



República Bolivariana De Venezuela

Universidad Monteávila

Facultad de Ciencias de la Comunicación e Información

Escuela de Comunicación Social

**AUDIOVISUAL DE MARIDAJE CON LOS VINOS BERTOLINI**

*Proyecto Final de Carrera*

*Producción Audiovisual- Marketing en Redes Sociales*

**Autores:**

Valerio Bertolini

CI-V 27.545.996

Erika Rodrigues

CI-V 27.246.649

**Coordinador:**

Prof. Vicente Corostola

**Caracas, Junio de 2022**

# ÍNDICE

Pág.

## Agradecimiento

### 1. Resumen

### 2. Presentación del Proyecto

### 3. Planteamiento del Problema u Oportunidad

### 4. Objetivos

4.1 Objetivo General

4.2 Objetivos Específicos

### 5. Justificación e Importancia del Proyecto

### 6. Modalidad

### 7. Marco Teórico

7.1 Importancia de los audiovisuales

7.2 Material fotográfico

7.3 Mundo del Meridaje

7.4 Historia Vinos Bertolini

7.5 Maridaje de vino y comida

7.6 Producción audiovisual

### 8. Manual de Producción

#### 8.1 Preproducción

8.1.1 Cronograma

8.1.2 Planteamiento Estético (influencia audiovisual)

8.1.4 Sinopsis

8.1.6 Personajes

8.1.7 Guión Técnico

8.1.8 Informe de diseño de producción

8.1.8.1 Escenografía

8.1.8.2 Vestuario

8.1.8.3 Estilismo

8.1.9 Escaleta

8.1.10 Guión de Montaje

8.1.11 Informe de Locaciones

**9. Producción**

9.1 Plan de Rodaje

9.2. Informe de Equipos

9.3 Hoja de Llamado

**10. Post Producción**

10.1 Flujo de Trabajo

10.2 Informe de Recursos

10.3 Propuesta de Musicalización

10.4 Presupuesto

**11. Estadística de Video**

**12. Conclusión**

**13. Recomendaciones**

**14. Referencia**

**15. Anexos**

## **Agradecimientos**

Nuestra tesis principalmente se la dedicamos a Dios, por ser nuestro inspirador, protector y darnos la entereza en todo este hermoso proceso, para obtener uno de los anhelos más deseados por nosotros.

A nuestros padres, por su amor, apoyo y sacrificio en todos estos años, gracias a ellos hemos logrado llegar y vivir este momento y convertirnos en lo que somos.

todas las personas que nos han apoyado y han hecho que el trabajo se haya desarrollado con éxito.

Agradecemos a nuestra amada Universidad MonteÁvila, a sus respetados docentes de la facultad de Comunicación Social, por haber compartido sus conocimientos a lo largo de la preparación de nuestra profesión, de manera muy especial y con mucha ética.

A nuestro tutor de la tesis Vicente Corostola por darnos tanto apoyo y dirección en la realización de este proyecto.

## **1. Resumen**

La idea de elaborar los videos de maridaje con vinos, surgió por la pasión de los creadores de la tesis hacia los audiovisuales, los vinos Bertolini y la comunicación social de la era digital. También los impulso el trabajo profesional en la marca familiar Vinos Bertolini en el área de marketing en redes sociales desde 2020. Se contaba con muchos recursos para crear un gran tema como los es el Maridaje de Vino, que muchos aficionados del vino desconocen sobre el tema.

Se creó un material audiovisual con un contenido de valor para los amantes del vino y la gastronomía, diseñado especialmente para las redes sociales. Son videos cortos de un minuto de duración, donde la audiencia aprende sobre maridaje, se informa sobre los restaurantes y en donde pueden encontrar los Vinos Bertolini.

Lo interesante de este trabajo es que el material audiovisual, es para ser utilizado profesionalmente en una empresa activa en el ramo vinícola y los resultados de efectividad son palpables en la plataforma digital de Instagram en la cuenta oficial del vino Bertolini @bertoliniwine. Es un reto profesional lograr el impacto de los audiovisuales consiga que en los primeros segundos de su publicación capten la atención de la audiencia.

## **2. Presentación del Proyecto**

El marketing en redes sociales es hoy en día una parte integral de la vida comercial de muchos minoristas y empresas online, especialmente las que se ubican en el sector de bienes de consumo; la mayoría de las empresas tienen al menos un perfil social, lo que ha originado el rápido aumento de redes sociales en los últimos años. De acuerdo a We Are Social (2021) muestra que el número de usuarios de Internet ha crecido un 7,3% durante el año 2021 en

comparación con la cifra del año 2020. Esto significa que aproximadamente el 60% de las personas de todo el mundo cuentan ya con acceso a Internet. Ahora bien, lo importante en este particular es que las empresas encuentren las plataformas más relevantes y llenarlas con contenido interesante.

Adicionalmente, la producción audiovisual actualmente es un pilar fundamental para el marketing digital, pero para que sea acertada y exitosa debe estar subordinada al objetivo que se busca y a mucho estudio e investigación sobre la plataforma digital seleccionada para publicar el contenido audiovisual, estudiando la audiencia, la marca y el tema.

Ahora bien, el presente proyecto audiovisual está diseñado especialmente para el marketing en redes sociales; este incluye videos de corta duración con temas modernos que logren impactar en el consumidor final. El proyecto está dirigido al sector de vinos, especialmente a la marca de vinos italianos Bertolini; este ofrece un “*Maridaje de Vinos*”, entendiéndose este según lo expuesto por Un buen vino (2020) como “ el proceso de combinar alimentos con vino, es decir, seleccionar el vino que mejor se ajuste a las características orgánicas del alimento, para potenciar todos sus matices”

Con respecto a lo mencionado, el material audiovisual estará principalmente creado y producido para ser difundido como promoción de la marca de vinos Bertolini, en dicho material se presentará contenido publicitario en formato de videos de un minuto de duración, captando la elaboración de deliciosos platillos italianos en la cocina de restaurantes aliados de la marca Bertolini, para representar la perfecta combinación para maridar las variedades de vinos Bertolini.

La difusión del material audiovisual se realizará a través de la cuenta oficial de la red social Instagram; ya que este es el medio digital utilizado por la marca para desarrollar sus campañas de marketing y ventas. Es importante destacar que la marca Bertolini y su fundadora Michelle Bertolini cuentan con miles de seguidores en sus cuentas de Instagram, dichas cuentas son:

@bertoliniwine y @michbertolini. Contar con una gran audiencia en este medio digital es beneficioso para medir los resultados en cuanto a la efectividad del trabajo audiovisual presentado.

En definitiva, el proyecto da a conocer de forma clara y detallada todas las fases de la producción audiovisual; es decir, se inicia con la preproducción, posteriormente la producción o rodaje y por último la postproducción, donde se incluyen diferentes estrategias a fin de cautivar, aumentar el alcance en la audiencia de la red social Instagram y lograr un impacto importante en la audiencia donde será publicado el material audiovisual.

### **3. Planteamiento del Problema u Oportunidad**

En la actualidad se está expuesto constantemente a la comunicación audiovisual, ésta se ha involucrado significativamente en la vida cotidiana de las personas. Se evidencia desde el momento en que se enciende el celular y se comienzan a visualizar videos y fotografías en las diferentes redes sociales.

Hay que mencionar que se está en la era del contenido visual; y es que aunque el texto tiene gran importancia, este debe presentarse de manera atractiva y complementado con un contenido audiovisual; ya que cada hoy en día hay personas que han perdido el interés en la lectura; conforme a lo expuesto por Bermúdez (2022) se afirma que “El 40% de las personas tiene una buena respuesta ante el contenido visual que a la información por texto”. Por lo que se debe presentar información audiovisual para que estas puedan comprender con mayor rapidez y sin ningún tipo de dificultad.

El comunicador social de la actualidad tiene un reto y es el narrar historias a través de imágenes en el mundo digital, por consiguiente, los profesionales tienen la necesidad de capacitarse y adaptarse a las diversas plataformas sociales; para poder difundir la información

correcta y precisa, generando sensaciones emotivas y sin perder el objetivo del mensaje.

Actualmente el contenido audiovisual es el que contiene las mejores estrategias para transmitir información en las redes sociales, a través del formato de videos de corta duración, estos permiten conseguir y mantener el interés de la audiencia hasta el final. Existen estudios que afirman que las personas recuerdan, de acuerdo a Neuromarketing (2018) el 80% de lo que ven y un 20% de lo que leen. Por lo tanto, el contenido audiovisual es una pieza clave en las estrategias de marketing en las redes sociales, ya que se obtienen grandes logros como: la presencia de mayor audiencia en sus perfiles, interacción y posicionamiento de la marca.

Bajo esta premisa es un reto profesional para los autores de la presente tesis de grado, de crear y producir contenido audiovisual en formato de videos de corta duración, que sean atractivos y con contenido de valor para una exigente audiencia, enfocado a los gustos y necesidades de la misma, para alcanzar de esta manera los objetivos establecidos por la marca, especialmente la de vinos Bertolini.

Cabe señalar, que la marca de vinos Bertolini tiene tres tipos de variedades producidas en Italia, denominadas: Prosecco, Merlot y Pinot Grigio. La marca se ha posicionando velozmente en el mercado y cuenta con una gran audiencia en las principales redes sociales, esto se ha logrado gracias a la calidad del producto y al equipo de marketing conformado por los autores de la presente tesis de grado.

El tema seleccionado para el material audiovisual se refiere al “*Maridaje con los vinos Bertolini*”. Es un tema considerado con gran contenido de valor, ya que el venezolano común ha aprendido a degustar vinos desde las últimas dos décadas, mejorando y creciendo en su afición y con más conocimiento sobre el tema. Sin embargo, existe mucho desconocimiento en cuanto al maridaje, conllevando a cometer errores en su combinación con la gastronomía, desperdiciando de esta manera las sensaciones placenteras en el paladar, que incitan al disfrute de una buena comida con un excelente vino, siendo esto no solo para expertos sino también



para los paladares de los aficionados.

Los conocedores de vinos siempre tienen interés de aprender sobre el mundo vinícola, ya que degustar, saber sobre vinos y su maridaje genera estatus, clase y cultura. En estos tiempos consumir vino se ha convertido en algo muy de moda, popular y preferido mayormente en el círculo social de las mujeres. El tema escogido es muy acertado y poco común, lo cual hace pensar que existan grandes probabilidades de que el material audiovisual tenga gran impacto desde el reconocimiento y la asertividad de los consumidores finales.

## **4. Objetivos**

### **4.1 Objetivo General**

Diseñar material audiovisual en formato de videos de corta duración, enfocado en el maridaje de Vinos de la marca Bertolini para ser publicado en la red social Instagram.

### **4.2 Objetivos específicos**

- Crear y producir seis videos de un minuto de duración, presentando la elaboración de platos italianos ideales para maridar con los vinos Bertolini.
- Facilitar conocimientos generales sobre las fases, elementos y estrategias para la creación y producción de material audiovisual en formato de videos de corta duración, enfocados al marketing digital en las redes sociales de la marca Vinos Bertolini.
- Brindar conocimientos básicos sobre el tema del Maridaje
- Identificar el proceso de como maridar con las variedades de los Vinos Bertolini Prosecco, Merlot y Pinot Grigio.
- Presentar la producción audiovisual en la cuenta oficial en Instagram de bertoliniwine en colaboración con michbertolini, que es la plataforma digital más importantes para generar visibilidad, conocimiento de la marca y originar ventas.

