABLES</i>	<i>FRECUENCIA</i>	<i>PORCENTAJE</i>
<i>SI</i>	172	46%
<i>NO</i>	204	54%
<i>TOTAL</i>	376	100%

*Tabla N° 10*

**Autor:** Fanny Román

**Fuente:** Datos de la encuesta

**GRÁFICO N° 10**



*Gráfico N° 10*

**Autor:** Fanny Román

**Fuente:** Datos de la encuesta

**Análisis:** Del total de las personas encuestadas el 54% de la población considera que el sindicato de choferes profesionales del Cantón Puyango dé a conocer su estructura organizacional, productos y servicios mediante un video promocional y el 46% de la población no está de acuerdo.

**Interpretación:** Se interpretó que hay un porcentaje alto de personas que considera que el Sindicato de choferes profesionales del Cantón Puyango dé a conocer su estructura organizacional, productos y servicios mediante un video promocional eso quiere decir que es un punto a favor para dar mejorar la publicidad.

## 11. ¿Mediante qué red social o plataforma le gustaría que se publique el video promocional?

**TABLA N° 11**

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
FACEBOOK.	140	37%
INSTAGRAM.	81	22%
YOUTUBE.	95	25%
PÁGINA WEB.	60	16%
TOTAL	376	100%

Tabla N° 11

**Autor:** Fanny Román

**Fuente:** Datos de la encuesta

**GRÁFICO N° 11**



Gráfico N° 11

**Autor:** Fanny Román

**Fuente:** Datos de la encuesta

**Análisis:** Del total de población encuestada el 37% de las personas, les gustaría que se publique el video promocional mediante la red social Facebook, 25% de las personas les gustaría que se publique el video promocional mediante la plataforma de YouTube, el 22% de las personas le gustaría que se publique el video promocional mediante la red social Instagram y el 16% de las personas les gustaría que se publique el video promocional mediante una página web.

**Interpretación:** Se interpreta que un porcentaje muy alto de la población encuestada le gustaría que se publique el video promocional mediante la red social Facebook.

## **Resultados de la entrevista**

### **P1.- ¿Qué tipo de publicidad realiza el sindicato?**

**R1.-** El sindicato de choferes realiza la publicidad en los diferentes medios de comunicación del cantón, como audiovisuales, a través de las redes sociales, la radio.

### **P2.- ¿Qué tipos de licencia ofrece la escuela?**

**R2.-** Nuestra escuela ofrece la licencia profesional tipo C y licencia tipo E

### **P3.- ¿Qué tiempo dura el curso para obtener la Licencia Profesional?**

**R3.-** La licencia tipo E dura 4 meses el curso y licencia tipo duración de 6 meses de curso.

### **P4.- ¿Cuántos alumnos se encuentran matriculados en el presente periodo?**

**R4.-** Actualmente se encuentran matriculados 56 alumnos en el tipo E que es el cupo máximo q asigno la agencia nacional de tránsito y la licencia tipo C 90 alumnos.

### **P5.- ¿Desea que se elabore un video promocional de la Escuela del Sindicato de Choferes Profesionales?**

**R5.-** Si porque es la parte más importante para difundir los servicios que ofrece la escuela y de esta manera poder llegar a la comunidad en general.

### **P6.- ¿Qué aspectos le gustaría que se promocionen?**

**R6.-** Los aspectos a promocionar son la institución, procesos administrativos, procesos de estudio y graduación.

### **P7.- ¿Le gustaría un video recopilatorio (40 seg), o de tiempo limitado (5 min)?**

**R7.-** Un video recopilatorio resumido en el que se exprese el deseo de formar las nuevas juventudes.

### **P8.- ¿cuenta con simbología institucional?**

**R8.-** Cuenta con cello escudo el himno visión y misión

### **P9.- Mensaje o invitación**

**R9.-** Invito a la ciudadanía en general a formar parte de esta noble institución que les brindara una sólida formación profesional en la obtención de la licencia profesional.

### **P10: ¿Tiene conocimiento sobre lo que abarca un video promocional?**

**R10:** Un video promocional es aquel que nos permite presentar un mensaje de forma integral y visualmente atractiva, sobre un servicio o un producto para difundirlo en diferentes medios de comunicación y de esta manera se logra atraer un público específico.

### **P 11: ¿Por qué medios de comunicación se difunde la publicidad del sindicato?**

**R 11:** La publicidad se la realiza en los medios de comunicación de la localidad como Radio mega satelital, Radio Dinamik, Radio Integración y a través de la página oficial de Facebook del sindicato.

### **Ejecución de la pieza publicitaria.**

Para el desarrollo de este video audiovisual se llevó a cabo la ejecución de las cuatro fases de la producción que son: pre – producción, producción, post – producción y distribución del producto audiovisual mismo que ayudó para la creación de este material audiovisual.

**1.Preproducción:** Es una etapa imprescindible en la producción audiovisual, en la que se definió el proyecto que se va realizar y lo que se necesita para ejecutarlo, para ello primero se realizó la investigación sobre el tema elegido, se establece un primer guion y el correspondiente plan de rodaje.

En la preproducción se desarrolló el guion técnico y literario que sirvió de gran ayuda para determinar los diferentes planos, se preparó aquello que fue necesario para iniciar con el plan de

rodaje, es decir se estructuró todo minuciosamente para poder conseguir un producto audiovisual que será publicado en la página de red social Facebook del sindicato.

➤ **Plan de rodaje**

Es el arte de adaptarse a lo imprevisto.

**TABLA N° 12**

<b>Video: Video promocional</b>		<b>Auditorio: Instalaciones del Sindicato</b>		
<b>Actividad</b>	<b>Fecha</b>	<b>Hora</b>	<b>Involucrados</b>	<b>Responsable</b>
Rodaje de grabación Inicio/ exteriores del sindicato	Lunes, 1 de agosto del 2022	10h00	Fanny Román Voz en off	Producción
Rodaje de grabación Instalaciones del sindicato	Lunes, 1 de agosto del 2022	11h00	Fanny Román Voz en off	Producción
Rodaje de grabación Instalaciones Servicio de funeraria del sindicato	Lunes, 1 de agosto del 2022	13h00	Fanny Román Voz en off	Producción
Rodaje de grabación Instalaciones servicio de escuela del sindicato	Lunes, 1 de agosto del 2022	13h30	Fanny Román Voz en off	Producción
Rodaje de grabación Instalaciones servicio de mecánica del sindicato	Lunes, 1 de agosto del 2022	14h00	Fanny Román Voz en off	Producción

➤ **Presupuesto y financiamiento:**

**Presupuesto.**

A continuación, se detalla un estimado del presupuesto que fue necesario para la elaboración del video promocional del Sindicato de Choferes Profesionales de Puyango.

**TABLA N° 13**

<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE</b>	<b>COSTO</b>
<b>6</b>	Utilería	50
<b>5</b>	Equipos técnicos	500
<b>5</b>	Movilización	30
<b>1</b>	Internet	80
	<b>Subtotal</b>	660
	<b>3% Imprevistos</b>	19,8
	<b>Total</b>	679,8

**Financiamiento.**

Los gastos serán asumidos por el autor del presente trabajo de investigación.

