



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

TRABAJO DE TITULACIÓN

CARRERA: DISEÑO GRÁFICO EMPRESARIAL

**TEMA: CREACIÓN DE PERSONAJES EN TERCERA DIMENSIÓN PARA
PRODUCTOS AUDIOVISUALES DE LA EMPRESA TACONAZO EN QUITO**

AUTOR/ A: VANESSA KARINA AYALA SANTAMARÍA

TUTOR/ A: MG. FAVIO VARGAS

2015

Carta de Tutor

CERTIFICA:

Que el presente Trabajo de Titulación, ha sido prolijamente revisado; por tanto autorizo la presentación de este, el mismo que responde a los requisitos establecidos en el reglamento de graduación de la Universidad.

Ing. Favio Vargas, Mg.

Carta de Autor

Declaro que el desarrollo de la información y las ideas expuestas en el presente Trabajo de Titulación, a excepción de las citas, son de absoluta responsabilidad y autoría.

Vanessa Ayala

Autor

Dedicatoria

El presente proyecto esta dedicado principalmente a mis padres y hermano que me han dado su apoyo incondicional, y me han ayudado a formar mi vida personal y profesional y a todas las personas que de una u otra manera han influido en la realización de este proyecto.

Agradecimiento

Agradecimiento especial a mis padres por su apoyo incondicional en cada paso que he querido y he dado en mi vida. De igual manera quisiera expresar mi más sincero y profundo agradecimiento a Mg. Favio Vargas por su guía y apoyo en la elaboración de este proyecto, a la empresa Taconazo por abrirme las puertas para la realización del presente proyecto.

ÍNDICE

Introducción.....	13
Objetivos	16
1. Capítulo 1 Fundamentación teórica	
1.1 Publicidad	17
1.1.1 Tipos de publicidad	17
1.2 Marketing.....	18
1.2.1 Importancia del Marketing	19
1.2.2 Tipos de Marketing.....	20
1.2.3 Marketing 2.0	21
1.3 Animación	21
1.3.1 Historia de la animación	22
1.3.2 Stop Motion.....	25
1.3.3 Renderización	25
1.3.4 Los 12 principios de la animación	26
1.4 Personajes	29
1.5 Modelado en Tercera Dimensión	30
1.5.1 Polígono	30
1.5.2 Primitivas	31
1.5.3 Editable Poly	31
1.5.4 Herramientas de Editable Poly	32
1.5.5 Modelado de objetos orgánicos	32
1.5.6 Textura de mapeo	33
1.6 Animación en 3ds Max	34
1.6.1 Physique y Skin	34
1.6.2 Biped	34
1.6.3 Animación de un biped	35
1.6.4 Asociar un biped a un personaje	35
1.7 Producción Audiovisual	35
1.7.1 Preproducción	35
1.7.2 Producción	36
1.7.3 Postproducción	36
1.7.4 Planos	37
1.7.5 Movimientos de cámara	39
1.7.6 Ángulos de cámara	39
1.8 Empresa Taconazo	39

1.8.1 Servicios	39
1.8.2 Descripción del sitio	39
2. Capitulo 2 Diagnóstico del Problema	
2.1 Análisis de la competencia	41
2.2 Análisis Interno del Restaurante Taconazo	42
2.3 Técnica de la encuesta	42
2.3.1 Cálculo de la muestra	42
2.4 Tabulación	44
2.5 Técnica de la entrevista	52
2.6 Conclusión	53
2.3 Técnica de la encuesta	42
2.3 Técnica de la encuesta	42
2.3 Técnica de la encuesta	42
2.3 Técnica de la encuesta	42
3. Capitulo 3 Diseño	
3.1 Guión Literario	54
3.2 Guión Técnico	56
3.3 Creación de personajes	59
3.3.1 Nacho	59
3.3.2 Torta	63
3.3.3 Tequila	68
3.3.4 Chile	73
3.3.5 Taquiño	78
3.4 Escenarios	81
3.5 Proceso de animación en tercera dimensión	83
3.6 Aplicación de los personajes	85
3.6.1 Productos audiovisuales	85
3.6.2 Productos Impresos	86
3.6.3 Propuesta de Implementación	87
3.7 Validación	81
3.7.1 Tabulación de Validación	90
3.7.2 Conclusión de Validación	96
Conclusiones	97
Recomendaciones	98
Bibliografía	99
Anexos	101
Tablas	

Tabla 1 Encuesta clientes pregunta 1	44
Tabla 2 Encuesta clientes pregunta 2	45
Tabla 3 Encuesta clientes pregunta 3	45
Tabla 4 Encuesta clientes pregunta 4	46
Tabla 5 Encuesta clientes pregunta 5	47
Tabla 6 Encuesta empleados pregunta 1	48
Tabla 7 Encuesta empleados pregunta 2	48
Tabla 8 Encuesta empleados pregunta 3	49
Tabla 9 Encuesta empleados pregunta 4	50
Tabla 10 Encuesta empleados pregunta 5	51
Tabla 11 Guión técnico historia 1	57
Tabla 12 Guión técnico historia 2	58
Tabla 13 Validación Clientes indicador 1	90
Tabla 14 Validación Clientes indicador 2	91
Tabla 15 Validación Clientes indicador 3	91
Tabla 16 Validación Clientes indicador 4	92
Tabla 17 Validación Clientes indicador 5	93
Tabla 18 Validación Clientes indicador 6	94
Tabla 19 Validación Clientes indicador 7	94

Gráficos

Gráfico 1 Encuesta clientes pregunta 1	44
Gráfico 2 Encuesta clientes pregunta 2	45
Gráfico 3 Encuesta clientes pregunta 3	46
Gráfico 4 Encuesta clientes pregunta 4	46
Gráfico 5 Encuesta clientes pregunta 5	47
Gráfico 6 Encuesta empleados pregunta 1	48
Gráfico 7 Encuesta empleados pregunta 2	49
Gráfico 8 Encuesta empleados pregunta 3	50
Gráfico 9 Encuesta empleados pregunta 4	50
Gráfico 10 Encuesta empleados pregunta 5	51
Gráfico 11 Validación Clientes indicador 1	90
Gráfico 12 Validación Clientes indicador 2	91
Gráfico 13 Validación Clientes indicador 3	92
Gráfico 14 Validación Clientes indicador 4	92
Gráfico 15 Validación Clientes indicador 5	93
Gráfico 16 Validación Clientes indicador 6	94
Gráfico 17 Validación Clientes indicador 7	95

Gráfico 18 Validación Clientes indicador 8.....	95
Imágenes	
Imagen 1 Publicidad de producto	18
Imagen 2 Publicidad de marca	18
Imagen 3 Publicidad Institucional	18
Imagen 4 Transacciones entre empresas y mercados	19
Imagen 5 Historia de la animación Mickey Mouse	23
Imagen 6 Historia de la animación Gorrillaz	24
Imagen 7 3ds Max standard and extended primitives	31
Imagen 8 Adjust the editable poly's	33
Imagen 9 The default biped	35
Imagen 10 The default biped	35
Imagen 11 Plano panorámico	37
Imagen 12 Plano general	37
Imagen 13 Plano Americano	37
Imagen 14 Plano Medio	38
Imagen 15 Primer Plano	38
Imagen 16 Gran primer plano	38
Imagen 17 Primerísimo primer plano	38
Imagen 18 Plano detalle	38
Imagen 19 Plano Secuencia	39
Imagen 20 Boceto de personaje Nacho	59
Imagen 21 Digitalizado de personaje Nacho	60
Imagen 22 Colocación de personaje en 3ds Max	60
Imagen 23 Modelado con malla poligonal del personaje	60
Imagen 24 Personaje Nacho con TurboSmooth	60
Imagen 25 Vista $\frac{3}{4}$ del personaje Nacho	60
Imagen 26 Modelado en gris Nacho	61
Imagen 27 Modelado en gris Nacho	61
Imagen 28 Modelados en gris Nacho	61
Imagen 29 Modificador UVW Unwrap Nacho	61
Imagen 30 Abertura de malla Nacho	61
Imagen 31 Malla abierta Nacho	61
Imagen 32 Mapa de malla Nacho	61
Imagen 33 Mapa de boca Nacho	62
Imagen 34 Mapa de boca pintada Nacho	62
Imagen 35 Mapa de cuerpo Nacho	62

Imagen 36 Mapa de cuerpo pintado Nacho	62
Imagen 37 Mapa de ojo Nacho	63
Imagen 38 Mapa de ojo pintado Nacho	63
Imagen 39 Modelado finalizado con color Nacho	63
Imagen 40 Modelado finalizado con color Nacho	63
Imagen 41 Modelado finalizado con color Nacho	63
Imagen 42 Boceto de personaje Torta	64
Imagen 43 Digitalizado de personaje Torta	64
Imagen 44 Colocación de personaje en 3ds Max Torta	65
Imagen 45 Modelado con editable poly de Torta	65
Imagen 46 Modelado con TurboSmooth de Torta	65
Imagen 47 Incrustación de partes de ojo y boca	65
Imagen 48 Modelado en gris de Torta	65
Imagen 49 Modelado en gris de Torta	65
Imagen 50 Modelado en gris de Torta	65
Imagen 51 Abrir malla de mano Torta	66
Imagen 52 Mapa de malla de Torta	66
Imagen 53 Mapa de chal Torta	66
Imagen 54 Pintado de chal Torta	66
Imagen 55 Mapa de ojo Torta	67
Imagen 56 Pintado de ojo Torta	67
Imagen 57 Mapa de párpado Torta	67
Imagen 58 Pintado de párpado Torta	67
Imagen 59 Mapa de boca Torta	67
Imagen 60 Pintado de boca Torta	67
Imagen 61 Mapa de cuerpo Torta	67
Imagen 62 Pintado de cuerpo Torta	67
Imagen 63 Modelado finalizado pintado de Torta	68
Imagen 64 Modelado finalizado pintado de Torta	68
Imagen 65 Modelado finalizado pintado de Torta	68
Imagen 66 Boceto de personaje Tequila	68
Imagen 67 Digitalizado de personaje Tequila	69
Imagen 68 Modelado de Tequila	69
Imagen 69 Modelado con modificador TurboSmooth Tequila	69
Imagen 70 Vista lateral de malla Tequila	70
Imagen 71 Vista frontal de malla Tequila	70
Imagen 72 Modelado en gris de Tequila	70

Imagen 73 Modelado en gris de Tequila	70
Imagen 74 Separado de brazo Tequila	70
Imagen 75 Modificador UVW Unwrap Tequila	70
Imagen 76 Abertura de malla Tequila	71
Imagen 77 Malla abierta Tequila	71
Imagen 78 Mapa de malla Tequila	71
Imagen 79 Mapa de cinturón Tequila	71
Imagen 80 Pintado de cinturón Tequila	71
Imagen 81 Mapa de sombrero Tequila	72
Imagen 82 Pintado de sombrero Tequila	72
Imagen 83 Mapa de ojo Tequila	72
Imagen 84 Pintado de ojo Tequila	72
Imagen 85 Mapa de cuerpo Tequila	72
Imagen 86 Pintado de cuerpo Tequila	72
Imagen 87 Modelado finalizado pintado Tequila	73
Imagen 88 Modelado finalizado pintado Tequila	73
Imagen 89 Modelado finalizado pintado Tequila	73
Imagen 90 Boceto de personaje Chile	73
Imagen 91 Digitalización de personaje Chile	74
Imagen 92 Boceto en 3ds Max Chile	74
Imagen 93 Principio de modelado en 3ds Max Chile	74
Imagen 94 Modelado terminado Chile	75
Imagen 95 Modelado en Gris Chile	75
Imagen 96 Modelado en Gris Chile	75
Imagen 97 Abertura de malla Chile	75
Imagen 98 Mapa de boca Chile	76
Imagen 99 Pintado de boca Chile	76
Imagen 100 Mapa de cabello Chile	76
Imagen 101 Pintado de cabello Chile	76
Imagen 102 Mapa de cuerpo Chile	76
Imagen 103 Pintado de cuerpo Chile	76
Imagen 104 Mapa de ojo Chile	77
Imagen 105 Pintado de ojo Chile	77
Imagen 106 Mapa de poncho Chile	77
Imagen 107 Pintado de poncho Chile	77
Imagen 108 Modelado finalizado con color Chile	77
Imagen 109 Modelado finalizado con color Chile	77

Imagen 110 Digitalización de personaje Taquiño	78
Imagen 111 Boceto en 3ds Max de Taquiño	78
Imagen 112 Modelado Edit Poly de Taquiño	78
Imagen 113 Modelado de sombrero Taquiño	79
Imagen 114 Modelado terminado Taquiño	79
Imagen 115 Abertura de malla Taquiño	79
Imagen 116 Mapa de boca Taquiño	80
Imagen 117 Pintado de boca Taquiño	80
Imagen 118 Mapa de cuerpo Taquiño	80
Imagen 119 Pintado de cuerpo Taquiño	80
Imagen 120 Modelado finalizado con color Taquiño	80
Imagen 121 Modelado finalizado con color Taquiño	80
Imagen 122 Modelado finalizado con color Taquiño	81
Imagen 123 Modelado finalizado con color Taquiño	81
Imagen 124 Escenario de ciudad realizado en 3ds Max	81
Imagen 125 Escenario azteca realizado en 3ds Max	82
Imagen 126 Escenario restaurante	82
Imagen 127 Escenario restaurante	83
Imagen 128 Colocación de biped Nacho	83
Imagen 129 Colocación de bones Nacho	83
Imagen 130 Colocación de biped Torta	84
Imagen 131 Colocación de bones Torta	84
Imagen 132 Colocación de biped Tequila	84
Imagen 133 Colocación de bones Tequila	84
Imagen 134 Colocación de biped Chile	84
Imagen 135 Colocación de bones Chile	84
Imagen 136 Colocación de biped Taquiño	85
Imagen 137 Colocación de bones Taquiño	85
Imagen 138 Edición de video domicilio	85
Imagen 139 Edición de video informativo de Taconazo	86
Imagen 140 Aplicación de Valla del personaje Nacho sobre domicilio	86
Imagen 141 Aplicación de un menú personaje Taquiño	87

INTRODUCCIÓN

Análisis Situacional

Los personajes están al servicio de la publicidad. Actualmente, varias empresas a nivel mundial utilizan los personajes como valor agregado a su marca o imagen. (Ramirez, Larder, 2009.)

Los personajes son comúnmente creados por diferentes empresas como la nueva campaña de Fiat "Helpful Critters", que consta de diferentes personajes de animales animados, también existen empresas que han realizado convenios de licencias con Warner Brothers para utilizar sus personajes de Looney Toones como es el caso de la empresa Harley Davidson que utilizaron a Tazmania como parte de su publicidad, y una marca conocida en el Ecuador es Royal que utiliza como personajes a diferentes gelatinas animadas en tercera dimensión.

Según la entrevista realizada a Jorge Villagrán (ver anexo 1) gerente propietario de la empresa Taconazo quien habló sobre la empresa, sus productos, las personas a las que va dirigida la empresa entre otras cosas, hay que mencionar la parte de publicidad específicamente donde comenta que la publicidad se la maneja en medios como Facebook, periódicos, mailing, flyers, publicidad impresa, pero dentro de su referencia del 1 al 10 solo le ha proporcionado resultados del valor 6, es decir que ha superado la media pero no ha alcanzado las expectativas esperadas, su deseo es crear personajes que ayuden a la marca de la empresa para generar una publicidad atractiva que pueda llamar la atención del consumidor y diferenciarse de las demás empresas.

Como menciona Club de Finanzas en su portal la publicidad es la mejor forma de dar a conocer un producto, servicio o cooperación a los clientes o consumidores, así como incentiva a la compra, consumo o uso. Sin embargo para poder lograr todo ello no basta simplemente con hacer publicidad sino que va a ser necesario el buen uso de ésta.

A veces no solo se necesita realizar publicidad por el hecho de que los usuarios consuman los productos, sino realizar una publicidad en la cual los usuarios se puedan sentir identificados con la marca, reconocerla, y sobre todo llegar a un posicionamiento dentro de la mente de los consumidores.

Según Club de finanzas en su portal dice que la mayoría de las empresas utilizan la publicidad para concienciar a los usuarios y posibles clientes de los beneficios y características de sus productos. Es así que si los clientes no están conscientes de su producto, no lo considerarán al hacer una decisión de compra para el tipo de producto que ofrecen. La publicidad pondrá el producto en el conjunto de opciones para el consumidor.

La publicidad es la parte principal que se debe manejar en una empresa, porque es ella quien ayuda al conocimiento de un producto, y así los usuarios puedan sentirse atraídos y principalmente identificados con este, por ello la utilidad de este proyecto es realizar una publicidad creativa y nueva a través del uso de software de tercera dimensión, para así poder generar un producto de calidad y que brinde el conocimiento de los productos de la empresa, y el consumidor pueda sentirse identificado con este y que tengan una preferencia con respecto a la competencia.

Este proyecto pretende aportar a la empresa Taconazo en la publicidad y posicionamiento de marca, a la vez de generar un producto audiovisual con la mezcla de tercera dimensión que en la actualidad se encuentra en el apogeo de la cultura de las personas.

Según IAB Ecuador (2014) las empresas de servicios y alimentos son las que más invirtieron en el 2013 en publicidad en línea, donde las empresas medianas son las que más utilizan estrategias digitales para publicidad, sin embargo se provee que en los próximos años exista una gran expansión de publicidad digital ya que crece en un 50% anual. El proyecto se considera viable debido a que se tiene el fácil acceso y la autorización a la información de la empresa, y los conocimientos para resolver el producto de una forma creativa y de calidad.

Formulación del Problema

¿De qué manera la creación de personajes en tercera dimensión para publicidad audiovisual que contenga interactividad, ayudará a generar mayor atracción en los consumidores y diferenciarse de la competencia?

Metodología de la Investigación

La investigación que se realiza es cualitativa debido a que mediante las encuestas a los consumidores se pretende validar el producto dependiendo del alcance que haya tenido, y de cómo se sientan identificados los consumidores con la publicidad realizada. Para ello se ha elegido diferentes métodos y técnicas los cuales son importantes para la realización del proyecto, ya que ayudan a dar un orden tanto en la parte informativa como con el desarrollo del mismo.

Los métodos que se utilizaron son el correlacional, exploratorio y descriptivo, para de esta manera realizar una recopilación de la información, de los hechos tanto pasados como presentes, de esta manera se obtendrá la información necesaria para poder sustentar el producto, y la relación que existe entre las dos variables del proyecto que son la publicidad y el modelado en tercera dimensión, ya que mediante la creación de personajes en tercera dimensión se aporta a la publicidad que realiza la empresa Taconazo.

Se ha utilizado el método exploratorio ya que no se tiene datos de investigaciones y mediciones sobre la publicidad en el Taconazo por lo que se decidió explorar e indagar en como la publicidad a llegado a los consumidores.

El descriptivo ayudó a la investigación ya que en la fundamentación teórica del proyecto se investigó los diferentes conceptos de publicidad, marketing, animación, modelado en tercera dimensión, entre otros al tener en claro sus conceptos permitió tener en claro el desarrollo del proyecto.

El correlacional ayudó a ver la relación que existe entre personajes de modelado en tercera dimensión en la publicidad, ya que mediante la investigación se detecta el apego y la historia que han ido desarrollando personajes dentro de la publicidad en diferentes marcas.

Objetivos

Objetivo General:

Desarrollar personajes en tercera dimensión para productos audiovisuales de la empresa Taconazo en Quito, para darle un valor a la marca en proceso de registro y mayor atracción a la publicidad de la empresa.

Objetivos Específicos:

Fundamentar mediante bases teóricas de animación, publicidad, marketing, marketing 2.0, entre otros el sistema de información que se genera con personajes en tercera dimensión

Diagnosticar el problema planteado mediante la metodología de la investigación, la evaluación de la publicidad generada en la empresa Taconazo y su impacto en los usuarios.

Diseñar personajes en tercera dimensión para productos audiovisuales para publicidad de la empresa Taconazo.

Validar de acuerdo al criterio del gerente propietario, y clientes de la empresa Taconazo.

CAPÍTULO 1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1 Publicidad

La publicidad consiste en informar a una o varias personas sobre un producto o servicio por medio de un anuncio pagado, con la intención de conseguir un objetivo. (Erickson, 2010, p. 15)

Una empresa necesita de la publicidad para poder existir, ya que sin ella las personas no tendrían información acerca de las marcas que existen y los productos que contienen, en base al libro La publicidad de Erickson, la publicidad llega a ser importante para las personas también, al momento que van a escoger un determinado producto ya que existen varios con las mismas características, pero es la publicidad quien le da el valor agregado a la marca y esta puede ser elegida entre las demás.

Para adentrarnos un poco más al ámbito de la publicidad es importante tener presente como comenzó. Según Erickson (2010) la publicidad ha existido desde tiempos antiguos de Grecia, pero en el siglo XIX comenzó a tener predominancia, con la llegada de la Revolución Industrial se incrementó la producción de consumo, los fabricantes se vieron en la necesidad de diferenciarse de los demás y la mejor manera de hacerlo fue dándole una identificación a su producto es decir una marca. La publicidad se fue abriendo campo dentro de la sociedad en diferentes soportes, primero se centro en el cartel que en su tiempo fue realizado por artistas reconocidos, también lo realizaron en transportes públicos, el cine y la radio, pero la aparición de la televisión dio a la publicidad un gran poderío.

De la manera como maneja una empresa su publicidad, esto dependerá de la percepción que las personas van a tener de la marca y del producto, y esto a su vez influirá en la opción de compra de cada uno de los consumidores.

1.1.1 Tipos de publicidad

Según Rivera Jaime los tipos de publicidad son: publicidad de producto, publicidad de marca y publicidad institucional. Esta clasificación de la publicidad hace referencia a la información que le es transmitida al destinatario y supone para él una ventaja.

Publicidad de producto

Se la considera una de las más importantes ya que las empresas realizan sus productos y la publicidad de ellos. Se le da prioridad a los diferentes productos y sus características.



Imagen 1: Publicidad de producto (Autor: Mars Invites. Fuente: <http://www.marsinvites.com>)

Publicidad de marca

Aquí la publicidad se enfoca no solo en un producto si no también de todo el conjunto de productos de la empresa. La marca le da sentido de originalidad, autenticación y la marca comienza a abrirse paso en la mente de los consumidores.



Imagen 2: Publicidad de marca (Autor: Teresa, Fuente: <http://www.g2m.mx/?p=6864>)

Publicidad institucional

Utilizan los organismos de administración, las empresas públicas, instituciones y organismos. Esta tiene como objetivo principal dar a conocer la empresa, su prestigio, y crear una imagen en los consumidores.



Imagen 3: Publicidad institucional (Fuente: <https://www.behance.net/gallery>)

1.2 Marketing

Por un lado, el marketing es una forma de concebir la relación de intercambio centrada en la identificación y satisfacción de las necesidades y deseos de los consumidores. Esta filosofía del marketing pone al cliente en el centro de los intereses de las empresas. (Rubio, Casado, 2013, p. 15)

El marketing ayuda a que las empresas puedan satisfacer las necesidades de sus clientes, el marketing dentro de una empresa es fundamental ya que mediante su planificación se podrá servir a la demanda.



Imagen 4: Transacciones entre empresas y mercados (Autor: Rivera, Jaime. Fuente: Dirección de marketing)

Para entender mejor la función de marketing nos basamos en el concepto de necesidad expresado según Sellers Rubio, Ricardo Casado donde dice que: Una necesidad es una sensación de carencia física, fisiológica o psicológica que posee una persona. De hecho, las necesidades son inherentes a la propia naturaleza humana, y todos los seres humanos tienen necesidades por el mero hecho de serlo. (Rubio, Casado, 2013, p. 16)

El marketing entra en ese aspecto en el de detectar la necesidad de los consumidores, con el objetivo de crear productos los cuales puedan satisfacer sus necesidades, partiendo de la empresa en la cual se realiza el proyecto se tiene como identificación de la necesidad, una fisiológica que es la del hambre que tienen las personas, por lo que se generan productos alimenticios que satisfagan esta necesidad.

En la medida que aumenta la competencia, se produce un mayor equilibrio entre oferta y demanda porque las empresas comienzan a acumular excedentes de producción. Ante esta situación, las empresas tratan de mejorar la calidad del producto – el atributo esencial de este enfoque –, al sostener que los consumidores favorecerán aquellos productos que ofrezcan la mejor calidad. (Rubio, Casado, 2013, p. 20)

1.2.1 Importancia del Marketing

El marketing está presente en todas las acciones sociales y económicas de nuestra cultura. Su importancia se hace evidente cuando apreciamos que las personas, aun sin saberlo, usan leyes de marketing en muchos actos cotidianos. (Rivera, 2009, p. 23)

Hay que tomar en cuenta que el marketing es parte de la vida natural de las personas ya que se ven involucradas en un ambiente de consumo en el cual cada uno busca las mejores opciones de intercambio que le den beneficios.