## **5. Justificación e Importancia del Proyecto**

La principal justificación para la creación de este proyecto de tesis de grado, es que actualmente la comunicación social apunta hacia lo digital y audiovisual, por lo que el nuevo comunicador social está obligado a establecer estrategias de comunicación, así como también la necesidad de especializarse como profesionales en este ámbito y dominar las diferentes plataformas digitales para conocer las empresas y tener conocimiento de lo que demandan los consumidores o las diferentes audiencias.

Por lo tanto, el objetivo es convertirse en comunicadores audiovisuales. En épocas anteriores sin el auge tecnológico el trabajo del comunicador social era local, pero ahora es globalizado e inclinándose al trabajo audiovisual en redes sociales, donde se debe ser sumamente creativo para producir contenido audiovisual de valor para que genere impacto y conexión con una audiencia, que puede ser de millones de personas dependiendo de la red. Se necesita transmitir de forma eficiente el mensaje, para así lograr el objetivo deseado.

El presente proyecto es significativo como profesionales de la comunicación social de la era digital; ya que como autores de esta tesis de grado se presenta una amplia experiencia laboral en esta área, pues se trabaja para el crecimiento de la marca Bertolini en las redes sociales, creando constantemente contenido de valor audiovisual. Para los desarrolladores del proyecto se considera un reto crear el presente contenido audiovisual con un tema tan interesante como lo es el maridaje de vinos, donde se aplicaran los conocimientos universitarios adquiridos y así conseguir destacarse en la transmisión de un contenido de valor a través de la creación de este material audiovisual, logrando gran impacto en la audiencia de la marca.

Existe gran motivación por parte de los desarrolladores de la presente tesis, ya que este proyecto podría presentarse como antecedente para futuros presentadores de tesis de grado, porque no es meramente teórica, sino que se está trabajando en un proyecto real dirigido al marketing de la marca Bertolini, donde quedará constancia permanente del rendimiento de este

material audiovisual, en la cuenta oficial de Instagram de la marca bertoliniwine.

## **6. Modalidad**

El Proyecto de producción se establecerá de la siguiente forma:

- **Audiovisual:** Creación y producción de seis videos de dos minutos, tomando en consideración desde los aspectos financieros, técnicos y logísticos, cumpliendo con la ejecución de las diferentes fases: planificación (preproducción), ejecución (producción), montaje y edición (post producción).
- La producción de estos videos serán especialmente diseñados y dirigidos a la audiencia de la red social Instagram, como marketing digital de la cuenta oficial de la marca vinos Bertolini @bertoliniwine
- Se realizarán mediciones en cuanto al impacto que ha producido los videos en la audiencia de Instagram mostrando las estadísticas de la plataforma por cada publicación.

## **7- Marco Teórico**

### **7.1 Importancia de los audiovisuales en redes sociales**

Las redes sociales son parte clave de la sociedad actual y un canal de comunicación insustituible para alcanzar con inmediatez una audiencia de miles y en muchos casos de millones de personas. Los potenciales clientes de la era digital han dejado de ser simplemente individuos pasivos y se han convertido en sujetos que exigen constante novedad y creatividad para llamar su atención. Unos de los formatos audiovisuales con más éxito en las redes sociales son los videos. Millones de personas son fanáticas o adictas a la reproducción diaria de videos en las diferentes plataformas digitales, como TikTok, Instagram, Facebook, YouTube, entre otras; por lo tanto, son suficientes las razones para utilizar este formato audiovisual como estrategia de marketing, en las diferentes redes sociales para lograr los objetivos establecidos en beneficio de la marca.

Existe actualmente mucha competitividad en el ámbito digital, donde las marcas tienen un gran desafío y es el captar el interés, logrando el mayor alcance de audiencia con sus propuestas audiovisuales. Los usuarios digitales cada día son más exigentes y desean absorber la información de una manera rápida, precisa y muy creativa, por tal razón, los videos se han convertido en la herramienta más eficaz para transmitir y compartir contenido de valor logrando grandes beneficios para las marcas.

Para garantizar los resultados esperados que beneficien la imagen de la marca, es fundamental contar con expertos en redes sociales, que cuenten con conocimientos del comportamiento de los algoritmos que controlan las diferentes plataformas y de allí, partir para poder crear el contenido que funcione para determinada red social. En el caso de Instagram que es la plataforma principalmente utilizada por la marca Vinos Bertolini para su marketing, el algoritmo les da mayor visibilidad y alcance a los videos en formato de reels o publicación de video, dando la posibilidad de que miles de cuentas que no te siguen te descubran.

Existen múltiples ventajas en la creación de audiovisuales para las redes sociales y más en el formato de video, que además de asegurar mayor visibilidad nos proporciona el reconocimiento de la marca. Dependiendo del ingenio de creador, el video podría convertirse en un contenido viral, logrando un alcance de cientos de miles de usuarios. El formato de video tiene un mayor enganche en los consumidores de contenido, por lo tanto, ha cobrado un gran impulso como parte de las estrategias de marketing digital de las marcas.

Con el contenido audiovisual en las redes sociales, despertamos emociones en los usuarios, sintiéndose identificados y creando una interesante interacción a tiempo real. El cerebro humano percibe la información visual de una manera más rápida y la graba en su subconsciente. El público vive el contenido audiovisual, interpretándolo con rapidez gracias a las imágenes y sonidos, para luego interactuar a través de comentarios y likes.

La interacción es muy importante y beneficiosa para las empresas desde todo punto de vista, porque de esta manera se conocen rápidamente la opinión de la audiencia y de sus clientes sobre el producto, obligando a modificaciones puntuales o estructurales en caso que sean necesarias y por otro lado el algoritmo de Instagram percibe señales de interés en la audiencia y proporciona mayor visibilidad al video a diferentes públicos.

Actualmente para las marcas es más importante la promoción a través de las diferentes plataformas digitales y se han percatado que los videos generan más confianza del producto en los usuarios y ahí está el arte de comunicador social, que es el transmitir credibilidad con su propuesta audiovisual. Maribel Dato, directora de ventas para Latinoamerica de Getty Images, empresa líder mundial en contenido audiovisual, nos expone algunas razones que explican la efectividad del video:

- Aumenta el conocimiento de la marca: las diferentes plataformas en las redes sociales pueden dar a conocer las marcas, contenidos y productos ante un nuevo público que no sigues y que no te siguen.
- Impulsa conexiones más auténticas: Las redes sociales te dan acceso a interactuar de forma directa y espontanea con consumidores y clientes potenciales a un nivel muy personal.
- Incrementa las ventas: el marketing en las redes sociales beneficia de una manera significativa y única a las campañas de productos: ofertas, testimonios de los consumidores. A tal efecto, la incorporación de videos impulsa y aumenta la disposición de los usuarios a interactuar sobre el contenido relacionando directamente al producto.

Es indispensable, que toda marca dentro de su estrategia de mercado en las redes sociales contemple la elaboración de videos, dado a que son fundamentales para lograr el éxito deseado. El video es el rey de los contenidos en las redes sociales y están vinculados a la experiencia de

sensaciones positivas en la audiencia, reaccionando inmediatamente con una asociación directa con la marca y por ende, a la compra del producto. La combinación de imágenes y sonidos nos vinculan a esas sensaciones que no se logran con otros tipos de contenido estáticos.

La evolución constante de las redes sociales exige a los creadores de contenido de una marca, el utilizar principalmente la herramienta de videos como una estrategia fundamental en el plan de posicionamiento y venta. Existe actualmente una gran competencia entre los desarrolladores de contenido digital, en cuanto a crear y obtener el material audiovisual más competitivo, seductor y novedoso.

Crear contenidos con vídeos de calidad diseñados para las redes sociales, supone una inversión en tiempo, esfuerzo y dinero, pero realizarlo merece la pena, por el retorno de la inversión en cuanto a los grandes beneficios y reconocimientos inmediatos de la marca. Antes de crear un contenido audiovisual se deben tener en consideración algunas eficientes estrategias para lograr los objetivos deseados:

Se debe estudiar la audiencia de la marca al igual que el tema, para poder crear el contenido adecuado que cumplan con los intereses de ambas partes, marca y audiencia. Primeramente, hay que definir los objetivos de la empresa en la plataforma digital escogida para el marketing, sabiendo específicamente que se quiere lograr con cada publicación, como lo puede ser, el posicionamiento en la plataforma, ventas, fidelidad, interacciones, crear una comunidad activa, conseguir nuevos clientes, entre otras.

Una de la peculiaridad de los videos y en especial en Instagram, es que se ha puesto de moda humanizar las marcas, es un método muy eficiente y cada vez aumentando su aceptación. Esto permite al usuario el tener conocimiento de la marca mediante todas sus perspectivas, mostrando a la audiencia una visión más autentica y real de las cosas. A los usuarios les fascina el famoso detrás de cámaras o behind the scenes en inglés, donde los sensibiliza y les crea

intimidad con la marca. El ingenio creativo y la sorpresa para trabajar esta humanización, es clave para el éxito del audiovisual.

Es de vital importancia, el definir un contenido eficaz que será dirigido a un determinado nicho en la red social. No existe un secreto o misterio para crearlo, porque el contenido adecuado y eficiente es inconfundible. Todo está en el ingenio, inventiva y la óptica del creador de contenido, cuidando la calidad del video, que se muestre la marca adecuadamente, que el argumento este enfocado a los intereses preestablecidos, que este bien elaborado y segmentado. Mientras más se investigue sobre el tema del audiovisual, se podrá lograr crear un buen y adecuado contenido. En el caso de esta tesis se tuvo que investigar muchísimo sobre maridaje y vinos.

El contenido visual tiene que ser llamativo, capaz de impactar en los primeros segundos para lograr la atención del usuario y reproduzca el video hasta el final. De esta manera, se crean emociones en la audiencia que está deseosa de búsqueda de información, datos, enlaces, creando el famoso “engagement” potenciando todos los resultados generales.

## **7.2 Material fotográfico**

No se le puede quitar el valor total a las imágenes, las fotos, las infografías y al material gráfico; pero los usuarios de las redes sociales de hoy en día quieren más, no se conforman con los mismo, están afanosos por la novedad, quieren visualizar imágenes en movimiento y leer menos, necesitan encontrar lo que se buscan velozmente, hallar algo que les emocione, que les haga pensar, que les cuente historias y esto se logra ofreciendo un buen mix o combinación de fotografías y videos en el feed de la cuenta oficial de la marca en Instagram, mostrando coherencia, expresando valores que consigan impactar a los usuarios y para conseguir ponerlos en acción.

Aun así, las imágenes en movimiento logran mejores resultados en cuanto a la atención de la audiencia, promoción y ventas que al subir una foto estática, debido a que el audiovisual en formato de video corto genera más sentimientos y una interacción más profunda.

