

RIF: J 30647247-9



Universidad
Monteávila

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD MONTEÁVILA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Creación del concepto, diseño y material audiovisual de un fanpage en Facebook
llamado “Yummy”

Autor:
López, Gabriela

Profesor coordinador:
Orta, Fabiola

Caracas, 7 de marzo de 2015.

Agradecimientos

Quiero agradecer a mi madre, por siempre darme alas para volar, palabras para animarme y sabiamente aconsejarme; pero ante todo, ser el ejemplo para seguir adelante, sin importar qué tan adversas sean las situaciones.

A mi padre, por brindarme la educación que tengo, pues sin la correcta preparación, tanto personal como académica, no existe el futuro.

A Cristina Araujo, una gran amiga y excelente diseñadora; por ayudarme con este proyecto que significa tanto para mí, porque cada granito de arena suma.

A Andrea Prepo mi mejor amiga, debo agradecerle la paciencia de mil personas por apoyarme al momento de grabar, importunándola hasta el cansancio con cualquier cantidad de detalles y cuestiones.

A la Universidad Monteávila, por ser mi casa de estudios y formarme desde el principio hasta el día de hoy, en que entrego este Proyecto Final de Carrera.

A Fabiola Orta, por ser mi tutora y darme consejo cada vez que quise lanzarme por un puente y, por supuesto, por enseñarme un millón de cosas de las cuales sacaré todo el jugo que pueda.

Por último, pero no menos importante y sin pensarlo dos veces, también debo agradecer a Roger Prepo, por su infinita paciencia y amor por la comida, pues sin esa pasión que le imprime a todos sus platos, este proyecto tampoco sería posible.

Resumen

“Yummmmy” es una propuesta de fanpage de Facebook, que busca adaptar el modo en que están elaborados los vídeos de “Tasty” al estilo de vida que lleva un venezolano de clase media, media-alta.

El objetivo de Yummmmy es enseñar, a través de una plataforma social, no solo a preparar recetas apetitosas sino a hacerlas con ingredientes que suelen estar en el hogar, son asequibles o se consiguen fácilmente; este último punto, tomando en cuenta la realidad económica que atraviesa actualmente Venezuela debido a que presenta factores como la escasez de alimentos como se refleja en el portal de noticias La Patilla¹ y una superinflación incluso más alta que la de Sudán y Ucrania.²

Para que esta propuesta se llevara a cabo, se contó con una fase de pre-producción en la que se creó el concepto e identidad gráfica para diferenciar a este fanpage de otros similares, dando así como resultado el nombre “Yummmmy”. También se tomó en cuenta la selección de locación, utensilios y materiales a necesitar, el armado de las recetas que no es más que una lista de los ingredientes a utilizar, una parte presupuestaria, un cronograma de grabaciones, selección de personal y de equipo y la escogencia de una paleta de colores.

En la segunda fase, la de producción, se llevó a cabo la grabación de nueve recetas que constan de *snacks* o bocadillos, dulces, jugos y merengadas. Asimismo se tomó en cuenta el montaje de los sets, la iluminación, la paleta de colores; y aspectos técnicos que conllevan la elaboración de una grabación de recetas, tales como la presentación de los ingredientes, cuidar que la apariencia de las manos de la persona

¹ La Patilla. (23, Enero 2016). *La Patilla*. Retrieved from <http://www.lapatilla.com/site/2016/01/23/entre-50-y-80-se-ubica-escasez-de-alimentos-en-venezuela/>

² Azaf, B. V. (2016, Enero 18). *El Nacional*. Retrieved from http://www.el-nacional.com/economia/Venezuela-inflacion-encima-Sudan-Ucrania_0_776922378.html

que preparaba los platos fuese agradable, ajustar correctamente la cámara, velar porque los alimentos lucieran apetitosos y en buen estado.

Concluyendo con el rodaje de los vídeos para el fanpage en Facebook de Yummmy, la etapa de post-producción contó con el montaje y la edición de los mismos. Esto implicó, además, su colorización, musicalización y animación, en función de lograr un material audiovisual apetitoso, atractivo y de calidad.

ÍNDICE

Introducción	11
CAPÍTULO I	13
1.1 Planteamiento del problema	13
1.2 Objetivos	13
1.2.1 Objetivos generales	13
1.2.2 Objetivos específicos	13
CAPÍTULO II: Propuesta	14
2.1 Conceptualización del fanpage	14
2.2 Contenido del fanpage	15
2.2.1 Contenido general	15
2.2.2 Contenido de prueba	15
2.3 Nombre	15
2.4 Aspecto gráfico	16
2.4.1 Logo	16
2.4.1.1 Concepto	17
2.4.1.2 Posibles logos	18
2.4.1.3 Logo definitivo	19
2.4.1.4 Paleta de colores	20
2.4.1.5 Justificación de color	20
2.4.2 Portada y foto de perfil del fanpage	21
2.4.3 Tipografía	22
2.4.4 Animaciones	23
2.5 Plataforma	23
2.5.1 Fanpage de Facebook	24
2.5.2 Site map	24
2.5.3 Planificación hipertextual del contenido	26
2.6 Maquetación	27
2.6.1 Multimedialidad	27
2.6.2 Interactividad	28

CAPÍTULO III: Plan estratégico	30
3.1 Concepto del producto	30
3.2 Target	30
3.3 Análisis DOFA	31
3.4 Sostenibilidad de Yummmmy (modelo de negocio)	31
3.5 Filosofía de gestión	33
3.5.1 Misión	33
3.5.2 Visión	33
3.5.3 Valores	33
3.6 Organigrama	33
3.7 Diagrama de Gantt	34
CAPÍTULO IV: Pre-producción	36
4.1 Planteamiento estético	36
4.1.1 Corriente estética	36
4.2 Desglose de producción	37
4.2.1 Requerimientos logísticos	37
4.2.2 Requerimientos humanos	37
4.2.3 Requerimientos técnicos	37
4.3 Recetas	38
4.3.1 Selección de recetas	38
4.3.2 Recetas realizadas	38
4.3.3 Lista de materiales por recetas realizadas	39
4.3.3.1 Aros de cebolla	39
4.3.3.2 Alitas de pollo	39
4.3.3.3 Donas	39
4.3.3.4 Batata Chips	39
4.3.3.5 Jugo de patilla	39
4.3.3.6 Merengada de pie de limón	39
4.3.3.7 Merengada de galleta Katy	40

4.3.3.8 Merengada de frutos rojos	40
4.3.3.9 Merengada de CriCri	40
4.4 Locación	40
4.5 Storyboard	40
CAPÍTULO V: Producción	42
5.1 Cronograma	42
5.2 Plan de rodaje	43
5.3 Informe de equipos	43
CAPÍTULO VI: Post-producción	44
6.1 Flujo de trabajo	44
6.2 Informe de recursos	44
6.3 Propuesta de musicalización	44
6.3.1 Aros de cebolla	45
6.3.2 Alitas de pollo	45
6.3.3 Donas	45
6.3.4 Batata Chips	45
6.3.5 Jugo de patilla	45
6.3.6 Merengada de pie de limón	46
6.3.7 Merengada de galleta Katy	46
6.3.8 Merengada de frutos rojos	46
6.3.9 Merengada de CriCri	46
6.4 Informe de corrección de color	47
6.5 Informe de imagen gráfica y animación	47
6.6 Presupuesto	48
6.6.1 Presupuesto estimado	48
6.6.2 Presupuesto real	50
Conclusiones	52
Recomendaciones	53
Referencias	55

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Descripción del proyecto y target.	17
Anexo 2. Objetivos y mensajes claves que se busca transmitir en el logo.	17
Anexo 3. Preferencia de colores y estilo en la creación del logo.	18
Anexo 4. Inspiración y referencias que podían servir al momento de crear el logo.	18
Anexo 5. Propuesta 1 del diseño gráfico del logo de Yummmy	18
Anexo 6. Propuesta 2 del diseño gráfico del logo de Yummmy	19
Anexo 7. Propuesta 3 del diseño gráfico del logo de Yummmy	19
Anexo 8. Propuesta 4 del diseño gráfico del logo de Yummmy	19
Anexo 9. Propuesta 5 del diseño gráfico del logo de Yummmy	19
Anexo 10. Logo definitivo de Yummmy	19
Anexo 11. Paleta de colores	20
Anexo 12. Visualización de la portada del fanpage en Facebook.	22
Anexo 13. Foto de perfil del fanpage en Facebook	22
Anexo 14. Tipografía Aaargh	23
Anexo 15. Inicio del fanpage o pestaña de Biografía de Yummmy en Facebook	26
Anexo 16. Sección de Información de Yummmy en Facebook	27
Anexo 17. Sección de Vídeos de Yummmy en Facebook	27