Un marketing ayuda a las empresas grandes o pequeñas a identificar las necesidades y características de sus clientes, que si es realizado de una manera adecuada se convierte en resultados positivos para la empresa, dándole posicionamiento, manteniendo a sus clientes, tiene ventaja sobre su competencia, es por eso que se recomienda la utilización de un plan de marketing para poder mejorar constantemente dentro del mercado.

1.2.2 Tipos de marketing

Según Rafael Muñiz González (2014), existen 5 tipos de marketing que son: el marketing de percepciones, de relaciones, bursátil, guerrillas y social.

- El marketing de percepciones este se enfoca en ser un valor añadido que puede ser prestigio, status, moda, personalidad, no se enfocan tanto en la calidad del producto sino en lo que pueda causar o representar este en sus consumidores.
- Marketing de relaciones con esta estrategia ya no se vende el producto, sino la marca, esto va de la mano con la publicidad al momento de crear conceptos hacia los consumidores y no solo enfocarse en presentar el producto.
- Marketing bursátil investiga a sus clientes como sus necesidades, intereses, posiciones, entre otros.
- Marketing de guerrillas este rompe las normas tradicionales del marketing, donde generalmente tratan de una forma directa con su consumidor para darle soluciones personales, creativas y no convencionales.
- Marketing social las marcas se asocian a alguna causa social donde buscan aportar con recursos técnicos, económicos, protección, entre otros.

La elección del tipo de marketing que escoge una empresa, depende de sus objetivos, de cómo quiere presentarse al público y elegir la manera adecuada para atraer clientes, ya que cada empresa es diferente entonces cada una debe elegir el tipo de marketing que más le convenga a su producto o servicio.

1.2.3 Marketing 2.0

El Marketing 2.0, es una nueva forma de ver el Marketing, y una evolución natural del Marketing 1.0. Mientras que este último está dirigido a las masas y utiliza principalmente los medios de promoción masivos, televisión, periódicos; el Marketing 2.0 se dirige a cada individuo en forma personalizada. Y utiliza las nuevas tecnologías e Internet para llegar a una enorme cantidad de personas. (EnlaceTPE, s.a.).

En marketing 2.0 el consumidor forma o llega a ser el centro de atención ya que gracias a las redes sociales, blogs, páginas web, foros, existe una comunicación más cercana con el cliente. El consumidor tiene el derecho a ser informado y reclamar o felicitar cualquier acontecimiento que alguna empresa haya realizado, las empresas se favorecen de esto ya que pueden conocer con mayor facilidad que es lo que el cliente desea o no.

Las ventajas de Internet para las empresas:

- Mayor alcance geográfico.
- Más y mejor información sobre los mercados, los clientes, actuales y potenciales, competidores y las posibilidades para la investigación comercial.
- Facilitar y agilizar las comunicaciones internas entre sus empleados.
- Mantener comunicaciones bidireccionales con los clientes y ofrecerles transacciones más eficaces.
- Comunicaciones con proveedores y distribuidores, información, pedidos y pagos.
- Enviar anuncios, cupones de descuento, muestras, información, que soliciten los clientes o que hayan autorizado previamente.
- Personalizar ofertas.
- Mejorar las compras, la contratación de personal, la formación, la logística. (Mayo, p. 26).

1.3 Animación

La animación es la forma de expresión más dinámica que existe. Es un arte intradisciplinar e interdisciplinar en el que confluyen otros campos entre ellos, la escultura, la modelación, la actuación, la danza, la informática y las ciencias sociales, entre muchos otros. (Wells, 2009, p. 6)

La animación por lo tanto puede definirse como un arte moderno que ha desarrollado constantemente una forma de expresión innovadora relacionada con otras formas artísticas y a la vez a cambiado las fases de la cultura y la sociedad. (Chong, 2010, p. 15)

De esta manera podemos determinar que la animación con la ayuda y apoyo de otras disciplinas logra fundamentar y completar su proceso, para generar distintas expresiones en un objeto inanimado, en este caso la animación se la utiliza para dar cualquier tipo de movimiento ya sea a imágenes, dibujos u objetos. Hay que considerar que la animación va a la par con la cultura en la que se desenvuelve y poder encajar en ella de una manera natural.

1.3.1 Historia de la animación

Según Wells (2009) la animación tiene sus inicios en la caricatura, los comics políticos y tiras cómicas, debido a la manera de contar historias mediante dibujos expresados en diferentes movimientos; pero la animación se ha ido desarrollando con el tiempo debido a varios experimentos con las imágenes en movimiento, por ejemplo en 1798 Etienne Robertson creó un aparato llamado Phantasmagoria el cual era una linterna mágica donde se proyectaban imágenes.

John R. Bray y Raoul Barré en 1913 descubren el acetato de animación que consiste en tener una hoja transparente donde se trazan los dibujos con sus diferentes movimientos después se superponen en fondos fijos mediante la barra de pivotes. Al fotografiar fotograma por fotograma se creaba el movimiento y surgió un sistema de producción que caracterizaron la revolución industrial en Estados Unidos.

Ante la competencia creciente de Fleischer Studio; Disney creó El botero Willie, la primera película animada sonora que además, presentaba a la primera gran estrella de los dibujos animados: el ratón Mickey. Diez años después, en 1937, Disney estrenó Blancanieves y los siete enanitos, el primer largometraje sonoro filmado en Technicolor. (Wells, 2009, p. 89)

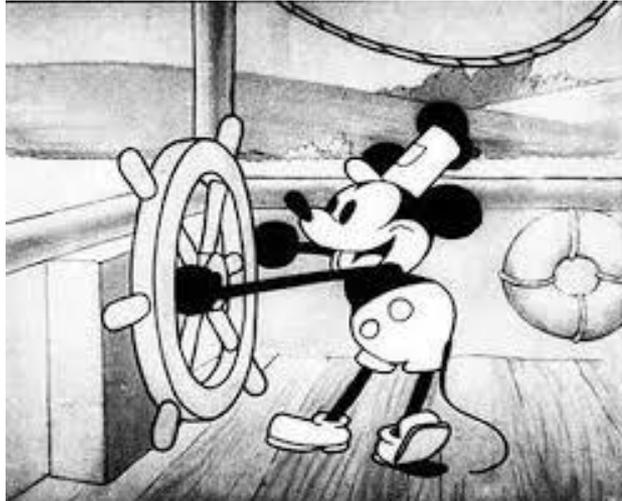


Imagen 5: Mickey Mouse (Fuente: <http://ramenparados.blogspot.com/2009/11/feliz-cumpleanos-mickey-mouse.html>)

Disney es una de las empresas que ha contribuido al desarrollo creciente de la animación con sus diferentes producciones tanto de dibujos animados como de películas que han llegado a ser un precedente importante dentro de la animación tal como la conocemos hoy. Sin embargo la animación tubo un nuevo giro con la aparición de la famosa película creada por PIXAR Toy Story en 1995 ya que esta constituía la primera película animada creada por un computador.

En 1962 Iván Sutherland creó el Sketchpad el cual se trataba de un sistema que permitía dibujar como una mesa de luz en el ordenador este sistema dio cabida a que Evans & Sutherland fundaran por primera vez una empresa la cual promovía el uso de la informática gráfica como tecnología creativa. En 1979 Ed Emshwiller creó Sunstone una obra gráfica en 3D de tres minutos creada por un ordenador.

Parque jurásico (1993) marco un antes y un después en el uso de los sistemas CGI como herramienta cinematográfica fundamental con la creación de unos dinosaurios de aspecto real, igual que King Kong supuso la reivindicación de la animación Stop Motion como algo más que un simple efecto especial. (Wells, 2009. p. 123)

Debido ya a los avances tecnológicos los animadores y artistas se vieron en la necesidad de crear cosas creativas y novedosas que logren captar la atención del público y es donde nace parque jurásico, donde realizaron dinosaurios realmente creíbles que las personas jamás habían visto y de esta manera sentir poder conocerlos. Esto lo lograron gracias a la utilización de aparatos mecánicos que luego fueron trasladados al computador para generar texturas.

El gasto que suponía la producción de animación digital de gran calidad hizo que los primeros avances se diesen en el ámbito industrial áreas como la producción de películas la visualización arquitectónica y la ingeniería podían asumir el coste del hardware y de los expertos necesarios para producir minutos o segundos de material. (Chong, 2010, p. 62)

En la actualidad, mediante los avances tecnológicos han permitido que los computadores sean comerciales y la mayoría de personas puede disponer de uno, la creación de diferentes software que ayudan a su creación ha dejado que la animación se ha más accesible y este a un mayor alcance de las personas, de esta manera las instituciones educativas y las universidades empezaron a crear cursos donde fomentaban la creación y estudio de la animación.

Ya en 1981 MTV (Music Television) marcó una diferencia dentro de la animación ya que permitió su entrada en el mundo de la televisión principalmente en videos musicales, esto ayudó a que animadores experimentales e independientes se dieran paso a generar productos profesionales sin la necesidad de utilizar una tecnología demasiado cara de esta manera crearon secuencias cortas basadas en personajes de video. De esta manera la animación digital empezó a llegar a estudios de televisión.

Los videos musicales eran una plataforma ideal para la animación digital experimental y ofrecían a los animadores la oportunidad de familiarizarse con herramientas que permitían innovar y desarrollar ideas originales. (Chong, 2010, p. 67)

Gracias a la entrada de la animación en la televisión el músico Damon Albarn y el artista gráfico Jamie Hewlett crearon el grupo virtual Gorillaz, la cual es una banda que esta constituida por cuatro avatares, que solo han aparecido de forma animada, esta ha ido evolucionando con los años.



Imagen 6: Gorillaz (Fuente: <http://www.thelemonpear.com/2013/01/gorillaz.html>)

La técnica de rotoscopio creado por Max Fleischer se trataba de que un actor quien se capturaba los movimientos que realizaba para obtener un fotograma clave de modelo digital, en el 2001 la observación y el registro de movimiento estaban digitalizados lo que ayudó a tener un mejor resultado entre el actor y el personaje digital lo que sirvió a conseguir personajes más realistas como es el caso de Gollum en El señor de los anillos.

Los gráficos generados por ordenador se convirtieron en un componente aceptado y esperado de la producción de videos a escala industrial, e incluso algunas producciones modestas utilizaban gráficos y animación digital. (Chong, 2010, p. 79)

Por la aparición de Internet el público pudo interactuar con la tecnología digital mediante los videojuegos. También se la utiliza como una plataforma de exposición de trabajos de animación a quienes aun no tienen la oportunidad de exhibirlo en salas o en televisión por los altos costos de estos.

1.3.2 Stop Motion

El aparecimiento de la animación 3D Stop Motion se consolidó en 1908 con la aparición de la película fantasmagoría de Emile Cohl. La animación en Stop Motion se trata de la utilización de objetos, muñecos, marionetas es decir diferentes tipos de objetos a los cuales se les otorga movimiento mediante el uso de fotogramas, esta técnica permite que la animación tenga un vínculo con lo material.

En 1899 el realizador británico Arthur Melbourne-Cooper fuera el creador del primer anuncio en 3D titulado Matches: An Appeal, donde daba vida a unas cerillas. (Wells, 2009, p. 100).

De esta manera la animación comenzó a adentrarse en el mundo de la publicidad, para darle mayor dinamismo y resulte más atractiva.

1.3.3 Renderización

La renderización es un proceso de cálculo complejo desarrollado por un ordenador destinado a generar una imagen 2D (mapa de bits) a partir de una escena 3D. La traducción más fidedigna es interpretación o representación, aunque se suele usar el término en inglés. Así podría decirse que en el proceso de renderización la computadora interpreta o representa la escena en tres dimensiones y la plasma en una imagen bidimensional. (Sanz, 2012)

Como expresa Andrew Chong (2010) la renderización es el apartado final de la animación o modelado en tercera dimensión en el cual se aplican colores, tono, iluminación, entre otras, esto ayuda a generar imágenes estilizadas y realistas.

El modelado y la renderización son dos aspectos separados, incluso dentro del entorno tridimensional, y los retoques se suelen añadir con herramientas como Flame, Painbox o Adobe Photoshop.

Para generar personajes o animaciones de calidad y realismo es indispensable apoyarse con otros software ya que estos permiten dar mayor detalle y ayudan al animador en su trabajo.

1.3.4 Los 12 principios de la animación

Estirar y encoger

Es conocido como Squash and Stretch es el principio más importante. Pues cuando un objeto se mueve se enfatiza cualquier rigidez del mismo. Un ejemplo son las expresiones de la cara (masticar, sonreír, hablar, un cambio de expresión) en donde los labios, mejillas y ojos se mueven para dar vida a una expresión. (Aguirre, Garza & Vázquez, 2013, p. 4)

Esto ayuda a dar mayor dinamismo e intensidad a una acción. Como expresan Aguirre, Vázquez y Garza, la regla más importante del squash and stretch es que no importa que deformación sufra el objeto siempre debe de mantener el mismo volumen.

Timing

El timing o velocidad de una acción, es un principio muy importante porque le da significado a su movimiento. La velocidad de una acción define que tan bien la idea detrás de la acción será interpretada por el público. Además este refleja el peso y el tamaño de un objeto y puede traer un significado emocional consigo. (Aguirre, Garza & Vázquez, 2013, p. 8)

La velocidad de una acción ayuda a darle una personalidad al personaje ya que depende de su comportamiento para saber si este está relajado, entusiasmado, apurado, entre otros, al momento de elegir el tiempo en el que se va a realizar una determinada acción.

Anticipación

Es la previsión anatómica para una acción. Desde que los músculos del cuerpo funcionan por la contracción, primero deben ser extraídos para poder ser contraídos. El pie debe echarse para atrás antes de patear una pelota. Sin anticipación las acciones no son naturales y se ven abruptas. (Aguirre, Garza & Vázquez, 2013, p. 12)

La anticipación puede afectar a la velocidad de la acción, esto depende de la acción que va a realizar el objeto y de cómo lo va a percibir el público ya que se debe llamar la atención con la anticipación, hay que tomar en cuenta que si el objeto es pesado la anticipación debe ser exagerada.

Puesta en escena

Escenificación es la presentación de una idea por lo que deberá de ser demasiado claro. Es muy importante que la acción a escenificar se entienda una idea a la vez. Si están pasando muchas acciones a la vez la idea principal pasa desapercibida. El objeto de interés debe contrastar del resto de la escena, pues en una escena el ojo es atraído por el movimiento. (Aguirre, Garza & Vázquez, 2013, p. 14)

Acción continua y superpuesta

Follow through el movimiento se produce primero en la parte principal para luego pasar a las secundarias se lo conoce como una acción anticipada, es recomendable tener realizados dibujos de los movimientos para saber con certezas cuales van antes y cuales después, para ello se puede utilizar el Overlapping action es un principio donde se mezclan varios movimientos donde se pone uno encima del otro para conseguir un movimiento fluido.

Acción directa y pose a pose

Es el principio que determina cuando un animador crea cuadro por cuadro desde el inicio hasta el final una acción, dando más libertad al saber donde va cada parte del objeto o del personaje. Es importante para cuando se requiere hacer el movimiento de un personaje. (Aguirre, Garza & Vázquez, 2013, p. 20)

Esto se da cuando el animador a imaginado las acciones y sabe que posiciones va a tener el personaje. Una vez determinada la acción se tiene los keyframes (puntos importantes), después se crean los inbetweens (puntos intermedios) esto ayuda a dar mayor realismo al movimiento. Se deben tener tres keyframes para saber como empieza el movimiento, como se transforma, y el final.

Entradas y salidas

El trabajo que se realiza con este principio son unos llamados timing charts, que son útiles para que el animador elija como va cada inbetween y saber a detalle el movimiento que va a producir y como va a ser el tiempo. Lo que se obtiene luego de utilizar este principio es darle un movimiento más real al objeto o personaje en cuestión, ya que se toma en cuenta la aceleración y el tiempo del movimiento. (Aguirre, Garza & Vázquez, 2013, p. 24)

Arcos

La visualización de una acción de un extremo a otro, es conocida como arco. Le dan una apariencia más natural a los objetos o personajes, puesto que el movimiento nunca es en línea recta y perfecta. (Aguirre, Garza & Vázquez, 2013, p. 26)

A los objetos o personajes se los coloca en posiciones que pasa de una pose a otra para no perder la fluidez del mismo y el movimiento se vea natural, la utilización de software simplemente ayudan al animador a dar este tipo de movimientos, pero está no le realiza el trabajo.

Exageración

Primero se debe tener la idea para saber la razón de exagerar alguna parte del personaje, ya que de esta manera el público también lo podrá entender de una manera inconsciente, hay que tomar en cuenta que la exageración debe de tener un balance para no arruinar el realismo y la naturalidad de el personaje.

Acción Secundaria

La acción que sucede a causa directa de otra acción, esta ultima siendo la principal. Este factor, es importante para aumentar el interés y agregar un realismo complejo a la animación. (Aguirre, Garza & Vázquez, 2013, p. 31)

Encanto

El encanto es aquello que a la audiencia le gusta ver. Es una cualidad de un diseño placentero, guarda simplicidad y magnetismo. Un dibujo o diseño débil falla en el encanto, así como un dibujo o diseño muy complejo.

Esto determina el impacto que va a causar el personaje en el público, ya que todo lo que sienta el personaje debe proyectarse en el espectador.

Personalidad

No es un principio, sino el conjugado de todos los principios de la animación. Ya sea a mano o a computadora el éxito de un personaje o carácter animado se basa en su personalidad. (Aguirre, Garza & Vázquez, 2013, p. 35)

1.4 Personajes

Para Andrew Selby, galardonado ilustrador y profesor de la Universidad de Loughborough, Reino Unido, los personajes son elementos esenciales de cualquier narración ingeniosa, y deben desarrollarse como elementos complejos, por lo que es necesario explorar minuciosamente todas sus características y detalles desde todas las perspectivas por muy inusuales que estas resulten. (Wells, 2009, p. 43)

El desarrollo de los personajes implica una serie de procesos que siguen un orden determinado pero, aun así no existe una receta perfecta para generar un personaje de éxito. Por regla general, si un personaje o un grupo de personajes están bien concebidos, resultarán creíbles para el público, que se identificará con ellos. (Wells, 2009, p. 43)

Hay que tomar en cuenta que los personajes necesitan de un proceso de creación, un orden, aunque no existe una metodología ni técnica que indique paso a paso lo que se debe seguir, es importante tener en claro las características propias del personaje para que tenga un apego al público.

Tanto para el animador de cine y televisión como para el animador de material publicitario es imprescindible establecer los rasgos de personalidad de los protagonistas. (Wells, 2009, p. 46)

Las imágenes 3D generadas por ordenador son imprescindibles para resaltar el aspecto fantástico de la historia, pero la realidad también debe ser creíble para que la fantasía resulte realista. (Wells, 2009, p. 132)

Si bien las imágenes en tercera dimensión resaltan una historia por las características que ella tiene no hay que dejar de lado el aspecto real de la animación, ya que estos personajes deben transmitir sus características y personalidad al público de una manera real y segura, para que el público logre creer e identificarse con estos personajes.

Los ilustradores autoeditan sus creaciones y a través de diversos medios se diseminan todo tipo de personajes ilustrados, peculiares y maravilloso, que a menudo se transforman en productos comerciales de marca que aparecen en camisetas, e-flayers, chapas, pegatinas, tazas, alfombrillas para el ratón, dispositivos de memoria USB, teléfonos móviles, Ipods y juguetes. (Wigan, 2008. p. 94)

Una estrategia que es utilizada por las empresas dentro de su identidad la creación del personaje que ayuda a su identificación, y se representa principalmente los valores y personalidad de la empresa, el objetivo de esto es enganchar y atraer a los consumidores.

Según una empresa de Marketing (SoyEntrepreneur), los personajes publicitarios famosos a través del tiempo han sido: Pancho Pantera (bebida chocomilk), Tigre Toño (Kellogg's), El hombre Michelin, Osito Bimbo, Ronald McDonald, Chester Cheetah, Santa Claus (Coca Cola), M&M'S, Conejo Duracell, Mamá Lucha.

Según Ramirez & Larder (2009) es importante darle una personalidad a cada personaje, para esto se recurre a las tres dimensiones del personaje:

1. Dimensión física: Indica la edad, el sexo, color de tez, ojos, cabello, etc. Si tiene algún defecto físico, etc.
2. Dimensión sociológica: Se refiere a su clase social, procedencia, religión, opinión política, familia, etc.
3. Dimensión Psicológica: Es la unión de las dos anteriores, muestra si es extrovertido o introvertido, sus gustos y sus miedos, deseos, anhelos, etc

1.5 Modelado en Tercera Dimensión

1.5.1 Polígono

Los diferentes objetos que se modelan en tercera dimensión parte de la unión de diferentes figuras compuestas por polígonos por lo que es importante resaltar el concepto de polígono dentro del ambiente 3D.

A polygon is a surface created by connecting three or more points in 3d space. This flat surface connects to other polygons to form more intricate surfaces. (Dariush, Derakhshani, Randi Munn y McFarland, 2007. p 107)

Hay que tomar en cuenta que entre más polígonos se tiene en un modelado se le da mayor detalle, pero también demoran al momento de realizar la renderización por el peso que le dan al modelado.

1.5.2 Primitivas

Son formas en tercera dimensión que vienen por defecto en el programa, estas pueden ser editadas y unidas con otras para generar el objeto del modelado deseado. Según Derakhshani, Randi y McFarland (2007) existen diferentes primitivas dentro del programa 3ds Max como son: Box, sphere cylinder, torus, teapot, cone, geosphere, tube, pyramid, plane, hedra, chamfrebox, oiltank, spindle, gengon, ringwave, prism, torusknot, chamfrecyl, capsule, L-Ext, C-Ext, hose.

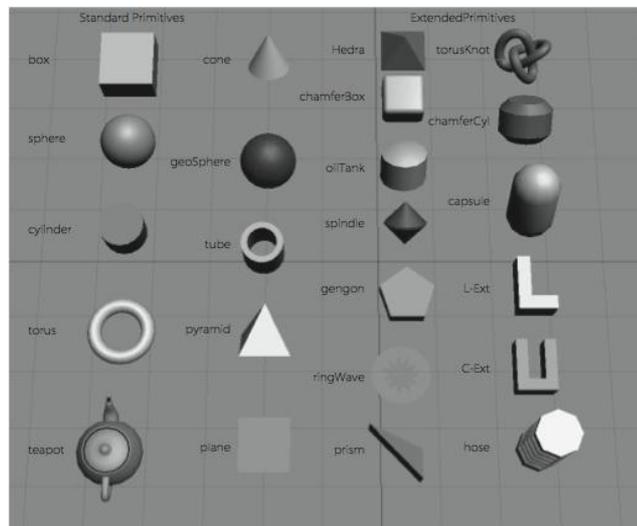


Imagen 7: 3ds Max standard and extended primitives (Autor: Dariush, Derakhshani, Randi Munn y McFarland Fuente: Introducing 3ds Max 2009)

Para poder editar cualquier de las primitivas, se debe convertir el objeto en un objeto editable, para poder mover los puntos, bordes, caras y queden acorde al objeto que se quiere realizar.

1.5.3 Editable Poly

Según Derakhshani, Randi y McFarland (2007) es un modificador que da controles para poder editar el objeto o primitiva, con el movimiento de vértices, borde, caras, polígonos. Es similar a una malla editable se accede a polígonos de cuatro lados en vez de los rostros como es en caso de malla editable.

Según Derakhshani, Randi y McFarland (2007) dan los siguientes conceptos sobre las opciones de modificación que se encuentran al momento de convertir un objeto en un objeto editable.

Vértices: Es la estructura de los sub-objetos y que simplemente se señalan dentro del espacio.

Borde: Se conecta mediante dos vértices, crean el lado de un polígono.

Frontera: Este es un borde que está en la superficie y que no consta de polígonos, es decir que se encuentra un hueco en esa parte.

Polígono: Es una forma plana que se crea mediante tres o más vértices.

Elemento: Selecciona al objeto.

1.5.4 Herramientas de Editable Poly

Extrude: Se puede extraer un vértice, un lado o polígonos, los cuales se mueven a lo largo de una línea que crea varios polígonos que van conectados con el objeto.