### **7.3 Mundo de los maridajes**

Hoy en día la idea de maridar diferentes tipos de vinos y comidas nos resulta tan natural que realmente no pensamos en el por qué lo hacemos. Inconscientemente cuando salimos a comer hacemos nuestro propio maridaje, así no sea la mejor decisión ante los ojos de un enólogo o desde el punto de vista gastronómico. El maridaje como terminología es relativamente nueva y un poco desconocida, pero se está popularizando convirtiéndose en un arte el lograr los mejores maridajes de vino y comida.

Los italianos marcaron tendencia en este ámbito, ya que rara vez comían o comen sin beber vino, por lo tanto, convirtieron en una práctica común crear vinos para maridar con comidas. El vino en Europa en todos sus tiempos se ha considerado un alimento básico y hay muy poca evidencia que sugiera que la gente pensaba en maridaje en tiempos remotos, antiguos o modernos en tiempos de guerra y pobreza, simplemente bebían su vino sin importar que iban a consumir de comida. La idea del maridaje de vinos como se conoce actualmente ha tenido evolución a partir del hecho de que existe más acceso a los alimentos y a las diferentes variedades de vinos.

La finalidad del maridaje es brindar al paladar sensaciones agradables que inviten a disfrutar y a complacerse de una comida con un buen vino. Este proceso es practicado frecuentemente entre los profesionales de la enología y la gastronomía, pero también se ha puesto de moda entre los paladares aficionados.

El maridaje va más allá de la tradicional norma de acompañar las carnes con tinto y los pescados con vino blanco. Con las nuevas variedades de uvas, el proceso del maridaje se ha enriquecido enormemente haciendo combinaciones atípicas.

Hay que tener presente la norma general que dictamina para maridar, de no servir nunca un vino con mayor cuerpo antecediendo a uno más ligero. Si no se cumple esta norma, el segundo



vino tendrá un sabor un poco insípido. Esta dinámica también funciona con la gastronomía en cuanto al orden de los platos, que tendrían que ser de acuerdo a su intensidad.

El cuerpo del vino debe ser proporcionado a la estructura del plato: un vino no debe dominar al plato que acompaña, pero tampoco debe perderse tras un bocado. La combinación de vino y comida es un arte y cada plato tiene su acompañante ideal, capaz de potenciar sus aromas y sabores en un perfecto equilibrio.

Esta tesis de grado se rige por un maridaje italiano, ya que el origen de los vinos Bertolini es de Italia, son vinos típicos de los regios de Friuli-Venezia-Giulia. La Asociación Italiana de Sumilleres ha desarrollado y compartido un método analítico completo para determinar qué vinos acompañar a los platos. Este enfoque se basa en criterios de concordancia y contraste, que permiten equilibrar mejor las sensaciones que dan la comida y el vino, para crear una armonía ideal.

Los sabores dulces se combinan por concordancia: una comida dulce se debe combinar con un vino dulce. Por lo tanto, no es correcto llevar vinos espumosos como el Prosecco Bertolini con cierta acidez y extra seco para acompañar el postre al final de la comida, dejaría con la azúcar y su acidez un sabor amargo.

#### **7.4 Maridaje con los vinos Bertolini: Prosecco, Pinot Grigio y Merlot**

Es Prosecco es un vino espumante muy apreciado y reconocido mundialmente como el rey de los aperitivos, pero su versatilidad hace que se pueda maridar con muchos primeros y segundos platos de comida. El Prosecco Bertolini tiene la certificación de Denominación de Origen Controlada (DOC) que es elaborado en la región del Friuli Venezia Giulia en el norte de Italia.

El Prosecco Bertolini DOC es un espumante extra seco, con aromas afrutados que envuelve el paladar con una sutil burbuja, que, combinada con la frescura y su sabor, hacen que el sorbo sea atractivo. Es un vino ideal para aperitivos como canapés, verduras rebozadas, bruschetta,

mariscos, entre otros. Igualmente, para los primeros platos y para ciertos segundos, siempre y cuando, sean delicados en su sabor, principalmente a base de verduras, pescados y mariscos. También perfecto con quesos y con ricotta, especialmente combinado con un pastel rústico de verduras o comer calabacines y berenjenas. ¿Y para los embutidos? Podría sembrar una polémica, dado que siempre se piensa en un tinto cuando se habla de embutidos, un Prosecco amargo extra seco, también va bien con mortadela o prosciutto cotto, no con salami o embutidos picantes. Es excelente con ensaladas de mariscos, la caprese con mozzarella, tomate y albahaca. Con pastas y risottos de verduras o pescados.

En la propuesta audiovisual en formato de video corto, para el maridaje con el Prosecco Bertolini en restaurantes aliados de la marca, se seleccionaron del menú diferentes platos que podrían ser un adecuado acompañamiento de este vino. Restaurante Bar Carlota en el Hatillo: se escogió un aperitivo llamado “Trio de Bruschetta” una con tomate, mozzarella y albahaca, otra de hongos con queso y el último prosciutto cotto y mozzarella. Es una elección fresca y muy acertada porque la acidez y sequedad del Prosecco realzo los sabores de las verduras, el queso y el prosciutto sin opacar al plato.

El segundo video fue grabado en el restaurant Alazan y nos ofrecieron, para maridar con nuestro delicioso Prosecco Bertolini unos camarones a la vizcaína. La versatilidad del Prosecco hace que podamos maridarlo con algunos primeros platos y es excelente cuando son de pescados y mariscos. Con sus delicadas burbujas nos brindan sensaciones placenteras que nos invita a disfrutar de este excelente platillo.

El Pinot Grigio es una celebridad en las mesas de medio mundo, convirtiéndose en el vino blanco más solicitado por restaurantes. En Italia es ampliamente cultivado, con una producción en masa de absoluta importancia, en Friuli, Trentino y Veneto. Su color es cobrizo, son frescos, afrutados, fragantes y bien estructurados.

El Pinot Grigio Bertolini es producido en la región de Friuli-Venezia-Giulia su bouquet es afrutado con toques de pera, hierbas aromáticas, flores silvestres y piel de limón, enriquecido con aromas de heno y almendras tostadas. Su gusto es suave y bien equilibrado, fresco y sabor con notas afrutadas y minerales. Se puede maridar con aperitivos, pescados y mariscos, risottos de verduras, platos delicados de pollo o verduras, pastas o gnocchi a base de crema, etc.

El material audiovisual en formato de video corto para el maridaje con el Pinot Grigio Bertolini en el restaurante Goat en las Mercedes, se seleccionó del menú Gnocchi cuatro quesos. El maridaje con este delicioso plato italiano y el Pinot Grigio fue una buena opción, ya que es seco y tiene una agradable frescura. Su estructura y acidez equilibra la tendencia dulce intensa de los quesos utilizados para la crema y de esta manera se crea armonía entre los sabores y olores del Pinot Grigio y este delicioso plato, además de ser una combinación fresca para nuestro clima.

La segunda propuesta de maridaje para el siguiente video, fue en el restaurante Italiano “Da Lidia” en la Carlota, donde se eligió del menú un aperitivo de aceitunas fritas “olive fritte” un antipasto típico de la región de Puglia al sur de Italia. La experiencia fue deliciosa y muy acertada ya que la combinación de vino y aceitunas es una de las más sencillas que existen. Pero este tipo de aceitunas tradicionalmente se acompañan con vino blanco y seco como el Pinot Grigio Bertolini que es muy fresco y suave

Merlot es una de las variedades de uva más famosas a nivel internacional por su difusión en todo el mundo. Su zona de origen es Pomerol, en Burdeos, Francia. Esta variedad de uva negra se extendió en Italia solo después del final de la Segunda Guerra Mundial, encontrando en Friuli Venezia Giulia, especialmente en los Colli Orientali del Friuli las mejores condiciones pedoclimáticas favorables para su cultivo. También se produce en otras regiones de Italia como en Emilia Romagna, Toscana y Sicilia.

El Merlot Bertolini es producido en Friuli en la región de Friuli Venezia Giulia, tienen un perfil elegante, con vivacidad y frescura. Es de color rojo rubí con reflejos violetas, su Bouquet es

agradable y recordando a los frutos rojos como la cereza, ciruelas, arándanos, moras, grosellas, florales (ramo de rosas y violetas), con ligeras notas vegetales (heno, hojas de té) y notas balsámicas de eucalipto hacen que la nariz sea fresca y compleja.

Su sabor Suave, equilibrado y sin mucho cuerpo, hace agradable el sorbo y da un tanino delicado, adecuado para climas calurosos. Merlot, por sus cualidades organolépticas, puede considerarse un vino ideal para acompañar cualquier comida. Acompaña perfectamente platos de carne roja, guisos, carnes blancas, selecciones de queso, risottos y primeros platos con salsas elaboradas, panini y pizzas. Es recomendable servir el vino Merlot a una temperatura entre 18 y 20 grados centígrados.

Para el Merlot Bertolini se escogió para su maridaje en el restaurante Piattos Lounge en el CCCT un delicioso Panini llamado Panini Buonarotti, que es con Prosciutto crudo italiano, queso Manchego, tomate fresco, cebolla y aceite de oliva. Las características propias del Merlot Bertolini son ideales para realzan los ingredientes de este fabuloso panini, sin llegar a opacarlo con su intensidad.

La pizzería Da Atilio, nos brinda una propuesta muy acertada para maridar nuestro Merlot Bertolini, una pizza llamada la italiana, que sus deliciosos ingredientes son el prosciutto crudo, mortadela italiana, rúcula y una cremosa burrata. La elección fue excelente para maridar con el Merlot Bertolini, ya que teniendo un tanino equilibrado realza en el paladar los sabores y cremosidad de la burrata.

## **7.5 Historia de los vinos**

Los Vinos Bertolini son originarios de la región italiana de Friuli Venezia Giulia, región muy conocida mundialmente por su excelencia en la producción vinícola. Los Vinos Bertolini son producidos en los viñedos de la cantina "Principi di Porcia" propiedad de Guecello Ugucione príncipe di Porcia e Brugnera. Familia noble que cuenta con ocho siglos documentados de

historia en la producción vinícola. Son parte integral de la historia y la cultura de Friuli Venezia Giulia. Son reconocidos líderes en el paisaje agrícola regional, al proponer un desarrollo económico, social y ambiental sostenible con tecnología de punta.

Vinos Bertolini es una marca familiar de la familia Bertolini, de origen del norte de Italia de la región de Friuli Venezia Giulia y tienen una asociación estratégica con el príncipe Guecello di Porcia desde el 2018, para comercializar el vino en Venezuela y posteriormente en otros países de Latinoamérica. El primer contenedor llegó a Venezuela en el 2019 y a pesar de la gran competencia en el mercado de vinos en este país, la marca Bertolini tuvo inmediata aceptación por su alta calidad en las diferentes variedades de vino que ofrece y que se adaptan perfectamente a este clima.

Producción del material audiovisual en formatos de video y fotográfico para el maridaje de los vinos Bertolini. La producción audiovisual es arte de creación de contenidos para diferentes canales audiovisuales como cine, televisión, espectáculos artísticos, diferentes tipos de eventos o para plataformas digitales.

En lo que respecta a esta tesis de grado, su desarrollo será enfocado y dirigido a las plataformas digitales y en especial a la red social Instagram, que es el recurso utilizado por la marca para realizar su marketing y canal de ventas. Este proceso creativo abarca muchos aspectos importantes, desde el ámbito financiero, recursos técnicos, logística y una dinámica progresiva de constantes tareas de todo tipo.