Anexo 18. Visualización de la sección Fotos del fanpage de Yummmmy en Facebook	27
Anexo 19. Visualización de la sección de Me gusta del fanpage de Yummmmy en Facebook	27
Anexo 20. Visualización de los vídeos de Yummmmy en la página de inicio del usuario	28
Anexo 21. Visualización de los vídeos directamente desde el fanpage de Yummmmy.	28
Anexo 22. En el recuadro azul se muestran las opciones de interacción que presenta el fanpage de Yummmmy para con sus usuarios	29
Anexo 23. Organigrama para el proyecto Yummmmy.	34
Anexo 24. Storyboard del amasado y cortado de los ingredientes	41
Anexo 25. Mezclado y freído de ingredientes	41
Anexo 26. Decorado y servido de las recetas	41
Anexo 27. Transiciones de entrada y salida	41

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Análisis DOFA	32
Tabla 2. Diagrama de Gantt	35
Tabla 3. Cronograma correspondiente al mes de febrero	42
Tabla 4. Cronograma correspondiente al mes de marzo	42
Tabla 5. Plan de rodaje correspondiente al mes de febrero	43
Tabla 6. Presupuesto estimado	48
Tabla 7. Presupuesto real	50

Introducción

Este Proyecto Final de Carrera comprende todo lo que es el proceso de conceptualización, diseño y creación de material de un fanpage en Facebook llamado Yummmmy. La propuesta del mismo es que, siendo uno venezolano, pueda acceder a este sitio y encontrar recetas ricas, asequibles y de fácil preparación.

Esta propuesta nace mediante la observación de que hay un *boom* en la red social Facebook, llamado Tasty. Este fenómeno es un fanpage, en donde se suben videos de recetas muy apetitosas en cámara rápida, ya que parte de su atractivo es que la duración de los *clips* es de apenas un minuto o menos.

En estos productos audiovisuales de corto tiempo, se observa también una variedad de ingredientes que en Venezuela, debido a la situación económica, pueden resultar muy costosos o simplemente no se consiguen debido al desabastecimiento de alimentos que enfrenta el país de entre 50% y 80% como se refleja en un artículo del portal de noticias La Patilla.³ Eso hace que, para varias personas que viven en nuestro país, consumir este tipo de contenido se reduzca a un ámbito visual.

“Yummmmy” se plantea entonces las siguientes preguntas; ¿por qué no adaptar el contenido de Tasty a la realidad nacional? ¿Por qué no enseñar, a través de un medio digital, a preparar recetas con ingredientes que sí se encuentran en Venezuela? ¿Por qué no aprovechar una movida audiovisual para que el país también se integre al éxito de los videos online? A partir de estas interrogantes, nace mi propuesta de diseño de medio. Crear un espacio en el que los venezolanos puedan sentirse identificados, y que sirva de guía

³ La Patilla. (2016, Enero 2016). *La Patilla*. Retrieved from <http://www.lapatilla.com/site/2016/01/23/entre-50-y-80-se-ubica-escasez-de-alimentos-en-venezuela/>

para preparar todas las recetas que se publiquen, pues los ingredientes utilizados fueron adquiridos en el territorio nacional.

CAPÍTULO I

1.1 Planteamiento del problema

Debido a que todos los vídeos de recetas apetitosas de corta duración producidos por Tasty, Tastemade, Sabores de UPSOCL y similares son para un target que no es Venezuela, se ve la oportunidad de adoptar un nicho en el mercado desatendido.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivos generales

Enseñar a las personas a preparar recetas fáciles y sabrosas en vídeos de corta duración, a través de un fanpage de Facebook llamado “Yummmmy”.

1.2.2 Objetivos específicos

- Creación del concepto y propuesta del fanpage (nombre, logo, aspecto gráfico).
- Elaboración de la planificación estratégica (sostenibilidad del proyecto, publicidad, análisis DOFA, target).
- Proceso de pre-producción, producción y post-producción.

CAPÍTULO II: Propuesta

2.1 Conceptualización del fanpage

Crear un fanpage para una marca, persona, empresa o compañía, no es una tarea sencilla. Requiere de una estrategia bien planteada, que va desde la elaboración del concepto de la misma, producción de material a compartir e, incluso, hasta el modo en que se va a dosificar el contenido a subir en esta red social para que obtenga el mayor alcance o visualización posible.

En las redes sociales siempre hay una “movida” que marca la pauta; es decir, algún suceso que genere sensación en las audiencias. En su momento aparecieron los *memes*, “chistes privados o partes de la cultura popular de la que mucha gente está al día”⁴, y ahora surgieron los vídeos cortos, que enseñan a preparar recetas apetitosas con presentaciones atractivas y deliciosas a la vista. Claros ejemplos son los fanpages de Tasty, Tastemade, Proper Tasty, BuzzFeed Food, Sabores de UPSOCL, Tip Hero.

Una vez explicado el concepto de este tipo de portales online, se puede poner en evidencia que el target de este producto no es un país como Venezuela; ya que la mayoría de los ingredientes que en esas recetas se utilizan, son materiales que no se consiguen o no pueden ser adquiridos con tanta facilidad en comparación a otras naciones. Es por eso que la idea de este fanpage es atender un nicho en un mercado desatendido, mediante la adaptación del contenido explicado en función de que pueda aplicarse en nuestro país. Esto sin mencionar que, además, sirve como una oportunidad de negocio el cual será aclarado más adelante.

⁴ Figueroa, S. (2013, Abril 10). *eldiario.es*. Retrieved from http://www.eldiario.es/turing/vienen-memes-Internet_0_120388616.html

2.2 Contenido del fanpage

2.2.1 Contenido general

De forma general, el contenido de este fanpage contará con tutoriales de corta extensión sobre la preparación de recetas ricas, apetitosas y fáciles de elaborar; además de contar con el factor diferenciador de que los ingredientes a utilizar son asequibles o sí existen en Venezuela.

La periodicidad de publicación de este proyecto sería semanal, en formato digital de vídeos.

2.2.2 Contenido de prueba

Teniendo claro el concepto del fanpage y el tipo de contenido que se quiere publicar en él, es necesario presentar un material audiovisual de prueba, no solo para poder hacer las correcciones pertinentes y pulir los vídeos, sino también para presentar este proyecto de forma pulcra a terceros interesados en el mismo.

2.3 Nombre

Una vez establecida la esencia de lo que será este proyecto, es importante asignarle un nombre que pueda diferenciarlo del resto de la competencia. A continuación, se adjunta la lista de posibles nombres que surgieron al momento de buscarlo, junto con el definitivo y la explicación del mismo.

a) Nombres sugeridos:

- Bocados
- Pan Comido
- Ñom!
- Mordiscos
- A mordiscos

- Hazlo
- Yo quiero

b) Nombre escogido: Yummmmy

c) ¿Por qué Yummmmy?

Yummmmy es una interjección que las personas utilizan para expresar que un pasticho, hamburguesa, ensalada, postre o alimento en general, está rico. Es una interjección que no se utiliza únicamente en Venezuela, sino en una numerosa cantidad de países. Prueba de esto, son los comentarios realizados por personas de distintas partes del mundo en las redes sociales, ya sea Facebook, Instagram, YouTube u otras en las que haya publicaciones relacionadas a la comida.

Si ciertamente hay otras exclamaciones que pueden ser utilizadas para expresar que un platillo sabe bien, como por ejemplo “Hmmm”, Yummmmy viene siendo la más adecuada debido a que la anterior también puede inferir una situación en la que se siente la duda.

2.4 Aspecto gráfico

Para todo proyecto que se maneje en una red social como lo es un fanpage de Facebook, es importante tener definido un aspecto gráfico que ayude a diferenciarte de tu competencia. Es por esto que se ve la necesidad del desarrollo del logo, la paleta de colores, el formato a utilizar (imagen o vídeo), tipografía, el estilo de las animaciones, la planificación hipertextual, entre otros que serán especificados más adelante. Todo en función de permitir el correcto crecimiento y avance de Yummmmy.

2.4.1 Logo

El logo es, sin duda alguna, una de las piezas más importantes al momento de crear la imagen de una empresa, marca e incluso una plataforma personal.