➤ **Permisos**

El desarrollo de esta producción audiovisual contó con los permisos necesarios para el uso de las diferentes locaciones: instalaciones del sindicato, la escuela, la mecánica y la funeraria donde se realizó el producto audiovisual, acortando así muchos trámites y facilitando este proceso.

➤ **Recursos humanos y técnicos:**

En la siguiente tabla, se detalla los recursos humanos y técnicos que se necesitaron para el proceso del proyecto audiovisual.

**TABLA N° 14**

RECURSOS HUMANOS

RECURSOS TÉCNICOS

Director del Sindicato: <b>Dr. Marcelo Apolo</b>	Micrófono
Productora general: <b>Fanny Narcisa Román Calderón</b>	Internet/Computadora Cámara

➤ **Guion técnico:**

Documento que define la pieza audiovisual y donde se plasma el orden final del proceso de producción del video con información técnica para cada plano.

**TABLA N° 15**

<b>Escena</b>	<b>Plano</b>	<b>Descripción</b>	<b>Angulo</b>	<b>Duración de Plano</b>	<b>Duración Total</b>
<b>1</b>	General	Se observó los exteriores de la fachada del Sindicato de choferes	Normal	2''	2''
<b>2</b>	Americano/ Medio	Enfoque a personal ingresando al sindicato	Normal	2''	4''
<b>3</b>	Primer Plano	Enfoque a la secretaria	Picado	2''	6''
<b>4</b>	Plano Detalle	Enfoque a las cortinas	Normal	1''	7''

<b>5</b>	Plano medio	Toma general de El señor que va a entregar la carpeta, y la secretaria entrega documentos a el estudiante.	Normal	11"	18''
<b>6</b>	Primer Plano	Enfoque a la gigantografía de la escuela y secretaria	Normal	3"	21''
<b>7</b>	Primer Plano	Enfoque al taller de mecánica	Normal	5''	26''
<b>8</b>	Primer Plano	Toma a las instalaciones de la funeraria	Normal	7''	33"
<b>9</b>	Primer Plano	Enfoque al director pedagógico dictando las clases virtuales	Picado	6''	39''
<b>10</b>	Primer Plano	Enfoque a la encargada del servicio de atención al cliente	Normal	3"	42"
<b>11</b>	Medio	Director pedagógico asesorando a un estudiante	Normal	4''	46''
<b>12</b>	Medio	Enfoque al instructor con la buseta del sindicato	Normal	1''	47''
<b>13</b>	Primerísimo primer plano	Enfoque la mirada del instructor	Normal	6''	53"
<b>14</b>	Medio	Enfoque al instructor dando indicaciones al estudiante en el carro	Normal	4"	57''
<b>15</b>	General	Enfoque al personal del sindicato	Normal	8''	1:05''
<b>16</b>	Primer	Enfoque de las manos de la secretaria digitando	Normal	7"	1:13"

➤ **Guion Literario:**

El guion literario contiene la narración que se ha pensado para ser filmada. Se especifica las acciones, diálogos de los personajes y se da información sobre los planos para nuestro proyecto audiovisual.

**Título:** Creación de un video promocional para el sindicato de Choferes Profesionales de Puyango

**Autora:** Fanny Narciza Román Calderón.

**Edición:** Fanny Narciza Román Calderón.

**Redacción:** Fanny Narciza Román Calderón.

**Todo en voz off**

**Inicio**

**Toma 1. Exteriores del Sindicato de choferes**

Voz en off: El sindicato de choferes profesionales del cantón Puyango

**Música de fondo:** Inspiring and uplifting background    **Locación:** Exteriores del Sindicato de choferes,

**Plano:** General

**Toma 2. Enfoque a personal ingresando al sindicato**

Voz en off: A través de su espíritu emprendedor y transformador.

**Música de fondo:** Inspiring and uplifting background **Locación:** Instalaciones del Sindicato de choferes, **Plano:** americano y Medio

### **Toma 3. Enfoque a la secretaria**

Voz en off: Ha sido un ejemplo de crecimiento

**Música de fondo:** Inspiring and uplifting background **Locación:** Instalaciones del Sindicato de choferes, **Plano:** Primer Plano

### **Toma 4: Enfoque a las cortinas**

Voz en off: mediante su esfuerzo ha logrado

**Música de fondo:** Inspiring and uplifting background **Locación:** Instalaciones del Sindicato de choferes, **Plano:** Plano Detalle

### **Toma 5: Toma general de El señor que va a entregar la carpeta, y la secretaria entrega documentos a el estudiante.**

Un camino forjado con dependencia de visión y creatividad en el desempeño de la labor prestada a la sociedad, por más de 40 años. Dispone de servicios tales como:

**Música de fondo:** Inspiring and uplifting background, **Locación:** Instalaciones del Sindicato de choferes, **Plano:** Plano medio

### **Toma 6: Enfoque a la gigantografía de la escuela y secretaria**

Voz en off: La escuela de capacitación con licencia profesional tipo C y licencia tipo E,

**Música de fondo:** Inspiring and uplifting background, **Locación:** Instalaciones de la escuela, taller de mecánica y servicio de funeraria, **Plano:** primer plano

**Toma 7: taller de mecánica**

Voz en off: taller de mecánica.

**Música de fondo:** Inspiring and uplifting background, **Locación:** taller de mecánica **Plano:** primer plano

**Toma 8: toma a las instalaciones de la funeraria**

Adicional contamos con el servicio de funeraria.

**Música de fondo:** Inspiring and uplifting background, **Locación:** funeraria del sindicato **Plano:** primer plano

**Toma 9: Enfoque al director pedagógico dictando las clases virtuales.**

Voz en off: Nuestra institución se caracteriza por formar responsablemente conductores profesionales altamente capacitados y comprometidos con la seguridad ciudadana,

**Música de fondo:** Inspiring and uplifting background, **Locación:** instalaciones del sindicato  
**Plano:** primer plano

**Toma 10: Enfoque a la encargada del servicio de atención al cliente**

**Voz en off:** brindando un servicio de calidad y calidez.

**Música de fondo:** Inspiring and uplifting background, **Locación:** Instalaciones de la escuela, taller de mecánica y servicio de funeraria, **Plano:** primer plano

**Toma 11. Director pedagógico asesorando a un estudiante**

Voz en off: Contamos con una oferta académica de licencias profesionales tipo C.

**Música de fondo:** Inspiring and uplifting background, **Locación:** Instalaciones de la escuela,

**Plano:** Medio

**Toma 12:** enfoque al instructor con la buseta del sindicato

Voz en off: y licencia profesional tipo E.

**Música de fondo:** Inspiring and uplifting background, **Locación:** Instalaciones de la escuela,

**Plano:** Medio

**Toma 13:** enfoque a la mirada del instructor

Voz en off: Con una duración de seis meses

**Música de fondo:** Inspiring and uplifting background, **Locación:** Instalaciones de la escuela,

**Plano: Detalle**

**Toma 14:** enfoque al instructor dando indicaciones al estudiante en el carro

Voz en off: Nuestros instructores cuentan con una amplia experiencia en la formación académica de estudiantes, brindamos instalaciones totalmente adecuadas y atención de primera.