Primero que todo se debe contar con un buen plan de trabajo y una correcta organización para evitar contratiempos previniendo pérdida de tiempo y dinero. Antes que entrar en las fases de producción tenemos que determinar el objetivo, qué resultados se quieren lograr con esa producción audiovisual, para posteriormente recorrer las tres fases para su realización: planificación (preproducción) ejecución (producción) y montaje y edición (postproducción)

## **7.6 Instagram es la red social preferida de las marcas y la preferida de los Vinos**

### **Bertolini**

Instagram es la reina del contenido visual, y se ha convertido en uno de los principales canales de marketing y ventas para las marcas. El éxito de los vinos Bertolini ha sido mayormente a través del marketing en Instagram, proporcionando conocimiento masivo de la marca, posicionamiento en el mercado y ventas. Se dice “si no estas en Instagram, no existes como marca.”

El feed o perfil de las marcas en Instagram se transforma prácticamente en un catálogo de productos o servicios en el que permite a los usuarios explorar e interactuar con la marca. Instagram es la plataforma digital con más participación por parte de los usuarios. Es una red social en constante crecimiento, realizando actualizaciones con nuevas funciones para material audiovisual. Las principales y las más grande marcas del mundo tienen presencia en esta red social. Esta plataforma es indispensable para los pequeños negocios al ofrecer cantidades de herramientas que incrementan ventas y engagement con la marca.

En una sociedad donde lo más importante es la imagen y conquistar a un público con un contenido visual atractivo, Instagram es la solución de eso, porque es la plataforma de fotos y videos más concurrida por usuarios en las redes, donde el público conoce quien eres y que ofreces.

## **7.7 Producción Audiovisual**

Producción del material audiovisual en formatos de video y fotográfico para el maridaje de los vinos Bertolini. La producción audiovisual es arte de creación de contenidos para diferentes canales audiovisuales como cine, televisión, espectáculos artísticos, diferentes tipos de eventos o para plataformas digitales.

En lo que respecta a esta tesis de grado, su desarrollo será enfocado y dirigido a las plataformas digitales y en especial a la red social Instagram, que es el recurso utilizado por la marca para realizar su marketing y canal de ventas. Este proceso creativo abarca muchos aspectos importantes, desde el ámbito financiero, recursos técnicos, logística y una dinámica progresiva de constantes tareas de todo tipo.

Primero que todo se debe contar con un buen plan de trabajo y una correcta organización para evitar contratiempos previniendo pérdida de tiempo y dinero. Antes que entrar en las fases de producción tenemos que determinar el objetivo, qué resultados se quieren lograr con esa producción audiovisual, para posteriormente recorrer las tres fases para su realización: planificación (preproducción) ejecución (producción) y montaje y edición (postproducción)

## **8. Manual de Producción**

### **8.1 Preproducción**

La consideramos la fase más importante o la fase soporte donde se sientan las bases de las próximas dos fases.

En el caso de esta tesis de grado primero que todo se determinaron los objetivos, el medio difusor, los profesionales a contratar, las locaciones, personas a involucrar, presupuesto y las locaciones. La planificación de esta fase es exhaustiva desde todo punto de vista, porque no se trata de producir solo el audiovisual, sino de crear un contenido que impacte a un público tan exigente como el de Instagram los primeros segundos de reproducción del video.

Los realizadores de esta tesis para crear el contenido adecuado en concordancia a los objetivos definidos, tuvieron que hacer un estudio técnico del algoritmo y comportamiento del público de la plataforma de Instagram, determinando que quiere ver la audiencia y cuál sería la estrategia que pudiese funcionar para lograr un mayor alcance en audiencia. Además se tuvo

que estudiar sobre la marca, su historia y sobre el tema del maridaje, para poder crear un contenido creíble que transmita confianza en el público.

En base a lo anterior se creó una historia que contar, corta y dinámica, con un buen guion y dos actores en el video: el representante de la marca y el chef; ósea, que ambos tuviesen la relación directa con el tema de maridaje, en este caso están representando los dos componentes del maridaje, vino y gastronomía.

Una vez realizada la historia y el guion, se procedió a la elección de las locaciones porque fueron 6 diferentes restaurantes aliados de la marca, equipo técnico, vestuario, maquillaje, posteriormente se pasó a la elaboración del presupuesto.

## **8.2 Cronograma**

A continuación, será presentado el cronograma del trabajo en el cual serán plasmados los plazos del proceso de realización del audiovisual







### 8.3 Planteamiento Estético

Esta fase es la del rodaje del video donde se van a materializar todas las determinaciones tomadas en la primera fase, preproducción. Se coordinaron todos los elementos que intervenían en el rodaje (encargado de la logística, productor, equipo técnico, audio, iluminación, vestuario, maquillaje, la escenografía en el restaurante y los actores)

Como en realidad fue una producción pequeña pero organizada y bien programada, no se presentaron imprevistos significativos. En la producción de cada pauta observamos los elementos, dejando que los individuos muestren sus técnicas culinarias y el aprendizaje de cada receta elaborada en las distintas locaciones. También enriquecemos con información sobre el maridaje de los vinos con una sutil voz en off para que el usuario pueda conocer de una manera dinámica información del área vinícola.

Dicho audiovisual se graba con luz natural y artificial, convirtiendo cada pauta en un punto óptimo de iluminación, sin saturar los colores. Para la realización de los videos se utilizaron dos cámaras, una en mano capturando cada movimiento y planos que requieren más detalles, otra fija para lograr un plano más amplio del espacio donde se encontraban los personajes.

Los gráficos utilizados al final de cada audiovisual fueron otorgados por la marca vinos Bertolini y cada uno de los establecimientos donde se realizaron las diferentes pautas, estos elementos cumplen la función de publicidad hacia el establecimiento y que el usuario pueda reconocer el espacio donde se está realizando el audiovisual.

Las influencias audiovisuales utilizadas como apoyo para este proyecto fueron las

Siguientes cuentas de Instagram:

1. @Giallozafferano <https://instagram.com/giallozafferano?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

Página italiana está dedicada a la realización de tutoriales de comida italiana

2. @Ailutokman <https://instagram.com/ailutokman?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

Esta cuenta de Instagram es de una cocinera argentina llamada Ailin Tokman donde realiza distintas recetas de manera creativa y fácil.

3. @Dabizdiverxo <https://instagram.com/dabizdiverxo?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

La cuenta de instagram del cocinero Dabiz Muñoz, un español reconocido en el mundo gastronómico, realiza videos en donde invita a algún famoso a su cocina y preparan un platillo en conjunto.

4. @Mastercheffa <https://instagram.com/mastercheffa?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

Cuenta de Stephanie Cabibbo, foodblogger siciliana, quien a través de videos enseña distintas recetas italianas visitando la cocina del chef Marco Licitra quien cuenta con un restaurante de mariscos en Italia

#### **8.1.4 Sinopsis**

##### Video 1

En el primer video se centra en la preparación de unos gnocchi cuatro quesos, receta italiana que ofrecen en el restaurante Goat, quienes realizan este platillo son el chef principal Pedro Hernández y Michelle Bertolini; además se explica porque esta receta es perfecta para maridar con el pinot grigio Bertolini.

##### Video 2

Este segundo video se enfoca en la preparacion de un panini con proshutto crudo italiano que puedes conseguir en el restaurante piattos, el chef Víctor González y Michelle Bertolini elaboran esta receta y simultáneamente instruyen el acierto de maridar este palto con el merlot Bertolini.

### Video 3

Este video está enfocado en la realización sencilla de unas brushettas italianas preparadas por Michelle Bertolini y el chef Jafferson Toya.

### Video 4

En el cuarto video se elaboraron unas aceitunas rebozadas, un aperitivo muy típico del sur de Italia. La dueña del restaurante Pastas Dalidia y Michelle Bertolini trabajan en conjunto para preparar este plato y explica porque esta receta es perfecta para maridar con pinot grigio Bertolini.

### Video 5

El quinto video se realiza una pizza de proshutto crudo y mortadella, una de las más famosas en la pizzeria Attilio, Sebastian Huerta junto a Michelle Bertolini elaboran esta exquisita receta a la vez que explican porque es oportuno maridar con merlot Bertolini.

### Video 6

En el sexto video se muestra la preparación de unos camarones a la vizcaina, una receta muy acertada para maridar con prosecco Bertolini aquí vemos a Michelle Bertolini y el chef principal del restaurante Alazan realizando este platillo de manera conjunta.

#### 8.1.5 Personajes

A continuación, son presentados los personajes que aparecen en el audiovisual:

**Tabla 2**

#### Personajes

Personajes	Rol en el Audiovisual
	Figura principal del audio visual, dueña de la

Michelle Bertolini	marca vinos Bertolini e imagen oficial de las redes sociales, formara parte de cada uno de los videos a realizar, cocinando junto al chef de cada restaurant.
Pedro Hernández	Chef principal del restaurante Goat, elabora un platillo italiano (ñoquis 4 quesos) perfecto para maridar con Pinot Grigio Bertolini
Victor González	Chef del restaurante Piattos elabora un panini del menú (buonarotti), la combinación perfecta con merlot Bertolini
Jefferson Toyo	Encargado de cocina del Bar Carlota, elabora unas Bruschettas al estilo italiano, un aperitivo ideal para maridar con prosecco Bertolini
Sra Lidia Perri de Fagnano	Dueña del restaurante pastas dalidia, elabora un platillo tradicional italiano del sur aceitunas al olivo
Frederick Hernandez	Chef principal del restaurante alazan, elabora unos camarones a vizcaína, el acompañante perfecto para maridar con prosecco Bertolini
Sebastián Huerta	Pizzero de la pizzeria Attilio, prepara el plato más famoso del restaurante, una pizza italiana con mortadella y prosciutto crudo, ideal para maridar con el merlot Bertolini

*Fuente: Elaboración Propia (2022)*

### 8.1.6 Guion Técnico

**Tabla 3**

#### Guión del Video 1

<b>TITULO: maridaje de vinos Bertolini</b>	<b>Video 1</b>
<b>Decorado: cocina</b>	<b>Interior</b>

<b>Locacion: Rest Goat</b>	Sonora
----------------------------	--------

Toma	Plano	Video	Diálogo	Música
1.	Plano general	Micestelle entra al restaurante y se dirige a la cocina donde se encuentra con el chef.	<b>Michelle:</b> hola a todos hoy visitamos la pizzeria italiana da Attilio ubicada en el edificio cine citta. prepararemos una deliciosa pizza italiana de las mas famosas aquí en Attilio, Comencemos!!!	Voz en off
2.	-Plano medio	Comienza la elaboracion del platillo		Voz en off
3.	- Plano detalle	Manos del chef amasando		
4.	-Plano medio	Michelle cortando los gnocchi		
5.	-Plano detalle	Michelle cortando los gnocchi		
6.	-plano americano	Ambos personajes se encuentran colando la pasta		
7.	-Plano detalle	Gnocchis en el sarten con la salsa		
8.	-Plano medio	Sirviendo los gnocchis en el plato		
9.	-Plano detalle	Rellando el queso		
10.	-Plano medio	Michelle se encuentra sentada con el palto listo para degustar		
11.	-Plano detalle	Sirviendo vino		
12.	-plano medio	Michelle prueba el platillo		Voz en off