Esto debido a que existe un mercado en el que es posible la presencia de terceros ofreciendo el mismo producto o servicio. Es clave entonces reconocer que la verdadera cuestión no se refiere solo a la experiencia o beneficio que se le pueda dar al usuario, sino también a la presentación de un aspecto que haga única a la nombrada empresa o marca. Este detalle que haga resaltar y denote originalidad, bien podría comenzar por el logo.

2.4.1.1 Concepto

El concepto del logo para Yummy se trabajó en conjunto con una diseñadora gráfico, quien recibió un brief en formato .PDF en donde se describen los posibles colores a utilizar, referencias, estilo, target al que se quiere llegar, objetivos y mensajes claves que se quieren transmitir con el mismo.

¿De qué trata Yummy?

Yummy es un fanpage de cocina de Facebook, con snack-sized videos de recetas ricas, apetitosas, fáciles de preparar. Lo especial de este fanpage es que los ingredientes a utilizar o se encuentran normalmente en la cocina, son asequibles o son fáciles de conseguir.

Target

Yummy quiere hablarle principalmente a adultos jóvenes, personas entre 20 y 35 años de edad.

Anexo 1. Descripción del proyecto y target.

OBJETIVOS

Crear un logo que transmita:

- Sabrosura
- Apetito
- Creatividad
- Diversión
- Sin complicaciones
- Que funcione para ambos sexos
- Versátil
- Que funcione para animaciones

MENSAJES CLAVES

Sabroso, apetitoso, divertido, sencillo, fácil, fresco, jovial, sin complicaciones, DIY, rápido.

Anexo 2. Objetivos y mensajes claves que se busca transmitir en el logo.

COLORES

Preferiblemente:

- Blanco, negro, azul, rojo, amarillo, naranja.
- Máximo dos colores. Puede ser, por ejemplo, el "Yum" en rojo y "mmy" en amarillo.
- Colores sólidos
- Tomar en cuenta que la paleta principal de colores de mis vídeos van a ser marrón, amarillo, beige, rojo. Sin embargo, al tratarse de alimentos esto puede variar un poco.

ESTILO

Preferiblemente:

Con una tipografía irregular. Que sea jovial. Debe tener versatilidad. Como es de comida de repente se puede incorporar que la tipografía tenga un mordisco o cosas por el estilo para darle ese toque divertido 😊 Podrías agregarle un toque venezolano.

PD.: Como siempre esto es como lo había ideado, sin embargo, no me cierro a las posibilidades 😊

Anexo 3. Preferencia de colores y estilo en la creación del logo.



Anexo 4. Inspiración y referencias que podían servir al momento de crear el logo.

2.4.1.2 Posibles logos

Detrás de todo proceso de creación de un logo, surgen los primeros avistamientos de lo que podría ser el mismo. Es por ello que, a continuación, se adjuntarán los bocetos entregados por la diseñadora Cristina Araujo.



Anexo 5. Propuesta 1 del diseño gráfico del logo de Yummy



Anexo 6. Propuesta 2 del diseño gráfico del logo de Yummmmy



Anexo 7. Propuesta 3 del diseño gráfico del logo de Yummmmy



Anexo 8. Propuesta 4 del diseño gráfico del logo de Yummmmy



Anexo 9. Propuesta 5 del diseño gráfico del logo de Yummmmy

Algunos de los anteriores diseños tienen un error. Principalmente, les falta una “M”, debido a que el nombre del fanpage es “Yummmmy”, no “Yummy”. Sin embargo, de este se empezó a desarrollar el que sería el logo definitivo para la página.

2.4.1.3 Logo definitivo



Anexo 10. Logo definitivo de Yummmmy

De todas las opciones proporcionadas por la diseñadora y de acuerdo al brief entregado, se seleccionó la opción número cuatro (4), pues visualmente es agradable a la vista y funcional. La idea de la comida y su consumo, es recordada gracias a la mezcla de colores y a la presencia de un tenedor, que prácticamente es uno de los implementos que más se utiliza a la hora de comer.

2.4.1.4 Paleta de colores



Anexo 11. Paleta de colores

2.4.1.5 Justificación de color

Para el logo se optaron por colores de una gama cálida, entre los cuales se encuentra el amarillo, el naranja y el magenta fuerte.

El color amarillo, según la psicología del color en los alimentos explicada en el website Salud y Belleza, refleja que:

“Es un alimento eficaz en la psicología del color en la alimentación, ya que su presencia denota atención y se asocia con luz y energía, nos alegra a la hora de la comida y nos abre el apetito en grandes cantidades”⁵

⁵ Salud y Belleza. (2014, Octubre 1). *Salud y Belleza*. Retrieved from <http://blogs.uab.cat/saludybelleza/psicologia-del-color-en-los-alimentos-como-elige-nuestro-cerebro-los-alimentos-de-color-y-como-influyen-en-nuestra-alimentacion/>

El naranja, en cambio, refleja que este color está:

“Asociado mayormente a alimentos cítricos que hacen de referencia una vida saludable. Este color tiene el poder de activar nuestro organismo, lo que ocasiona la necesidad repentina de comer y un creciente hambre, mientras nuestro cerebro está siendo influenciado mentalmente para esto”⁶

Sobre el tono magenta, que pertenece a la gama de tonos color rojo, se dice que:

“Estimula nuestro apetito, los chefs más prestigiosos por costumbre suelen incluirlos siempre en casi todos sus platos, ya que es un color intenso que llama la atención a la hora de comer, además proporciona a la persona energía, elevando el ritmo respiratorio y otorgándonos un delicioso manjar”⁷

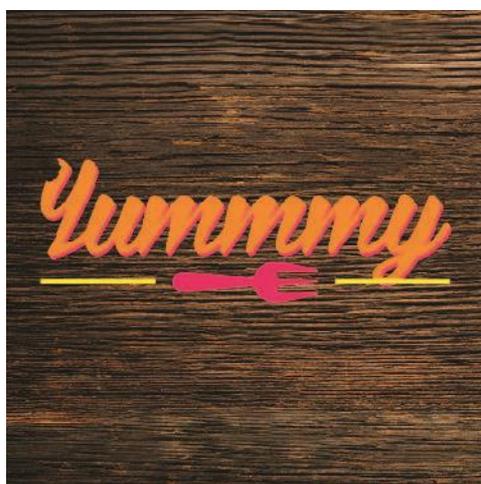
2.4.2 Portada y foto de perfil del fanpage

En Facebook hay dos configuraciones en cuanto al aspecto gráfico que se pueden realizar, ellos son la portada y la foto de perfil. Para Yummmmy se escogió una portada de madera con alimentos lo cual reafirma el estilo loft planteado con anterioridad y al tener alimentos en esa tabla de madera nos ubica inmediatamente en un plano culinario. Con respecto a la foto de perfil del fanpage simplemente se colocó el logo en la misma tabla de madera utilizada para la portada lo cual genera la sensación de que integración al hacer un truco visual de que es un solo bloque de imagen y no dos por separado.

^{6 y 7} Salud y Belleza. (2014, Octubre 1). *Salud y Belleza*. Retrieved from <http://blogs.uab.cat/saludybelleza/psicologia-del-color-en-los-alimentos-como-elige-nuestro-cerebro-los-alimentos-de-color-y-como-influyen-en-nuestra-alimentacion/>



Anexo 12. Visualización de la portada del fanpage en Facebook.



Anexo 13. Foto de perfil del fanpage en Facebook

2.4.3 Tipografía

Las recomendaciones de tipografía para acompañar el logo dadas por la diseñadora Cristina Araujo, fueron “combinarla con una palo seco”. La sugerencia hecha por la misma fue utilizar Helvética o Aaargh, pues se quería una letra poco usada que diera una mayor identificación a Yummy. Se seleccionó entonces Aaargh, la cual pertenece al colaborador de DaFont, reconocida página web que brinda a los usuarios una gran variedad de caracteres, bajo el seudónimo de “Tup Wanders”⁸

⁸ Wanders, T. (2009, Julio 28). *DaFont*. Retrieved from <http://www.dafont.com/es/aaargh.font>

Aaargh.ttf

Aaargh

A 0065	B 0066	C 0067	D 0068	E 0069	F 0070	G 0071	H 0072	I 0073	J 0074	K 0075	L 0076	M 0077	N 0078	O 0079	P 0080	
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	
Q 0081	R 0082	S 0083	T 0084	U 0085	V 0086	W 0087	X 0088	Y 0089	Z 0090							
Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z							
a 0097	b 0098	c 0099	d 0100	e 0101	f 0102	g 0103	h 0104	i 0105	j 0106	k 0107	l 0108	m 0109	n 0110	o 0111	p 0112	q 0113
a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	l	m	n	o	p	q
r 0114	s 0115	t 0116	u 0117	v 0118	w 0119	x 0120	y 0121	z 0122								
r	s	t	u	v	w	x	y	z								

Anexo 14. Tipografía Aaargh

2.4.4 Animaciones

Se observó que para especificar los ingredientes y medidas que serían requeridos en las preparaciones de las recetas, se iba a necesitar que aparecieran los nombres pertinentes a la ocasión, ya que existe la posibilidad de que la maicena sea confundida con harina de trigo, por solo mencionar un ejemplo. Más adelante se expondrán sólo los recursos necesarios para la elaboración de dichas animaciones.