**Música de fondo:** Inspiring and uplifting background, **Locación:** Exteriores de la escuela,

**Plano:** medio

**Toma 15: Enfoque del personal del sindicato**

**Voz en off:** Te invitamos a formar parte de nuestra institución líderes en formar choferes profesionales altamente capacitados.

**Música de fondo:** Inspiring and uplifting background, **Locación:** Exteriores del sindicato **Plano:**

general

**Toma 16: Enfoque a las manos de la secretaria digitando.**

Voz en off: Visítanos en nuestras oficinas ubicadas en la calle 10 de agosto y Lautaro Loaiza Esquina. Contáctanos al 07 2680 01 76

**Música de fondo:** Inspiring and uplifting background, **Locación:** Instalaciones del sindicato

**Plano:** primer

**2. Producción**

En esta etapa se pone en práctica todas las ideas pensadas en la preproducción, además se trabaja de manera coordinada con los equipos de sonido, iluminación, audio, video, vestuario, escenografía. El trabajo que se efectúa en esta fase queda recogido en la orden de trabajo diaria, que se materializa en datos reales en el parte de producción

En la presente producción se realizó un video promocional para el Sindicato de Choferes profesionales del cantón Puyango, en las instalaciones del mismo; para de tal manera lograr y captar las tomas y archivos necesarios para transcurrir a la siguiente etapa de la postproducción.

**3. Post Producción**

La post producción consiste en dar los detalles finales a un proyecto audiovisual. En esta etapa se organizó y se seleccionó el material registrado de archivo y luego se realizó la edición, de video avanzada, donde se incluyeron todos los procesos que son necesarios para conformar y construir el producto final, se trabajó en la corrección del color, efectos, títulos, y otros aspectos importantes en función del guion para que el resultado final del proyecto audiovisual sea exitoso.

➤ Colores:

Adobe Premiere es un programa que tiene varias herramientas para mejorar la corrección de color en un video, ya que se utilizó las herramientas de ajuste de color como: uso de temperatura, tinte, luces, fijación de color y más, rompiendo así la monotonía de nuestro video.

➤ **Duración:**

En la actualidad el aumento de la velocidad de la internet permite al usuario consumir el contenido audiovisual en diferentes plataformas y dispositivos. El video promocional muestra los servicios que ofrece el sindicato de Choferes profesionales de Puyango, es así que este video para la red social de Facebook consta de 1:13.

➤ **Tipografía y tamaño:**

En la edición del proyecto audiovisual, la tipografía ayudó a dar mejor realce a la presentación del video. Con la tipografía Arial se presenta un lenguaje legible a la audiencia para alcanzar el objetivo de transmitir el mensaje, ya que cada diseño tiene un target específico.

EL tamaño de fuente influye en la lectura del mismo, por lo tanto, seleccione un tamaño de 84 para escribir la ubicación, y un 90 para ubicar el contacto.

➤ **Fondos**

Los videos o imágenes en movimiento hacen que mantengan la atención de los usuarios, razón por la que el proyecto optamos por dejar los videos del sindicato como fondo y ubicar las voces para la producción audiovisual para que este de una imagen más atractiva.

➤ **Voces:**

La voz en off es una herramienta en la que consta con la grabación de la voz, aquella voz que se utilizó fuera de la pantalla, siendo esta fácil de utilizar e incluso editar, en el video consta la voz en off de Fanny Narciza Román, autora del presente trabajo de investigación.

➤ **Gráficos e imágenes:**

Las imágenes y videos son descriptivos por que representan los servicios prestados a la sociedad. Con este video publicitario se pretende llegar a diferentes lugares de la provincia y del país.

➤ **Transiciones**

Las transiciones se utilizan en edición para desplazar la escena de una toma a la siguiente, con esto se realiza la fase de salida de un clip y la de entrada del siguiente clip. Se aplicó dos transiciones la disolver, y disolver blanco con el objetivo de dar un mejor ambiente y la edición del proyecto audiovisual resulte creativo.

➤ **Efectos de sonido y música:**

En el proyecto audiovisual se realizaron efectos que contiene el programa de Adobe Premiere, los cuales se utilizaron para darle una mayor proyección a la audiencia. La música utilizada en el video es Inspiring and uplifting background. No Copyright, es decir que no tiene derechos de autor y música libre.

➤ **Programa de edición:**

Video editado a través del programa de Adobe Premiere, un programa completo que contiene diversas herramientas inteligentes y necesarias para la edición de diferentes videos con gran calidad, en él se pudo trabajar en el audio, efectos y mucho más.

#### **4. Distribución**

Una vez ya finalizado el proyecto audiovisual, es momento de lanzarlo al mundo y dejar que la gente lo vea. Lo normal es que se suba a plataformas streaming, para que el film reciba la atención que merece y llegue al espectador.

Por lo tanto, en esta última fase que el producto audiovisual llegará a todo el público, la difusión fue a través de la fanpage del Sindicato de Choferes de Puyango y queda a opción del mismo el difundir por los medios de comunicación como radio, televisión o redes sociales ya que hoy en día son la nueva arma de promoción de productos, servicios, negocios, etc.

**Link del video:**

[https://m.facebook.com/story.php?story\\_fbid=pfbid04MiU8TcXeyu3mPPcKVUkXuhDnT5aa6iDE4WE3WUXK9HLzJpj1yAWPpWsQ8T5v2jTl&id=100010490622387](https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=pfbid04MiU8TcXeyu3mPPcKVUkXuhDnT5aa6iDE4WE3WUXK9HLzJpj1yAWPpWsQ8T5v2jTl&id=100010490622387)

## **CAPITULO IV: DISCUSIÓN**

Se analizan los resultados obtenidos a través de la entrevista realizada al secretario general del Sindicato de Choferes Profesionales de Puyango y la encuesta aplicada a la población del Cantón, con el único objetivo de conocer los servicios, beneficios, publicidad y productos que ofrece la institución, para ello se aplicó dos métodos el inductivo y descriptivo, también se utilizó la técnica de la entrevista y la encuesta.

El objetivo general se cumple en base a la presentación del producto de contenido audiovisual aplicando cada una de las estrategias, herramienta y equipo técnico imprescindible para su edición. El video será difundido en la red social Facebook, siendo una de las más utilizadas por la población del Cantón.

Esta institución lleva más de 40 años posicionado en el mercado local, mediante la técnica de la observación se pudo evidenciar que el sindicato de choferes profesionales de Puyango no cuenta con una adecuada publicidad que les permita llegar con mayor facilidad a los clientes, así mismo se observó que la administración es nueva por lo tanto los directivos salientes no dejaron toda la información que compete al área de publicidad este tipo de acontecimientos atrasa al crecimiento de la empresa.

Con los resultados obtenidos de la entrevista se conoció sobre los servicios y beneficios que ofrece el sindicato de choferes profesionales del Cantón, así mismo cuales son los requisitos para inscribirse al curso y su tiempo de duración. También conocimos sobre la simbología institucional con la que cuenta y los medios que usan para realizar la publicidad de esta empresa.

Finalmente, para poder elaborar el video promocional, aplicamos encuestas a la población del Cantón Puyango que permitió obtener información contrastada de la presente investigación,

para desarrollar la producción audiovisual se elaboró pregunta claves como la identificación de genero mediante el cual obtuvimos como resultado que la mayoría de personas encuestadas son hombres quienes hacen uso del servicio para obtener la licencia de conducir.