**Tabla 4**

## Guión del Video 2

<b>TITULO: maridaje de vinos Bertolini</b>	<b>Video 2</b>
<b>Decorado: cocina</b>	Interior
<b>Locacion: Rest Piattos</b>	Sonora

Toma	Plano	Video	Diálogo	Música
1.	-Plano detalle	Logo del restaurante	<b>Michelle:</b>	Voz en off
2.	-Plano general	Michelle conversando con el chef		
3.	- Plano detalle	Rebanando los ingredientes		
4.	-Primer plano	Elaboracion de la receta		
5.	-Plano americano	Colocacion del los panminis en el horno		
6.	-plano medio	Preparacion del plato		
7.	-Plano medio	Michelle se encuentra sentada con esperando a recibir una botella de vino Bertolini		
8.	-Plano medio	Michelle prueba el platillo	<b>Michelle:</b>	Voz en off

*Fuente: Elaboración Propia (2022)*

**Tabla 5**

## Guión del Video 3

<b>TITULO: maridaje de vinos Bertolini</b>	<b>Video 3</b>
<b>Decorado: cocina</b>	Interior
<b>Locacion: Bar Carlota</b>	Sonora

Toma	Plano	Video	Diálogo	Música
1.	-Plano americano -Plano general	Michele entra al restaurante y se dirige a la barra donde el chef la	<b>Michelle:</b> hola a todos hoy nos encontramos en Bar Carlota ubicado en el pueblo del hatillo donde podras disfrutar de un	Voz en off



		espera.	ambiente super agradable y degustar mis vinos Bertolini.	
2.	-Plano medio	El chef le explica a michelle como sera la preparacion	El dia de hoy prepararemos bruschettas al mejor estilo italiano un platillo ideal para maridar con mi prosecco Bertolini	Voz en off
3.	- Plano detalle	Manos cortando el pan	Comencemos!!	Voz en off
4.	-Plano medio	Elaboracion de la receta	El Prosecco es el rey del aperitivo siendo uno de los vinos más conocidos y apreciados de Italia. Su versatilidad es tal, que se puede maridar con muchísimos platos durante toda una comida. Nuestro Prosecco Bertolini extra dry tiene un gusto delicado fresco, elegante, ligeramente y afrutado, es el perfecto aliado para acompañar con estas deliciosas bruschettas.	Voz en off
5.	-Plano detalle	Agregando las salsas y topping de las bruschettas		
6.	-plano medio	Enseñado el resultado final		
7.	-Plano detalle	Sirviendo en la copa el vino		
8.	-Plano medio	Michelle se encuentra sentada con el platillo listo para degustar	<b>Michelle:</b> verdaderamente delisioso un platillo que deveran venir a degustar con mi prosecco Bertolini . Salud!!	Voz en off

Fuente: Elaboración Propia (2022)

**Tabla 6**

**Guión del Video 4**

<b>TITULO: maridaje de vinos Bertolini Video 4</b>	
<b>Decorado: cocina</b>	Interior
<b>Locacion: Rest Pastas Dalidia</b>	Sonora

Toma	Plano	Video	Diálogo	Música
------	-------	-------	---------	--------

1.	-Plano general	Micestelle llega al restaurante y en la puerta la dueña la espera	<b>Michelle:</b> hola a todos hoy visitamos el restaurante italiano pastas dalidia, ubicado en la carlota.	Voz en off
2.	-Plano medio	El chef le explica a michelle como sera la preparacion	Donde junto a su dueña Lidia prepararemos unas deliciosas aceitunas rebozadas, ideales para maridar con mi pinot grigio Bertolini	Voz en off
4.	- Plano medio -Plano detalle	Elaboracion de la receta		Voz en off
5.	-Plano detalle	Relleno de las aceitunas y enpanizado		
6.	-Plano detalle - Plano medio	Aceitunas en la freidora		
7.	-Plano medio	Sirviendo en la copa el vino		
8.	-Plano detalle	Plato terminado		
9.	-Plano medio	Michelle prueba el platillo	<b>Michelle:</b> Que delicia un platillo perfecto para compartir con familia y amigos, podran encontrarlo aquí en el restaurante pastas dalidia y por supuesto mi vino bertolini. Salud!!!	Voz en off

Fuente: Elaboración Propia (2022)

**Tabla 7**

**Guión del Video 5**

<b>TITULO: maridaje de vinos Bertolini</b>	<b>Video 5</b>
<b>Decorado: cocina</b>	Interior
<b>Locacion: Pizzeria Da Attilio</b>	Sonora

Toma	Plano	Video	Diálogo	Música
1.	-Plano general	Micestelle llega al restaurante y el chef la espera en la cocina	<b>Michelle:</b> hola a todos hoy visitamos la pizzeria italiana da Attilio, ubicada en el edificio cine citta. prepararemos una deliciosa pizza.	Voz en off

2.	-Plano medio	El chef le explica a michelle como sera la preparacion y explica los ingredientes	<b>Michelle:</b> Comencemos!!!	Voz en off
4.	- Plano medio -Plano detalle	Elaboracion de la receta		Voz en off
5.	-Plano detalle	Relleno de las aceitunas y enpanizado		
6.	-Plano detalle - Plano medio	Aceitunas en la freidora		
7.	-Plano medio	Sirviendo en la copa el vino		
8.	-Plano detalle	Plato terminado		
9.	-Plano medio	Michelle prueba el platillo	<b>Michelle:</b> Que delicia un platillo perfecto para compartir con familia y amigos, podran encontrarlo aquí en el restaurante pastas dalidia y por supuesto mi vino bertolini. Salud!!!	Voz en off

Fuente: Elaboración Propia (2022)

**Tabla 8**

**Guión del Video 6**

<b>TITULO: maridaje de vinos Bertolini Video 6</b>	
<b>Decorado: cocina</b>	Interior
<b>Locacion: Rest Alazan</b>	Sonora

Toma	Plano	Video	Diálogo	Música
1.	-Plano general	Micestelle llega al restaurante y el chef la espera en la cocina	<b>Michelle:</b> El día de hoy nos encontramos en el restaurante alazan ubicado en altamira, donde podras disfrutar deliciosos cortes de carnes, pescados y mariscos frescos.	Voz en off
2.	-Plano medio	El chef le explica a michelle como sera la preparacion y	<b>Michelle:</b> Prepararemos junto al chef Frederick Hernandez unos exquisitos camarones a la	Voz en off

		explica los ingredientes	vizcaina	
4.	- Plano medio -Plano detalle	Elaboracion de la receta	<b>Michelle:</b> Este primer plato se puede acompañar perfectamente con la frescura, suavidad y elegancia de nuestro prosecco bertolini, que realza el sabor de los ingredientes de este excelente plato.	Voz en off
5.	-Plano detalle	Relleno de las aceitunas y enpanizado		
6.	-Plano detalle - Plano medio	Aceitunas en la freidora		
7.	-Plano medio	Sirviendo en la copa el vino		
8.	-Plano detalle	Plato terminado		
9.	-Plano medio	Michelle prueba el platillo	<b>Michelle:</b> Llego el momento de disfrutar este delicioso plato con las burbujas y frescura de mi prosecco bertolini, lo podran degustar aqui en el restaurante Alazan. Salud!!!	Voz en off

*Fuente: Elaboración Propia (2022)*

## 8.1.7 Informe de Diseño de Producción

### 8.1.8.1 Escenografía

La escenografía utilizada para estos videos varía según las cocinas de las restaurantes restaurante y los utensilios que se utilizaron para preparar la receta, durante los videos se usaran elementos que acompañen a los personajes como lo son, los utensilios de cocina, el invitado que enseña al personaje principal (Michelle Bertolini) y la receta, son cambios sutiles que no afectan la escenografía del video.

### 8.1.8.2 Vestuario

La propuesta del vestuario es neutral, se utiliza el mismo color de vestimenta durante los seis videos. El único cambio son los delantales que se utilizan al momento de la preparación.

### **Michelle Bertolini:**

**Video 1:** falda negra, sueter negro, converse negros y delantal negro.

**Video 2:** pantalón negro, camisa de botones negro, flats negros y delantal negro.

**Video 3:** vestido negro y zapatos blancos.

**Video 4:** camisa de botones negra, falda negra, flats negros y delantal negro.

**Video 5:** vestido negro cuello tortuga, flats negros y delantal negro con el logo del restaurante.

**Video 6:** vestido negro cuello tortuga, converse negros y delantal blanco con el logo del restaurante.

### **8.1.8.3 Estilismo:**

Al contar con una protagonista mujer, se hizo uso de maquillaje de una manera fresca y natural para realizar los videos. El objetivo de esto era transmitir una imagen sencilla y cálida, donde se pudiera realizar un acercamiento entre el presentador y el espectador.

### **8.1.9 Escaleta**

A continuación, se presenta la estructura de la escaleta empleada en el audio visual:

**Tabla 9**

### **Escaleta**

<b>Escaleta</b>				
<b>#</b>	<b>Escena</b>	<b>Invitados</b>	<b>Descripción</b>	<b>Locación</b>
1	Video1	Principal: Michelle Bertolini	Presentación del video, con música italiana de	Restaurante GOAT

			fondo	
2	Primera receta: gonchi cuatro quesos	Pedro Hernández	Michelle se encuentra con el chef en la cocina del restaurante	Restaurante GOAT
3	Video 2	Principal: Michelle Bertolini	Presentación del video, con musica italiana de fondo	Restaurante piattos
4	Segunada receta: panini italiano	Victor González	Michelle se encuentra con el chef en la cocina del restaurante	Cocina Restaurante Piattos
5	Video 3: Inicio	Principal: Michelle Bertolini	Presentación del video, con música italiana de fondo	Bar Carlota
6	Tercera receta: bruschettas	Jefferson Toyo	Michelle se encuentra con el chef en la cocina del restaurante	Bar Carlota
7	Video 4: Inicio	Michelle Bertolini	Presentación del video, con musica italiana de fondo	Restaurante Pastas Dalidia

8	Cuarta receta: aceitunas rebozadas	Sra Lidia Perri de Fagnano	Michelle se encuentra con el chef en la cocina del restaurante	Restaurante Pastas Dalidia
---	--	-------------------------------	---	-------------------------------

9	Video 5: Inicio	Michelle Bertolini	Presentación del video, con música italiana de fondo	Restaurante Alazan
10	Quinta receta: camarones a la vizcaina	Frederick Hernández	Michelle se encuentra con el chef en la cocina del restaurante	Restaurante Alazan
11	Video 6: Inicio	Michelle Bertolini	Presentación del video, con música italiana de fondo	Pizzería Da Attilio
23	Sexta receta: pizza italiana		Preparación de la receta paso a paso, intercalado con información del maridaje en voz en off.	Pizzería Da Attilio
24	Cierre	Animación con musicalización. Y voz en off,	Degustando el platillo ya terminado	Cada uno de los establecimientos donde se grabo

*Fuente: Elaboración Propia (2022)*

### 8.1.10 Guion de montaje

A continuación, se presenta el guion de montaje empleado en el cortometraje:

**Tabla 10**

#### Guión de Montaje

Guión	
Bienvenida	Espacio al inicio de cada video en donde Michelle Bertolini anuncia el restaurante que está visitando ese día

Introducción	Introducción fija del programa, se presenta al invitado del día con su nombre y cargo que emplea actualmente, se introduce la receta a preparar ese día.
Desarrollo del episodio	El desarrollo del video varía según la receta que se va a preparar. Se presentan los ingredientes, se explica el procedimiento de la receta mientras se va realizando paso a paso y se presenta el resultado final de la preparación. Adicional se agrega una voz en off donde explicamos la importancia del maridaje con los vinos Bertolini y el platillo preparado.
Despedida e invitación	Espacio final del video, donde Michelle prueba el resultado final del platillo e invitan los espectadores a visitar el restaurante y degustar sus vinos Bertolini de una manera elegante y cercana.