Chamfer: Se crea un detalle extra a un objeto editable, cuando se utiliza esta herramienta se crean nuevas caras dentro de el área que se seleccionó, también se pueden realizar agujeros cortando en la superficie que creó el Chamfer.

Weld: Suelda vértices que se quiere que estén combinados en un solo punto.

Bevel: Crea un borde redondeado por medio de extrusión.

Outline: Cambia el tamaño del polígono.

Inset: Crea una versión del polígono similar al de un bevel pero no le añade altura.

Hinge from edge: Crea nuevos polígonos que giran a lo largo de un borde, se considera como una extrusión en rotación.

Cap: Llena el agujero de una superficie.

Extrude along a spline: Se extrae un polígono a través de una spline que se haya realizado.

Attach: Une a dos o más polígonos editables, para que quede solo un objeto editable con varios elementos.

Cut: Crea un borde en la superficie del objeto.

1.5.5 Modelado de objetos orgánicos

Se debe crear principalmente las vistas frontal y lateral del objeto que se va a modelar, dentro del 3ds Max se crean planos donde se encontrarán las imágenes de los bocetos realizados de las vistas del objeto.

Se empieza a modelar y después de poner en objeto editable se coloca un modificador Symmetry para las modificaciones de un lado se realicen también en el otro. Después se mueven los vértices de manera frontal o lateral para que estos coincidan con los bocetos realizados y colocados en los planos. De esta manera se van formando las diferentes partes del personaje como brazos, piernas, cabeza, entre otras.

Para añadir detalles al modelado se utiliza el modificador TurboSmooth, sirve para subdividir y suavizar la malla, este tiene dos opciones de interacción que son interacciones y render interacciones la una es la cantidad de suavizado en los visores, y la otra en la renderización

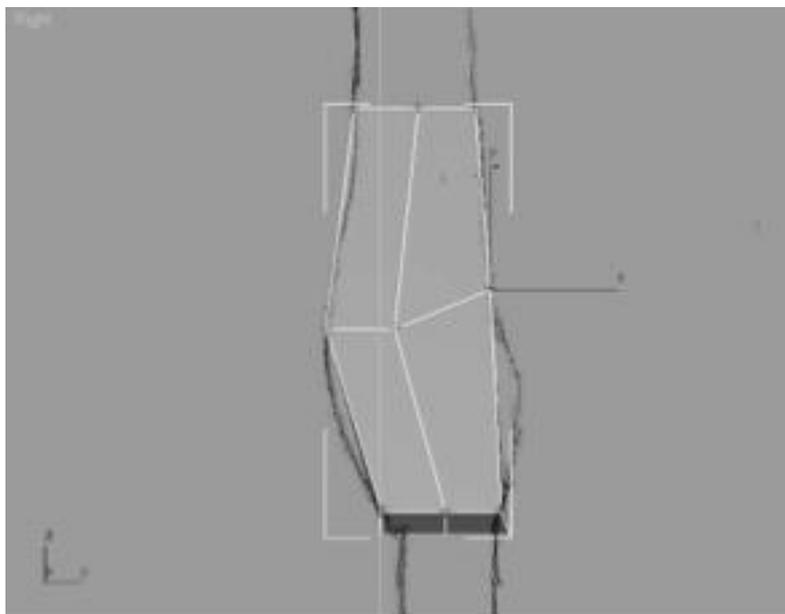


Imagen 8: Adjust the editable poly's vértices to match the background image (Autor: Dariush, Derakhshani, Randi Munn y McFarland Fuente: Introducing 3ds Max 2009)

1.5.6 Texturas de mapeo

Mapping coordinates define how a texture map is aligned to an object. These coordinates are expressed using U, V, and W dimensions. U is a horizontal direction, V is a vertical direction, and W is a depth. (Murdok, Kelly, 2011. p. 797)

Uno de los modificadores que ayudan a realizar este tipo de mapeo es el Unwrap UVW que permite estirar y suavizar los polígonos de la malla sobre una superficie plana. Dentro de este modificador existe la selección de vértices, lados permitiendo cortar al modelo, así dentro del editor se puede generar el suavizado y estirado.

Editor de materiales

El editor de materiales ofrece funciones para crear y editar materiales y mapas, así como para asignar estos a diferentes objetos de la escena. Cada una de las esferas de las que se compone el editor alberga un material, un mapa o una combinación de ambos. (Fernández, M, 2011, p. 16)

Existen materiales estándar ya definidos por el software, también se controla los sombreados de color, autoiluminación y diferentes parámetros que se encuentran en el programa, existen materiales que permiten dar mayor realismo al modelado en tercera dimensión.

1.6 Animación en 3ds Max

Dentro del sistema de 3ds Max para la animación de un personaje consta de tres componentes básicos que son el Biped, Crowd system y modificador Physique. El Biped y Physique se utiliza para animar un solo carácter y el Crowd para movimientos y comportamientos similares a varios objetos. El biped esta ya predefinido por el programa el cual es un humanoide que se utiliza para definir los movimientos del personaje.

1.6.1 Physique y Skin

3ds Max has two modifiers that essentially do the same thing. Physique and Skin can both be used to transfer the movement of a skeletal system to a mesh, making the character move with the skeleton rig. (Dariush, Derakhshani, Randi Munn y McFarland, 2007. p 367)

Estos modificadores tienen la misma funcionalidad dentro del programa tal vez se diferencian por el tiempo de creación, ya que Physique fue creado primero, mientras Skin se lo desarrollo tiempo después.

1.6.2 Biped

Después de crear el modelado del personaje se crea un biped que se debe ajustar al modelo, este tiene varios componentes como son el tamaño, se puede modificar la estructura como el número de dedos de manos y pies, el número de enlaces de cada uno, para que coincida con el modelo. Los elementos del lado izquierdo son de color azul, mientras que el del lado derecho es verde.

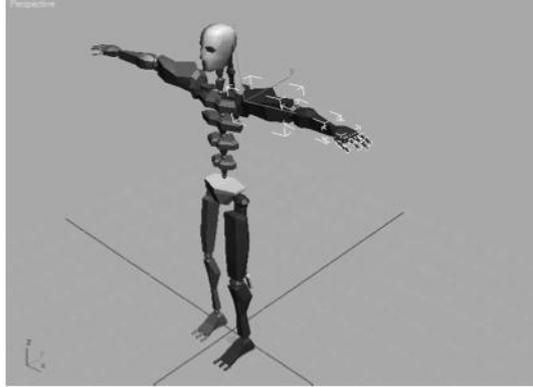


Imagen 9 y 10: The default biped (Autor: Dariush, Derakhshani, Randi Munn y McFarland Fuente: Introducing 3ds Max 2009)

1.6.3 Animación de un Biped

Según Derakhshani, Randi y McFarland (2007) el biped se anima de varias maneras, la que se conduce el paso y el de agregar pisadas, de esta manera se le obliga al bípido a dar pasos en un punto determinado. Tiene las opciones de caminar, correr, saltar, hay que considerar que cuando se utiliza la conducción de pasos no solo se animan los pies, sino todo el biped.

1.6.4 Asociar un biped a un personaje

El biped debe encajar correctamente con el personaje, esto se realiza dentro del modo figura del 3ds Max, la pelvis debe estar en la parte correcta del personaje y de ahí partir para poder colocar las demás partes del biped.

Cuando el biped se encuentra ya colocado correctamente con el personaje se utiliza el modificador Physique para asociar el modelado al biped, esto se realiza mediante la opción Attach to Node.

1.7 Producción Audiovisual

El lenguaje audiovisual es el resultado de la suma de diversos lenguajes como el sonido, la música, el teatro, la fotografía, las artes visuales y la literatura, entre otros. El “audiovisual” transita entre los sentidos y sensibilidades de quienes crean, los realizadores, y de quienes reciben, los espectadores. (Novasur, p. 3)

Su estructura se divide en tres que son presentación, desarrollo y desenlace. Presentación donde se presentan los personajes principales y el conflicto de la historia, desarrollo donde comienza la historia, desenlace donde se da el conflicto para dar con el final de la historia.

Según Derakhshani, Randi y McFarland (2007) en la producción de una animación debe existir la preproducción, producción y la postproducción. En el proceso de preproducción, se escribe el guión y el story board, en la fase de producción se realizan las escenas y la postproducción cuando ya la animación esta hecha y se le aumentan efectos y se distribuye.

1.7.1 Preproducción

Según Derakhshani, Randi y McFarland (2007) se realizan los bocetos, dibujos de los modelados que se va a realizar, los guiones, pruebas de movimiento y materiales de referencia. El guión es para tener en claro el diálogo que se va a tener, los tiempos, colores.

A script serves as your *intent*. Without having a clear intention stated in your production that defines what you wish to say with your film. (Dariush, Derakhshani, Randi Munn y McFarland, 2007. p 5)

Se crean personajes donde se dibujan en tres poses diferentes, en vista frontal, lateral y posterior, es esto lo que se necesita para realizar una escena, para saber como deben ser las cosas.

1.7.2 Producción

Esto comienza cuando se inicia la creación de los modelados, las texturas, animación, iluminación, esto dura hasta obtener el renderizado de las imágenes o de las escenas que se han realizado.

1.7.3 Postproducción

Se editan cada una de las escenas que se renderizó y se juntan todas para formar el proyecto completo, se pone el sonido, se corrige el color. Para separar una acción de otra se realiza la secuencia, escena y toma.

Secuencia es donde se plantea el desarrollo y el desenlace, esto puede ser en una escena o con otras escenas. Escena es lo que se desarrolla en un mismo escenario. Toma es el tiempo que se utiliza cuando se comienza y se termina de grabar, el tipo de toma depende del encuadre, movimiento de cámara.

1.7.4 Planos

Plano Panorámico: El escenario es protagonista, ya que se muestra todo el paisaje y este tiene predominancia en los personajes.



Imagen 11: Plano panorámico (Autor: Novasur Fuente: Manual de producción audiovisual)

Plano general: Presenta al personaje de cuerpo entero, también se muestra el espacio donde se va a realizar la acción.



Imagen 12: Plano general (Autor: Novasur Fuente: Manual de producción audiovisual)

Plano Americano: Presenta al personaje por debajo de la rodilla, ayuda a mostrar las acciones de los personajes.



Imagen 13: Plano americano (Autor: Novasur Fuente: Manual de producción audiovisual)

Planos Medios: Presenta al personaje por encima de la rodilla, se busca crear una mayor intimidad y dar mayor detalle al personaje.



Imagen 14: Plano medio (Autor: Novasur Fuente: Manual de producción audiovisual)

Primer Plano: Presenta al personaje desde los hombros es un plano expresivo permite ver un estado emotivo del personaje.



Imagen 15: Primer plano (Autor: Novasur Fuente: Manual de producción audiovisual)

Gran Primer Plano: Presenta el rostro del personaje, contiene mayor expresión, resalta la emoción de los personajes.



Imagen 16: Gran primer plano (Autor: Novasur Fuente: Manual de producción audiovisual)

Primerísimo Primer Plano: Se presenta un detalle del rostro que puede ser los ojos, la boca, para resaltar esta parte del cuerpo.



Imagen 17: Primerísimo primer plano (Autor: Novasur Fuente: Manual de producción audiovisual)

Plano Detalle: Es un primer plano de una parte del personaje diferente del rostro, destaca un objeto que puede tener un significado.



Imagen 18: Plano detalle (Autor: Novasur Fuente: Manual de producción audiovisual)

Plano Secuencia: Es una toma que puede moverse y variar el encuadre registrando acciones de continuidad, incluye varios valores del plano.



Imagen 19: Plano secuencia (Autor: Novasur Fuente: Manual de producción audiovisual)

1.7.5 Movimientos de Cámara

Desplazamiento

Toma fija: Cuando la cámara está en una posición fija. El plano puede variar, se utiliza para mostrar imágenes estáticas, donde los personajes dan el dinamismo a la imagen.

Paneos: Son movimientos lentos en el mismo eje en forma horizontal.

Tilt up o Down: Es un movimiento en el mismo eje que va verticalmente.

1.7.6 Ángulos de Cámara

Normal: Se traza una línea vertical desde el personaje hasta la cámara, y en la misma altura.

Picado: A 45° hacia arriba del personaje. Se utiliza para disminuir al personaje.

Contrapicado: A 45° desde el suelo hacia el personaje. Da superioridad al personaje.

Cenital: Esta sobre el personaje en forma recta hacia abajo.

1.8 Empresa Taconazo

Datos basados en información proporcionada de la empresa Taconazo.

1.8.1 Servicios

Se ofrece venta de alimentos y bebidas. En alimentos poseen entradas, tortas, sopas, tacos, platos fuertes, antojitos, ensaladas, carnes, platos vegetarianos y postres.

1.8.2 Descripción del sitio

El Taconazo con 27 años de experiencia, es uno de los restaurantes de comida mexicana que le da un toque diferente a la cultura gastronómica de la ciudad de Quito. Es un ambiente contemporáneo que demuestra la calidez de un ambiente mexicano.

El Taconazo ofrece un estilo casual pero elegante, con la variedad de platos típicos de la cocina mexicana por medio de la excelencia en la calidad de los productos y sobretodo reconocidos por el buen servicio que ofrecen. Actualmente tiene 6 locales 3 en restaurantes que se encuentran ubicados en diferentes lugares del país y 3 en locales en patios de comidas.

Conclusión

Se ha investigado la información necesaria para poder realizar con éxito el proyecto, con la ayuda de estas bases teóricas, ya que se ha tomado en cuenta los diferentes conceptos, historia, ejemplos que se han realizado. También es importante destacar los datos proporcionados por la empresa Taconazo ya que estos sirven como sustentación de y conocimiento profundo del tipo de servicio que brindan y cuales son sus productos. Esto sirve como base fundamental para la continuidad de este proyecto.

CAPÍTULO 2 DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA

Se ha utilizado el método exploratorio ya que no se tiene datos de investigaciones y mediciones sobre la publicidad en el Taconazo por lo que se decidió explorar e indagar en como la publicidad a llegado a los consumidores. El descriptivo ayudó a la investigación ya que en la fundamentación teórica del proyecto se investigó los diferentes conceptos de publicidad, marketing, animación, modelado en tercera dimensión, entre otros al tener en claro sus conceptos permitió tener en claro el desarrollo del proyecto. El correlacional ayudó a ver la relación que existe entre personajes de modelado en tercera dimensión en la publicidad, ya que mediante la investigación se detecta el apego y la historia que han ido desarrollando personajes dentro de la publicidad en diferentes marcas.

2.1 Análisis de la competencia

Dentro del análisis de la competencia se puede destacar a Chipote Chillón tiene 7 años de experiencia, brinda comida y bebidas mexicanas sus precios van en un promedio de 6 a 15 dólares, tienen el concepto de comida mexicana y la frase "sígueme los buenos", en sus diseños utilizan múltiples personajes mexicanos ya conocidos; como por ejemplo los diferentes personajes creados por Chesperito como el Chavo del 8, Chapulín colorado, entre otros, también utilizan personajes de novelas famosas mexicanas como María la del barrio, a estos personajes generalmente los acompañan con una frase distintiva de cada uno. Dentro de las redes sociales que manejan están Facebook, TripAdvisor y Twitter, en Facebook tienen aproximadamente 21.000 likes y en twitter 1.800 seguidores.

Otro restaurante de comida mexicana es Tac&Roll sus precios varían entre 5 a 22 dólares, demuestran un ambiente fiestero algunas veces hacen música en vivo sus diseños generalmente los representan con las calaveras mexicanas y algunos personajes de lucha libre mexicanos reconocidos dentro de las redes sociales manejan Facebook, Twitter y TriAdvisor, en Facebook tienen 1254 likes, en TripAdvisor tienen 7 opiniones y en Twitter 76 seguidores.

La Guarida del Coyote es otro restaurante mexicano que sus platos varían entre los precios de 4 a 46 dólares, utilizan solamente la red social Facebook, su imagen es de mariachis generalmente no utilizan personajes muy poco a Chesperito y Cantinflas, generalmente muestran sus platos y bebidas, tiene 2213 likes en Facebook.

2.2 Análisis Interno del Restaurante Taconazo

Para el diagnóstico de la investigación, se utilizaron las siguientes técnicas que fueron la entrevista y encuestas, las entrevistas se enfocaron al Jefe de marketing de la empresa Jorge Villagrán (ver anexo 1), a un especialista en modelado y animación en tercera dimensión (ver anexo 2) y un especialista en marketing (ver anexo 3).

Mientras que las encuestas se tomo como análisis a los empleados (ver anexo 5) y clientes (ver anexo 4) de la empresa, para verificar su apego a la publicidad realizada por el momento por el Taconazo.

Técnicas e instrumentos, estos son herramientas de trabajo que permitieron obtener, organizar, cuantificar y cualificar los datos logrados de la realidad, estas técnicas deben tener una relación con el objeto a investigar para lograr toda la información que interesa referente al problema planteado.

2.3 Técnica de la Encuesta

Técnica de la encuesta consiste en formular una serie de preguntas a un grupo objetivo determinado en este caso se enfoco en dos grupos objetivos que es el de los empleados de la empresa, el cual consta de 35 empleados, y hacia los clientes de la empresa lo cual se toma de referencia 4000 clientes por mes (dato obtenido de la empresa Taconazo).

Las preguntas que se formularon en las encuestas están enfocadas a la publicidad que realiza la empresa, las cuales permiten conocer la realidad en que se encuentra la publicidad de la empresa.

2.3.1 Cálculo de la muestra

Se realizó el cálculo de la muestra de los clientes de la empresa, ya que es una población demasiado elevada, mientras que la de los empleados por ser menores a 100 se quedo con esa misma población.

Para el cálculo de la muestra de los clientes se tomó en cuenta los siguientes datos:

$$N = 4000$$

$$Z = 90\% = 1,65$$

$$e = 5\% = 0,05$$

$$p = 1/3 = 0,33$$

$$q = 1-p = 0,67$$

Donde:

N = Universo

Z = Nivel de confianza

p = probabilidad a favor

q = probabilidad en contra

e = error de estimación

n = tamaño de la muestra

Se realizó la siguiente fórmula:

$$n = (N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q) / e^2 (N-1) + Z^2 \cdot p \cdot q$$

$$n = 141$$

De acuerdo al cálculo de la muestra que se realizó con los datos obtenidos y la fórmula aplicada se concluye que la encuesta debe realizarse a 141 clientes de la empresa Taconazo, estos 141 clientes se distribuyó para los diferentes locales del Taconazo con la finalidad de abarcar la mayor información posible y varios puntos de vista ya que necesariamente los clientes que se dirigen a los patios de centros comerciales no van al local de los restaurantes.

2.4 Tabulación

Encuesta realizada a clientes de la empresa Taconazo

1. ¿Cómo conoce a la empresa Taconazo?

Tabla 1

Dato	Porcentaje
a) Por internet	3%
b) Referencia de personas	55%
c) Por redes sociales	16%
d) Otras	26%
Total	100%

Tabla 1: Encuesta Clientes pregunta 1 (Autor: Vanessa Ayala)

Gráfico 1

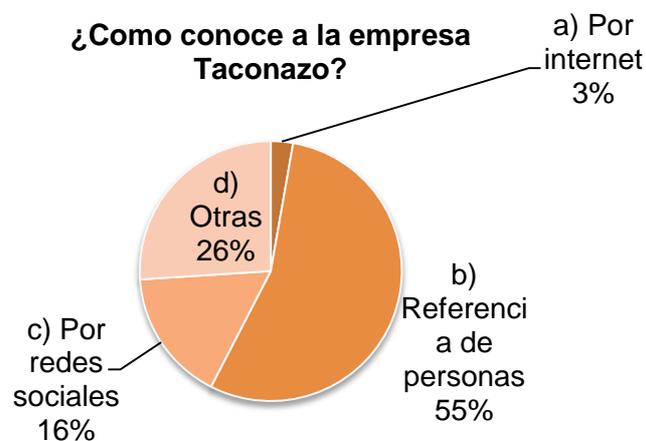


Gráfico 1: (Autor: Vanessa Ayala)

Análisis

Según los resultados obtenidos se obtuvo el 55% en la opción de referencia por personas, el 26% por otras opciones en las cuales respondieron que lo conocían por los locales ubicados en los centros comerciales, el 16% por redes sociales, mientras que el 3% mediante Internet. El mayor porcentaje de clientes encuestados conocen el taconazo por referencia de personas.

2. ¿Qué es lo que prefiere de la comida del Taconazo?

Tabla 2

Dato	Porcentaje
a) Sabor	77%
b) Ambiente	8%
c) Calidad del producto	7%
d) Atención y servicio que ofrece	8%
Total	100%

Tabla 2: Encuesta Clientes pregunta 2 (Autor: Vanessa Ayala)

Gráfico 2

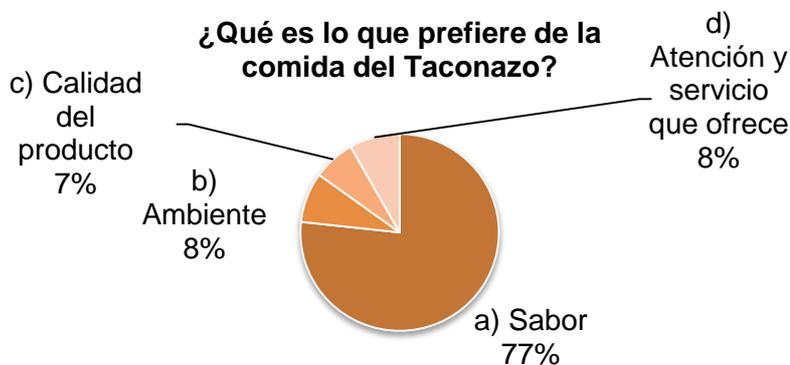


Gráfico 2: (Autor: Vanessa Ayala)

Análisis

Se obtuvo el 77% por la opción de sabor, el 8% para la opción de ambiente y la opción atención y servicio que ofrece, mientras que el 7% con calidad del producto. La mayoría de clientes prefiere el sabor de la comida realizada por el Taconazo.

3. ¿Dónde ve mayor información sobre el Taconazo?

Tabla 3

Dato	Porcentaje
a) Facebook	30%
b) Página Web	4%
c) Medios Impresos	51%
d) Periódicos / Revistas	1%
e) Otras	14%
Total	100%

Tabla 3: Encuesta Clientes pregunta 3 (Autor: Vanessa Ayala)

Gráfico 3

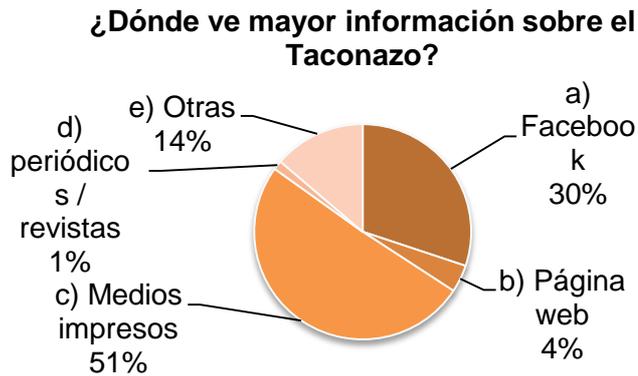


Gráfico 3: (Autor: Vanessa Ayala)

Análisis

Se obtuvo el 51% en los medios impresos, el 30% en Facebook, el 14% por la opción otros en las cuales se encuentran pocas respuestas en las que dicen que no han visto una información sobre la empresa y otras que solo lo han visto en centros comerciales, el 4% es por medio de página web y el 1% es en periódicos y revistas. El mayor porcentaje de clientes ve mayor información en medios impresos, por lo que no se debe descartar realizar publicidad por este medio ya que hasta el momento tiene un mayor apego con el cliente.

4. ¿Las campañas publicitarias realizadas por el Taconazo han llamado su atención?

Tabla 4

Dato	Porcentaje
a) Si	39%
b) No	61%
Total	100%

Tabla 4: Encuesta Clientes pregunta 4 (Autor: Vanessa Ayala)

Gráfico 4

¿Las campañas publicitarias realizadas por el Taconazo han llamado su atención?

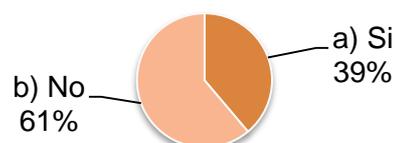


Gráfico 4: (Autor: Vanessa Ayala)

Análisis

El 61% respondió por la opción no en el que mencionan que no han visto ni recibido mucha publicidad sobre la empresa, que no se han hecho campañas muy grandes, mientras que el 39% respondió que si aludiendo que es por su imagen, información, servicio, estilo, y promociones que se han visto en Facebook. El mayor porcentaje asegura que no conoce la publicidad realizada por el Taconazo, por lo que se debe hacer mayor énfasis en este punto ya que se debe generar una publicidad que aporte a la empresa.