Para continuar con el desarrollo de la investigación también se requería conocer mediante qué red social o plataforma, se informan acerca de los productos y servicios que presta el sindicato de choferes profesionales del Cantón Puyango, para ello el 44% de la población indico que se informan a través de la red social Facebook, seguidamente del 32% se informa en la plataforma de YouTube y el 24% se informa en la red social Instagram; con este resultado deducimos que la publicidad se dará a conocer mente Facebook.

Por último, se conoció cual sería la red social o plataforma que le gustaría a la población de Puyango que se difunda el video promocional, donde el 37% de la población menciona a la red social Facebook, el 25% la plataforma YouTube, seguidamente el 22% la red social Instagram y el 16% la página web, con lo cual sacamos la conclusión que el video estará disponible en Facebook.

## **CAPITULO V: CONCLUSIONES**

En este capítulo se detallan las conclusiones y recomendaciones del presente trabajo de investigación:

### **Conclusiones:**

Con la información obtenida por parte del sindicato de choferes profesionales del cantón Puyango se evidencio cuáles son los aspectos más importantes que posee la institución, los servicios y beneficios que ofrece a la ciudadanía, datos que se considerado en la elaboración del video promocional.

El talento humano del sindicato de choferes profesionales del cantón brindo la facilidad del personal docente, personal administrativo, equipo técnico y estudiantes para realizar las respectivas tomas del video promocional.

Se socializó con el secretario general del sindicato de choferes profesionales del Cantón Puyango, una vez ya elaborado el video promocional.

## **CAPITULO VI: RECOMENDACIONES**

### **Recomendaciones**

Se recomienda al personal encargado de brindar la información del Sindicato mantener en archivo físico y digital datos históricos de esta institución con la finalidad de satisfacer la necesidad del cliente.

Se recomienda seguir brindando el acceso a la información del sindicato de choferes profesionales del Cantón Puyango a los estudiantes que realicen investigaciones de titulación.

Se recomienda mantener el video en las redes sociales que disponga la institución, ya que será de gran ayuda en el área de marketing y publicidad.

## CAPITULO VII: BIBLIOGRAFIA

### Bibliografía

- Bernal, I. (17 de mayo de 2018). *Blog*. Obtenido de Blog:  
<http://tecnicaencuesta1.blogspot.com/2018/05/definicion-de-encuesta-se-denomina.html>
- Campos 2021, P. E. (28 de noviembre de 2021). *Estudio de factibilidad para la creación de la empresa Surcoasesores en la ciudad de Neiva*. Obtenido de Repositorio de la Universidad Minuto de Dios:  
<https://hdl.handle.net/10656/14076>
- Castillo, B. (14 de octubre de 2020). *Guia Universitaria*. Obtenido de Guia Universitaria:  
<https://guiauniversitaria.mx/6-tipos-de-metodos-de-investigacion/>
- Editorial, E. (21 de julio de 2022). *Concepto*. Obtenido de Concepto: <https://concepto.de/metodo-analitico/>
- Federico, V. (07 de septiembre de 2020). *Taller de realización de proyectos audiovisuales - Cátedra I*. Obtenido de Taller de realización de proyectos audiovisuales - Cátedra I:  
<https://perio.unlp.edu.ar/catedras/talleraudiocat1/2020/09/07/clase-2-preproduccion-investigacion-y-fuentes-informativas/>
- Franco Pérez, A. F., & Mero Montesdeoca, J. B. (enero de 2019). *Modelo de gestión turística para el fortalecimiento de los atractivos turísticos de la comuna San Gabriel del Baba perteneciente a la provincia Santo Domingo de los Tsáchilas (Tesis de ingeniería, Universidad Regional Autónoma de los Andes)*. Obtenido de repositorio institucional UNIANDÉS:  
<http://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/9532>
- Fuente, O. (13 de julio de 2022). *IEBS*. Obtenido de IEBS: <https://www.iebschool.com/blog/analisis-dafo-creacion-empresas/>
- García Criollo, S. A. (2021). *Diseño de estrategias publicitarias para potenciar el turismo en el cantón Otavalo provincia de Imbabura (Tesis de Licenciatura, Universidad Técnica del Norte)*. Repositorio Institucional, Ibarra, Ecuador. Obtenido de  
<http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/11581>
- Héctor, C. (13 de noviembre de 2019). *casa de la cultura*. Obtenido de casa de la cultura:  
[https://casadelacultura.gob.ec/archivo.php?ar\\_id=11&no\\_id=15227&palabrasclaves=Sindicato%20Guayas%20Protesta%20Ecuador&title=Breves%20notas%20sobre%20el%20sindicalismo%20en%20Ecuador#:~:text=La%20historia%20del%20sindicalismo%20tiene,Guayaquil%2C%20a%](https://casadelacultura.gob.ec/archivo.php?ar_id=11&no_id=15227&palabrasclaves=Sindicato%20Guayas%20Protesta%20Ecuador&title=Breves%20notas%20sobre%20el%20sindicalismo%20en%20Ecuador#:~:text=La%20historia%20del%20sindicalismo%20tiene,Guayaquil%2C%20a%20)
- Machuca, F. (25 de enero de 2022). *crehana*. Obtenido de crehana:  
<https://www.crehana.com/blog/video/que-es-storyboard/>
- Marrero, L. (11 de mayo de 2020). *escuela de cine*. Obtenido de escuela de cine:  
<https://soydecine.com/storyboard-que-es-y-como-se-hace/>

- Martinez, L. (30 de 04 de 2020). *el orden mundial*. Obtenido de el orden mundial:  
<https://elordenmundial.com/sindicatos-historia-sindicalismo/>
- Mata Solís, L. D. (4 de febrero de 2020). *Investigalia*. Obtenido de Investigalia:  
<https://investigaliacr.com/investigacion/la-entrevista-en-la-investigacion-cualitativa/>
- Miranda, N. (10 de 01 de 2021). *ikaroacademy*. Obtenido de ikaroacademy:  
<https://ikaroacademy.com/las-etapas-de-una-produccion-audiovisual/>
- Nebular. (04 de junio de 2020). *nebular group*. Obtenido de nebular group :  
<https://nebulargroup.com/knowledgebase/pre-produccion/>
- Parodi, V. A. (5 de Agosto de 2021). *crehana*. Obtenido de crehana:  
<https://www.crehana.com/blog/estilo-vida/etapas-produccion/>
- Pérez, J. (2021). *Definición de* . Obtenido de Definición de : <https://definicion.de/metodo-inductivo/>
- Pérez, M. (19 de mayo de 2021). *concepto definicion*. Obtenido de concepto definicion:  
<https://conceptodefinicion.de/observacion/>
- Rodil, F. (7 de septiembre de 2020). *levector* . Obtenido de levector :  
<https://levector.com/post/2qPawZN68AyhA3O3BqOyBx/el-asistente-de-direccion-la-voz-del-rodaje>
- Salazar, J. (20 de 04 de 2019). <https://dspace.ups.edu.ec>. Obtenido de biblioteca y repositorio universidad politécnica salesiana :  
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/17319/1/UPS-CT008268.pdf>
- Sinai, C. (18 de junio de 2019). *El Nuevo Entrepreneur*. Obtenido de El Nuevo Entrepreneur:  
<https://elnuevoentrepreneur.com/beneficios-de-hacer-un-video-promocional/>
- Tobar 2020, C. W. (3 de enero de 2022). *Estudio de factibilidad para la creación de un Centro de Insuficiencia Renal en el cantón Durán*. Obtenido de Repositorio Universidad Católica de Santiago de Guayaquil: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/17742>
- Uriarte, J. M. (10 de marzo de 2020). *caracteristicas*. Obtenido de caracteristicas:  
<https://www.caracteristicas.co/metodo-deductivo/>
- Valentina, G. (23 de agosto de 2019). *rockcontent*. Obtenido de rockcontent:  
<https://rockcontent.com/es/blog/publicidad/>