2.5 Plataforma

Para llevar a cabo cualquier proyecto se debe escoger el medio por el cual se quiere distribuir el contenido; es por eso que para Yummy, dada la naturaleza de este tipo de vídeos, se utilizará un fanpage de Facebook. Este nos permite interactuar directamente con el contenido, pues el mismo portal facilita la reproducción de los productos audiovisuales, sin intervención de terceros.

La plataforma es conveniente para el desarrollo del proyecto porque, además, el contenido se puede distribuir con tan solo un “click”. Es decir, hay una

inmediatez en la difusión del material. Esto sin acotar que el usuario puede expresar un feedback con respecto al mismo, a través de los botones de “Compartir”, “Me gusta”, “Escribe un comentario...” y las más recientes opciones de “Reaccionar” ante la información, con emoticones que reflejan sorpresa, encanto e incluso disgusto.

2.5.1 Fanpage de Facebook

Definición de fanpage de Facebook, según el soporte web de Facebook:

“Las páginas ayudan a las empresas, marcas y organizaciones a compartir su historia y conectarse con el público. Al igual que los perfiles, las páginas se pueden personalizar publicando historias, organizando eventos, agregando aplicaciones, etc. Las personas que hayan indicado que les gusta tu página, así como sus amigos, podrán recibir actualizaciones en la sección de noticias.

Puedes crear y administrar una página desde tu cuenta personal.

Nota: Si quieres crear una página que represente a una empresa, una marca, una organización o un famoso, debes ser su representante oficial.”⁹

2.5.2 Site map

El mapa del sitio de un fanpage en Facebook está preestablecido por la red social de Facebook de una manera muy sencilla, la cual será explicada a continuación.

⁹ Facebook. (n.d.). *Servicios de ayuda*. Retrieved from <https://www.facebook.com/help/281592001947683>

Un fanpage de cara al usuario consta de una biografía, información, fotos, “me gusta”, vídeos y mensaje.

La “biografía” es el lugar en donde el fanpage, en este caso el de Yummmy, colocaría el contenido; es decir, los vídeos tutoriales de la elaboración de distintas recetas que los usuarios van a reproducir, compartir, comentar y presionar “me gusta” y sus variantes.

En la “información” de este fanpage se encontraría la descripción breve y larga del mismo, junto con su fecha de inicio.

En “vídeos” y “fotos” aparecería el contenido publicado.

Site map final:

Biografía

- Contenido (vídeos).

Información

Descripción breve.

Descripción larga.

Fecha de inicio.

Vídeos

- Todos los vídeos.

Fotos

- Todas las fotos.
 - Fotos publicadas en Yummmy.
 - Fotos.
 - Álbumes.

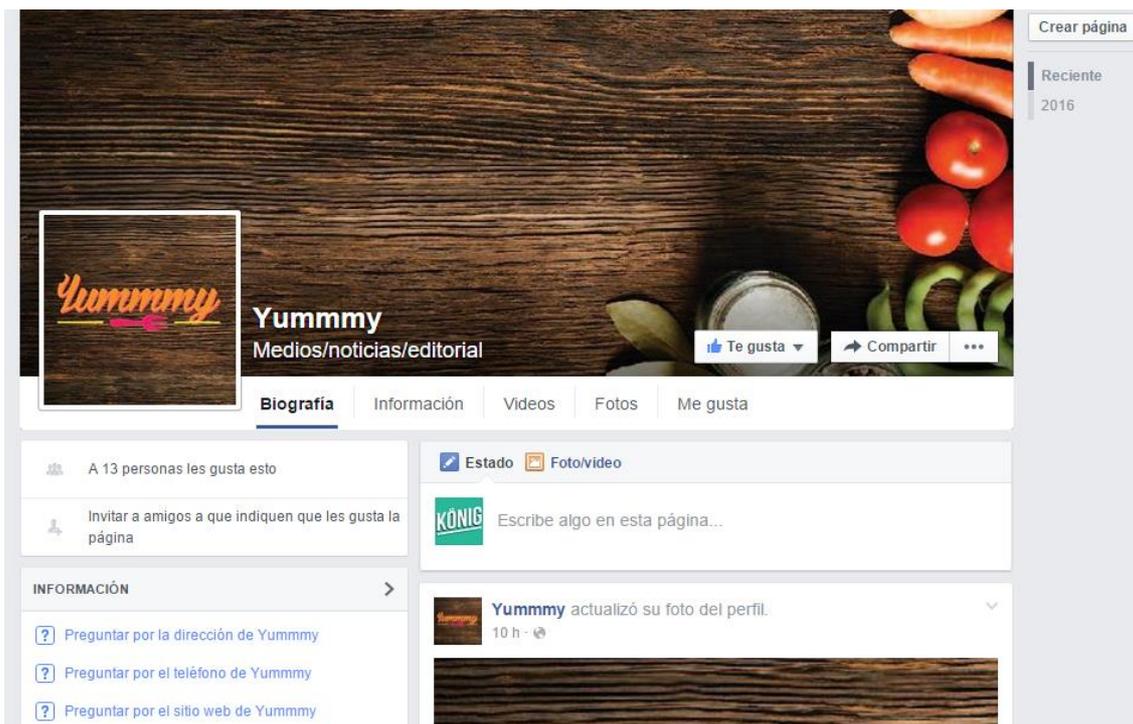
Me gusta

- Personas.

2.5.3. Planificación hipertextual del contenido

Simulación de navegación de cara al usuario:

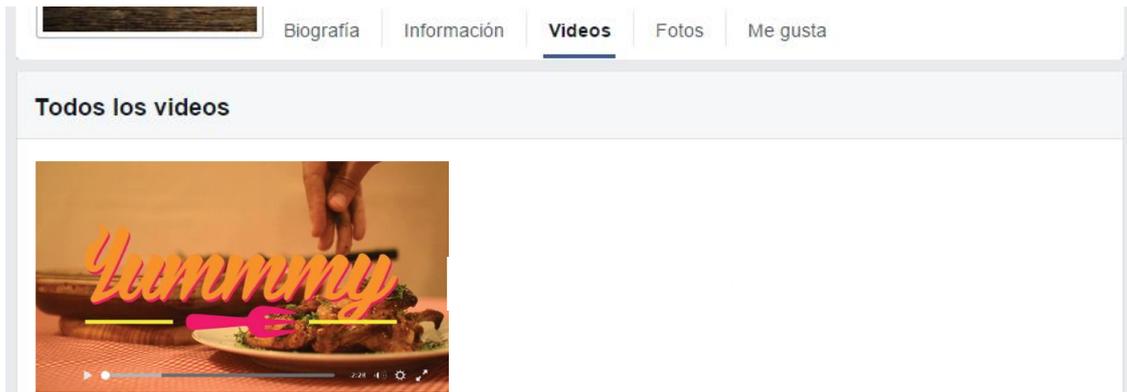
Cuando el usuario se encuentre en nuestro fanpage podrá observar a Yummy de la siguiente manera:



Anexo 15. Inicio del fanpage o pestaña de Biografía de Yummy en Facebook



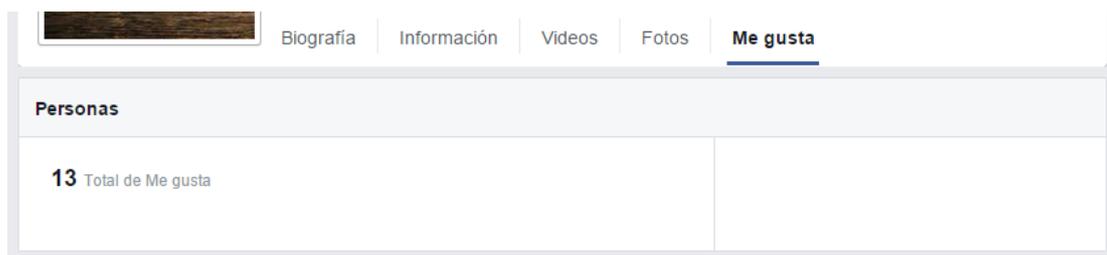
Anexo 16. Sección de Información de Yummy en Facebook