*Fuente: Elaboración Propia (2022)*

### 8.1.11 Informe de Localizaciones

#### Plantilla de localizaciones N°1

<b><u>Ciudad:</u></b> Caracas	<b><u>Nombre:</u></b> Restaurante Goat
<b><u>Dirección:</u></b> Las Mercedes, Calle Londres, Edif. Espo 3A, PB.	





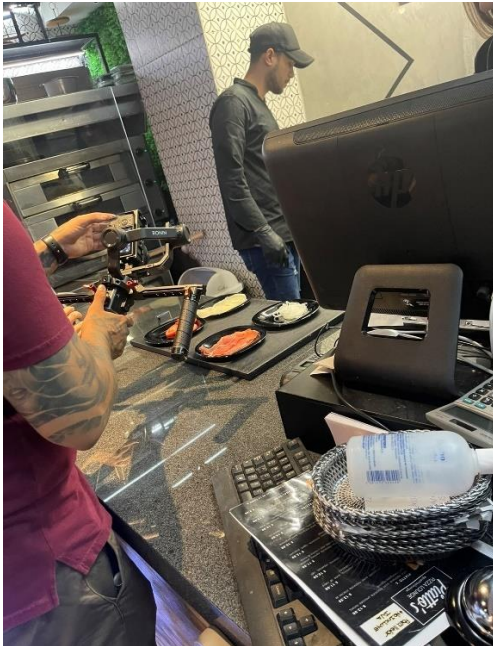
<b><u>Descripción del lugar:</u></b> Cocina de paredes blancas con mesas de acero inoxidable	<b><u>Disponibilidad de grabar presencial:</u></b> Si
<b><u>Estacionamiento:</u></b> Si	<b><u>Seguridad:</u></b> Si
<b><u>Luz:</u></b> Si	<b><u>Agua:</u></b> Si
<b><u>Baño:</u></b> Si	<b><u>Entrada de luz (ventana):</u></b> Si
<b><u>Cocina:</u></b> Si	<b><u>Espacio para el equipo técnico:</u></b> Si
<b><u>Tomas de corrientes:</u></b> Si	<b><u>Utensilios de cocina:</u></b> Si

Figura 1. Planilla de locaciones N1

Fuente: Elaboración Propia (2022)

## Plantilla de localizaciones N°2

<b><u>Ciudad:</u></b> Caracas	<b><u>Nombre:</u></b> Piattos
<b><u>Dirección:</u></b> CCCT. Avenida La Estancia con Calle Ernesto Blohm, Urbanización Chuao, Municipio Chacao, Caracas	



<b><u>Descripción del lugar:</u></b> Cocina de paredes con cemento pulido y barra de granito gris	<b><u>Disponibilidad de grabar presencial:</u></b> Si
<b><u>Estacionamiento:</u></b> Si	<b><u>Seguridad:</u></b> Si
<b><u>Luz:</u></b> Si	<b><u>Agua:</u></b> Si
<b><u>Baño:</u></b> Si	<b><u>Entrada de luz (ventana):</u></b> Si
<b><u>Cocina:</u></b> Si	<b><u>Espacio para el equipo técnico:</u></b> Si
<b><u>Tomas de corrientes:</u></b> Si	<b><u>Utensilios de cocina:</u></b> Si

Figura 2. Planilla de locaciones N1

Fuente: Elaboración propia (2022)

### Plantilla de localizaciones N°1

<b>Ciudad:</b> Caracas	<b>Nombre:</b> Bar Carlota
<b>Dirección:</b> Pueblo de El Hatillo Casa #14	



<b>Descripción del lugar:</b> Barra de oxido de titanio negro con pared de grama artificial	<b>Disponibilidad de grabar presencial:</b> Si
<b>Estacionamiento:</b> Si	<b>Seguridad:</b> Si
<b>Luz:</b> Si	<b>Agua:</b> Si
<b>Baño:</b> Si	<b>Entrada de luz (ventana):</b> Si
<b>Cocina:</b> Si	<b>Espacio para el equipo técnico:</b> Si
<b>Tomas de corrientes:</b> Si	<b>Utensilios de cocina:</b> Si

Figura 3. Planilla de locaciones N1

Fuente: Elaboración Propia (2022)

### Plantilla de localizaciones N°1

<b><u>Ciudad:</u></b> Caracas	<b><u>Nombre:</u></b> Pastas Dalidia
<b><u>Dirección:</u></b> Av. A con Av. B La Carlota, Edificio Anca Local 01, Distrito Capital 1070, Distrito Capital	



<b><u>Descripción del lugar:</u></b>	<b><u>Disponibilidad de grabar presencial:</u></b> Si
<b><u>Estacionamiento:</u></b> Si	<b><u>Seguridad:</u></b> Si
<b><u>Luz:</u></b> Si	<b><u>Agua:</u></b> Si
<b><u>Baño:</u></b> Si	<b><u>Entrada de luz (ventana):</u></b> Si
<b><u>Cocina:</u></b> Si	<b><u>Espacio para el equipo técnico:</u></b> Si
<b><u>Tomas de corrientes:</u></b> Si	<b><u>Utensilios de cocina:</u></b> Si

Figura 4. Planilla de locaciones N1

Fuente: Elaboración Propia (2022)

### Plantilla de localizaciones N°1

<b><u>Ciudad:</u></b> Caracas	<b><u>Nombre:</u></b> Pizzeria da Attilio
<b><u>Dirección:</u></b> Piso 2, Edificio Cine Cittá, Centro Polo, Avenida Chama, Caracas 1060, Miranda	



<b><u>Descripción del lugar:</u></b> Cocina de paredes blancas con mesas de acero inoxidable	<b><u>Disponibilidad de grabar presencial:</u></b> Si
<b><u>Estacionamiento:</u></b> Si	<b><u>Seguridad:</u></b> Si
<b><u>Luz:</u></b> Si	<b><u>Agua:</u></b> Si
<b><u>Baño:</u></b> Si	<b><u>Entrada de luz (ventana):</u></b> Si
<b><u>Cocina:</u></b> Si	<b><u>Espacio para el equipo técnico:</u></b> Si
<b><u>Tomas de corrientes:</u></b> Si	<b><u>Utensilios de cocina:</u></b> Si

Figura 5. Planilla de locaciones N1

Fuente: Elaboración Propia (2022)

### Plantilla de localizaciones N°1

<b><u>Ciudad:</u></b> Caracas	<b><u>Nombre:</u></b> Restaurante Alazan
<b><u>Dirección:</u></b> Av. Luis Roche, entre 5ta. y 6ta. Transversal - Altamira	



<b><u>Descripción del lugar:</u></b> Paredes de cerámica blanca, cocina de acero inoxidable	<b><u>Disponibilidad de grabar presencial:</u></b> Si
<b><u>Estacionamiento:</u></b> Si	<b><u>Seguridad:</u></b> Si
<b><u>Luz:</u></b> Si	<b><u>Agua:</u></b> Si
<b><u>Baño:</u></b> Si	<b><u>Entrada de luz (ventana):</u></b> Si
<b><u>Cocina:</u></b> Si	<b><u>Espacio para el equipo técnico:</u></b> Si
<b><u>Tomas de corrientes:</u></b> Si	<b><u>Utensilios de cocina:</u></b> Si

Figura 6. Planilla de locaciones N1

Fuente: Elaboración Propia (2022)

## 9. Producción

### 9.1 Plan de Rodaje

Tabla 7

#### Plan de Rodaje

FECHA	INT/EXT	EFFECTO	LOCACION	DESCRIPCION ESCENA	PERSONAJE	LLAMADA REPARTO	RODAJE
16/05/2022	INT	DIA	Las Mercede, Caracas	Grabación video 1	Michelle Bertolini/Pedro Hernández	1:00PM	2:00 PM- 4:00 PM
18/05/2022	INT	DIA	Chuaó, Caracas	Grabación video 2	Michelle Bertolini/Víctor González	9:00AM	10:30 AM- 1:00 PM
3/06/2022	INT	DIA	El Hatillo, Caracas	Grabación video 3	Michelle Bertolini/Jefferson Toro	6:00PM	7:00 PM- 8:00 PM
7/06/2022	INT	DIA	La Carlota, Caracas	Grabación video 4	Michelle Bertolini/Lidia Perri de Fagnano	11:00AM	12:00 PM- 2:00 PM
8/06/2022	INT	DIA	Altamira, Caracas	Grabación video 5	Michelle Bertolini/Frederick Hernández	9:00AM	10:00 AM- 12:00 PM
8/06/2022	INT	DIA	Bello Monte, Caracas	Grabación video 5	Michelle Bertolini/	4:00PM	5:00 PM- 6:30 PM

Fuente: Elaboración Propia (2022)

## 9.2 Informe de Equipos

Tabla 8

### Informe de Equipos

Equipos	Cantidad
Mac book Pro I7 16 gb ram 500 ssd	1
Cámara réflex canon M6 mark II	1
Celulares	2

Fuente: Elaboración Propia (2022)

## 9.3 Hoja de llamado

Hoja de llamado	
<b>Título:</b> Maridaje con vinos Bertolini	<b>Fecha:</b> 16/05/2022
<b>Director:</b> Valerio Bertolini y Erika Rodrigues	<b>Día de rodaje:</b> 1
<b>Descripción del set:</b> Cocina de paredes blancas con mesas de acero inoxidable	<b>Personajes:</b> Michelle Bertolini y Pedro Hernandez
<b>Restaurante:</b> GOAT	<b>Locación:</b> Calle Londres, Edif. Espo 3A, PB. Las Mercedes – Caracas
Llamado al equipo técnico	
<b>Director:</b> 12:00PM <b>Asistente de director:</b> 12:00PM <b>Sonido:</b> 12:00PM	<b>Producción:</b> 11:00PM <b>Guionista:</b> 12:00PM <b>Talento:</b> 1:00PM

Hoja de llamado	
<b>Título:</b> Maridaje con vinos Bertolini	<b>Fecha:</b> 18/05/2022
<b>Director:</b> Valerio Bertolini y Erika Rodrigues	<b>Día de rodaje:</b> 2
<b>Descripción del set:</b> Cocina de paredes con cemento pulido y barra de granito gris	<b>Personajes:</b> Michelle Bertolin y Victor Gonzalez
<b>Restaurante:</b> Piattos	<b>Locación:</b> Avenida La Estancia con Calle Ernesto Blohm, Urbanización Chuao, Municipio Chacao, Caracas
Llamado al equipo técnico	