**CAPITULO VIII: ANEXOS**

**Anteproyecto**



**Los Andes**  
Instituto Superior Internacional

**DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UN VIDEO  
PROMOCIONAL PARA EL SINDICATO DE CHOFERES  
PROFESIONALES DEL CANTÓN PUYANGO. AÑO 2022**

**ANTEPROYECTO PREVIO A LA  
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
TECNOLOGO EN  
COMUNICACIÓN  
AUDIOVISUAL.**

**AUTORA: Fanny Narciza Román Calderón**

**DIRECTORA: Ing. Mariel Soledad Minga Mendieta. Mgs.**

**LOJA- ECUADOR**

**2022**

## **1. Tema:**

Diseño y elaboración de un video promocional para el sindicato de choferes profesionales del cantón Puyango. Año 2022.

## **2. Problematización.**

La publicidad es una herramienta primordial en todo emprendimiento para dar a conocer sus productos y servicios, que va acompañado con un mensaje claro, el mismo que debe ser comprendido de la mejor manera para que los consumidores y posibles clientes puedan satisfacer sus necesidades. Además, es una herramienta que se encarga de crear estrategias para que las empresas organizaciones o sindicatos den a conocer sus servicios y productos.

De acuerdo a (Valentina, 2019) La publicidad es la herramienta tradicional directa del marketing, y tiene los objetivos de divulgar un producto para estimular su consumo, transmitir un mensaje positivo con relación a una marca y fortalecer la presencia de una empresa en el mercado.

Los videos promocionales hoy en día son las plataformas más eficientes para el desarrollo de una publicidad, debido a que nos facilita mejores posibilidades de proyectar ideas más impactantes.

Las problemáticas existentes en las organizaciones, las empresas, instituciones privadas, públicas, sindicatos, y gubernamentales, se deben a que no se realiza minuciosamente el proceso de comunicación.

La publicidad que se da a conocer en el país, debe ser revisada por los medios de Comunicación, mismos que son los que otorgan la condición moral y ética de aprobar cualquier

publicidad, en función que no atente contra la moralidad de los ecuatorianos, respetando sus derechos y cumpliendo con sus obligaciones mediante un régimen de la Ley Orgánica de Comunicación, misma que hace varios años atrás se la conocía como Ley Orgánica de Defensa del Consumidor (2000), en donde los medios de comunicación incumplían sus artículos, es decir, no respetaban lo estipulado. (García Criollo, 2021)

En el Ecuador, la creación de la ley orgánica de la comunicación ha permitido que el contenido publicitario que un anunciante desea patrocinar en los diferentes medios de comunicación tradicionales como digitales, es revisado detalladamente ya que existen leyes que prohíben la difusión de publicidad de productos o servicios que no sean productivos para el consumidor.

En nuestro medio local la publicidad tiene poca aceptación por parte de los anunciantes, porque los costos de estos servicios son elevados y la sociedad se encuentra envuelta en un régimen donde todo trabajo no es bien remunerado. Sin embargo, se recomienda la creación de publicidad para impulsar un producto o un servicio ya que es una base fundamental para llegar a nuevos consumidores y de esta manera posicionarse en el mercado.

El Sindicato de Choferes Profesionales del Cantón Puyango es una institución que lleva 40 años prestando sus servicios a la colectividad Puyanguense. Mismo que desde su creación no cuenta con un equipo creativo que diseñe proyectos audiovisuales para dar a conocer sus servicios, lo que provoca que el nivel de participación del mercado sea bajo y afecte el alcance de las proyecciones de difusión de sus servicios.

La solución que se pretende dar para el Sindicato de choferes profesionales del cantón Puyango, es la creación de un video promocional ya que este es un tipo de publicidad que

permite transmitir un mensaje más informativo y con este se lograra llegar a un público objetivo de manera impactante.

### **3. OBJETIVOS:**

#### **3.1.Objetivos General:**

✓ Crear un video promocional para el sindicato de choferes profesionales del Cantón Puyango, año 2022.

#### **3.2 Objetivos Específicos:**

✓ Análisis de la información del sindicato para poder establecer la idea del video promocional.

✓ Producir el video con la colaboración del personal del Sindicato y colaboraciones especiales.

✓ Validar el video promocional con el secretario general del sindicato.

### **4. Alcance**

El proyecto que se va a realizar consta en diseñar y elaborar un video promocional para el Sindicato de choferes profesionales del cantón Puyango, ya que se considera que es una carta de presentación representativa que permite dar credibilidad mediante imágenes reales captadas.

El video permite expresar la creatividad y así incrementar la posibilidad de atraer más socios y estudiantes para la noble institución en el cual se desarrollará la pre producción, la producción y post producción mediante la utilización del programa Adobe Premiere.

Analizando el tiempo para la elaboración del proyecto es de tres meses, y este material audiovisual será entregado al secretario general del sindicato para que a su vez lo analicen y, si así desean lo promocionen en las diferentes redes sociales y en su página.

Cabe recalcar que la producción del video va a ser al alcance de los recursos de acuerdo al presupuesto planteado y asumido por parte del investigador.

## **5. Sumario.**

### **Video promocional**

- ¿Qué es un video promocional?
- Características de un video promocional
- Etapas para elaborar un video promocional
- Importancia de un video promocional

### **Sindicato de choferes profesionales de Puyango**

- Historia
- Datos generales
- Visión
- Misión
- Dirección
- Servicios

### **Desarrollo**

#### **Video Promocional**

##### **¿Qué es un video promocional?**

Los videos promocionales o de promoción son una gran herramienta para dar a conocer un producto, presentar un servicio, lanzar una campaña o captar a un determinado público. Con imágenes lo que queremos y hacer llegar nuestro mensaje es mucho más sencillo y eficiente, y si

nuestro fin es comercial, el video es el recurso adecuado si lo que queremos es algo impactante, eficaz y directo. (Franco Pérez & Mero Montesdeoca, 2019)

### **Características del video promocional**

De acuerdo a lo escrito por el autor (Salazar, 2019) él nos manifiesta que La clave para un adecuado video promocional es: el guion, la edición y la musicalización adecuada, ya que son los aspectos más destacados que deben cautivar al espectador para que este se identifique con lo que observa y se atreva a probar nuevos estilos o recursos indispensables para su vida.

Debe ser innovador, de calidad e incluso puede surgir de la experiencia, para ello debe existir un equilibrio de lo que debe y no debe incluir un video promocional para estar seguro de que ocasionará un impacto en la sociedad, combinando las nuevas formas narrativas con las tradicionales.