5. ¿Qué tipo de publicidad le atrae?

Tabla 5

Dato	Porcentaje
a) Impresa	17%
b) Audiovisual	43%
c) Por redes sociales	39%
d) Otras	1%
Total	100%

Tabla 5: Encuesta Clientes pregunta 5 (Autor: Vanessa Ayala)

Gráfico 5

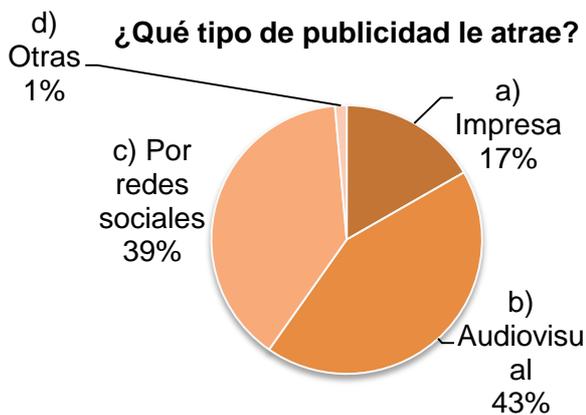


Gráfico 5: (Autor: Vanessa Ayala)

Análisis

Se obtuvo que el 43% le atrae la publicidad audiovisual, el 39% por redes sociales, el 17% mediante publicidad impresa, y el 1% otras en las cuales mencionan por medio de televisión. Un porcentaje elevado de personas prefiere la publicidad audiovisual, por lo que se debe de tomar en cuenta también este medio para publicidad.

Encuesta realizada a empleados de la empresa Taconazo

1. ¿Conoce a la mascota de su empresa “Taquiño”?

Tabla 6

Dato	Porcentaje
a) Si	51%
b) No	49%
Total	100%

Tabla 6: Encuesta Empleados pregunta 1 (Autor: Vanessa Ayala)

Gráfico 6

¿Conoce a la mascota de su empresa "Taquiño"?

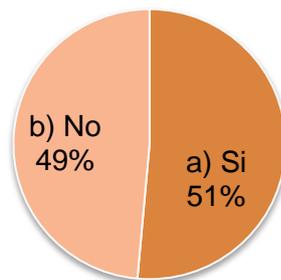


Gráfico 6: (Autor: Vanessa Ayala)

Análisis

El resultado se obtuvo el 51% para la opción si, mientras que el 49% para la opción no. Un porcentaje no tan elevado de los empleados de la empresa conoce la mascota Taquiño.

2. ¿Le parece importante la utilización de la mascota “Taquiño” en la publicidad de la empresa?

Tabla 7

Dato	Porcentaje
a) Si	91%
b) No	9%
Total	100%

Tabla 7: Encuesta Empleados pregunta 2 (Autor: Vanessa Ayala)

Gráfico 7

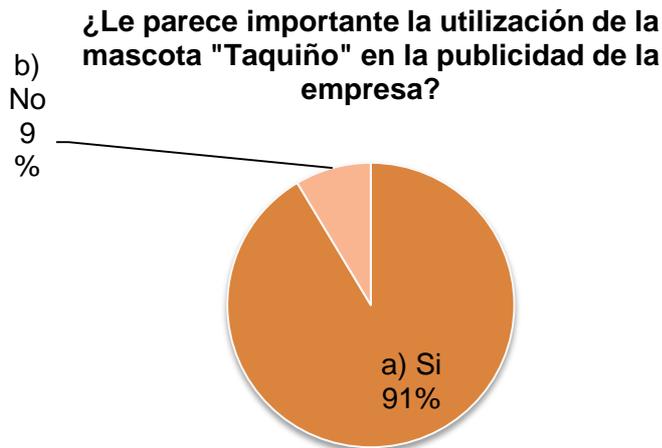


Gráfico 7: (Autor: Vanessa Ayala)

Análisis

Se obtuvo el 91% que si le parece importante la utilización de la mascota añadiendo que de esta manera se le da a conocer a la empresa, identificación de los clientes con la marca, como diferenciador de marca, mientras que el 9% para la opción de que no le parece importante. Un porcentaje bastante elevado le parece importante la utilización de la mascota dentro de la publicidad.

3. ¿Qué imagen transmite a sus clientes?

Tabla 8

Dato	Porcentaje
a) Seguridad	11%
b) Confianza	34%
c) Calidad	29%
d) Diversión	23%
e) Otras	3%
Total	100%

Tabla 8: Encuesta Empleados pregunta 3 (Autor: Vanessa Ayala)

Gráfico 8

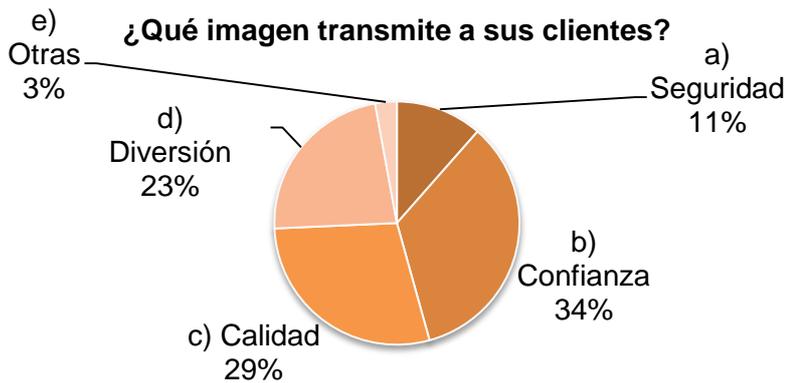


Gráfico 8: (Autor: Vanessa Ayala)

Análisis

El 34% por la opción de confianza, el 29% por la opción de calidad el 23% por diversión, el 11% por seguridad y el 3% por otros. Una gran parte de empleados transmite confianza a los clientes que atiende.

4. ¿Influye la publicidad que presenta la empresa Taconazo al momento de brindar su servicio?

Tabla 9

Dato	Porcentaje
a) Si	69%
b) No	31%
Total	100%

Tabla 9: Encuesta Empleados pregunta 4 (Autor: Vanessa Ayala)

Gráfico 9

¿Influye la publicidad que presenta la empresa Taconazo al momento de brindar su servicio?

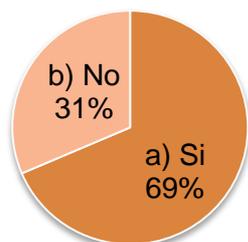


Gráfico 9: (Autor: Vanessa Ayala)

Análisis

El 69% por que si influye la publicidad al momento de brindar su servicio añadiendo orientación al cliente del tipo de servicio, para que tengan una idea de la empresa mientras que el 31% que no, añadiendo que no se realiza publicidad. La mayor parte de empleados cree que la publicidad realizada por la empresa influye al momento de brindar sus servicios.

5. ¿Conoce la publicidad que realiza su empresa?

Tabla 10

Dato	Porcentaje
a) Si	43%
b) No	57%
Total	100%

Tabla 10: Encuesta Empleados pregunta 5 (Autor: Vanessa Ayala)

Gráfico 10

Conoce la publicidad que realiza su empresa

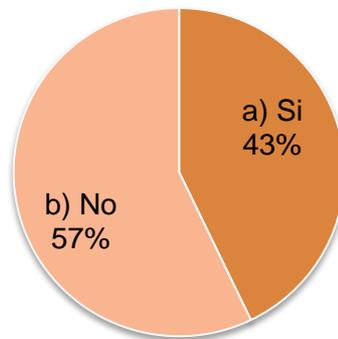


Gráfico 10: (Autor: Vanessa Ayala)

Análisis

El 57% por la opción de que no conoce la publicidad que se realiza en la empresa, añadiendo que no se realiza en los locales de los centros comerciales, porque solo se la realiza por Facebook, mientras que el 43% si la conoce, añadiendo muy poca publicidad, y otros que la ven a diariamente. Un porcentaje elevado dice que no conoce la publicidad realizada por la empresa.

2.5 Técnica de la Entrevista

La entrevista realizada a Jorge Villagrán gerente propietario del restaurante Taconazo, donde se trataron temas de la empresa y principalmente sobre como se ha venido manejando la publicidad, se destacan temas importantes como que el Taconazo es una empresa familiar que se dedica a la venta de comida mexicana, tiene un grupo objetivo de medio a medio alto, han realizado publicidad en medios como Facebook, periódicos, mailing, flyers, los resultados que le ha dado el manejo de la publicidad es un 6 en un rango del 1 al 10 como referencia, a una de las utilidades que le dio a la creación de personajes es utilizarlos dentro de estos medios.

Se realizó también entrevista a expertos de los temas fundamentales para el desarrollo de este proyecto como es de modelado y animación en tercera dimensión y sobre marketing.

En cuanto a la entrevista realizada a Favio Vargas experto en modelado y animación en tercera dimensión se obtuvo consejos y conceptos en cuanto al manejo del software 3ds Max que ayudaron y aportaron a la realización del producto, se tomaron en cuenta los primeros pasos para generar un personaje que es la realización de un bocetaje en segunda dimensión, las herramientas que ayudan a generar un modelado en tercera dimensión, es la malla poligonal que tiene más opciones de modelado, también ayudan los modificadores como el turbosmooth para mayor grado de detalle, el proceso de animación mediante un bípedo y huesos, la gesticulación del rostro mediante el modificador morpher, utilización de una cámara principalmente con un objetivo.

Entrevista sobre marketing realizada a Paola Ortiz en la cual se obtuvo datos y consejos importantes como que el marketing es fundamental en una empresa independientemente del producto o servicio que ofrezca, mediante la elaboración de diferentes estrategias, un aspecto fundamental de la entrevista es que la publicidad debe enganchar al consumidor, pero con estrategias competitivas dentro del mercado para lograr que el consumidor se identifique con la empresa, hay que tomar en cuenta que no existe una estrategia de marketing idónea, sino que se debe realizar un análisis situacional de macroentorno de la empresa, de esta manera se podrá generar una estrategia que vaya acorde a la empresa, donde se debe relacionar el producto con la publicidad para tomar en cuenta el marketing digital y offline.

2.6 Conclusión

Con respecto a la encuesta realizada a los clientes se puede notar que la publicidad dentro de la empresa no esta explotada completamente, de la misma manera existe un porcentaje elevado de los propios empleados de la empresa que no han llegado a conocer en su totalidad la publicidad que realiza la empresa. La entrevista que se le realizó a Jorge Villagrán gerente propietario de la empresa Taconazo en la parte de publicidad, han manejado distintas áreas como es el manejo de Facebook, mailing, flyers, publicidad impresa, sin embargo no a alcanzado los objetivos planteados por la empresa ya que en un rango del 1 al 10 lo califico como un 6, lo cual supera la media pero no alcanza a cumplir con los objetivos y muchos clientes desconocen de la publicidad que esta realiza.

Con respecto a la competencia tienen un apego hacia los personajes, pero estos ya son conocidos por lo cual no son representativos y únicos del restaurante ya que estos son repetitivos por algunos restaurantes de comida mexicana al ser representativos de México. Con respecto a la valoración de precios se mantienen dentro de un promedio, el manejo de las redes sociales se puede ver que Twitter dentro del Taconazo no es explotado lo que si realiza la competencia.

Con las técnicas utilizadas se ha verificado el problema, donde se ve en la necesidad de generar personajes para productos audiovisuales la cual es una de las que llama la atención en los clientes, que proyecte su imagen en tercera dimensión, ya que no la han realizado antes se pretende aportar con un producto nuevo en el cual se puede promocionar a la empresa de distintas maneras, y así, tenga un mayor alcance con sus clientes, y pueda diferenciarse de la competencia al tener personajes representativos y únicos que demuestren los productos y servicios que tiene el restaurante Taconazo.

Mientras que de las entrevistas realizadas a expertos se concluye que realizando los debidos procesos y pasos se puede conseguir un producto y proyecto profesional, ya que se obtuvo los pasos para realizar un personaje en tercera dimensión, y un conocimiento sobre conceptos y de la manera más idónea de cómo manejar el marketing dentro de la empresa, siempre partiendo de un análisis de esta.

CAPÍTULO 3 DISEÑO

Este capítulo abarca la propuesta del proyecto integrador de carrera, en donde se pone en práctica la fundamentación teórica que se ha investigado, y los resultados que se obtendrán del proyecto. Se encuentra los pasos realizados para obtener personajes en tercera dimensión para productos audiovisuales de la empresa Taconazo y sirvan como medio de promoción y publicidad de la empresa.

Idea: Empresa Taconazo se especializa en brindar comida mexicana y bebidas, en un ambiente tradicional y moderno.

Objetivo: Diseñar personajes en tercera dimensión para productos audiovisuales que sirva como publicidad para la empresa Taconazo.

Grupo Objetivo: Personas de todas las edades, de medio a medio alto.

A partir de esto es donde se basó la idea, donde lo primero que se planteó es el Guión literario.

Sinopsis: Se presentan los cuatro personajes (Taquiño, Tequila, Torta, Chile), se encuentran en un ambiente de la cultura azteca cuando de repente aparece una luz que los transporta al restaurante Taconazo donde ellos al conocer el lugar lo transmiten a las personas para que ellos disfruten tanto como lo hacen los personajes.

3.1 Guión Literario

Historia 1

Esc1. Ext. Ambiente cultura Azteca. Día.

Los personajes Taquiño, Tequila, Chile y Torta están en cultura azteca, llega una luz que los transporta al restaurante Taconazo en Ecuador.

Esc2. Int. Restaurante Taconazo. Día

Dentro del Taconazo conocen el lugar y Taquiño cuenta la historia de cómo empezó Taconazo

Taquiño: Hola a todos les damos la bienvenida al Taconazo un lugar con historia y sabor mexicano.

Esc3. Int. Restaurante Taconazo. Día

Taquiño invita a torta y chile para que presenten el menú y platos que ofrecen. Torta y Chile presentan las entradas, tortas, tacos, sopas, platos fuertes, antojitos, ensaladas, carnes, platos vegetarianos, postres, aparece nombre y plato.

Esc4. Int. Restaurante Taconazo. Día

Sale Tequila para presentar el menú de tragos con algunas fotos.

Esc5. Int. Restaurante Taconazo. Día

Se reúnen todos los personajes, brindan y disfrutan e invitan a las personas a conocer el Taconazo.

Taquiño: Invitamos a todos los cuates a disfrutar y sentir un ambiente y sabor mexicano con manos ecuatorianas.

Historia 2

Esc1. Ext. Ciudad. Día

Tequila y Nacho están en la moto llevando un domicilio.

Esc2. Ext. Ciudad. Día

Tiene muchos obstáculos y se les daña la moto, Nacho se queda con la moto.

Esc3. Ext. Ciudad. Día

Tequila avanza solo con el domicilio en busca de la casa.

Esc4. Ciudad. Día

Tequila logra llegar al domicilio con la comida a salvo, sale la persona que pidió el domicilio y le agradece. Tequila solo y dice

Tequila: Domicilio Taconazo para Quito 2446669 y Cumbayá 6013067
Aparecen los números debajo.

3.2 Guión Técnico

Historia 1

	Plano	Índice Técnico	Ángulo	Movimiento De cámara	Story Board	Imagen	Sonido	Música Incidental Ambiental
1		Plano General	Normal Frontal	Plano Fijo		Los cuatro personajes reunidos, divirtiéndose en un ambiente de cultura azteca, llega una luz desde el cielo.	No hay diálogo	Sonido ambiental Transportación de lugar.
2		Plano medio	Normal lateral	Plano fijo		Taquiño relatando la historia	Hola a todos les damos la bienvenida al Taconazo un lugar con historia y sabor mexicano.	Sonido ambiental

3		Plano America no	Normal Frontal	Panorámica Horizontal hacia la derecha		Torta y Chile mostrando los platos	Nombre de los diferentes platos que se presenten	Sonido ambiental
4		Plano America no	Normal Lateral	Panorámica vertical hacia arriba		Tequila mostrando licores	Nombre de los diferentes licores	Sonido ambiental
5		Plano general	Normal Frontal	Plano fijo		Los personajes reunidos disfrutando del lugar	Invitamos a todos los cuates de disfrutar y sentir un ambiente y sabor mexicano con manos ecuatorianas.	Sonido ambiental

Tabla 11 (Autor: Vanessa Ayala, Fuente: Vanessa Ayala)

Historia 2

	Plano	Índice Técnico	Ángulo	Movimiento De cámara	Story Board	Imagen	Sonido	Música Incidental Ambiental
1		Plano General	Normal Frontal	Panorámica Horizontal hacia la derecha		Nacho y tequila en la moto	No hay diálogo	Sonido ambiental
2		Plano General	Normal lateral	Panorámica Horizontal hacia la derecha		Nacho con la moto dañada, Tequila con el domicilio	No hay diálogo	Sonido ambiental
3		Plano General medio	Normal Frontal	Panorámica Horizontal hacia la derecha		Tequila con el domicilio	No hay diálogo	Sonido ambiental
4		Plano medio	Normal Posterior	Plano fijo		Tequila entregando domicilio	Domicilio Taconazo para Quito 2446669 y Cumbayá 6013067	Sonido ambiental

Tabla 12 (Autor: Vanessa Ayala, Fuente: Vanessa Ayala)

3.3 Creación de personajes

Lo primero que se realizó son bocetos a mano, digitalización y pintado para pasar al modelado en tercera dimensión de los personajes, tomando en cuenta, los servicios que ofrece la empresa Taconazo, características de la cultura mexicana, y otorgarle una personalidad distinta a los personajes, también basándose en el personaje que existe en la empresa Taquiño.

3.3.1 Nacho

Características del personaje

Este personaje es extraído de un nacho que es uno de los platos principales de la cultura mexicana, tiene el cabello de queso derretido con lo cual siempre se lo acompaña

Personalidad del personaje

Es el cool, feliz, divertido y fiestero.

Boceto

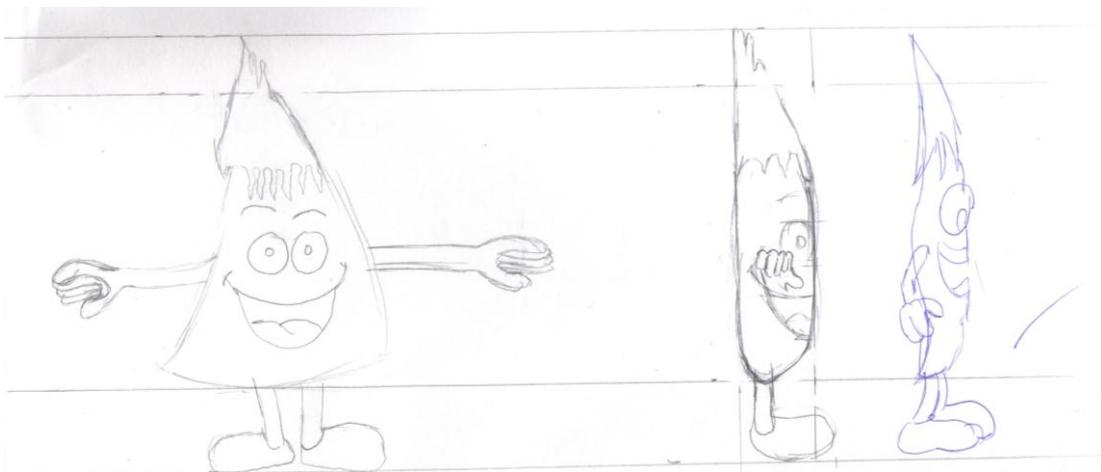


Imagen 20: Boceto de personaje Nacho (Autor: Vanessa Ayala)

Como primer paso se realizó el bocetaje del personaje en sus posiciones principales, tomando en cuenta la característica y personalidad del personaje se lo dibujó para siguiente aprobación.

Digitalización

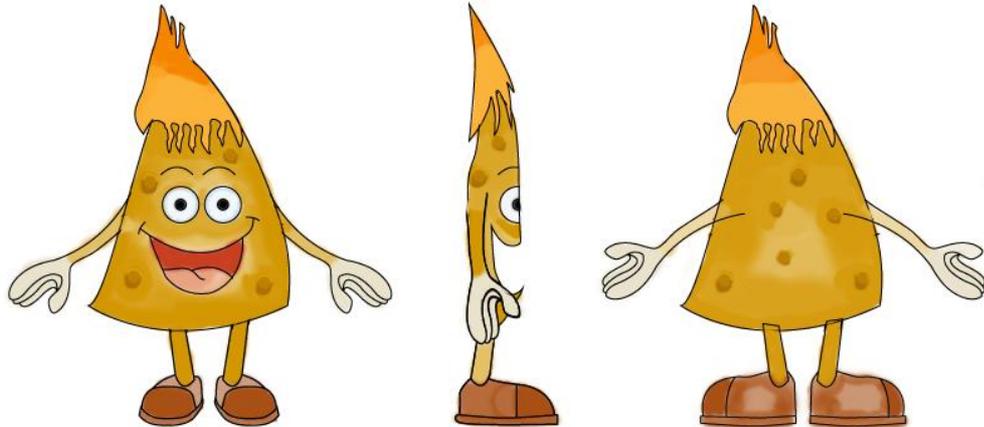


Imagen 21: Dibujo digitalizado de personaje Nacho (Autor: Vanessa Ayala)

En este proceso el boceto se lo digitalizó, mediante un redibujado en el programa Adobe ilustrador, y después de tener el perfil en vector, se procedió a pintar en Adobe Photoshop, para los colores utilizados se tomo en cuenta el color real de un nacho y queso. También se aumentó la vista de atrás del personaje para poderlo visualizar en tercera dimensión.

Proceso de modelado en Tercera Dimensión

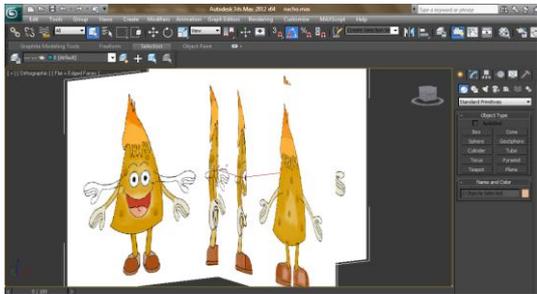


Imagen 22: Colocación de personaje en 3ds Max
Autor: Vanessa Ayala)

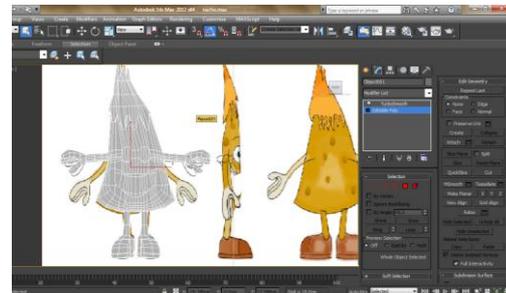


Imagen 23: Modelado con malla poligonal del personaje
(Autor: Vanessa Ayala)

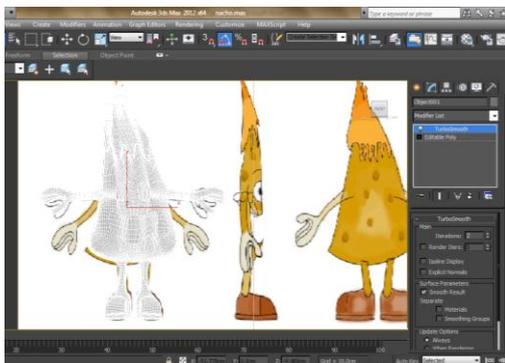


Imagen 24: Personaje con TurboSmooth
(Autor: Vanessa Ayala)

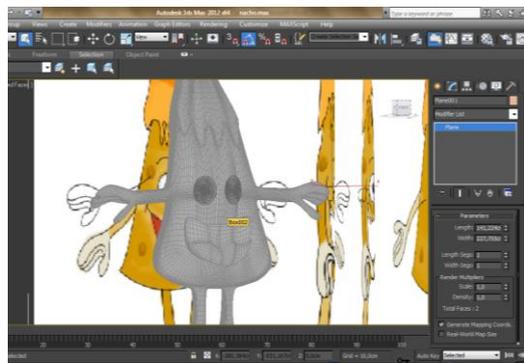


Imagen 25: Vista ¾ del personaje
(Autor: Vanessa Ayala)

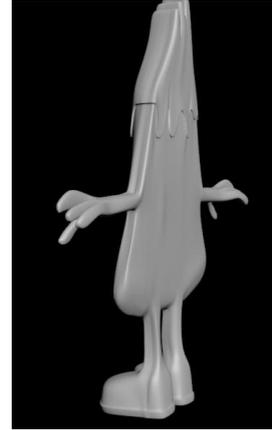
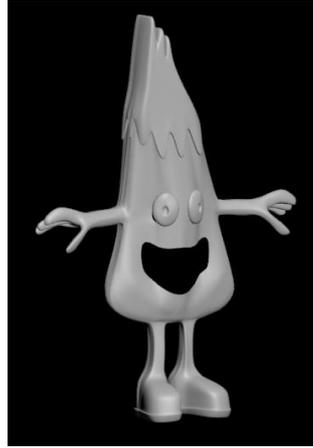
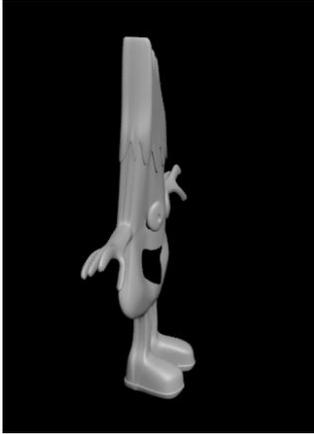


Imagen 26, 27 y 28: Diferentes vistas de modelado en gris (Autor: Vanessa Ayala)

Como se puede observar en la imagen 22 el primer paso que se realizó para empezar con el modelado es incrustar la imagen digitalizada del personaje (ver imagen 21) esto se colocó con la utilización de un plano, y en las vistas frontal y lateral. Se empezó el modelado que se lo realizó con Editable Poly lo cual permitió moldearle a la figura hacia el personaje. Finalmente terminado todos los detalles del personaje se puso un modificador de turbosmooth para darle mayor suavidad y realismo al modelado.