Anexo 17. Sección de Vídeos de Yummy en Facebook



Anexo 18. Visualización de la sección Fotos del fanpage de Yummy en Facebook



Anexo 19. Visualización de la sección de Me gusta del fanpage de Yummy en Facebook

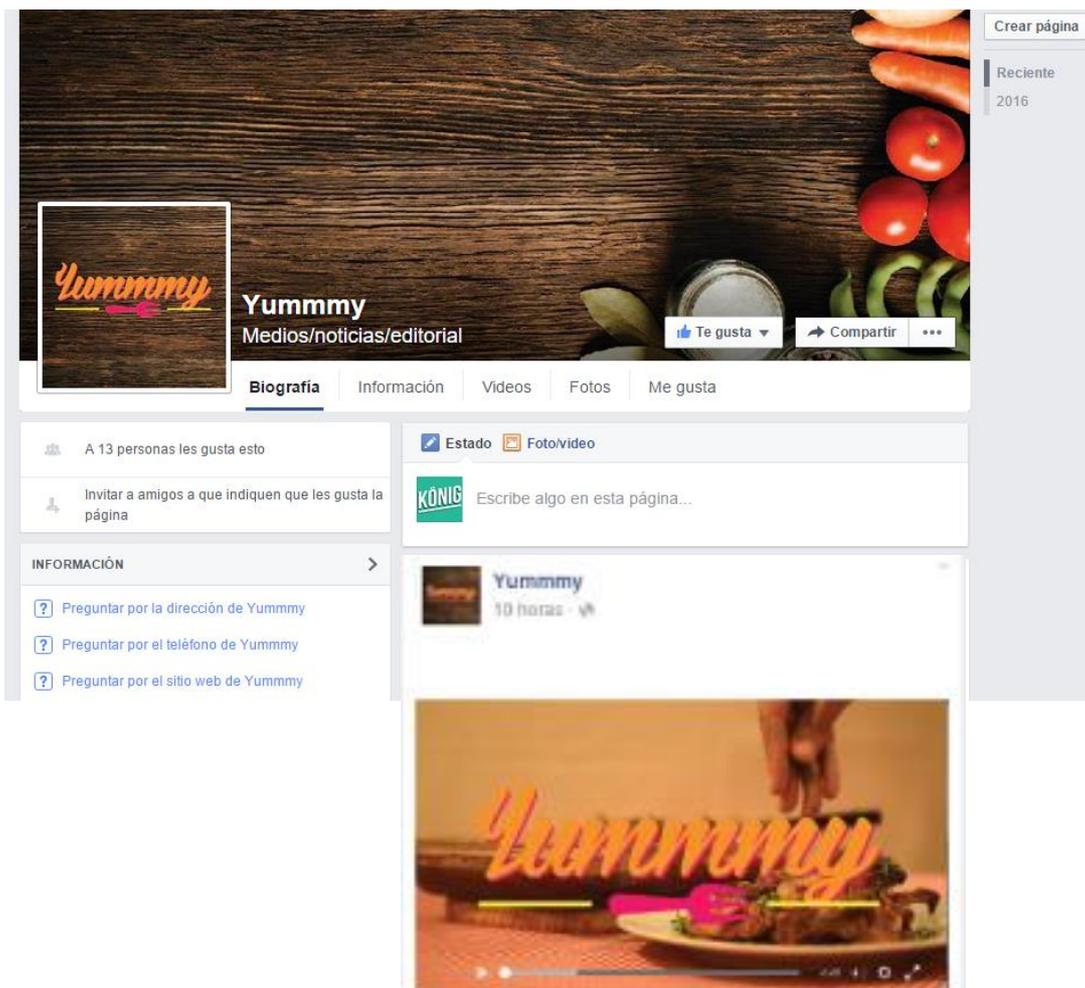
2.6. Maquetación

2.6.1 Multimedialidad

La visualización de los vídeos de Yummy se pueden reproducir de dos maneras, la primera es mediante la página de inicio del usuario y la segunda directamente desde el fanpage.



Anexo 20. Visualización de los vídeos de Yummy en la página de inicio del usuario



Anexo 21. Visualización de los vídeos directamente desde el fanpage de Yummy.

2.6.2 Interactividad

La interacción que puede recibir Yummy por parte de los usuarios está conformada por los botones de “Compartir”, “Me gusta”, “Escribe un comentario...” y las más opciones de “Reaccionar” ante la información, con emoticones que reflejan sorpresa, encanto e incluso disgusto por el contenido compartido.



Anexo 22. En el recuadro azul se muestran las opciones de interacción que presenta el fanpage de Yummy para con sus usuarios

CAPÍTULO III: Plan estratégico

3.1 Concepto del producto

Yummy, como se ha mencionado con anterioridad, quiere ser un fanpage en Facebook de tutoriales, con vídeos sobre preparaciones de platillos de una duración muy corta, inferior a dos (2) minutos. Por otra parte, se desea orientar el producto al mercado venezolano.

3.2 Target

Al ser manejado este proyecto a través de una red social, se infiere que el público que interactúa en ellas sea en su mayoría personas jóvenes, pues son quienes manejan mejor estas plataformas. No en vano existe el término “nativos digitales”, referido especialmente a la generación que nació en la reciente época de la tecnología y las telecomunicaciones.

El target de Yummy por género, edades y clase social estaría distribuido de la siguiente manera:

- Género: tanto hombres como mujeres se ven en la necesidad de cocinar.
- Edades: se quiere cubrir las edades comprendidas entre 23 a 35 años de edad.
- Clase social: media y media-alta.

3.3 Análisis DOFA

<p>Factores internos</p> <p>Factores externos</p>	<p>Debilidades (D)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bajo nivel de publicidad por ser un proyecto nuevo. • Bajo presupuesto. 	<p>Fortalezas (F)</p> <ul style="list-style-type: none"> • El proyecto está enfocado a un target venezolano joven (23-35 años). • Sigue un estilo de vídeos que está vigente. • El aspecto visual es atractivo.
<p>Oportunidades (O)</p> <ul style="list-style-type: none"> • No existe en el mercado venezolano un proyecto parecido o igual. 	<p>Estrategias DO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Buscar patrocinantes en el área de empresas de electrodomésticos, productos y utensilios de cocina, automercados y que puedan asociarse a este proyecto. • Implementar la publicidad por emplazamiento. 	<p>Estrategias FO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Producir vídeos con recetas de chef venezolanos y restaurantes reconocidos.
<p>Amenazas (A)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Economía del país 	<p>Estrategias DA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar mensualmente 	<p>Estrategias FA</p> <ul style="list-style-type: none"> • En las juntas mensuales conversar sobre la

inestable. • Escasez de alimentos. • Surgimiento de competencia.	juntas en donde se discutan las recetas a preparar y ver su viabilidad.	innovación del producto.
--	---	--------------------------

Tabla 1. Análisis DOFA

3.4 Sostenibilidad de Yummy (modelo de negocio)

Para la sostenibilidad de este proyecto en el tiempo, es necesario buscar patrocinio. Estos podrían brindar los ingredientes, artefactos y utensilios a la producción para la elaboración de las recetas.

Empresas consideradas para solicitar patrocinio:

- Empresas Polar.
- Nestlé Venezuela.
- Automercados Plaza's.
- Excelsior Gama.
- Oster.
- Beco.
- Tijerazo.
- Frigilux.
- Mabe.
- Electrolux.
- Hamilton Beach.
- Magefesa.
- Cuisinart.
- Pepsico.
- Coca-Cola FEMSA.
- Kraft.
- Kellog's.

3.5 Filosofía de gestión

3.5.1 Misión

Enseñarles a los venezolanos de clase media y media-alta, con una edad comprendida entre los 23 y 35 años de edad, a cocinar recetas apetitosas en vídeos tutoriales con una duración alrededor de los dos minutos o menos, e ingredientes que pueden conseguir en el mercado y son asequibles.

3.5.2 Visión

A través de estas producciones audiovisuales, queremos enseñar a las personas que, independientemente de la situación del país, siempre hay una manera diferente de presentar o preparar alimentos.