Se debe dejar claro aquello que se está promocionando, por ende, el lenguaje utilizado debe estar debidamente analizado, en donde la historia que se cuente sea: breve, dinámica, rápida y correctamente estructurada, aportándole al video un significado para que lo que se quiera informar sea entendible y logre mantener el interés del público.

### **Etapas para elaborar un video promocional**

De acuerdo a lo escrito por el autor (Federico, 2020) nos dice que en la planificación de un proyecto audiovisual debemos cumplir con tres etapas fundamentales de la realización. En cada una tomaremos decisiones que aportarán a la construcción de nuestro relato audiovisual.

La producción audiovisual se realiza en tres etapas:

- Preproducción (planificación)
- Producción (Ejecución)
- Post-producción (Montaje y edición)

### **Preproducción**

Es la etapa de planificación, en la que se define el proyecto, se realiza la investigación sobre el tema elegido, se establece un primer guion y el correspondiente plan de rodaje. Además, se forma el equipo de trabajo, se hacen los contactos necesarios, se establece un presupuesto y se busca la financiación.

### **Producción**

En esta etapa se realiza el rodaje o grabación de acuerdo a lo planificado en la etapa anterior y a lo que pueda surgir para construir las ideas a comunicar.

### **Postproducción**

Es donde se termina de construir el sentido del producto audiovisual. En esta etapa se organiza y selecciona el material registrado y de archivo y luego se realiza la edición, donde se ordenan todas las imágenes y sonidos en función del guion.

### **Importancia de un video promocional**

El vídeo promocional conocido también como video marketing es una herramienta audiovisual que los negocios digitales utilizan para dar a conocer sus productos o servicios y mostrar las características de estos. Su importancia se debe a la forma cómo el cerebro actúa, ya

que los vídeos estimulan los dos lados del cerebro. El lado izquierdo del cerebro es racional, así que utilizará los gráficos, íconos y palabras para esquematizar y clasificar la información de una manera rápida y sencilla. Por el otro lado, el cerebro derecho es más emocional y estará atento al sonido, los rostros humanos y las sensaciones que el vídeo transmita. Este conocimiento ha hecho que la empresa productora de vídeos promocionales se especialice cada vez más ofreciendo en sus productos todos los beneficios que nos hemos propuesto a enumerar en este artículo. (Sinai, 2019)

### **Sindicato de choferes profesionales del cantón Puyango.**

#### **Historia**

El 24 de junio 1982 un grupo de profesionales del volante, motivados por el espíritu de unidad, defensa y mejoramiento, fraguan la más brillante idea para consolidar la creación del sindicato de Choferes Profesionales del Cantón Puyango.

Entidad que abrió sus puertas para respaldar y garantizar a los profesionales de la rama e inmediatamente consagrar su estructura formal caracterizada por la permanencia y estabilidad que se expresan a través de normas fundamentales o básicas que se denominan estatutos, que constituyen la columna vertebral del sindicato.

La institución acoge a sus afiliados, y forman parte de la historia desde el 24 de junio de 1982, se fundó con el nombre de “Sindicato Cantonal de Choferes Profesionales de Puyango”, su estatuto se aprobó mediante acuerdo ministerial. Desde siempre las organizaciones sindicales fueron consideradas como uno de los sectores más representativos y es que dieron el paso más exitoso de agrupar a los transportistas para lograr importantes conquistas sociales.

Desde sus inicios los fines del sindicato son defender los derechos de los chóferes sindicalizados consignados en la legislación laboral y las leyes sociales, procurando reformas en beneficio de la clase del volante. Así mismo velar por los sindicalizados que cumplan con la disposición de la ley de tránsito y reglamentos.

## **Datos generales**

### **Misión**

Garantizar los beneficios y derechos de los choferes profesionales a través de la orientación y capacitación, bajo el cumplimiento de responsabilidades y normas dispuestas en los organismos de control; así como también formar responsablemente choferes profesionales, capacitados y comprometidos con la seguridad ciudadana, brindando un servicio de calidad y calidez.

### **Visión**

Posicionarse en el sector como una institución sólida y confiable, convirtiéndose en un referente de desarrollo para la región, integrada por socios que se sientan orgullosos de pertenecer a tan noble institución, en la que predominen los principios éticos y morales dispuestos al servicio del ser humano.

## **Personal**

Apolo Granda Orlando Marcelo

**SECRETARIO GENERAL**

Ramón Guerrero Leroy Amarildo

**SECRETARIO DE FINANZAS**

Apolo Calderón Viviana Del Cisne

**SECRETARIA ADMINISTRATIVA**

Caiza Calderón María Belén

**AUXILIAR CONTABLE**

Mendoza Chuquimarca Karla Alexandra	<b>SECRETARIA ESCOOP</b>
Lastra Zambrano Enrique Alfredo	<b>JEFE DE PERSONAL</b>
Escaleras Encalada Auliz Jacinto	<b>DIRECTOR PEDAGOGICO</b>
Álvarez Chamba Juan Pablo	<b>INSPECTOR</b>
Granda Apolo Verónica Katherine	<b>AUXILIAR ADMINISTRATIVA</b>
Sigcho Córdova Alexandra Katusca	<b>CONSERJE S.CH.P.C.P.</b>
Arteaga Calderón Sandra Verónica	<b>CONSERJE ESCOP</b>
Cañarte Gómez Carlos Julio	<b>INSTRUCTOR</b>
Dávila Leiva Wilmer Rodrigo	<b>INSTRUCTOR</b>
Sisalima Maldonado Yofre Raúl	<b>INSTRUCTOR</b>

### **Dirección**

Está ubicado entre la calle 10 de agosto y Lautaro Loaiza

### **Contactos**

**07 2680 01 76**

### **SERVICIOS**

Escuela regentada por el sindicato de choferes profesionales con licencias profesional tipo E, licencia profesional tipo C.

Servicios de funeraria.

Mecánica.

## **6. Metodología**

Para el desarrollo del presente proyecto investigativo se consideran dos aspectos metodológicos.

### **Método científico**

Es el proceso en que se utiliza la creación del saber dentro de las ciencias, cuya investigaciónse ajusta a los principios del razonamiento y estudia los procedimientos técnicos de la investigación científica. Es la que experimenta, observa, formula, analiza. (Garcia Criollo, 2021)

EL método científico se lo va a utilizar en todo el proceso de la investigación.

### **Método descriptivo**

Se refiere a aquella orientación que se centra en responder la pregunta acerca de cómo es una determinada parte de la realidad objeto de estudio. (Castillo, 2020)

El método descriptivo se lo utilizará para conocer los servicios que ofrece la escuela del sindicato de choferes profesionales del cantón Puyango para posteriormente plasmarlo en un medio audiovisual dentro del proyecto de investigación final, así mismo se lo va a utilizar en el proceso de la elaboración del video promocional.

### **Técnica**

Para el desarrollo del presente proyecto investigativo se utilizará la técnica de la entrevista para la recopilación de información:

### **Entrevista**

La entrevista es una técnica muy utilizada para la recolección de datos cualitativos. Entre sus principales bondades se encuentra que permite la obtención de información amplia, profunda y de carácter sustancial. (Mata Solís, 2020)

Esta técnica se aplicará al secretario general del sindicato de choferes para obtener información concreta de la institución.