<b>Director:</b> 8:00AM <b>Asistente de director:</b> 8:00AM <b>Sonido:</b> 8:00AM	<b>Producción:</b> 8:00AM <b>Guionista:</b> 8:00AM <b>Talento:</b> 9:00AM
--	---

<b>Hoja de llamado</b>	
<b>Título:</b> Maridaje con vinos Bertolini	<b>Fecha:</b> 18/05/2022
<b>Director:</b> Valerio Bertolini y Erika Rodrigues	<b>Día de rodaje:</b> 3
<b>Descripción del set:</b> Barra de oxido de titianio negro con pared de grama artificial.	<b>Personajes:</b> Michelle Bertolin y Jefferson Toro
<b>Restaurante:</b> Bar Carlota	<b>Locación:</b> Pueblo de El Hatillo Casa #14
<b>Llamado al equipo técnico</b>	
<b>Director:</b> 5:00PM <b>Asistente de director:</b> 5:00PM <b>Sonido:</b> 5:00PM	<b>Producción:</b> 5:00PM <b>Guionista:</b> 5:00PM <b>Talento:</b> 6:00PM

<b>Hoja de llamado</b>	
<b>Título:</b> Maridaje con vinos Bertolini	<b>Fecha:</b> 18/05/2022
<b>Director:</b> Valerio Bertolini y Erika Rodrigues	<b>Día de rodaje:</b> 4
<b>Descripción del set:</b> Cocina de paredes blancas con mesas de acero inoxidable	<b>Personajes:</b> Michelle Bertolin y Lidia Perri de Fagnano
<b>Restaurante:</b> Pastas Da lidia	<b>Locación:</b> Av. A con Av. B La Carlota, Edificio Anca Local 01, Distrito Capital 1070, Distrito Capital
<b>Llamado al equipo técnico</b>	
<b>Director:</b> 10:00AM <b>Asistente de director:</b> 10:00AM <b>Sonido:</b> 11:00AM	<b>Producción:</b> 10:00AM <b>Guionista:</b> 10:00AM <b>Talento:</b> 11:00AM

<b>Hoja de llamado</b>	
<b>Título:</b> Maridaje con vinos Bertolini	<b>Fecha:</b> 18/05/2022
<b>Director:</b> Valerio Bertolini y Erika Rodrigues	<b>Día de rodaje:</b> 5
<b>Descripción del set:</b> Paredes de cerámica blanca, cocina de acero inoxidable.	<b>Personajes:</b> Michelle Bertolini y Frederick Hernández
<b>Restaurante:</b> Alazan	<b>Locación:</b> Av. Luis Roche, entre 5ta. y 6ta.

Transversal - Altamira – Caracas	
<b>Llamado al equipo técnico</b>	
<b>Director:</b> 10:00AM <b>Asistente de director:</b> 10:00AM <b>Sonido:</b> 10:00AM	<b>Producción:</b> 10:00AM <b>Guionista:</b> 10:00AM <b>Talento:</b> 9:00AM

<b>Hoja de llamado</b>	
<b>Título:</b> Maridaje con vinos Bertolini	<b>Fecha:</b> 18/05/2022
<b>Director:</b> Valerio Bertolini y Erika Rodrigues	<b>Día de rodaje:</b> 6
<b>Descripción del set:</b> cocina con paredes de cerámica blanca, horno con bandera de Italia y encimera de granito negro.	<b>Personajes:</b> Michelle Bertolini y Sebastián Huerta
<b>Restaurante:</b> Da Attilio	<b>Locación:</b> Piso 2, Edificio Cine Città, Centro Polo, Avenida Chama, Caracas 1060, Miranda
<b>Llamado al equipo técnico</b>	
<b>Director:</b> 5:00PM <b>Asistente de director:</b> 5:00PM <b>Sonido:</b> 5:00PM	<b>Producción:</b> 5:00PM <b>Guionista:</b> 5:00PM <b>Talento:</b> 4:00PM

*Fuente: Elaboración Propia (2022)*

## 10. Post Producción

### 10.1 Flujo de trabajo

Al finalizar las filmaciones de cada pauta, los materiales son organizados en diferentes carpetas. Se realiza el guion de montaje hecho previamente con Erika Rodrigues y Valerio Bertolini, luego se procede a seleccionar el material cuidadosamente de cada receta, gnocchis cuatro quesos, paninis ,bruschettas, aceitunas rebozadas, pizza y camarones a la vizcaína; se toman las partes más importantes y resaltantes que sean de interés para la edición y así obtener un material final significativo.

El programa utilizado para llevar a cabo la postproducción fue:

Software Final Cut pro 10.5

1. Abrir el programa de edición, en este caso Edital Final Cut pro 10.5.
2. Iniciar un nuevo proyecto y luego importar todo el material a la secuencia según la receta que se esté editando.
3. Modificar las dimensiones de todo el material, para que así la toma estén en el mismo encuadre.
4. Agregar la voz en off y el audio grabado con el celular; y sincronizar el audio con el video.
5. Observar los videos, para estudiar su calidad estética (enfoco, ángulo, iluminación, encuadre).
6. Luego recortar los fragmentos del video que no son útiles para el montaje.
7. Agregar musicalización con tema italiano.
8. Agregar las transmisiones en los cortes que sean necesarios
9. Se añaden los logos de la marca vinos Bertolini y el restaurante donde se realizó la preparación de la receta.
10. Culminar con la renderización, y exportar en alta calidad la receta editada.
11. El proceso anterior se repite para la edición de las seis recetas.
12. Finalmente se publica en la cuenta oficial de Vinos Bertolini bertoliniwine.

## **10.2 Informe de recursos**

A continuación, se presenta la tabla del informe de recursos utilizados en la producción.

### **Tabla 9**

#### **Informe de Recursos**

<b>Equipos</b>	<b>Cantidad</b>
Mac book Pro I7 16 gb ram 500 ssd	1
Cámara réflex canon M6 mark II	1
Software Final Cut Pro 10.5	1
Lente Sigma 35 mm 1.4	1
Sigma 50 mm 1.4	1
Estabilizador Ronin Rc 2	1
Luz calidad lowel 1000watts	1
Trípode Monfrotto 502	1
Memoria Sd Sand disc 128 gb v10	1
Cargador de Laptop	1
Celulares	2

*Fuente: Elaboración Propia (2022)*

### **10.3 Propuesta de musicalización**

En cada uno de los videos se desarrolla paso a paso la elaboración de las recetas, de fondo contamos con una musicalización italiana que representa el origen de los vinos Bertolini. La plataforma Youtube ha sido utilizada para realizar la búsqueda de música italiana, para después extraerla a Instagram.

**Tabla 10**

#### **Propuesta de Musicalización**

<b>Receta</b>	<b>Música</b>
Gonchis 4 quesos	Titulo: Dolce Nonna- Wayne jones & Amy Hayashi - Jones
Panini	Titulo: Bella Toscana- Wayne jones & Amy Hayashi - Jones
Brusqueta	Titulo: Arrivederci Roma- Jack Jezzro
Aceitunas Rebosadas	Titulo: La vita e bella- Café Voyage

Camarones a la vizcaína	Titulo: O sole Mio (it's now or never)- Jack Jezzro
Pizza Italiana	Titulo: theme from a summer place – Percy Faith

Fuente: Elaboración Propia (2022)

#### 10.4 Presupuesto

Presupuesto estimado
----------------------

Equipos	Comida
Camarógrafo	Restaurante Goat (patrocinio)
Cámara	Restaurante Piattos (Patrocinio)
Luces	Bar carlota – (Patrocinio)
Trípode	Pastas Dalidia – (Patrocinio)
Rebotadores de luz	Restaurante Alazan (Patrocinio)
<b>Total: \$300</b>	Restaurante Atillio – (Patrocinio)

Presupuesto real
------------------

Equipos:	Comida:
Camarógrafo	Restaurante Goat (patrocinio)
Cámara	Restaurante Piattos (Patrocinio)
Luces	Bar carlota - \$160
Trípode	Pastas Dalidia - \$60
Rebotadores de luz	Restaurante Alazan (Patrocinio)
<b>Total: \$400</b>	Restaurante Atillio - \$50
	<b>Total: \$270</b>

Fuente: Elaboración Propia (2022)

### 11. Estadística de Video

**Video 1** <https://www.instagram.com/reel/Cd6xLPSADqP/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

Restaurante Goat

Receta de Gnocchi cuatro quesos - Meridaje con Pinot Grigio Bertolini

Estadísticas del reel	
<b>Estadísticas del reel</b> ⓘ	
Reproducciones en Instagram y Facebook	21.706
Me gusta de Instagram y Facebook	3.473
<b>Instagram</b> ⓘ	
<b>14.919</b>	
Cuentas alcanzadas	
Reproducciones	21.688
Me gusta	3.472
Veces que se compartió	76
Veces que se guardó	76
Comentarios	51
<b>Facebook</b> ⓘ	
Reproducciones	18
Me gusta	1

**Video 2** <https://www.instagram.com/reel/CeXTNhpAol6/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

Restaurante Piattos

Receta de Panini – Maridaje con Merlot Bertolini

Estadísticas del reel	
<b>Estadísticas del reel</b> ⓘ	
Reproducciones en Instagram y Facebook	20.048
Me gusta de Instagram y Facebook	3.426
<b>Instagram</b> ⓘ	
<b>6.008</b>	
Cuentas alcanzadas	
Reproducciones	19.998
Me gusta	3.423
Veces que se compartió	40
Comentarios	26
Veces que se guardó	21
<b>Facebook</b> ⓘ	
Reproducciones	50
Me gusta	3

**Video 3** <https://www.instagram.com/reel/CejRo9XIUAZ/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

Restarante Carlota

Receta de bruschetta – Maridaje con Prosecco Bertolini

Estadísticas del reel	
<b>Estadísticas del reel</b> ⓘ	
Reproducciones en Instagram y Facebook	18.488
Me gusta de Instagram y Facebook	3.108
<b>Instagram</b> ⓘ	
<b>9.650</b>	
Cuentas alcanzadas	
Reproducciones	18.469
Me gusta	3.108
Comentarios	28
Veces que se compartió	25
Veces que se guardó	23
<b>Facebook</b> ⓘ	
Reproducciones	19
Me gusta	0

**Video 4** <https://www.instagram.com/reel/Cemv3azgdf0/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

Pastas Dalidia

Receta de aceitunas rebosadas – Maridaje con Pinot Grigio Bertolini



Estadísticas del reel	
<b>Estadísticas del reel</b> ⓘ	
Reproducciones en Instagram y Facebook	18.506
Me gusta de Instagram y Facebook	3.120
<b>Instagram</b> ⓘ	
<b>6.964</b>	
Cuentas alcanzadas	
Reproducciones	18.477
Me gusta	3.119
Veces que se guardó	35
Veces que se compartió	27
Comentarios	23
<b>Facebook</b> ⓘ	
Reproducciones	29
Me gusta	1

**Video 5** <https://www.instagram.com/tv/CepbLsyACjs/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

Restaurante Pizzeria Da Attilio

Receta de pizza – Maridaje con Merlot Bertolini



**Video 6** <https://www.instagram.com/reel/CepmLsyACjs/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

Restaurante Alazán

Receta de Camarones a la vizcaína – Maridaje con Prosecco Bertolini



## Conclusión

A lo largo del desarrollo de la presente tesis de grado, ésta representó para los autores una excelente experiencia a nivel profesional, ya que se pudo combinar todos los conocimientos adquiridos en el transcurso los estudios universitarios específicamente en la Universidad

MonteÁvila, sumados a las vivencias y antecedentes profesionales logrados en las actividades laborales para la marca vinos Bertolini desde el 2020.