Proceso de Pintado

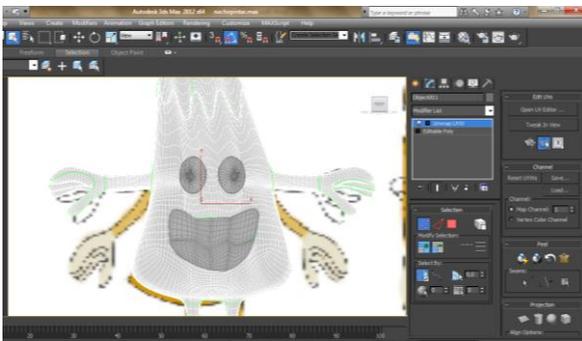


Imagen 29: Modificador UVW Unwrap (Autor: Vanessa Ayala)

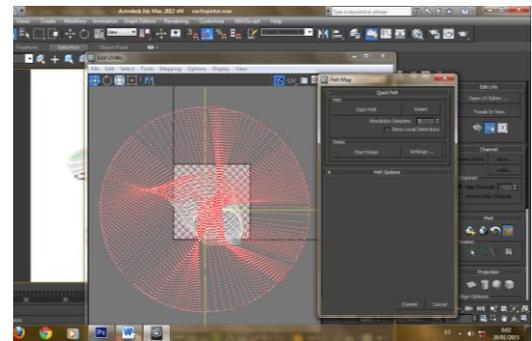


Imagen 30: Abertura de malla (Autor: Vanessa Ayala)

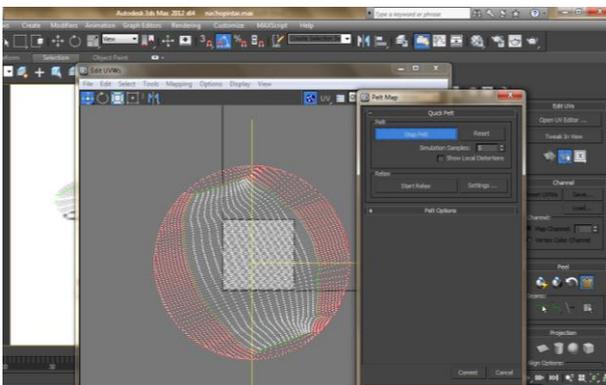


Imagen 31: Malla abierta (Autor: Vanessa Ayala)

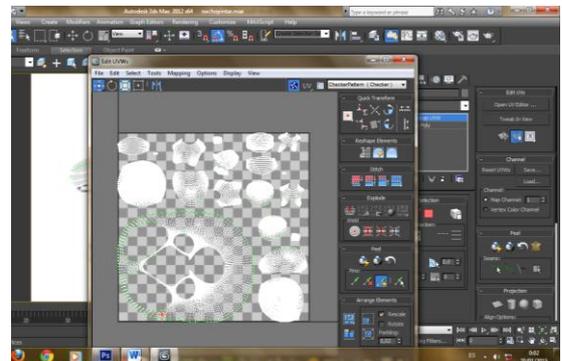


Imagen 32: Mapa de malla (Autor: Vanessa Ayala)

En este proceso mediante el modificador Unwrap UVW se separó las partes del modelado como los brazos, piernas, manos, entre otros, para a cada una de estas partes abrirlas (ver imagen 31) de manera que generen un mapa de la malla (Ver imagen 32), este procedimiento se realizó tanto para el cuerpo, boca, ojos del personaje.

Estos diferentes mapas se los trasladó a Adobe Photoshop para su respectivo pintado, tomando en cuenta donde esta cada parte del personaje para que los colores salgan los mismos que se realizó en el digitalizado (ver imagen 21). A continuación se detalla cada uno de los mapas con su respectivo pintado.

Mapa de boca

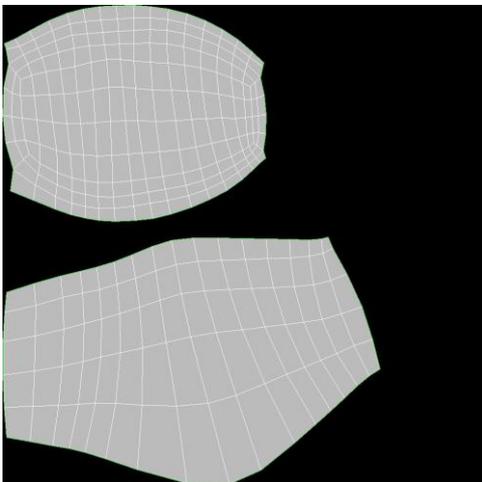


Imagen 33: Mapa de boca (Autor: Vanessa Ayala)

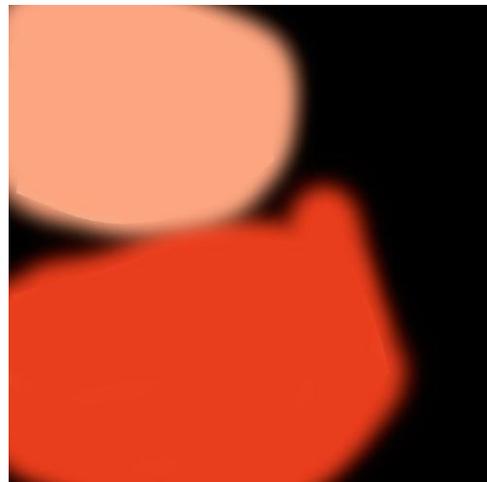


Imagen 34: Pintado de boca (Autor: Vanessa Ayala)

Mapa de cuerpo

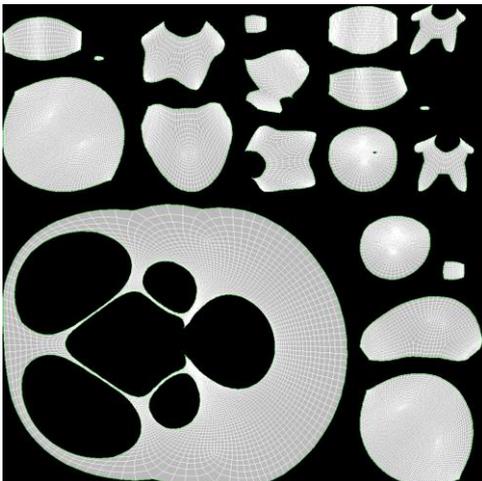


Imagen 35: Mapa de cuerpo (Autor: Vanessa Ayala)

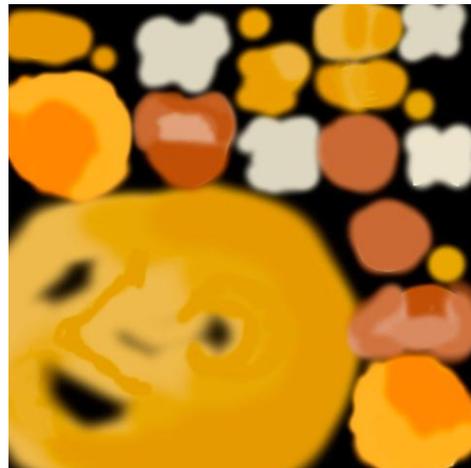


Imagen 36: Pintado de cuerpo (Autor: Vanessa Ayala)

Mapa de ojo

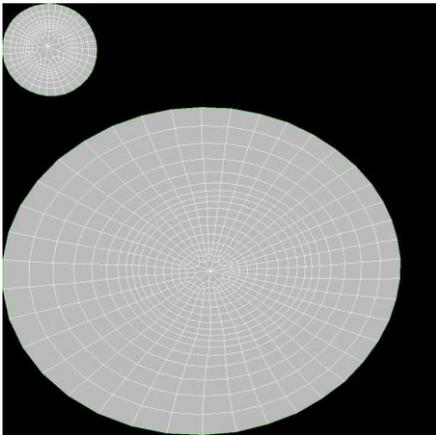


Imagen 37: Mapa de ojo (Autor: Vanessa Ayala)



Imagen 38: Pintado de ojo (Autor: Vanessa Ayala)

Modelado Tercera dimensión

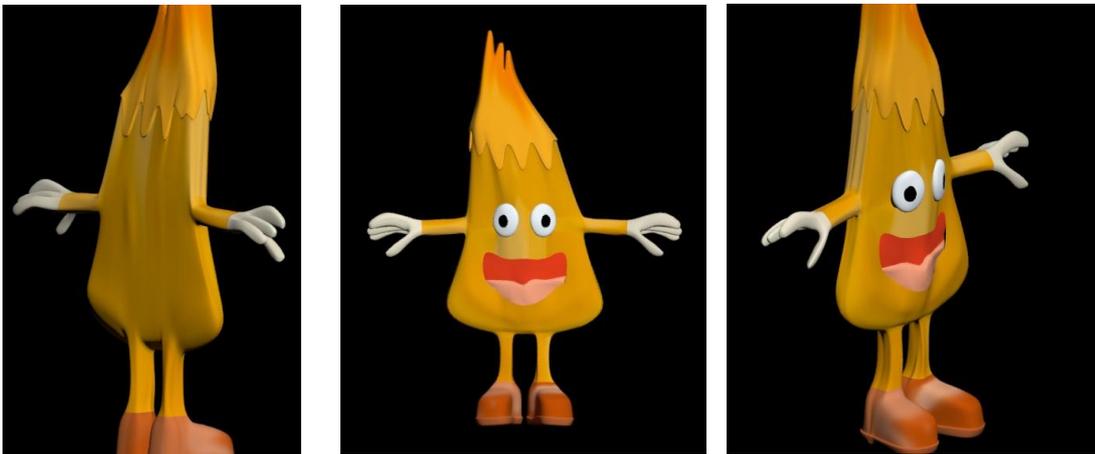


Imagen 39, 40 y 41: Diferentes vistas de modelado finalizado en color (Autor: Vanessa Ayala)

Se colocó los diferentes mapas pintados como materiales dentro de 3ds Max, para tener el resultado final del modelado con sus detalles.

3.3.2 Torta

Características del personaje

Este personaje proviene de una torta mexicana, utiliza sombrero característico de las fiestas mexicanas, su cabello es de lechuga, para no perder la esencia de torta, los colores utilizados son característicos de la torta y el chal colores corporativos del Taconazo.

Personalidad del personaje

Es sexi, seductora, provocativa.

Boceto

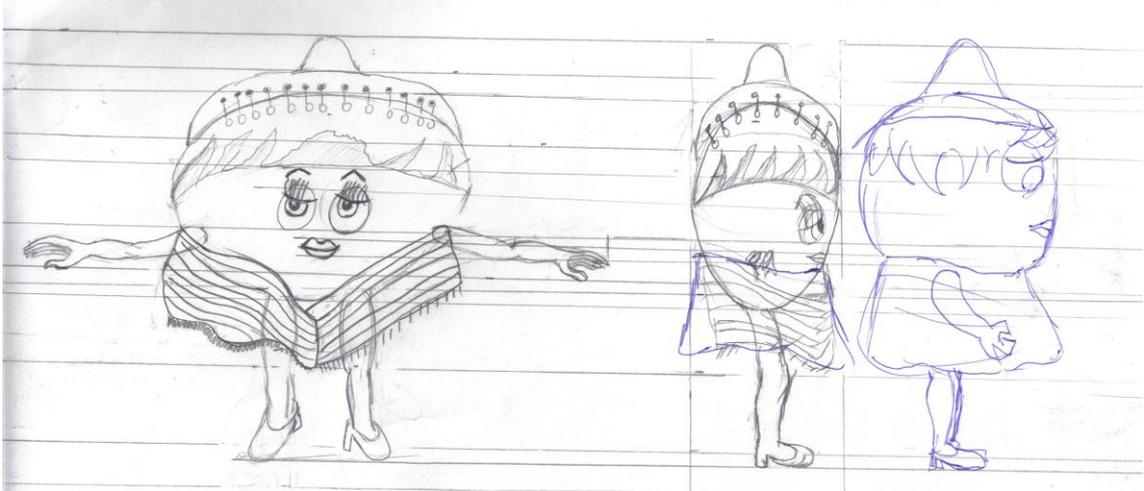


Imagen 42: Boceto de personaje Torta (Autor: Vanessa Ayala)

Como primer paso se realizó el bocetaje del personaje en sus posiciones principales, tomando en cuenta la característica y personalidad del personaje se lo dibujó para siguiente aprobación.

Digitalización



Imagen 43: Dibujo digitalizado de personaje Torta (Autor: Vanessa Ayala)

En este proceso el boceto se lo digitalizó, mediante un redibujado en el programa Adobe ilustrador, y después de tener el perfil en vector, se procedió a pintar en Adobe Photoshop, para los colores utilizados se tomo en cuenta el color real de una torta de un sombrero mexicano y colores corporativos de la empresa como en el chal. También se aumentó la vista de atrás del personaje para poderlo visualizar en tercera dimensión.

Proceso de modelado en Tercera Dimensión

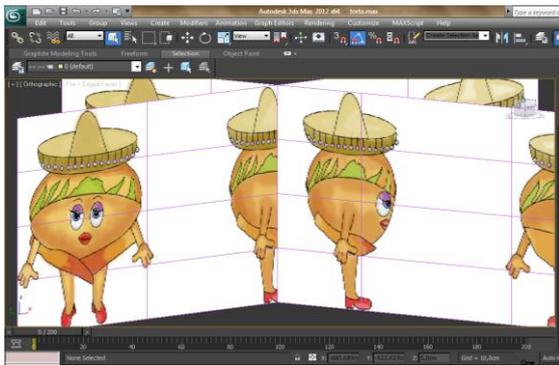


Imagen 44: Colocación de personaje en 3ds Max
(Autor: Vanessa Ayala)

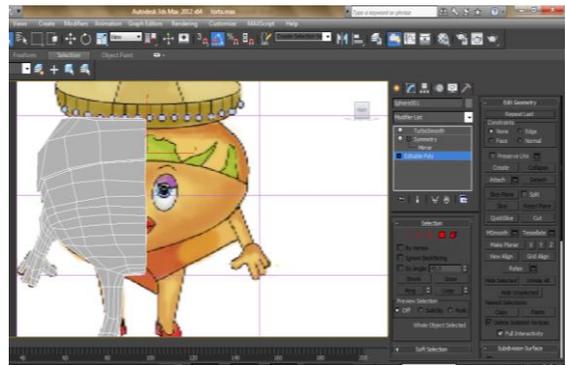


Imagen 45: Modelado con Editable Poly
(Autor: Vanessa Ayala)

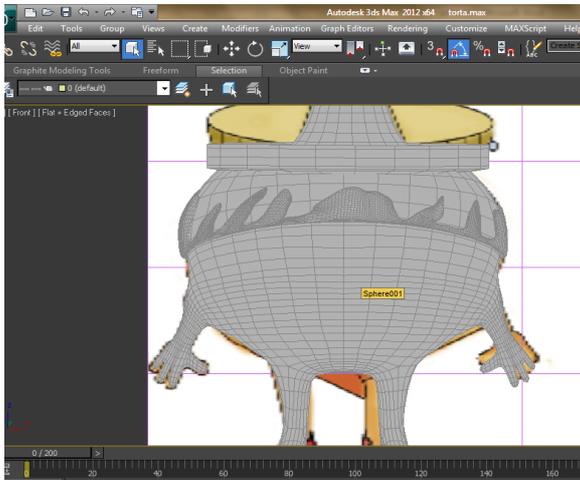


Imagen 46: Modelado con TurboSmooth
(Autor: Vanessa Ayala)

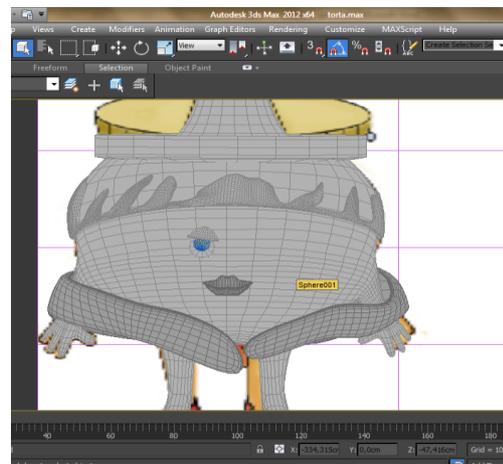


Imagen 47: Incrustación de partes de ojo y boca
(Autor: Vanessa Ayala)

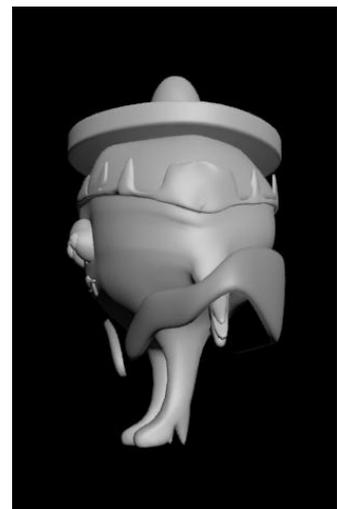
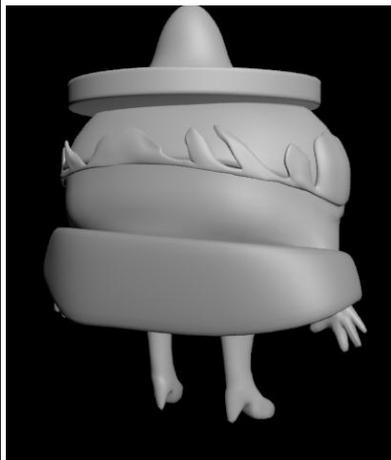
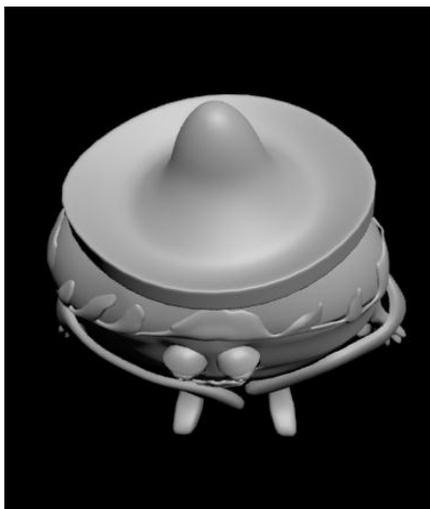


Imagen 48, 49 y 50: Diferentes vistas de modelado en gris (Autor: Vanessa Ayala)

Como se puede observar en la imagen 44 el primer paso que se realizó para empezar con el modelado es incrustar la imagen digitalizada del personaje (ver imagen 43) esto se colocó con la utilización de un plano, y en las vistas frontal y lateral. Se empezó el modelado que se lo realizó con Editable Poly lo cual permitió moldearle a la figura hacia el personaje. Finalmente terminado todos los detalles del personaje se puso un modificador de turbosmooth para darle mayor suavidad y realismo al modelado.

Proceso de pintado

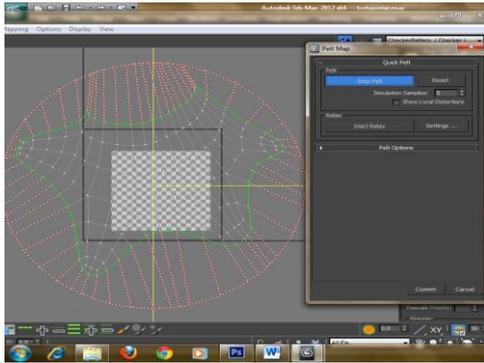


Imagen 51: Abrir malla de mano (Autor: Vanessa Ayala)

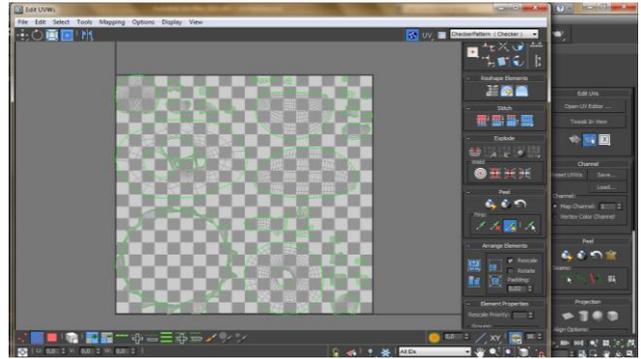


Imagen 52: Mapa de malla (Autor: Vanessa Ayala)

En este proceso mediante el modificador Unwrap UVW se separó las partes del modelado como los brazos, piernas, manos, entre otros, para a cada una de estas partes abrirlas (ver imagen 51) de manera que generen un mapa de la malla (Ver imagen 52), este procedimiento se realizó tanto para el cuerpo, boca, ojos del personaje.

Estos diferentes mapas se los trasladó a Adobe Photoshop para su respectivo pintado, tomando en cuenta donde esta cada parte del personaje para que los colores salgan los mismos que se realizó en el digitalizado (ver imagen 43). A continuación se detalla cada uno de los mapas con su respectivo pintado.