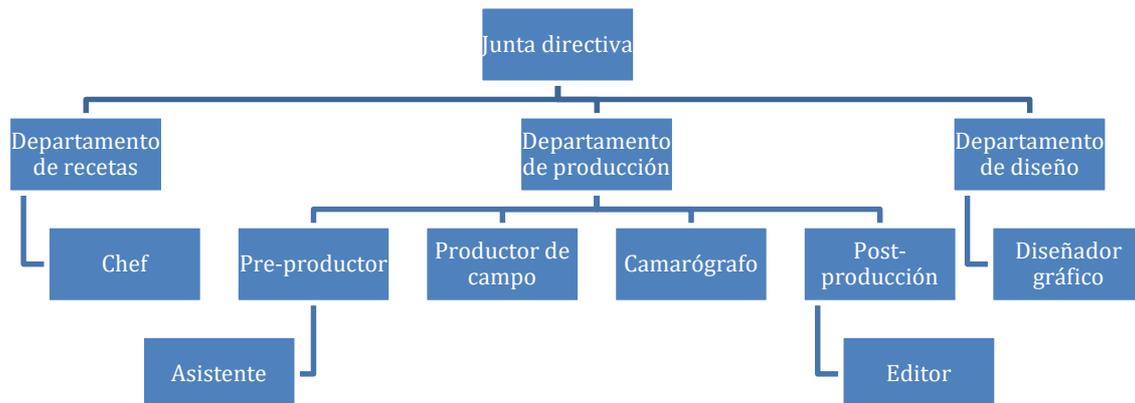
3.5.3 Valores

Los valores que envuelven a Yummmmy son:

- Disciplina.
- Perseverancia.
- Versatilidad.
- Adaptabilidad.
- Responsabilidad.
- Diversión.

3.6 Organigrama

En el siguiente anexo, se mostrará la estructura bien formada de cómo sería la organización para que este proyecto se dé de manera fluida y ordenada.



Anexo 23. Organigrama para el proyecto Yummy.

El departamento de recetas es el área que se encarga de la planificación de las recetas, es por ello que se cuenta con un chef quien tiene los conocimientos necesarios para realizar el planteamiento del contenido.

El departamento de producción es el equipo encargado de la pre-producción, producción (productor de campo), proceso de post-producción (editor) y responsable de grabar los vídeos (camarógrafo).

El departamento de diseño está conformado por un diseñador quien se encargará de realizar las piezas gráficas para el fanpage de Yummy.

3.7 Diagrama de Gantt

Debido a la necesidad de que este proyecto tenga una buena organización, se elaboró un diagrama de Gantt en el que se refleja, de manera resumida, los pasos a seguir para que Yummy se llevara a cabo.

Actividades	ENERO				FEBRERO				MARZO			
	SEMANAS											
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Conceptualización del proyecto												
Diseño gráfico (logo, paleta de colores, tipografías)												
Pre-producción												
Producción												
Post-producción												

Tabla 2. Diagrama de Gantt

CAPÍTULO IV: Pre-producción

4.1 Planteamiento estético

4.1.1 Corriente estética

En cuanto a la corriente estética que seguirán estos vídeos tutoriales, no es otra sino la misma que se utilizan en el material audiovisual de fanpages de Facebook, como lo son Tasty, Tastemade, Sabores de UPSOCL, Tip Hero y similares, pues la mayoría de estos constan de un estilo decorativo tipo loft debido a que es moderno, vanguardista y de alto nivel, así como también es un estilo que rememora a locales como los restaurantes y un ámbito doméstico¹⁰.

Por otra parte el aspecto técnico de estos vídeos consiste en posicionar la cámara en tomas mayormente de planos con ángulos cenitales, picado y normal como se puede observar en los vídeos de estos fanpages.¹¹

En cuanto al aspecto general de los vídeos de Yummy se seguirá la corriente tipo loft de los otros fanpages al utilizar la madera y cerámica, ya que una de las claves de este estilo es el contraste de materiales.¹² Con respecto a los colores de los platos, al tratarse de alimentos estos variarán por lo cual se necesita un fondo neutro que precisamente ofrece el estilo loft para resaltar lo que realmente interesa: la preparación de los platos.

¹⁰ Estilo Ambientación. (n.d.). *Estilo Ambientación*. Retrieved from <http://www.estiloambientacion.com.ar/estilos-loft.html>

¹¹ Tasty. (n.d.). *Fanpage de Facebook*. Retrieved from <https://www.facebook.com/buzzfeedtasty/?fref=ts>

¹² Decopasión. (n.d.). *Decopasión*. Retrieved from <http://www.decopasion.com/decoracion-loft>

Otro aspecto visual que cabe mencionar, es el estilo que los fanpages en Facebook ofrecen, este se determina de manera general por un estilo minimalista caracterizado por su extrema simpleza.¹³

4.2 Desglose de producción

4.2.1 Requerimientos logísticos

La logística de Yummmmy, demandó la elaboración de un cronograma y un plan de rodaje para un trabajo fluido; así como también equipos competentes, ingredientes, utilería, y requerimientos humanos y técnicos que serán señalados en los siguientes apartados.

4.2.2 Requerimientos humanos

En el capítulo anterior se colocó el organigrama necesario pensando en las verdaderas necesidades del proyecto, en caso de que se siguiera realizando. Pero para la elaboración de los vídeos piloto, se requirió del siguiente personal:

- Director: Gabriela López.
- Asistente: Andrea Prepo.
- Chef: Roger Prepo.

4.2.3 Requerimientos técnicos

Para la parte técnica se requirió de un softbox improvisado con una lámpara de tungsteno, ganchos de ropa, papel bond y teipe; asimismo se necesitó de los ingredientes demandados por cada receta preparada, utensilios de cocina, telas, cámara para grabar, lentes de 35mm y 18-105mm, trípode y papel contact con estampado de madera.

¹³ Estilo Ambientación. (n.d.). *Estilo Ambientación*. Retrieved from <http://www.estiloambientacion.com.ar/estilosminimalismo.html>

4.3 Recetas

4.3.1 Selección de recetas

Para la realización de este proyecto se contó aproximadamente un mes y una semana. Dado el tiempo, uno de los pasos para la producción del material audiovisual de Yummy, fue preparar en conjunto con el chef una lista de recetas que se adjunta a continuación:

- Hamburguesa venezolana con pico de gallo.
- Batata chips.
- Yuca frita.
- Aros de cebolla.
- Pie de limón.
- Donas de café, chocolate, frutos rojos y limón.
- Alitas de pollo.
- Jugos.
 - Patilla, fresa, limón y menta.
 - Mango, leche de coco y piña.
- Merengadas.
 - De pie de limón.
 - De galletas Katy.
 - De frutos rojos.
 - De CriCri.
- Bolitas de queso con salsa de papelón.
- Pan relleno con dip de queso y tocineta.

4.3.2 Recetas realizadas

De las 15 recetas pre-seleccionadas, solo se llegaron a realizar nueve (9).

4.3.3 Lista de materiales por recetas realizadas

4.3.3.1 Aros de cebolla

Maicena, sal, pimienta, cebolla, aceite, vinagre, bowls, un cuchillo, tabla de picar, pinzas, batidor, ramekines y un sartén.

4.3.3.2 Alitas de pollo

Alitas de pollo, mermelada de durazno, salsa inglesa, salsa de ajo, salsa de tomate, sal, pimienta, perejil, aceite, ramekines, sartén, pinzas, tabla de madera, platos, envase refractario para horno.

4.3.3.3 Donas

Harina de trigo, leche, levadura, azúcar, yemas, esencia de vainilla, sal, mantequilla, mermelada de fresa y mora, limón, chocolate, glucosa, azúcar pulverizada, leche evaporada, café, crema de leche, agua, azúcar, ramekines, aceite, sartén, mangas de repostería, papel absorbente, pinzas, espumadera.

4.3.3.4 Batata Chips

Batata, aceite, sal, papel absorbente, mandolina, pelador de papas, tabla de picar, sartén.

4.3.3.5 Jugo de patilla

Patilla, menta, limón, agua, fresa, licuadora, vaso, bowl.

4.3.3.6 Merengada de pie de limón

Galleta María, limón, helado de mantecado, leche, licuadora, vaso, ramekin, cuchara para helados.

4.3.3.7 Merengada de galleta Katy

Galleta Katy, helado de mantecado, leche, chocolate Bolero, licuadora, vaso, ramekin, cuchara para helados.