Actualmente existe una gran responsabilidad del progreso y estrategias del marketing digital de los Vinos Bertolini por parte de los autores de la tesis de grado. El canal de marketing digital que utilizó para la marca es la red social de Instagram, que en este momento es la más importante para tener presencia, alcance en la audiencia, reconocimiento, posicionamiento y ventas

Hasta el momento se cuenta con casi 10.000 seguidores orgánicos, conseguidos gracias a las estrategias empleadas como creadores de contenido, mezclando los recursos audiovisuales de pequeños videos y fotografías. No resultó ser una tarea fácil para conseguir seguidores en Instagram especialmente para una marca. Además, de contar con una audiencia exigente, el algoritmo que maneja la plataforma y que constantemente tiene cambios, pone la situación más difícil aún, dado que la plataforma proporciona menos del 10% de visibilidad de la publicación, en relación a la cantidad seguidores que se posee en la cuenta.

En este contexto, la plataforma está obligando a sus suscriptores, a crear contenido de valor con calidad e incentivando a desarrollar contenido audiovisual premiándole con más alcance en la visibilidad en cuanto a los reels de un minuto y en publicación de videos. Con este escenario y coincidiendo con la realización de la tesis de grado, se decidió en aprovechar los conocimientos, como también, los recursos que proporciona el trabajo actual con la marca, para elaborar una tesis muy interesante ya que su desarrollo es aplicado al marketing digital de una empresa real y muy activa en las redes.

Como comunicadores sociales en donde se vive profesionalmente en una era digital, se llega a la conclusión que se tiene que especializar en este ámbito y aprovechar de la gran oportunidad de demostrar la efectividad creativa del trabajo ejecutado. No es factible realizar trabajos rutinarios, es decir, más de lo mismo, sino que se tiene que romper los esquemas y

dar a la audiencia algo diferente para captar su atención, un tema que fuese distinto e innovador dentro del mundo del vino, que el usuario se sienta que está adquiriendo nuevos conocimientos y a la vez el audiovisual le transmita entretenimiento, que es lo que busca Instagram: información y entretenimiento.

Se decidió por el tema de Maridaje de vinos, ya que es totalmente diferente y además un poco desconocido como terminología e información. Ya con el tema bien definido, se dispuso en crear el contenido. Asimismo, se tuvo que primeramente realizar una investigación de lo que es la producción de los audiovisuales en las redes sociales y sobre el tema del maridaje. Para, posteriormente, crear videos sobre maridaje y determinando de esta forma que la mejor e interesante locación sería las cocinas de los restaurantes aliados a la empresa, siendo como protagonista el Chef con su plato especial y uno de los dueños de la marca, conjugando de esta manera los dos factores integrantes del *maridaje, gastronomía y vino*.

Se creó el audiovisual de una forma elegante dado que el vino es sinónimo de elegancia y cultura, donde la audiencia obtiene información del tema en el dialogo del video, aprende sobre las recetas y conoce los restaurantes en donde pueden conseguir el producto. Así se pudo lograr lo que se llama un verdadero contenido de valor tanto para la audiencia como para la marca.

Una vez de cumplir todas las facetas de producción del audiovisual, es decir, pre producción, producción y post producción, se procedió a la publicación de los videos en diferentes días a las horas recomendadas para el nicho. Lo importante de todo esto, es que se debe tener claro, que si no se impacta a la audiencia en los primeros 5 segundos el audiovisual es un fracaso, dado que al usuario no le interesó el contenido y por ende no va a reproducir el video hasta el final, además que el algoritmo detecta que no hay interés y marca la mínima visibilidad.

En este caso se evidenció, que fue todo un verdadero éxito, logrando alcanzar una visibilidad superior a la cantidad de suscriptores. Además, se obtuvo en cada video alrededor de 18.000 a 20.000 reproducciones, como se puede constatar en la cuenta oficial de la marca @bertoliniwine con más de 3.000 likes por cada publicación.

## **Recomendaciones**

### **Para la Marca/Empresa**

- La marca de Vinos Bartolini debe continuar diseñando proyectos audiovisual diseñado para redes sociales, se deben tomar en consideración una serie de aspectos imprescindibles, para que todo encaje a la perfección y evitemos pérdida de dinero y tiempo.
- Se recomienda que se tenga una planificación detallada, para obtener rendimiento en cada una de las etapas, y para que no se presenten contratiempos que modifiquen significativamente el presupuesto con que contamos para la realización del audiovisual
- Se recomienda a la marca Bertolini seguir usando ampliamente Instagram para dar presencia a la marca. Ya que es la red social más concurrida por los usuarios diariamente. Tienen muchas funciones para material audiovisual, videos, historias, reels, TV (IGTV) e Instagram live.

### **Para la Universidad**

- Seguir fortaleciendo los conocimientos de los estudiantes sobre el tema de materiales audiovisual para enriquecer a estos de fortalezas y habilidades en cuanto a este tema, así se generará más confianza y se obtendrán más argumentos para la creación de proyectos audiovisuales.

- Ofrecer información actualizada sobre el área de los medios audiovisuales a los estudiantes, para formar profesionales con habilidades novedosas y capaces de enfrentar los cambios constantes de las plataformas de las redes sociales.

**Anexos**









## Referencias

Abbinamentivino.it (2016) Abbinamenti Vino. Disponible en línea en:

<https://www.abbinamentivino.it/>

Alpina. (n.d.). Maridaje. Retrieved December 16, 2021, from Alpina.com website: Disponible en

línea en: <https://www.alpina.com/Portals/entertainment/Ebook/maridaje.pdf?ver=20>

Bermúdez, Y (2022). *¿Por qué es importante el contenido visual en tu estrategia de marketing.*

Blog Contenttu. Disponible en línea en: <https://contenttu.com/blog/marketing-de-contenidos/por-que-es-importante-el-contenido-visual-en-tu-estrategia-de-marketing>.

Dávila Palacios, C. A. (2019). *Maridaje de vinos ecuatorianos con platos tradicionales*. Quito.

Desideri, S y Caprilñes, E (2021). *De mi casa a tu cocina*. Tesis de grado de la Universidad MonteÁvila.

Dott. Menaggia (2017) *Valutazione delle caratteristiche*

*Organolettiche degli alimenti e metodiche di assaggio e abbinamento cibo-vino*. Disponible en

línea en: <https://capacchef.files.wordpress.com/2017/04/labbinamento-cibo-vino.pdf>

Guzmán Osorio, M. C. (2017). *Un maridaje entre vinos y patrimonio. Cuatro catas en cuatro patios segovianos*. Universidad de Valladolid.

History of the sommelier (2020) *How poison-detecting servants became respected wine connoisseurs*. from My Modern Met website: Disponible en línea en

<https://mymodernmet.com/wine-sommelier/>

Infante, M. I. L., Colombo, S., Ruiz, F. A., Cárdenas, J., González, P., & Cámara, L. P. U.

(2018). *Preferencia del maridaje de vinos blancos y quesos de cabra por consumidores andaluces*. *Enología del siglo XXI*, (2), 34–38. Disponible en línea en

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6756873>

Jewell Joshua Casaverde Barrena (2020) *Lenguaje audiovisual de las redes sociales*. Tesis de grado Comunicación Social: Disponible en línea en:

[https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7660/CASAVERDE\\_BJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7660/CASAVERDE_BJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Julio Larrañaga Rubio (2016) *publicación: Desafíos en la era digital*. Disponible en línea en

<https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero105/contenidos-audiovisuales-desafios-en-la-era-digital/>

Karen del Rocío Sarango Barros (2021) *en su Maestría en Comunicación Estratégica Digital*.

Universidad Politécnica Salesiana Disponible en línea en:

<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/20676/1/UPS-CT009221.pdf>

López, R. C., Azcárate, T. G., Mollá-Bauzá, M. B., Martínez, L. M. C., Poveda, Á. M., Aracil, C.

R., Ruiz, C. A. (2017). *XI Congreso de la Asociación Española de Economía Agraria*.

Universidad Miguel Hernández.

Maldonado Landázuri, T. V. (2019). *Diseño de un instructivo de cata y maridaje de vinos para*

*los restaurantes de primera categoría de la ciudad de Otavalo*. Pontificia Universidad

Católica del Ecuador Sede Ibarra.

Millazzo (2015) en su Publicación: Técnica di abbinamento cibo vini Giuseppe Milazzo.

Disponible en línea en [http://www.giuseppemilazzo.it/wp-](http://www.giuseppemilazzo.it/wp-content/uploads/2015/12/ABBVIN.pdf)

[content/uploads/2015/12/ABBVIN.pdf](http://www.giuseppemilazzo.it/wp-content/uploads/2015/12/ABBVIN.pdf)

Mercadology (2020) *publicación: La importancia de los recursos audiovisuales en el marketing*

*digital* [https://mercadology.mx/2020/08/la-importancia-de-los-recursos-audiovisuales-en-](https://mercadology.mx/2020/08/la-importancia-de-los-recursos-audiovisuales-en-el-marketing-digital/)

[el-marketing-digital/](https://mercadology.mx/2020/08/la-importancia-de-los-recursos-audiovisuales-en-el-marketing-digital/)

Ramos Saubidet, B. (2006). *Maridaje: Vinos y comidas*. Grupo Imaginador.

Spelta (2012), *Abbinamenti Vino e Cibo, o Maridaje vino y comida presentada para Alimentipedia.it*. Disponible en línea en: <https://www.alimentipedia.it/abbinamenti-vino-cibo.html>

Turismo de Vino (2021) Maridaje de vino. Disponible en línea en: <https://turismodevino.com/saber-de-vino/maridaje-de-vino/>

Tragos-copas.com (2021) Maridajes de vino e historia. Disponible en línea en: <https://www.tragos-copas.com/2020/03/maridajes-de-vino-e-historia.html?m=1>

Un buen vino (2020). *Qué significa maridar con vino y cómo hacerlo correctamente*. Disponible en línea en: <https://unbuenvino.com/2020/03/que-significa-maridar-con-vino-y-como-hacerlo-correctamente/>

Vercelli (2019): *Cibo e Vino: Gli abbinamenti perfetti*. Disponible en línea en: <https://www.lacucinaitaliana.it/amp/249619/news/cucina/8-abbinamenti-cibo-vino/>

We are Social (2021). *Digital Report 2021: El Informe sobre las Tendencias Digitales, Redes Sociales y Mobile*. Disponible en línea en: <https://wearesocial.com/es/blog/2021/01/digital-report-2021-el-informe-sobre-las-tendencias-digitales-redes-sociales-y-mobile/>

Solares, C (s/f). *¿Cuál es el efecto del contenido visual en el cerebro? Neuromarketing*. Disponible en línea en: <https://neuromarketing.la/2018/02/contenido-visual-efecto-en-cerebro/>