Mapa de chal

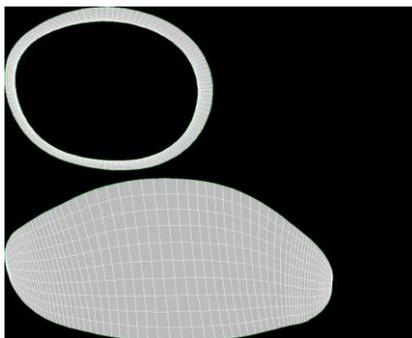


Imagen 53: Mapa de chal (Autor: Vanessa Ayala)



Imagen 54: Pintado de Chal (Autor: Vanessa Ayala)

Mapa de ojo

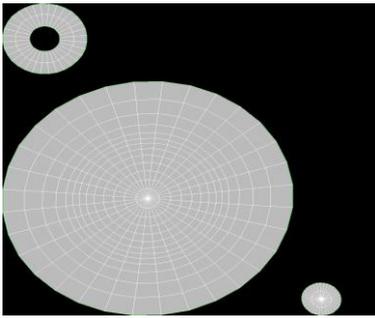


Imagen 55: Mapa de ojo (Autor: Vanessa Ayala)

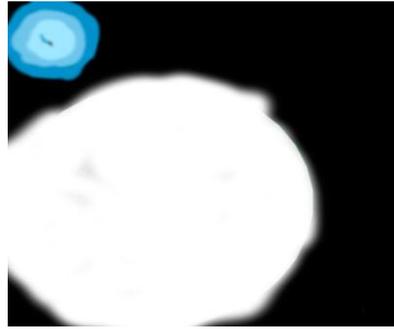


Imagen 56: Pintado de ojo (Autor: Vanessa Ayala)

Mapa de párpado

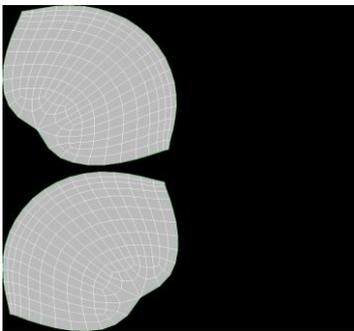


Imagen 57: Mapa de párpado (Autor: Vanessa Ayala)

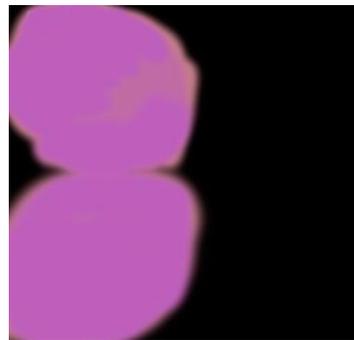


Imagen 58: Pintado de párpado (Autor: Vanessa Ayala)

Mapa de boca

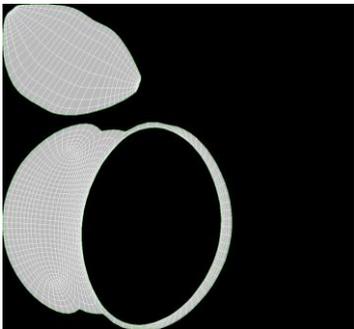


Imagen 59: Mapa de boca (Autor: Vanessa Ayala)



Imagen 60: Pintado de boca (Autor: Vanessa Ayala)

Mapa de cuerpo

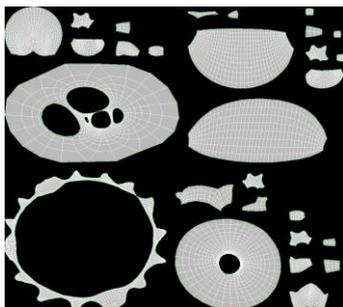


Imagen 61: Mapa de cuerpo (Autor: Vanessa Ayala)

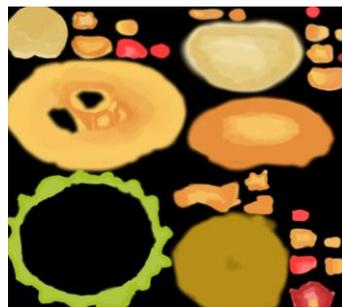


Imagen 62: Pintado de Cuerpo (Autor: Vanessa Ayala)

Modelado tercera dimensión

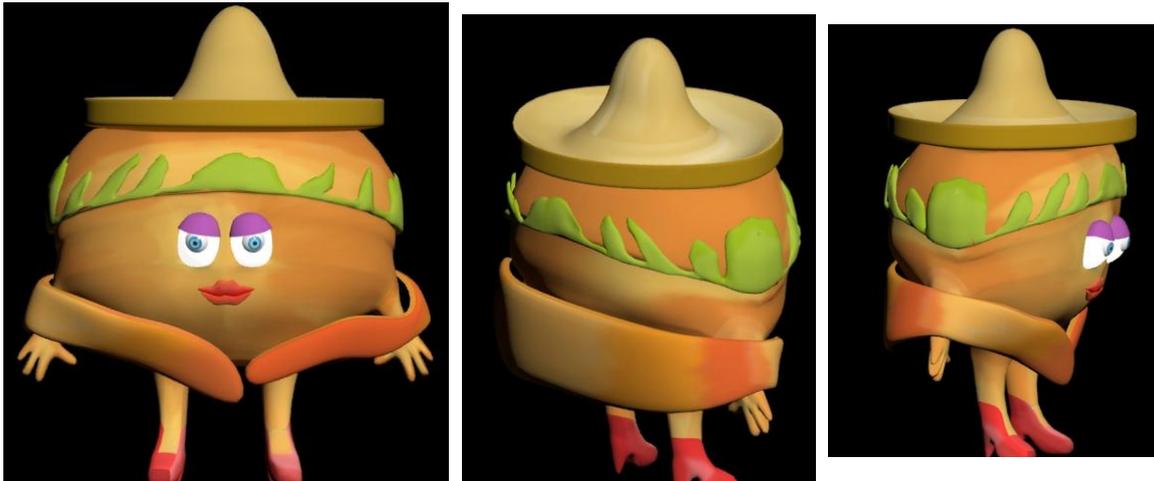


Imagen 63, 64 y 65: Diferentes vistas de modelado finalizado en color (Autor: Vanessa Ayala)

Se colocó los diferentes mapas pintados como materiales dentro de 3ds Max, para tener el resultado final del modelado con sus detalles.

3.3.3 Tequila (Don Julio)

Características del personaje

Este personaje proviene de un tequila, utiliza sombrero extraído de una figura azteca, utiliza accesorios de balas y un mostacho que hacen notar su personalidad, los colores utilizados es opaco debido a su personalidad y los colores corporativos de la empresa.

Personalidad del personaje

Es enojado, fuerte, musculoso.

Boceto

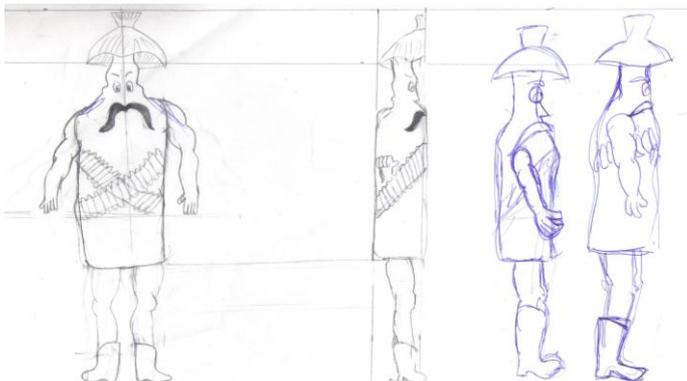


Imagen 66: Boceto de personaje Tequila (Autor: Vanessa Ayala)

Como primer paso se realizó el bocetaje del personaje en sus posiciones principales, tomando en cuenta la característica y personalidad del personaje se lo dibujó para siguiente aprobación.

Digitalización

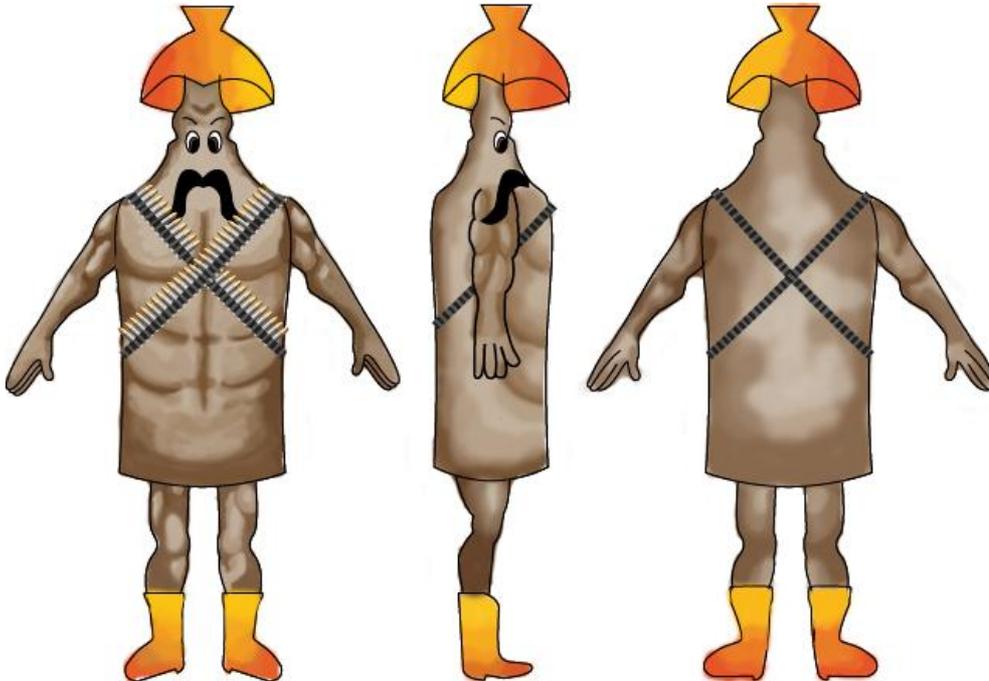


Imagen 67: Dibujo digitalizado de personaje Tequila (Autor: Vanessa Ayala)

En este proceso el boceto se lo digitalizó, mediante un redibujado en el programa Adobe Illustrator, y después de tener el perfil en vector, se procedió a pintar en Adobe Photoshop, para los colores utilizados se tomo en cuenta un color oscuro que exprese la personalidad del personaje y los colores corporativos de la empresa. También se aumentó la vista de atrás del personaje para poderlo visualizar en tercera dimensión.

Proceso de modelado en tercera dimensión

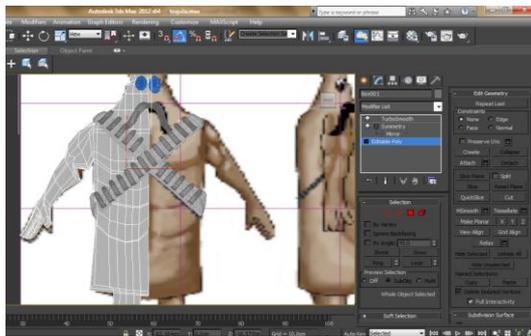


Imagen 68: Modelado (Autor: Vanessa Ayala)

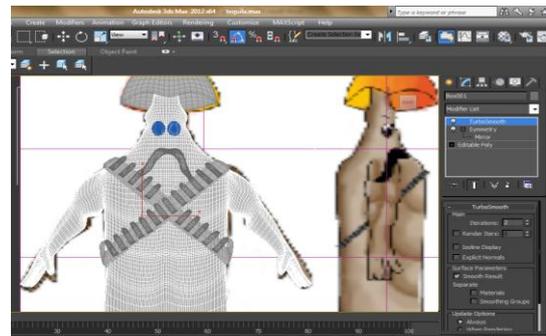


Imagen 69: Modificador TurboSmooth (Autor: Vanessa Ayala)

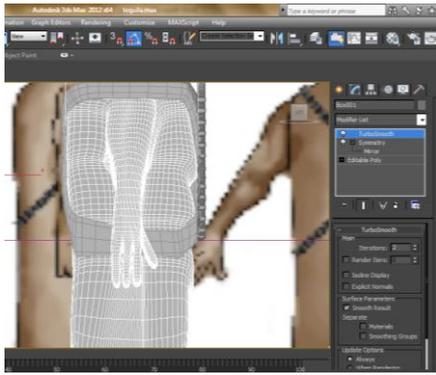


Imagen 70: Vista lateral de la malla
(Autor: Vanessa Ayala)

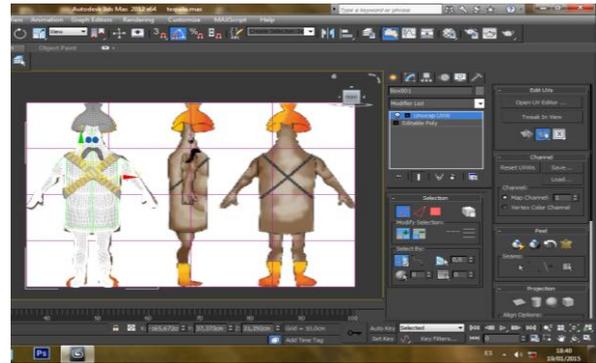


Imagen 71: Vista frontal de malla (Autor: Vanessa Ayala)



Imagen 72: Modela en gris (Autor: Vanessa Ayala)



Imagen 73: Vista frontal de malla (Autor: Vanessa Ayala)

El primer paso que se realizó para empezar con el modelado es incrustar la imagen digitalizada del personaje (ver imagen 67) esto se colocó con la utilización de un plano, y en las vistas frontal y lateral. Se empezó el modelado que se lo realizó con Editable Poly lo cual permitió moldearle a la figura hacia el personaje. Finalmente terminado todos los detalles del personaje se puso un modificador de turbosmooth para darle mayor suavidad y realismo al modelado.

Proceso de pintado

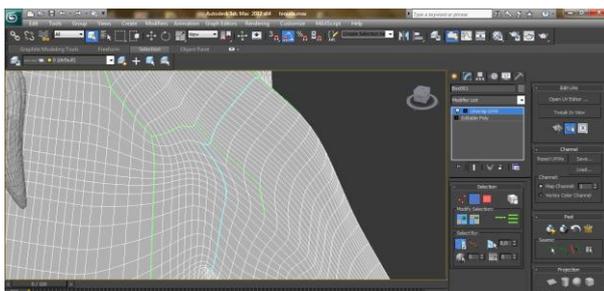


Imagen 74: Separado de brazo (Autor: Vanessa Ayala)

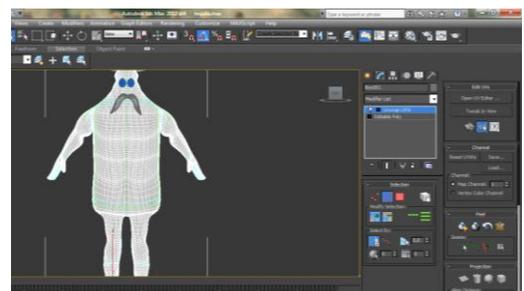


Imagen 75: Modificador Unwrap UVW (Autor: Vanessa Ayala)

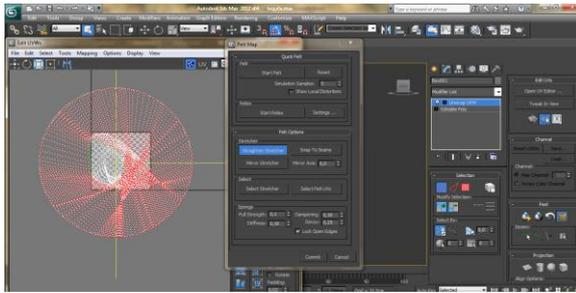


Imagen 76: Abertura de malla (Autor: Vanessa Ayala)

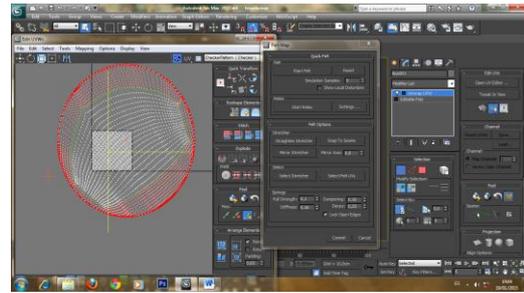


Imagen 77: Malla abierta (Autor: Vanessa Ayala)

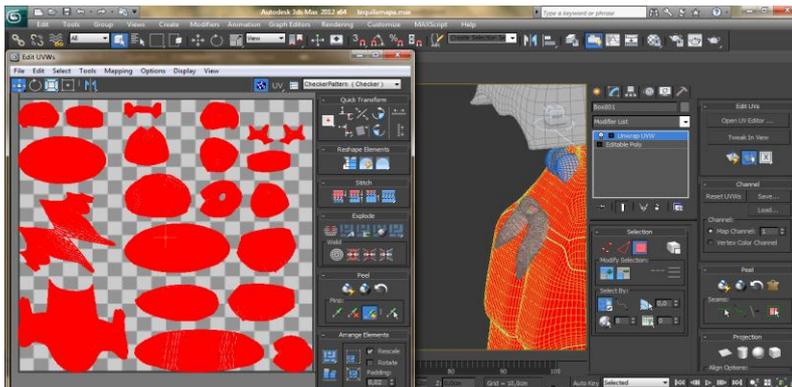


Imagen 78: Mapa de malla Tequila (Autor: Vanessa Ayala)

En este proceso mediante el modificador Unwrap UVW se separó las partes del modelado como los brazos, piernas, manos, entre otros, para a cada una de estas partes abrirlas (ver imagen 76) de manera que generen un mapa de la malla (Ver imagen 78), este procedimiento se realizó tanto para el cuerpo, boca, ojos del personaje.

Estos diferentes mapas se los trasladó a Adobe Photoshop para su respectivo pintado, tomando en cuenta donde esta cada parte del personaje para que los colores salgan los mismos que se realizó en el digitalizado (ver imagen 67). A continuación se detalla cada uno de los mapas con su respectivo pintado.

Mapa cinturón

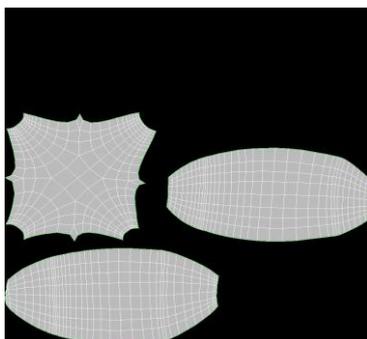


Imagen 79: Mapa de cinturón (Autor: Vanessa Ayala)

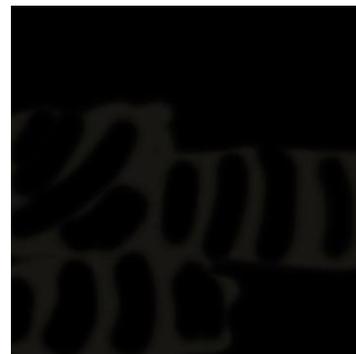


Imagen 80: Pintado de cinturón (Autor: Vanessa Ayala)

Mapa de sombrero

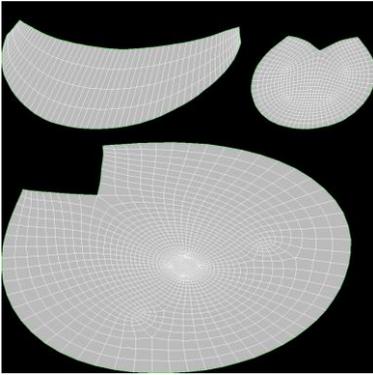


Imagen 81: Mapa sombrero (Autor: Vanessa Ayala)

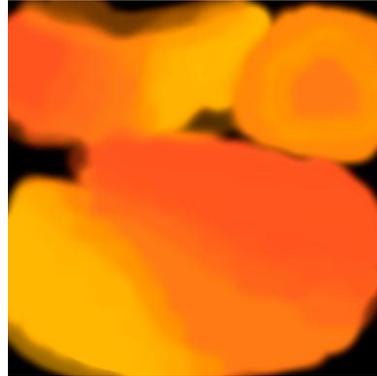


Imagen 82: Pintado de sombrero (Autor: Vanessa Ayala)

Mapa de ojo

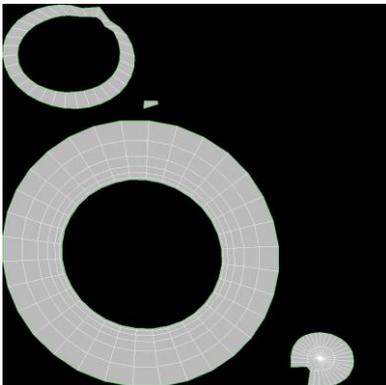


Imagen 83: Mapa de ojo (Autor: Vanessa Ayala)



Imagen 84: Pintado de ojo (Autor: Vanessa Ayala)

Mapa cuerpo

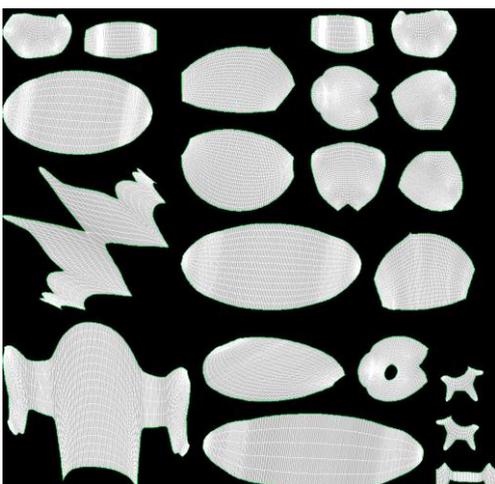


Imagen 85: Mapa de cuerpo (Autor: Vanessa Ayala)

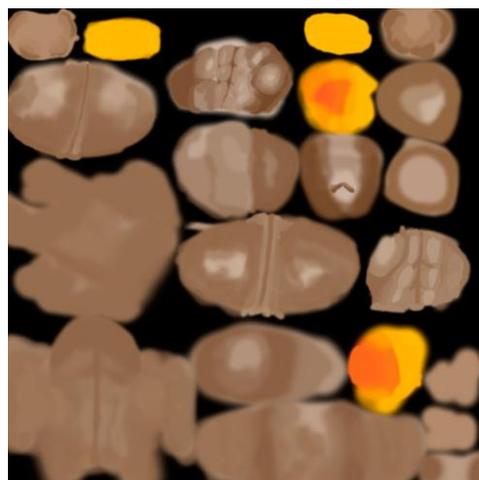


Imagen 86: Pintado de cuerpo (Autor: Vanessa Ayala)

Modelado tercera dimensión



Imagen 87, 88 y 89: Diferentes vistas de modelado finalizado en color (Autor: Vanessa Ayala)

Se colocó los diferentes mapas pintados como materiales dentro de 3ds Max, para tener el resultado final del modelado con sus detalles.

3.3.4 Chile

Características del personaje

Este personaje es uno de los más representativos de México al ser un chile como característica principal es la utilización de un poncho mexicano el cual tiene los colores corporativos de la empresa Taconazo.

Personalidad del personaje

Es feliz, picante, gracioso

Boceto

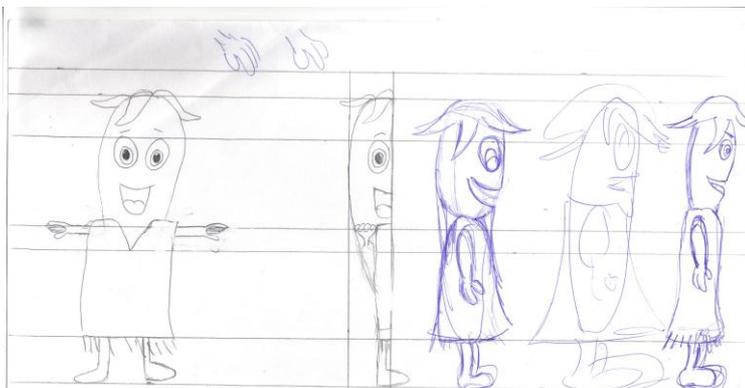


Imagen 90: Boceto de personaje Chile (Autor: Vanessa Ayala)

Como primer paso se realizó el bocetaje del personaje en sus posiciones principales, tomando en cuenta la característica y personalidad del personaje se lo dibujó para siguiente aprobación

Digitalización

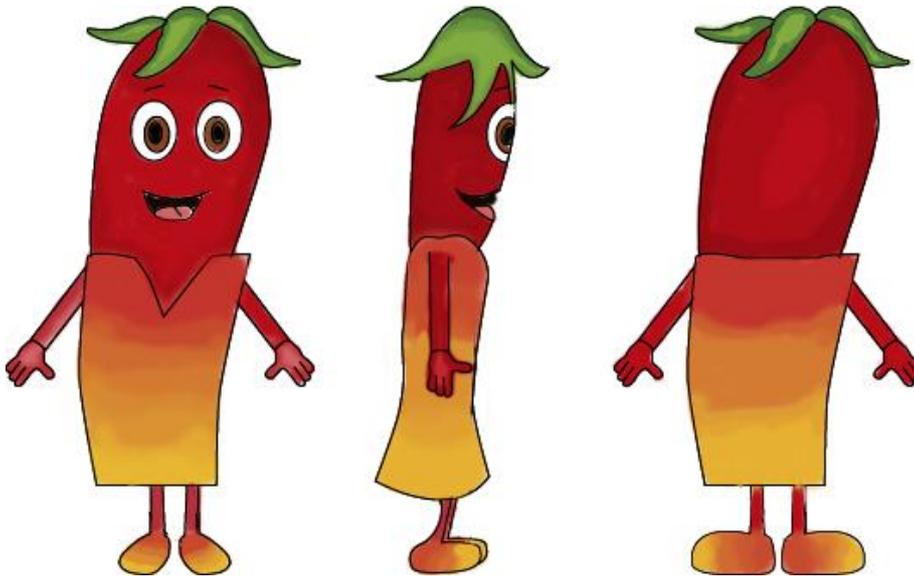


Imagen 91: Dibujo digitalizado de personaje Chile (Autor: Vanessa Ayala)

En este proceso el boceto se lo digitalizó, mediante un redibujado en el programa Adobe ilustrador, y después de tener el perfil en vector, se procedió a pintar en Adobe Photoshop, para los colores utilizados se tomo en cuenta el color real de un chile y colores corporativos de la empresa para el poncho del personaje. También se aumentó la vista de atrás del personaje para poderlo visualizar en tercera dimensión.