4.3.3.8 Merengada de frutos rojos

Mermelada de fresa y mora, helado de mantecado, leche, frutas para decorar, licuadora, vaso, cuchara, cuchara para helados, ramekin.

4.3.3.9 Merengada de CriCri

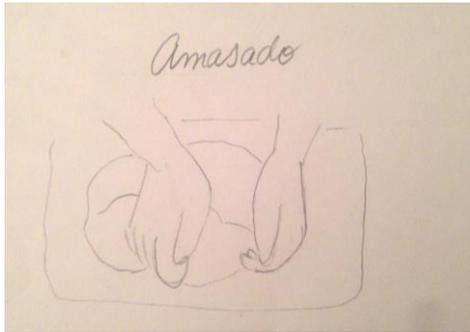
Chocolate CriCri, helado de mantecado, leche, ramekin, cuchara para helados, vaso, licuadora.

4.4 Locación

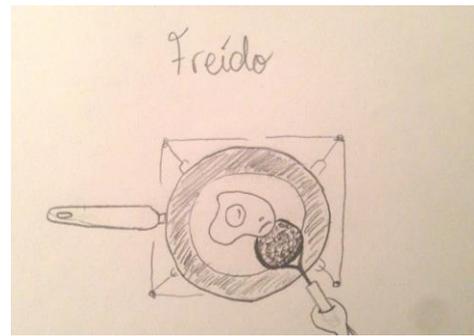
La locación ideal para realizar este proyecto era una cocina que contara con una buena mezcla entre iluminación natural y artificial, por lo que se escogió la cocina del chef Roger Prepo, ya que de este modo también él tendría todos los utensilios necesarios para la preparación y presentación de las recetas.

4.5 Storyboard

Debido a que estos vídeos presentan un mismo patrón de grabación (planos cenitales, picados y planos normales) se realizó un storyboard a mano con las tomas más recurrentes.



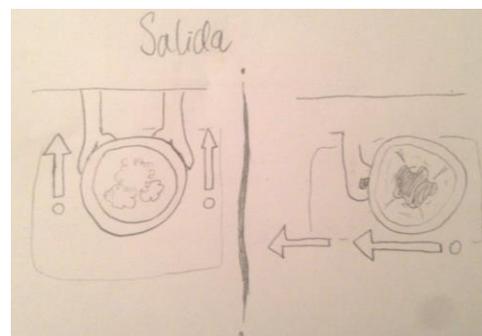
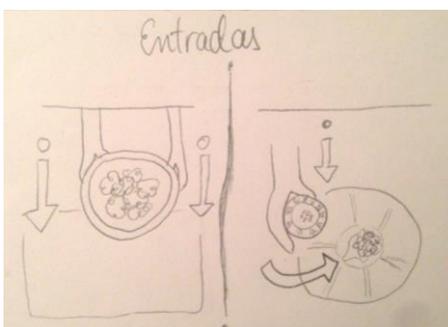
Anexo 24. Storyboard del amasado y cortado de los ingredientes



Anexo 25. Mezclado y freído de ingredientes



Anexo 26. Decorado y servido de las recetas



Anexo 27. Transiciones de entrada y salida

CAPÍTULO V: Producción

5.1 Cronograma

FEBRERO						
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
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
29	30					

Tabla 3. Cronograma correspondiente al mes de febrero

 Grabación	 Post-Producción*	 Búsqueda de requerimientos**
 Montaje de set	 Entrega final del proyecto	

MARZO						
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
	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	29	30	31			

Tabla 4. Cronograma correspondiente al mes de marzo

* En el bloque de post-producción cabe todo el proceso de edición, colorización, musicalización y animación.

** En la búsqueda de requerimientos se incluye el proceso de compra de ingredientes, utensilios y materiales de trabajo.

5.2 Plan de rodaje

FEBRERO	
FECHA	RECETA
14	Alitas de pollo.
21	Donas de café, chocolate, limón y frutos rojos.
28	Jugo de patilla, merengada de frutos rojos, merengada de Katy, merengada de CriCri, Batata Chips, aros de cebolla.

Tabla 5. Plan de rodaje correspondiente al mes de febrero

5.3 Informe de equipos

- Cámara Nikon D7000 con su cargador
- Lente AF-S Nikkor 35mm f/1.4 G
- Lente AF-S DX Nikkor 18-105mm f/3.5-5.6 G ED VR
- Trípode AX620B100 62" ProLine Aluminum Alloy Tripod and Ball Head
- Softbox improvisado con una lámpara con luz de tungsteno, papel bond, ganchos de ropa y teipe.

CAPÍTULO VI: Post-producción

6.1 Flujo de trabajo

El proceso de montaje de los vídeos consistió en hacer una selección del material a utilizar, realizar la edición de los mismos a través del cortado, pegado y aceleración de velocidad entre 150% y 1500%. Adicionalmente se requirió un proceso de colorización.

Además de lo descrito anteriormente, se realizó un proceso de búsqueda y elaboración de animaciones que informan sobre los ingredientes a necesitar para cada una de las preparaciones del fanpage. También se requirió de un proceso de musicalización en el que se seleccionaron las piezas que acompañarían los vídeos tutoriales.

6.2 Informe de recursos

- Sony Vaio I3 Vpcge30el con Windows 10
- 1 memoria Micro SD de 4GB
- 2 memorias Micro SD de 8GB
- Adobe After Effects CC
- Adobe Photoshop CC
- Adobe Illustrator CC
- Adobe Premier CC

6.3 Propuesta de musicalización

La musicalización para este proyecto dependerá de la receta que se esté elaborando en el vídeo tutorial, pero básicamente la selección de las piezas consistió en relacionar una canción con las preparaciones culinarias. En los siguientes apartados a continuación se procederá a especificar por recetas la pieza seleccionada.

6.3.1 Aros de Cebolla

Título: Not to cray

Artista: Huma-Huma

Album: YouTube Audiolibrary

Duración: 2:10

6.3.2 Alitas de pollo

Título: Santo Rico

Artista: Twin Musicom

Album: Youtube Audiolibrary

Duración: 3:03

6.3.3 Donas

Título: Life of Riley

Artista: Kevin MacLeod

Album: Youtube Audiolibrary

Duración: 3:55

6.3.4 Batata chips

Título: Snappy

Artista: Audionautix

Album: Youtube Audiolibrary

Duración: 0:50

6.3.5 Jugo de patilla

Título: Funkorama

Artista: Kevin MacLeod

Album: Youtube Audiolibrary

Duración: 3:21

6.3.6 Merengada de pie de limón

Título: Bike Rides

Artista: The Green Orbs

Album: YouTube Audiolibrary

Duración: 1:52

6.3.7 Merengada de galleta Katy

Título: Sunday plans

Artista: Silent Partner

Album: Youtube Audiolibrary

Duración: 2:50

6.3.8 Merengada de frutos rojos

Título: Breakdown take the lead

Artista: Kevin MacLeod

Album: Youtube Audiolibrary

Duración: 3:24

6.3.9 Merengada de CriCri

Título: Not to cray

Artista: Huma-Huma

Album: YouTube Audiolibrary

Duración: 2:10

6.4 Informe de corrección de color

La corrección de color de los vídeos para Yummy consistió en pequeños ajustes de luz, contraste y, valga la redundancia, de colores para darle uniformidad al producto final.

6.5 Informe de imagen gráfica y animación

Fue justo el uso del programa Adobe After Effects y de un vídeo tutorial que se encuentra alojado en YouTube para elaborar la animación de textos que iría en cada receta, especificando cantidad, pasos e ingredientes de las mismas.

Como se mencionó con anterioridad, para realizar la animación de escritos se tuvo la necesidad de buscar en YouTube un tutorial que enseñara una manera para lograr este objetivo. Es por esto que el canal de Nuva Productions fue utilizado con frecuencia para este fin, ya que este nos ofrece un vídeo llamado “Animación de Textos y capas Tutorial After Effects”¹⁴ el cual se ve reflejado en todos los vídeos de Yummy.