### **Población**

La población objeto de estudio estará representada por el Secretario General del Sindicato de choferes profesionales del cantón Puyango.

### **Procedimiento**

#### **Etapas para elaborar un video**

#### **Preproducción:**

Es la primera fase y una de la más importante en la que se tendrá que invertir más tiempo, en esta etapa queda definido el guion, la idea y parte de la conceptualización, para realizar los preparativos necesarios para la ejecución adecuada del rodaje y así alcanzar los objetivos propuestos a nivel técnico y estético. Además, se forma el equipo de trabajo, se hacen los contactos necesarios, se establece un presupuesto.

#### **Producción:**

En esta etapa se ejecuta la grabación de un producto con base en los preceptos desarrollados en la preproducción. Se elabora el material con el que después se va a trabajar en la post producción.

**Post producción:**

Es la etapa de edición final, consiste en seleccionar y pasar las imágenes al ordenador, realizar el montaje de imagen y sonido, y la exportación según el uso que se le vaya a dar. Los formatos de vídeo más comunes son AVI, MP4 y MOV.



## **8. Recursos y Presupuesto**

### **8.1 Recursos Humanos**

- Director sindicato Doc. Apolo Granda Orlando Marcelo
- Director de tesis Mgs. Jessica Nicole Cevallos Villamarin
- Investigadora Srta. Fanny Narcisa Román Calderón

### **8.2 Recursos Materiales**

- Cuaderno
- Esferos
- Borrador
- Grapas
- Perforadora
- Resma de papel
- Anillado
- Empastado

### **8.3 Recursos Tecnológicos**

- Pc
- Impresora
- Internet
- Cámara
- Celular
- Programas de edición

### 8.4 Presupuesto

<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>
1	Cuaderno	1,00
2	Esferos	0,60
1	PC	500,00
3	Servicio de Internet	60,00
1	Transporte	10,00
3	Alimentación	50,00
1	Alquiler de cámaras	150,00
1	Anillado	10,00
1	Derechos de grado	60,00
1	Empastado	30,00
2	Programas de edición	80,00
1	Grapadora	10,00
1	Perforadora	10,00
1	Impresora	90,00
1	Energía eléctrica	15,00
1	Celular	180,00
1	Costos Anteproyecto	133,33
1	Inscripción del título	400,00
<b>SUBTOTAL</b>		<b>1.789,93</b>
<b>3% IMPREVISTO</b>		<b>53,70</b>
<b>TOTAL</b>		<b>1.843,63</b>

#### Financiamiento:

**\$ 918,35 valor del presupuesto será asumido por la investigadora.**

## Bibliografía

- Bernal, I. (17 de mayo de 2018). *Blog*. Obtenido de Blog: <http://tecnicacuestas1.blogspot.com/2018/05/definicion-de-encuesta-se-denomina.html>
- Campos 2021, P. E. (28 de noviembre de 2021). *Estudio de factibilidad para la creación de la empresa Surcoasesores en la ciudad de Neiva*. Obtenido de Repositorio de la Universidad Minuto de Dios: <https://hdl.handle.net/10656/14076>
- Castillo, B. (14 de octubre de 2020). *Guía Universitaria*. Obtenido de Guía Universitaria: <https://guiauniversitaria.mx/6-tipos-de-metodos-de-investigacion/>
- Editorial, E. (21 de julio de 2022). *Concepto*. Obtenido de Concepto: <https://concepto.de/metodo-analitico/>
- Federico, V. (07 de septiembre de 2020). *Taller de realización de proyectos audiovisuales - Cátedra I*. Obtenido de Taller de realización de proyectos audiovisuales - Cátedra I: <https://perio.unlp.edu.ar/catedras/talleraudiocat1/2020/09/07/clase-2-preproduccion-investigacion-y-fuentes-informativas/>
- Franco Pérez, A. F., & Mero Montesdeoca, J. B. (enero de 2019). *Modelo de gestión turística para el fortalecimiento de los atractivos turísticos de la comuna San Gabriel del Baba perteneciente a la provincia Santo Domingo de los Tsáchilas (Tesis de ingeniería, Universidad Regional Autónoma de los Andes)*. Obtenido de repositorio institucional UNIANDÉS: <http://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/9532>
- Fuente, O. (13 de julio de 2022). *IEBS*. Obtenido de IEBS: <https://www.iebschool.com/blog/analisis-dafo-creacion-empresas/>
- García Criollo, S. A. (2021). *Diseño de estrategias publicitarias para potenciar el turismo en el cantón Otavalo provincia de Imbabura (Tesis de Licenciatura, Universidad Técnica del Norte)*. Repositorio Institucional, Ibarra, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/11581>
- Héctor, C. (13 de noviembre de 2019). *casa de la cultura*. Obtenido de casa de la cultura: [https://casadelacultura.gob.ec/archivo.php?ar\\_id=11&no\\_id=15227&palabrasclaves=Sindicalismo%20Guayas%20Protesta%20Ecuador&title=Breves%20notas%20sobre%20el%20sindicalismo%20en%20Ecuador#:~:text=La%20historia%20del%20sindicalismo%20tiene,Guayaquil%2C%20la%](https://casadelacultura.gob.ec/archivo.php?ar_id=11&no_id=15227&palabrasclaves=Sindicalismo%20Guayas%20Protesta%20Ecuador&title=Breves%20notas%20sobre%20el%20sindicalismo%20en%20Ecuador#:~:text=La%20historia%20del%20sindicalismo%20tiene,Guayaquil%2C%20la%20)
- Machuca, F. (25 de enero de 2022). *crehana*. Obtenido de crehana: <https://www.crehana.com/blog/video/que-es-storyboard/>
- Marrero, L. (11 de mayo de 2020). *escuela de cine*. Obtenido de escuela de cine: <https://soydecine.com/storyboard-que-es-y-como-se-hace/>
- Martínez, L. (30 de 04 de 2020). *el orden mundial*. Obtenido de el orden mundial: <https://elordenmundial.com/sindicatos-historia-sindicalismo/>
- Mata Solís, L. D. (4 de febrero de 2020). *Investigalia*. Obtenido de Investigalia: <https://investigaliacr.com/investigacion/la-entrevista-en-la-investigacion-cualitativa/>