Proceso de modelado en tercera dimensión

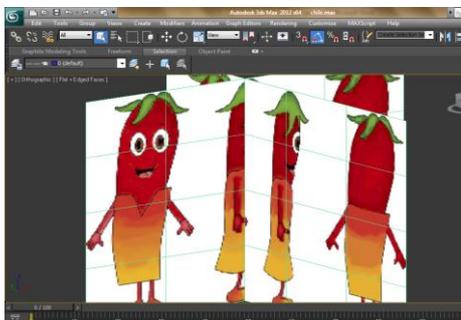


Imagen 92: Boceto en 3ds Max (Autor: Vanessa Ayala)

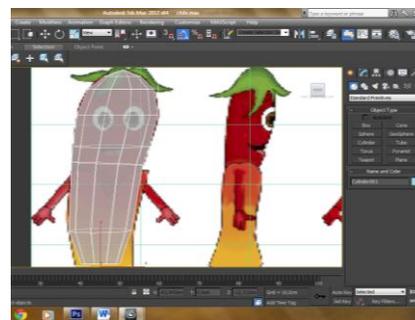


Imagen 93: Principio de modelado (Autor: Vanessa Ayala)

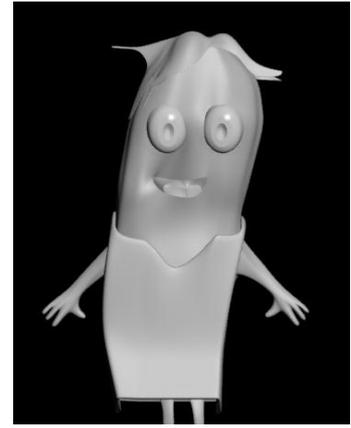
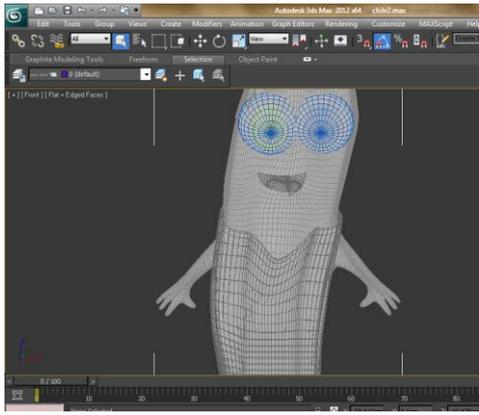


Imagen 94: Modelado terminado (Autor: Vanessa Ayala) Imagen 95 y 96: Vistas en gris (Autor: Vanessa Ayala)

Como se puede observar en la imagen 92 el primer paso que se realizó para empezar con el modelado es incrustar la imagen digitalizada del personaje (ver imagen 91) esto se colocó con la utilización de un plano, y en las vistas frontal y lateral. Se empezó el modelado que se lo realizó con Editable Poly lo cual permitió moldearle a la figura hacia el personaje. Finalmente terminado todos los detalles del personaje se puso un modificador de turbosmooth para darle mayor suavidad y realismo al modelado.

Proceso de pintado

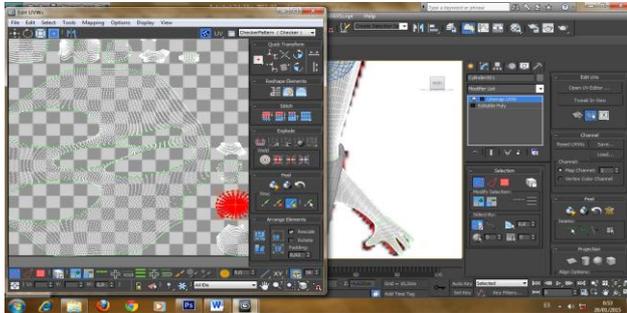


Imagen 97: Abertura de malla (Autor: Vanessa Ayala)

En este proceso mediante el modificador Unwrap UVW se separó las partes del modelado como los brazos, piernas, manos, entre otros, para a cada una de estas partes abrirlas de manera que generen un mapa de la malla (Ver imagen 97), este procedimiento se realizó tanto para el cuerpo, boca, ojos del personaje.

Estos diferentes mapas se los trasladó a Adobe Photoshop para su respectivo pintado, tomando en cuenta donde esta cada parte del personaje para que los colores salgan los mismos que se realizó en el digitalizado (ver imagen 91). A continuación se detalla cada uno de los mapas con su respectivo pintado.

Mapa de la boca

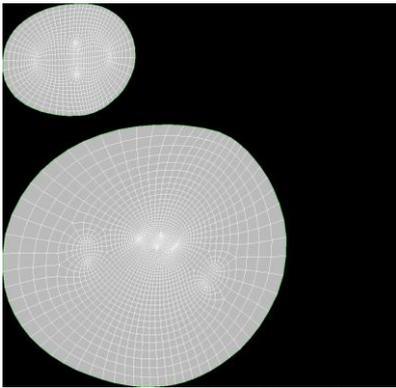


Imagen 98: Mapa de boca (Autor: Vanessa Ayala)

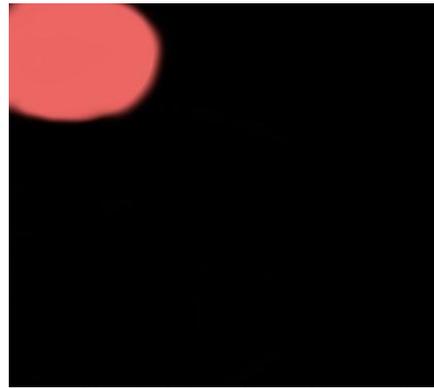


Imagen 99: Pintado de boca (Autor: Vanessa Ayala)

Mapa de cabello

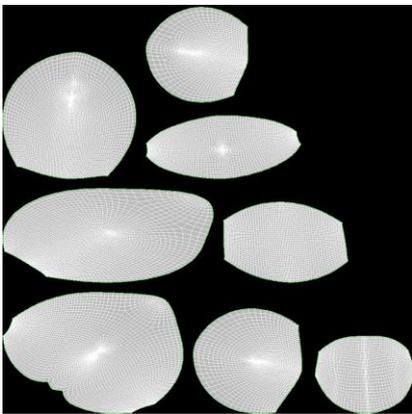


Imagen 100: Mapa de cabello (Autor: Vanessa Ayala)

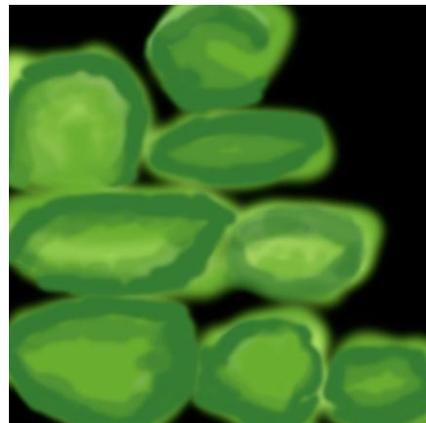


Imagen 101: Pintado de cabello (Autor: Vanessa Ayala)

Mapa de cuerpo

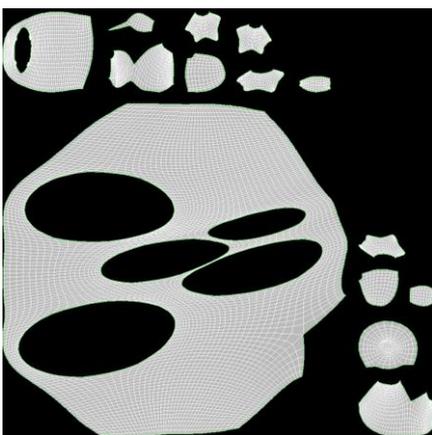


Imagen 102: Mapa de cuerpo (Autor: Vanessa Ayala)



Imagen 103: Pintado de cuerpo (Autor: Vanessa Ayala)

Mapa de ojo

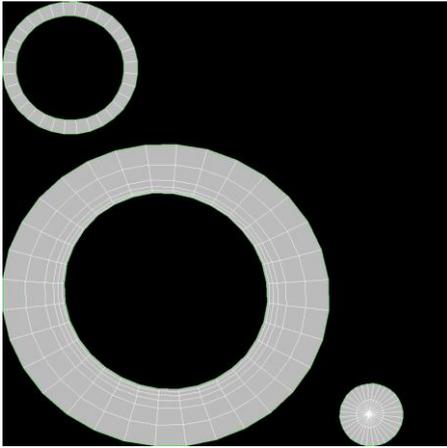


Imagen 104: Mapa de ojo (Autor: Vanessa Ayala)

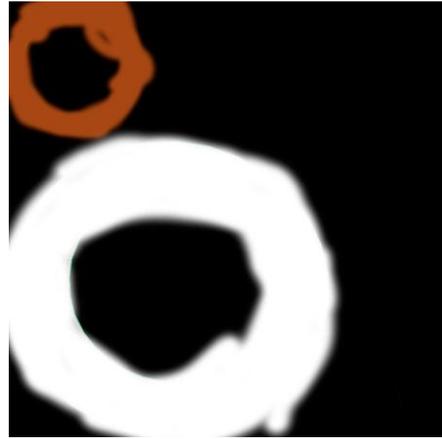


Imagen 105: Pintado de ojo (Autor: Vanessa Ayala)

Mapa de poncho

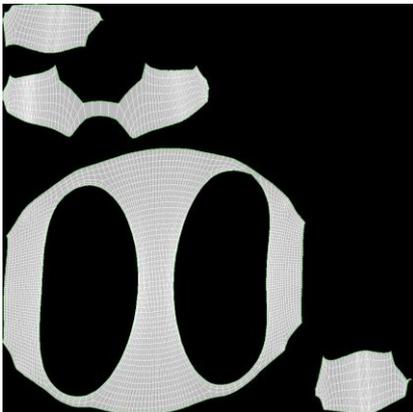


Imagen 106: Mapa de poncho (Autor: Vanessa Ayala)

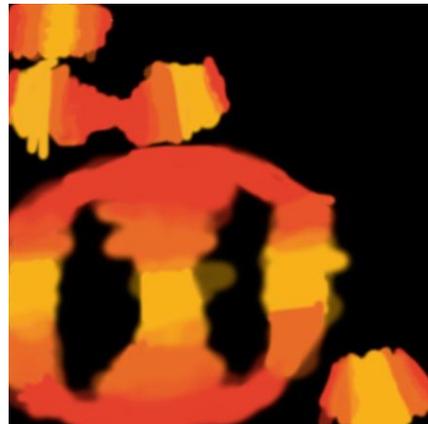


Imagen 107: Pintado de poncho (Autor: Vanessa Ayala)

Modelado tercera dimensión



Imagen 108 y 109: Diferentes vistas de modelado finalizado en color (Autor: Vanessa Ayala)

Se colocó los diferentes mapas pintados como materiales dentro de 3ds Max, para tener el resultado final del modelado con sus detalles.

3.3.5 Taquiño

Características del personaje

Este personaje es la mascota de la empresa Taconazo es extraído de un taco, posee pistolas y un sombrero muy característico de México y sus colores son los corporativos de la empresa.

Personalidad del personaje

Es el líder del grupo, el personaje principal.

Digitalización

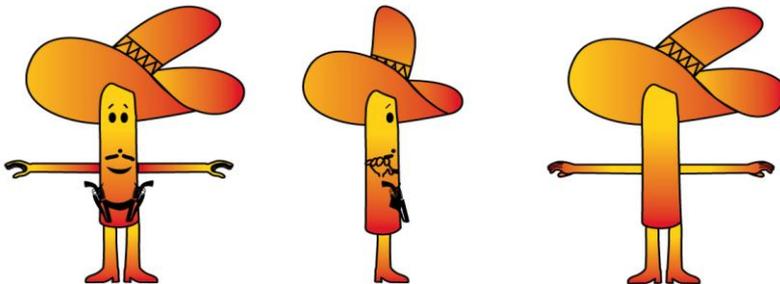


Imagen 110: Dibujo digitalizado de personaje Taquiño (Autor: Vanessa Ayala)

En este proceso no se realizó un boceto debido a que este personaje es la mascota de la empresa, por lo cual se procedió inmediatamente a la digitalización, pintado y las se realizó las diferentes vistas del personaje. Colores corporativos de la empresa.

Proceso de modelado en tercera dimensión

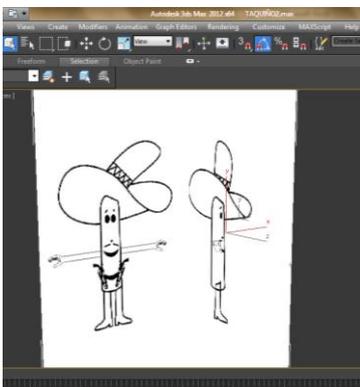


Imagen 111: Boceto en 3ds Max (Autor: Vanessa Ayala)

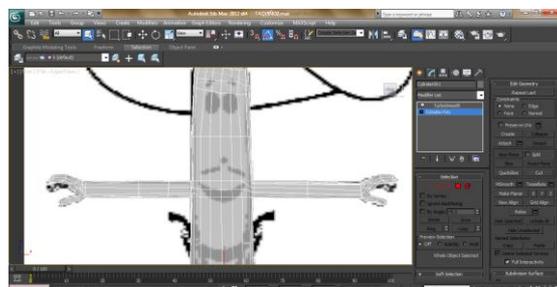


Imagen 112: Modelado Edit Poly (Autor: Vanessa Ayala)

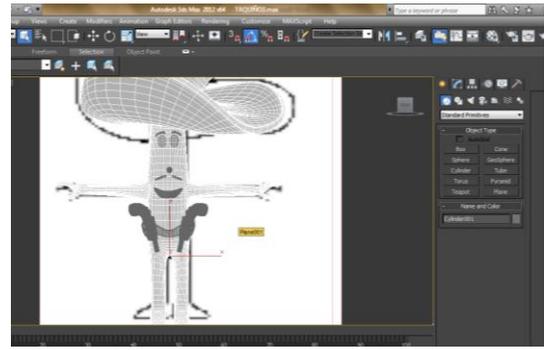
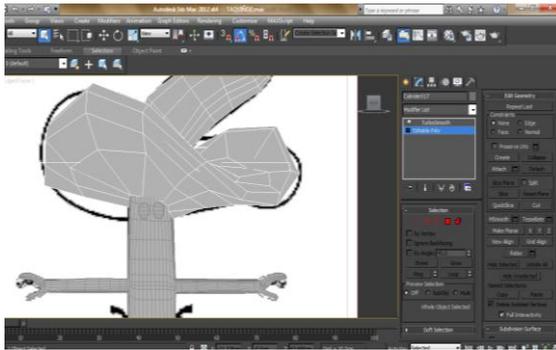


Imagen 113: Modelado de sombrero (Autor: Vanessa Ayala) Imagen 114: Modelado terminado (Autor: Vanessa Ayala)

Como se puede observar en la imagen 111 el primer paso que se realizó para empezar con el modelado es incrustar la imagen digitalizada del personaje esto se colocó con la utilización de un plano, y en las vistas frontal y lateral. Se empezó el modelado que se lo realizó con Editable Poly lo cual permitió moldearle a la figura hacia el personaje. Finalmente terminado todos los detalles del personaje se puso un modificador de turbosmooth para darle mayor suavidad y realismo al modelado.

Proceso de pintado

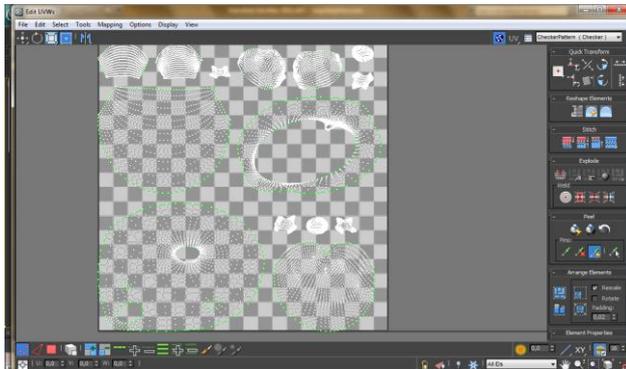


Imagen 115: Abertura de malla (Autor: Vanessa Ayala)

En este proceso mediante el modificador Unwrap UVW se separó las partes del modelado como los brazos, piernas, manos, entre otros, para a cada una de estas partes abrirlas de manera que generen un mapa de la malla (Ver imagen 115), este procedimiento se realizó tanto para el cuerpo, boca, ojos del personaje.

Estos diferentes mapas se los trasladó a Adobe Photoshop para su respectivo pintado, tomando en cuenta donde esta cada parte del personaje para que los colores salgan los mismos que se realizó en el digitalizado (ver imagen 110). A continuación se detalla cada uno de los mapas con su respectivo pintado

Mapa de la boca

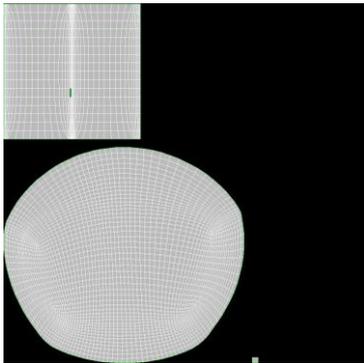


Imagen 116: Mapa de la boca (Autor: Vanessa Ayala)

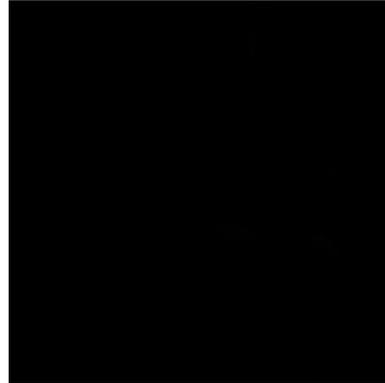


Imagen 117: Pintado de boca (Autor: Vanessa Ayala)

Mapa de cuerpo

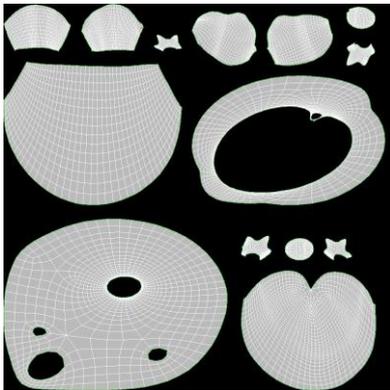


Imagen 118: Mapa de cuerpo (Autor: Vanessa Ayala)

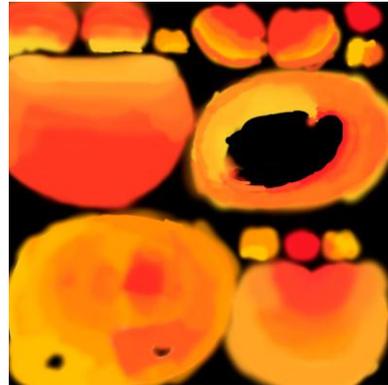


Imagen 119: Pintado de cuerpo (Autor: Vanessa Ayala)

Modelado tercera dimensión

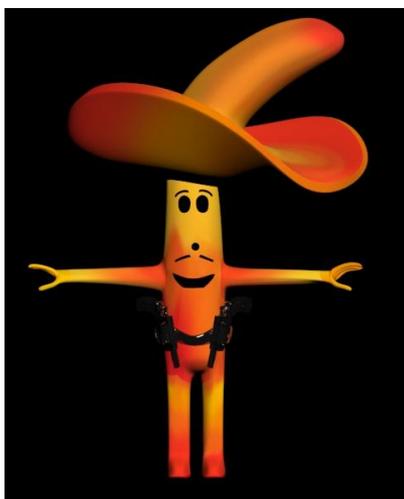


Imagen 120: Vista de frente (Autor: Vanessa Ayala)



Imagen 121: Vista desde arriba (Autor: Vanessa Ayala)



Imagen 122: Vista lateral (Autor: Vanessa Ayala)



Imagen 123: Vista ¾ (Autor: Vanessa Ayala)

Se colocó los diferentes mapas pintados como materiales dentro de 3ds Max, para tener el resultado final del modelado con sus detalles.

3.4 Escenarios



Imagen 124: Escenario de ciudad realizado en 3ds Max (Autor: Vanessa Ayala)

Este escenario se utiliza dentro de la animación para promocionar los domicilios, se lo maneja como imagen de fondo donde se desarrolla la animación, esto se coloca en el programa de After Effects para unir las animaciones con los distintos escenarios.



Imagen 125: Escenario azteca realizado en 3ds Max (Autor: Vanessa Ayala)

Imagen realizada en tercera dimensión en el programa de 3ds Max que se utilizó como referencia de la cultura azteca mexicana.



Imagen 126: Escenario restaurante (Autor: Taconazo, Fuente: Taconazo)



Imagen 127: Escenario restaurante (Autor: Taconazo, Fuente: Taconazo)

Estos escenarios (ver imagen 126 y 127) son fotografías tomadas por el restaurante Taconazo que se utilizaron como referencia del local.

3.5 Proceso de Animación en Tercera dimensión

Nacho

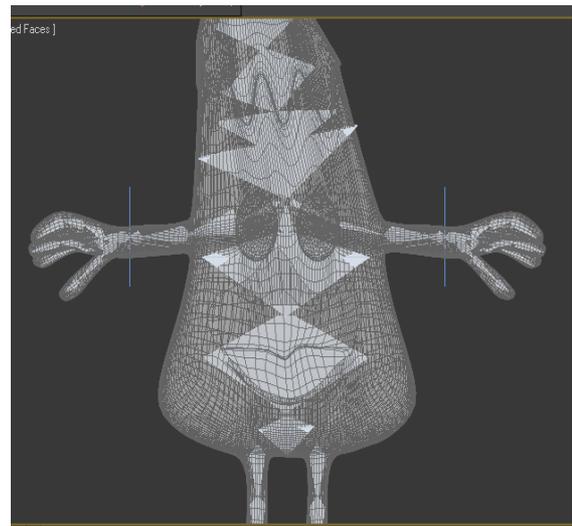
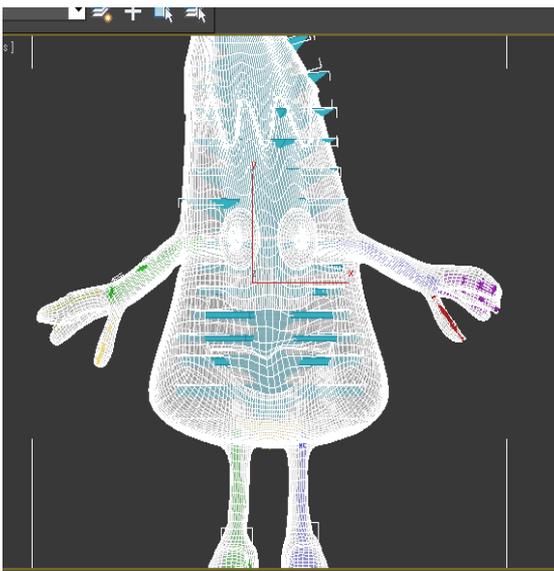


Imagen 128: Colocación de Biped (Autor: Vanessa Ayala) Imagen 129: Colocación de Bones (Autor: Vanessa Ayala)

Torta

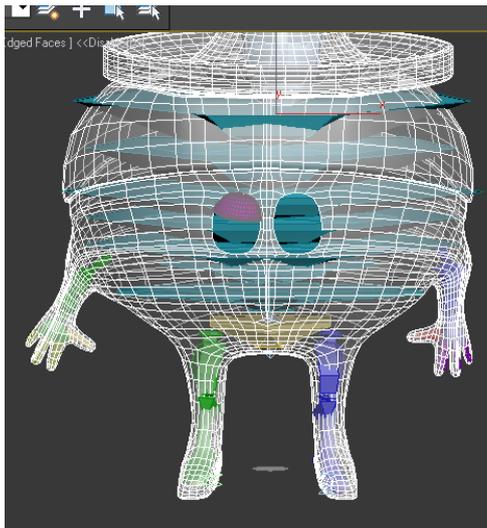


Imagen 130: Colocación de Biped (Autor: Vanessa Ayala)

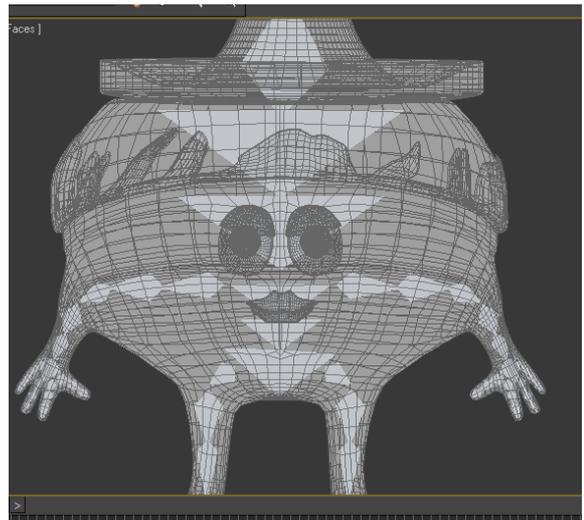


Imagen 131: Colocación de Bones (Autor: Vanessa Ayala)