¹⁴ NuvaProductions [nuvaproductions]. (2014). *Animación de Textos y capas Tutorial After Effects* [Archivo de vídeo]. YouTube. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=ymRnRaEbwPA>

6.6 Presupuesto

6.6.1 Presupuesto estimado¹⁵

PRESUPUESTO		
UNIDAD	CONCEPTO	PRECIO
1	Batata	350
1 paquete	Sal	230
1 paquete	Pimienta	1.500
1.5 k	Limonos	1.800
1.5 k	Alitas de pollo	1.500
1 pote	Glucosa	4.000
2 k	Harina de trigo	1.000
1 paquete	Maicena	500
1 k	Cebolla	1.600
5 litros	Aceite	3.200
1 litro	Vinagre	360
3	Bowls	20.430
1	Juego de cuchillos	75.000
1	Tabla de picar grande	3.000
1	Tabla de picar redonda	3.500
1	Tabla de picar pequeña con asa	3.500
1 set	Ramekines	7.500
Set	Batidores de mano	7.800
Set	Sartenes	6.469
1	Pinza	4.880
1	Espumadera	6.550
1	Mermelada de durazno	700

¹⁵ El presupuesto estimado fue sacado durante el mes de marzo 2016, la información del mismo fue obtenida en mercados, diferentes tiendas de electrodomésticos, del hogar y telares de la ciudad de Caracas, así como también le fue consultada a personas que trabajan en las áreas que ahí aparecen. Dichos precios tienen incluido el I.V.A.

1	Salsa inglesa	300
1	Salsa de ajo	300
1	Salsa de tomate	600
1 ramo	Perejil	200
Set	Platos	350.000
Set	Envases refractarios	24.190
2 lt.	Leche	500
1	Levadura	500
2 k	Azúcar	200
1 Cartón	Huevos	3.000
1	Esencia de vainilla	600
1	Mantequilla	4.500
1	Mermelada de fresa	700
1	Mermelada de mora	700
3	Barras de chocolate negro	2.700
1	Azúcar pulverizada	500
Set	Mangas de repostería	3.900
1	Papel absorbente	1.200
½	Patilla	800
1	Mandolina de cocina	16.022
1	Pelador de papas	3.263
1	Menta	500
½	Fresa	1.800
1	Licuada	74.990
Set	Copas de vidrio	6.240
Set	Vasos de vidrio	18.000
1 paquete	Galleta María	400
2 potes	Helado de mantecado	1.400
1	Cuchara para helados	6.000
1 paquete	Galleta Katy	1.200
1 barra	Chocolate CriCri	600
1 paquete	Chocolate Bolero	750
7 metros	Telas	7.500

1	Kit de iluminación	350.000
1	Chef	40.000
1	Asistente de producción	50.000
1	Diseño gráfico (logo, paleta de colores, tipografía)	20.000
Día mayor de 6h - 4	Camarógrafo	160.000
4 h/d - 10 d	Editor	100.000
1	Productor	100.000
1 juego	Vajillas	28.000
1	Tabla de madera de 1m. x 1 m. base.	183.400
	TOTAL	1.720.074

Tabla 6. Presupuesto estimado

6.6.2 Presupuesto real

PRESUPUESTO		
UNIDAD	CONCEPTO	PRECIO
1	Batata	350
1.5 k	Limonos	1.800
1.5 k	Alitas de pollo	1.500
1 paquete	Maicena	500
1 k	Cebolla	1.600
2 litros	Aceite	1.600
1 litro	Vinagre	360
1	Salsa inglesa	300
1	Salsa de ajo	300
1	Mermelada de fresa	700
3	Barras de chocolate negro	2.700
½	Patilla	800
1	Menta	500

½	Fresa	1.800
1 paquete	Galleta María	400
2 potes	Helado de mantecado	1.400
1 paquete	Galleta Katy	1.200
1 barra	Chocolate CriCri	600
1 paquete	Chocolate Bolero	750
7 metros	Telas	7.500
1	Tabla de picar grande	3.000
1	Tabla de picar redonda	3.500
1	Tabla de picar pequeña con asa	3.500
TOTAL		36.660

Tabla 7. Presupuesto real

Se observa que el presupuesto estimado en comparación con el real presenta una diferencia de 1.683.414 Bs.F., esto debido a que varios de los ingredientes e implementos de cocina y personal no tuvieron costo alguno para la realización de este proyecto.

Conclusiones

Como resultado de este Proyecto Final de Carrera, que consistió en la creación del concepto, diseño y material audiovisual de un fanpage en Facebook llamado “Yummmmy”, se puede concluir que es un trabajo que primordialmente requiere de una excelente planificación para la elaboración fluida del mismo, es por ello que el cronograma jugó un papel fundamental para el desarrollo del proyecto debido a que se consiguió un personal calificado encargado desde el proceso de conceptualización gráfico, planificación de recetas y elaboración de las mismas hasta los procesos completos y descritos con anterioridad de pre-producción, producción y post-producción del proyecto.

Por otro lado, más allá de la parte técnica que requirió “Yummmmy” es importante resaltar que se pueden adaptar las “movidas”, como la de Tasty, Tastemade o fanpages de Facebook similares, a un contexto venezolano en donde, por ejemplo, se puedan preparar recetas deliciosas y tener el adicional de que los ingredientes a utilizar tienen existencia en el país.

Recomendaciones

Para futuras referencias este Proyecto Final de Carrera puede aportar un listado con una serie de recomendaciones a seguir:

- Se recomienda que una vez creado un cronograma de actividades éste sea llevado a cabo al pie de la letra, ya que el no cumplimiento estricto del mismo supondrá un retraso que puede postergar la fecha de entrega del producto final.
- Uno de los factores más importantes a tener en cuenta es el presupuesto, por lo que de seguir con el proyecto se recomendaría realizar reuniones constantes con la junta directiva para evaluar el mismo. Asimismo aunque el costo real fue relativamente bajo en comparación con el presupuesto estimado también se exhorta a hacer una búsqueda de patrocinantes.
- Para la obtención de un material audiovisual de óptimas calidades se sugiere que la producción cuente con una iluminación de estudio y no de luz natural, ya que las variaciones generadas por la misma afectan bastante el proceso de post-producción.
- En cuanto a la búsqueda de productos alimenticios se aconseja hacerla dependiendo de dos factores, uno de ellos es la durabilidad del mismo y el otro es la factibilidad de encontrar los ingredientes para la elaboración de las recetas.
- Antes de cada preparación de las recetas seleccionadas se recomienda tener a la mano siempre los pasos a seguir para la elaboración de la misma, ya que esta es la que ayudará a organizar las secuencias de acción de los vídeos.
- Por otra parte también cabe acotar que para que visualmente las preparaciones se vean apetitosas platicar con el chef encargado el momento de emplatado de los mismos para hacer los ajustes pertinentes.
- Se sugiere al menos un día de práctica con el chef para prepararlo en cuanto a las cosas que se deben o no hacer frente a la cámara, así

como también el momento de realizar las entradas o salidas de la misma.

- Cuidar estrictamente el aspecto físico de las manos de la persona encargada de elaborar las recetas es fundamental al momento de hacer las grabaciones, ya que un detalle como este puede ser la razón de pérdida del material audiovisual.

Referencias

- Azaf, B. V. (2016, Enero 18). *El Nacional*. Retrieved from http://www.el-nacional.com/economia/Venezuela-inflacion-encima-Sudan-Ucrania_0_776922378.html
- Decopasión. (n.d.). *Decopasión*. Retrieved from <http://www.decopasion.com/decoracion-loft>
- Estilo Ambientación. (n.d.). *Estilo Ambientación*. Retrieved from <http://www.estiloambientacion.com.ar/estilos-loft.html>
- Estilo Ambientación. (n.d.). *Estilo Ambientación*. Retrieved from <http://www.estiloambientacion.com.ar/estilosminimalismo.htm>
- Facebook. (n.d.). *Servicios de ayuda*. Retrieved from <https://www.facebook.com/help/281592001947683>
- Figueroa, S. (2013, Abril 10). *eldiario.es*. Retrieved from http://www.eldiario.es/turing/vienen-memes-Internet_0_120388616.html
- La Patilla. (2016, Enero 2016). *La Patilla*. Retrieved from <http://www.lapatilla.com/site/2016/01/23/entre-50-y-80-se-ubica-escasez-de-alimentos-en-venezuela/>
- Salud y Belleza. (2014, Octubre 1). *Salud y Belleza*. Retrieved from <http://blogs.uab.cat/saludybelleza/psicologia-del-color-en-los-alimentos-como-elige-nuestro-cerebro-los-alimentos-de-color-y-como-influyen-en-nuestra-alimentacion/>
- Tasty. (n.d.). *Fanpage de Facebook*. Retrieved from <https://www.facebook.com/buzzfeedtasty/?fref=ts>
- Wanders, T. (2009, Julio 28). *DaFont*. Retrieved from <http://www.dafont.com/es/aaargh.font>