- Miranda, N. (10 de 01 de 2021). *ikaroacademy*. Obtenido de ikaroacademy:  
<https://ikaroacademy.com/las-etapas-de-una-produccion-audiovisual/>
- Nebular. (04 de junio de 2020). *nebular group*. Obtenido de nebular group :  
<https://nebulargroup.com/knowledgebase/pre-produccion/>
- Parodi, V. A. (5 de Agosto de 2021). *crehana*. Obtenido de crehana:  
<https://www.crehana.com/blog/estilo-vida/etapas-produccion/>
- Pérez, J. (2021). *Definición de* . Obtenido de Definición de : <https://definicion.de/metodo-inductivo/>
- Pérez, M. (19 de mayo de 2021). *concepto definicion*. Obtenido de concepto definicion:  
<https://conceptodefinicion.de/observacion/>
- Rodil, F. (7 de septiembre de 2020). *levector* . Obtenido de levector :  
<https://levector.com/post/2qPawZN68AyhA3O3BqOyBx/el-asistente-de-direccion-la-voz-del-rodaje>
- Salazar, J. (20 de 04 de 2019). <https://dspace.ups.edu.ec>. Obtenido de biblioteca y repositorio universidad politécnica salesiana :  
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/17319/1/UPS-CT008268.pdf>
- Sinai, C. (18 de junio de 2019). *El Nuevo Entrepreneur*. Obtenido de El Nuevo Entrepreneur:  
<https://elnuevoentrepreneur.com/beneficios-de-hacer-un-video-promocional/>
- Tobar 2020, C. W. (3 de enero de 2022). *Estudio de factibilidad para la creación de un Centro de Insuficiencia Renal en el cantón Durán*. Obtenido de Repositorio Universidad Católica de Santiago de Guayaquil: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/17742>
- Uriarte, J. M. (10 de marzo de 2020). *caracteristicas*. Obtenido de caracteristicas:  
<https://www.caracteristicas.co/metodo-deductivo/>
- Valentina, G. (23 de agosto de 2019). *rockcontent*. Obtenido de rockcontent:  
<https://rockcontent.com/es/blog/publicidad/>

## 9. Anexos

### GUIÓN DE LA ENTREVISTA

- 1.- ¿Qué tipo de publicidad realiza el sindicato?
- 2.- ¿Qué tipos de licencia ofrece la escuela?
- 3.- ¿En qué tiempo dura el curso para obtener la Licencia Profesional?
- 4.- ¿Cuántos alumnos se encuentran matriculados en el presente periodo?

- 5.- ¿Desea que se elabore un video promocional de la Escuela del Sindicato de Choferes Profesionales?
- 6.- ¿Qué aspectos le gustaría que se promocionen? Procesos administrativos procesos de estudio graduación mecánica
- 7.- ¿Le gustaría recopilatorio (30 min), o de tiempo limitado (5 min)?
- 8.- ¿Cuenta con simbología institucional? Himno, escudo, logo, slogan
- 9.- Mensaje o invitación.

**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR LOS ANDES**  
**ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DE PUYANGO.**

**Estimado(a) Participante:**

El presente cuestionario tiene como propósito recabar información sobre la publicidad que realiza el Sindicato de Choferes Profesionales de Puyango, al leer cada una de las interrogantes concentre su atención de manera que la respuesta que se emita sea fidedigna y confiable. La información recabada tiene por objeto la realización de un video promocional para la institución antes mencionada.

¡Muchas gracias, por su valiosa colaboración!

Por favor marcar con una (X) según corresponda.

- 1. ¿Conoce acerca del sindicato de choferes profesionales del Cantón Puyango y sus servicios?**

SI. ( )

NO. ( )

**2. ¿Considera que el sindicato de choferes profesionales del Cantón Puyango realiza actividades para atraer nuevos clientes?**

SI. ( )

NO. ( )

**3. ¿Con qué frecuencia ha escuchado o ha visto publicidad viral del sindicato de choferes profesionales del Cantón Puyango??**

SIEMPRE. ( )

CASI SIEMPRE. ( )

A VECES. ( )

NUNCA. ( )

**4. ¿A través de qué medios de comunicación conoce sobre productos y servicios del sindicato de choferes profesionales del Cantón Puyango y sus servicios?**

RADIO. ( )

TELEVISIÓN. ( )

INTERNET. ( )

**5. ¿Mediante qué red social o plataforma se ha informado sobre productos y servicios que preste el sindicato de choferes profesionales del Cantón Puyango?**

FACEBOOK. ( )

INSTAGRAM. ( )

YOUTUBE. ( )

PÁGINA WEB. ( )

**6. ¿La forma en que el sindicato de choferes profesionales del Cantón Puyango promociona sus servicios le parece novedosa e interesante o llama su atención?**

SI. ( )

NO. ( )

**7. ¿Cómo cree usted que un Video Promocional ayudaría a la Institución?**

**Información atractiva y fácil de entender.**

Mejorar la imagen de la empresa. ( )

Posibilidad y fácil de compartir. ( )

**Mayor permanencia visualizando la información. ( )**

**8. ¿Considera usted que el sindicato de choferes profesionales del Cantón Puyango dé a conocer su estructura organizacional, productos y servicios mediante un video promocional?**

SI. ( )

NO. ( )

**9. ¿Mediante qué red social o plataforma le gustaría que se publique el video promocional?**

FACEBOOK. ( )

INSTAGRAM. ( )

YOUTUBE. ( )

PÁGINA WEB. ( )

**Evidencias Fotográficas.**

**Entrevista al secretario general del Sindicato de Choferes.**



**Personas encuestadas**



**Grabación a los exteriores del Sindicato de Choferes**



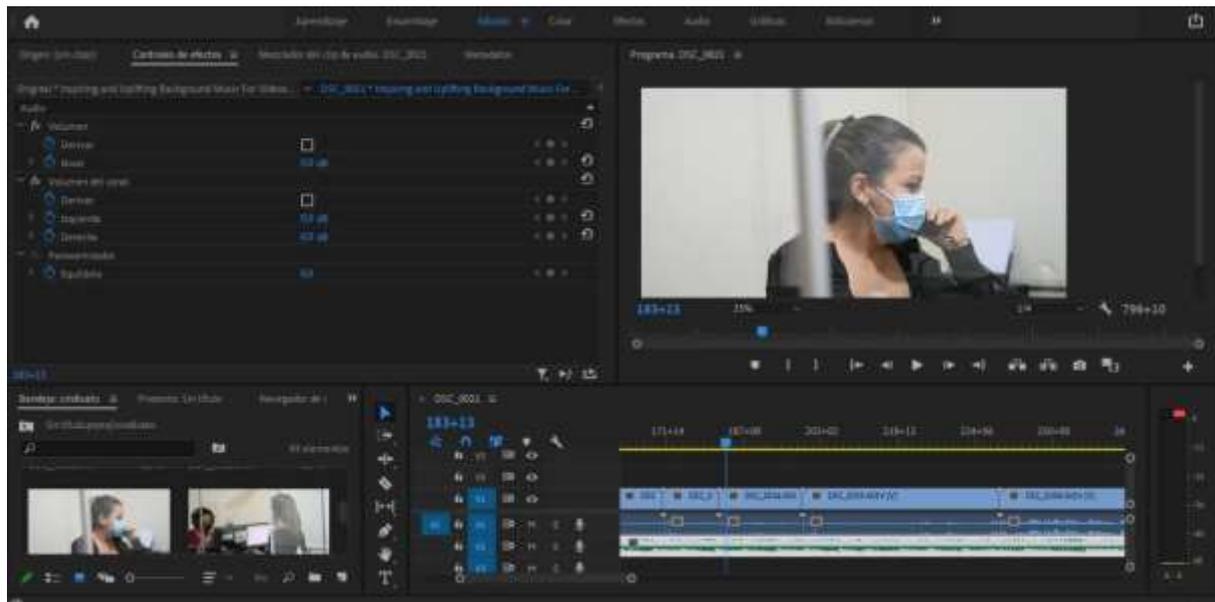


## Toma de las instalaciones del Sindicato de Choferes





## Edición de videos recolectados



## Video publicitario del Sindicato de Choferes