Tequila (Don Julio)

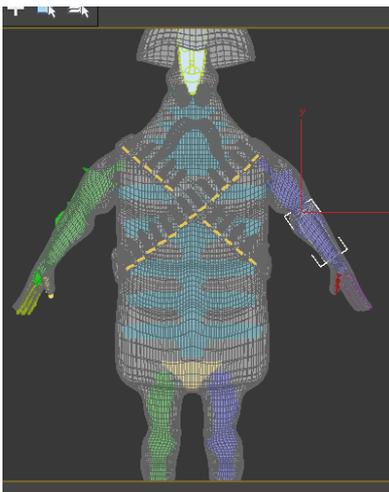


Imagen 132: Colocación de Biped (Autor: Vanessa Ayala)

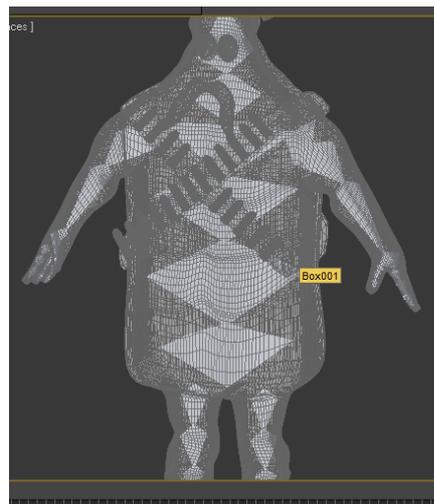


Imagen 133: Colocación de Bones (Autor: Vanessa Ayala)

Chile

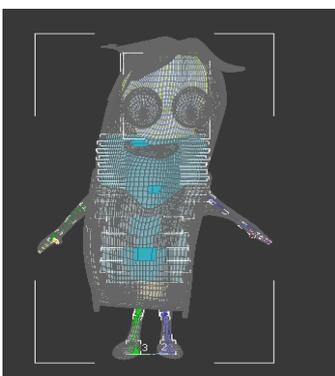


Imagen 134: Colocación de Biped (Autor: Vanessa Ayala)

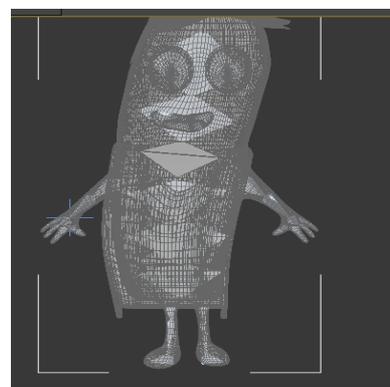


Imagen 135: Colocación de Bones (Autor: Vanessa Ayala)

Taquiño

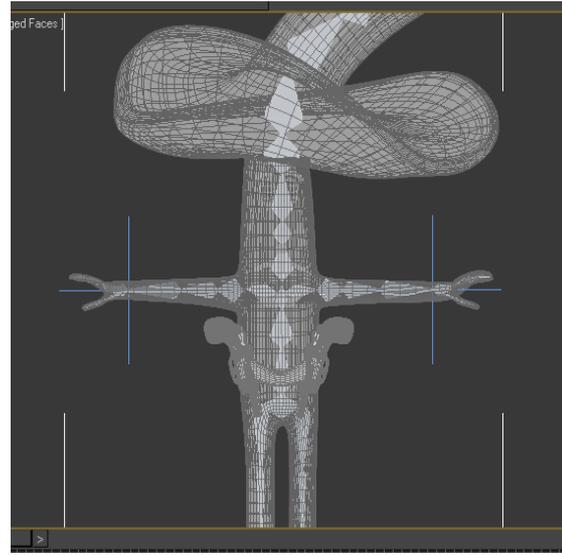
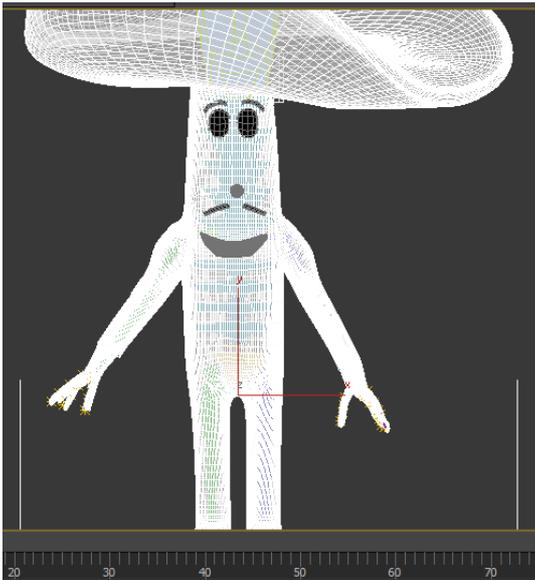


Imagen 136: Colocación de Biped (Autor: Vanessa Ayala) Imagen 137: Colocación de Bones (Autor: Vanessa Ayala)

En cada uno de los personajes se colocó el Bipedo y Bones, se utilizaron los modificadores Phisique y Skin respectivamente, el bípido sirve para movimientos como caminar y correr, mientras que los bones para dar un movimiento detallado de las partes del personaje.

3.6 Aplicaciones de los personajes

3.6.1 Productos Audiovisuales

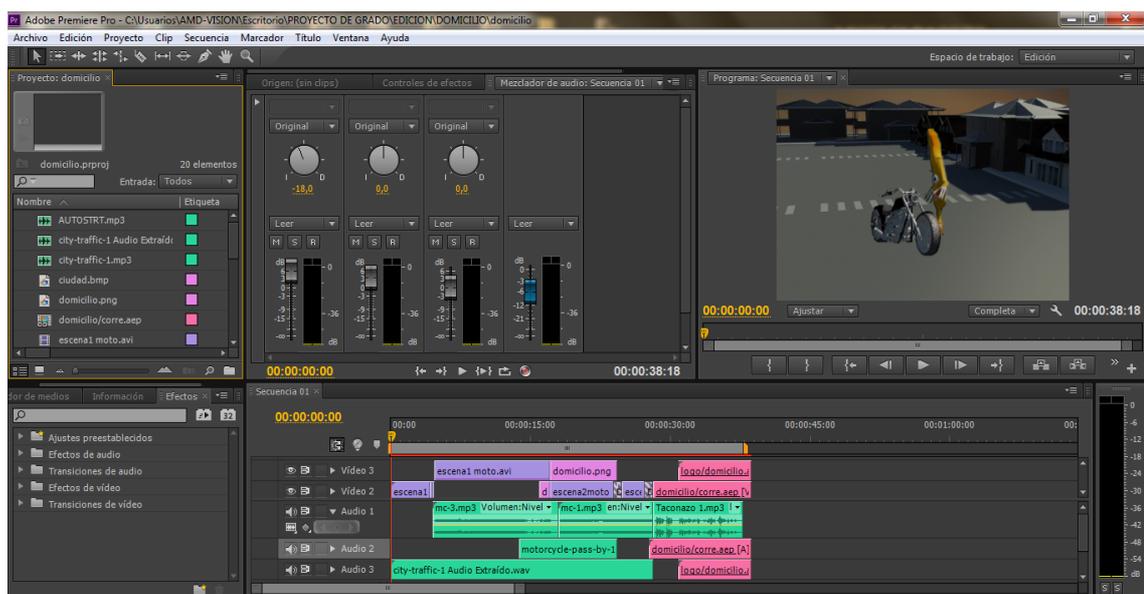


Imagen 138: Edición de video domicilio (Autor: Vanessa Ayala)

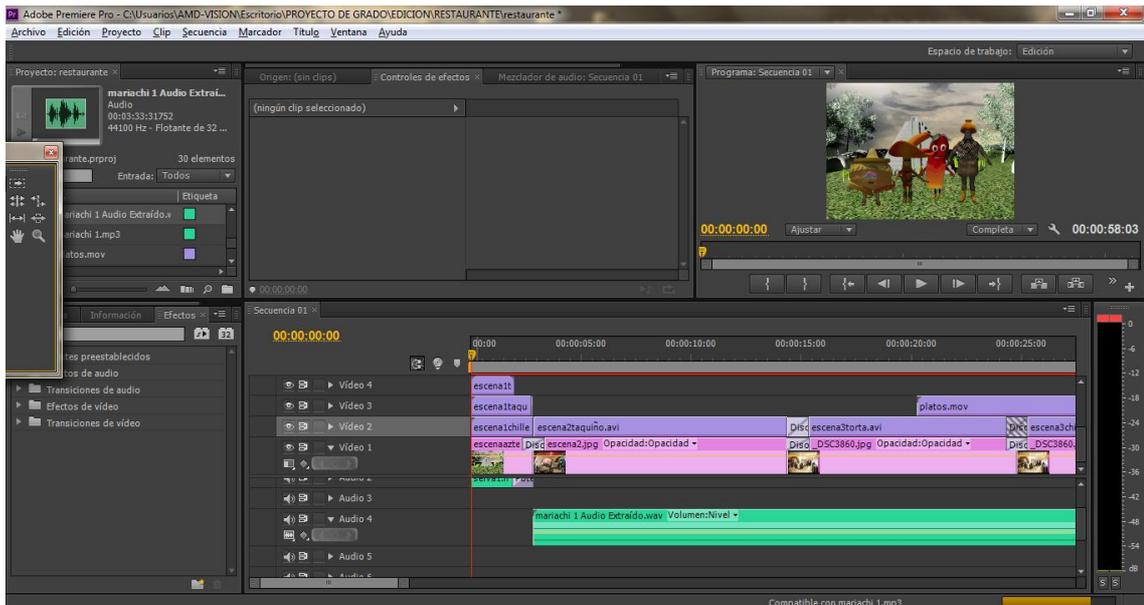


Imagen 139: Edición de video informativo de Taconazo (Autor: Vanessa Ayala)

El producto audiovisual se realizó en Adobe Premiere Pro y After Effects al unir cada una de las escenas animadas en 3ds Max y con los fondos en fotografía, la iluminación y cámara se las utilizó en las escenas de tercera dimensión. Se agregó el audio, donde se utilizó una parte hablada y un sonido ambiente que sirvió para darle un fondo a los productos audiovisuales.

3.6.2 Productos Impresos



Imagen 140: Aplicación de Valla del personaje Nacho sobre domicilio (Autor: Vanessa Ayala)



Imagen 141: Aplicación de muestra para aplicación de un menú con el personaje Taquiño (Autor: Vanessa Ayala)

En la imagen 140 y 141 se puede observar ejemplos de los personajes en diferentes medios impresos, tomando en cuenta que los personajes al estar colocados con bípedos y huesos, estos pueden moverse y colocarse en diferentes posiciones que se necesite, y dependiendo de las diferentes utilidades que se les puede dar como en este caso en vallas publicitarias, menú, aplicaciones, entre otras.

3.6.3 Propuesta de Implementación

Los personajes en tercera dimensión se han realizado para implementarse en diferentes soportes debido a que pueden estar de manera estática y pueden hacer cualquier tipo de movimiento por lo que pueden estar dentro de medios impresos como son las vallas, menú, manteletas, flyers, y principalmente exponerlos dentro de los medios sociales que utilizan como es el caso de Facebook, mailing, TripAdvisor.

Para los productos audiovisuales se los pueden presentar en las pantallas que se encuentran en los diferentes locales del restaurante, como también se los puede poner dentro de la red social Facebook que es la principal que manejan.

3.7 Validación

Esta validación se realizó a Jorge Villagrán gerente propietario del restaurante Taconazo y quien es el encargado de marketing dentro de la empresa. (Ver anexo 6). En base a indicadores en los cuales permite evaluar la científicidad, pertinencia, actualidad, aplicabilidad, novedad del producto con respecto a la percepción y a la conveniencia del gerente de la empresa según su necesidad.

En cuanto a la siguiente matriz esta tiene otro tipo de indicadores en los cuales se puede percibir como llega y como lo ven los consumidores al producto y a si también valorar si aceptación.

MATRIZ PROPUESTA PARA LA VALIDACIÓN

INDICADORES	MUY		POCO	OBSERVACIONES
	ADECUADO	ADECUADO	ADECUADO	
CIENTIFICIDAD				
PERTINENCIA				
ACTUALIDAD				
APLICABILIDAD				
NOVEDAD				

Nombre: _____

Firma

Análisis de la matriz de validación al gerente de la empresa

En los cinco indicadores se obtuvo un valor de muy adecuado, lo cual se pudo valorar la científicidad, pertinencia, actualidad, aplicabilidad, novedad que ha tenido el proyecto y como ha sido la percepción del gerente del restaurante Taconazo sobre el proyecto, que da una valoración positiva al proyecto en el cual se puede seguir trabajando y mejorándolo, para diferentes necesidades.

Matriz de validación para clientes

Orientaciones:

Marque, según su criterio, la categoría que corresponda a cada uno de los indicadores expuestos a continuación. Tome en cuenta que 1 es poco satisfactoria y 5 muy satisfactorio. Gracias por su colaboración.

No.	Indicadores	1	2	3	4	5
1	El color utilizado					
2	El texto es acorde con las imágenes					
3	El texto es legible					
4	Las imágenes son acorde al tema					
5	Originalidad del producto					
6	Manejo de secuencia de imágenes					
7	Mensaje es claro y directo					
8	Si el mensaje se entiende					

Observaciones

3.7.1 Tabulación de la validación para clientes

Tabulación realizada a clientes del restaurante Taconazo en Quito.

1. El color utilizado

Tabla 13

Dato	Porcentaje
1	0
2	0
3	0
4	10%
5	90%

Tabla 13: Validación Clientes Indicador 1 (Autor: Vanessa Ayala)

Gráfico 11

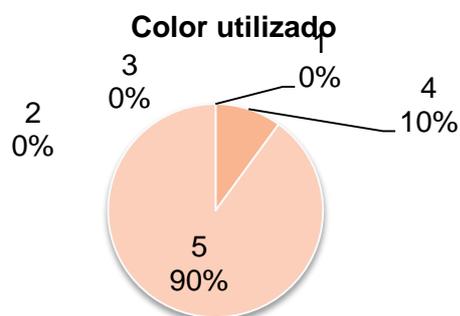


Gráfico 11: (Autor: Vanessa Ayala)

Análisis

Según los resultados se obtuvo el 90% en la opción 5 de muy satisfactorio y el 10% en 4. Por lo que se puede determinar mediante este indicador que el color utilizado tanto en los personajes como en los escenarios resultan atractivos y adecuados para los usuarios.

2. ¿El texto es acorde a las imágenes?

Tabla 14

Dato	Porcentaje
1	0
2	0
3	0
4	10%
5	90%

Tabla 14: Validación Clientes indicador 2 (Autor: Vanessa Ayala)

Gráfico 12

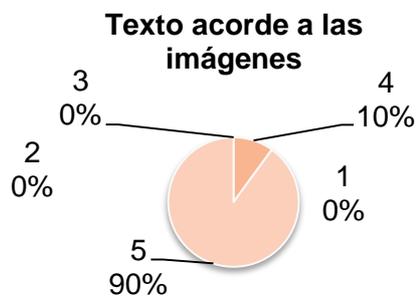


Gráfico 12: (Autor: Vanessa Ayala)

Análisis

Según los resultados se obtuvo el 90% en la opción 5 y el 10% a la opción 4. Donde se puede determinar que el texto a la mayoría le pareció acorde con las imágenes presentadas, ya que este texto muestra el nombre de los platos y cócteles.

3. ¿El texto es legible?

Tabla 15

Dato	Porcentaje
1	0
2	0
3	0
4	20%
5	80%

Tabla 15: Validación Clientes indicador 3 (Autor: Vanessa Ayala)

Gráfico 13

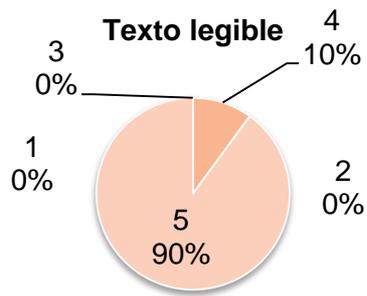


Gráfico 13: (Autor: Vanessa Ayala)

Análisis

Según los resultados se obtuvo el 80% en la opción 5 y el 20% en la opción 4. Donde se puede determinar que el texto es legible sin embargo dentro de las observaciones se pudo determinar que al 20% les parece un texto demasiado pequeño que no resulta muy legible para algunas personas.

4. ¿Las imágenes son acorde al tema?

Tabla 16

Dato	Porcentaje
1	0
2	0
3	0
4	0
5	100%

Tabla 16: Validación Clientes indicador 4 (Autor: Vanessa Ayala)

Gráfico 14

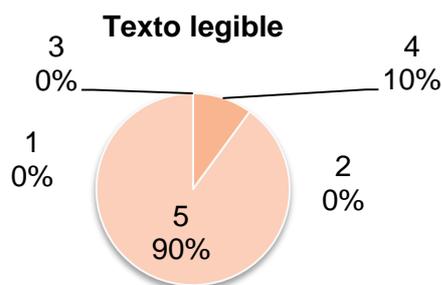


Gráfico 14: (Autor: Vanessa Ayala)

Análisis

Según los resultados se obtuvo el 100% en la opción 5, lo cual se puede determinar que las imágenes son acorde al tema propuesto, es decir que los personajes hacen referencia al restaurante Taconazo y a la comida mexicana.

5. ¿Originalidad del producto?

Tabla 17

Dato	Porcentaje
1	0
2	0
3	0
4	0
5	100%

Tabla 17: Validación Clientes indicador 5 (Autor: Vanessa Ayala)

Gráfico 15

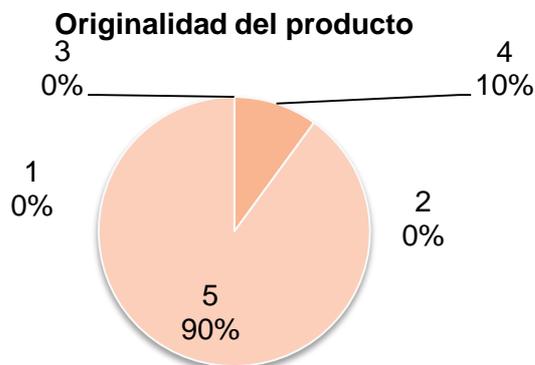


Gráfico 15: (Autor: Vanessa Ayala)

Análisis

Según los resultados se obtuvo el 100% en la opción 5, lo cual se puede determinar que el proyecto es original para los usuarios, ya que no han visto uno de estos proyectos en el restaurante Taconazo.

6. ¿Manejo de secuencia de imágenes?

Tabla 18

Dato	Porcentaje
1	0
2	0
3	0
4	10%
5	90%

Tabla 18: Validación Clientes indicador 6 (Autor: Vanessa Ayala)

Gráfico 16

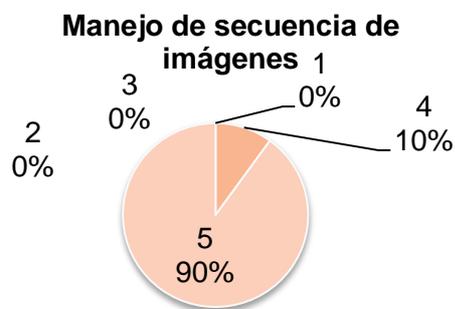


Gráfico 16: (Autor: Vanessa Ayala)

Análisis

Según los resultados se obtuvo el 90% en la opción 5, y el 10% en la opción 4 lo cual se puede determinar que la secuencia de imágenes le vuelven entendible al producto, y a lo que se quiere expresar en el.

7. ¿Mensaje es claro y directo?

Tabla 19

Dato	Porcentaje
1	0
2	0
3	0
4	10%
5	90%

Tabla 19: Validación Clientes indicador 7 (Autor: Vanessa Ayala)

Gráfico 17

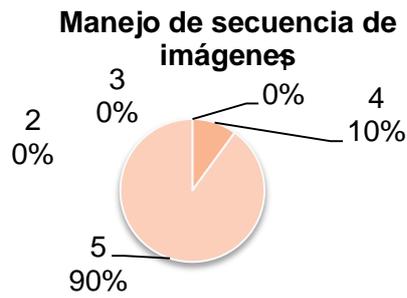


Gráfico 17: (Autor: Vanessa Ayala)

Análisis

Según los resultados se obtuvo el 90% en la opción 5, y el 10% en la opción 4 lo cual se puede determinar que el mensaje es directo y entendible por los usuarios.

8. ¿Si el mensaje es entendible?

Tabla 20

Dato	Porcentaje
1	0
2	0
3	0
4	10%
5	90%

Tabla 20: Validación Clientes indicador 8 (Autor: Vanessa Ayala)

Gráfico 18

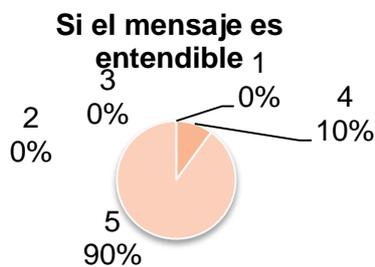


Gráfico 18: (Autor: Vanessa Ayala)

Análisis

Según los resultados se obtuvo el 90% en la opción 5, y el 10% en la opción 4 lo cual se puede determinar que el mensaje es entendible por los clientes.

3.7.2 Conclusión de Validación

La primera validación se realizó a Jorge Villagrán gerente propietario del restaurante Taconazo y quien es el encargado de marketing dentro de la empresa que dentro de los indicadores de científicidad, pertinencia, actualidad, aplicabilidad, novedad, dio una validación de muy adecuado, por lo que dio una gran aceptación al producto audiovisual y principalmente a los personajes en tercera dimensión aportándolos como novedosos dentro de un campo que no se ha desarrollado en la empresa.

También se realizó la validación con clientes del restaurante con otros tipos de indicadores que al analizarlos se encontró con resultados positivos ya que se obtuvo un rango de valores entre el 4 y 5 que en la validación corresponden a satisfactorio y muy satisfactorio, sin embargo dentro de las observaciones en algunos casos se recibió consejos de mejora acerca del producto.

La aportación que se recibió con la validación fue satisfactoria, ya que se midió el alcance que ha tenido el proyecto, tanto para la empresa como para los clientes, lo cual da un valor extra a la calidad de producto que se ha realizado en este proyecto.

CONCLUSIONES

A partir de la investigación realizada se determina que los personajes pueden ayudar a dar una identidad a una empresa pero se los debe manejar en diferentes medios para atraer al mayor público posible, también se debe realizar algo novedoso que llame la atención del grupo objetivo.

Al realizar el estudio tanto interno como externo de la empresa se pudo conocer la realidad que esta presenta, y así poder tomar la solución más adecuada y acertada al problema que se presentó en cuanto a la publicidad que ha manejado la empresa.

La realización de los personajes son con fines publicitarios por lo que se encuentran aptos para la realización de diferentes productos tanto digitales como impresos, pero estos personajes con las características que tiene no son aptos para la realización de un videojuego.

Mediante la validación realizado por medio de matrices se pudo determinar de la forma más adecuada el alcance que ha tenido el proyecto principalmente en el grupo objetivo del restaurante Taconazo.

RECOMENDACIONES

Los conceptos y el manejo de software en tercera dimensión son extensos, por lo que en la carrera de diseño gráfico se debe profundizar y dar mayor espacio al tema para poder comprender en su totalidad el manejo del espacio en tercera dimensión.

Se debe realizar un estudio y seguimiento de manera continua dentro de una empresa de cómo se proyecta la publicidad en las personas, para verificar si se ha conseguido resultados favorables ya que caso contrario se debe realizar diferentes cambios que ayuden de forma positiva la publicidad a la empresa.

El manejo de marketing y publicidad dentro de una empresa depende de los servicios y del estudio interno y externo que se realice, es decir que cada empresa debe manejar estrategias de marketing y publicidad diferentes que se apeguen a sus necesidades.

Se deben seguir un orden dentro del proceso del desarrollo de personajes en tercera dimensión, ya que la base va definiendo poco a poco lo que posteriormente se obtendrá como resultado del modelado en tercera dimensión, siempre tomando en cuenta los fines a los que este se verá expuesto.

Bibliografía

- Adonis, A. Aquino, F. Lara, F. (2013). *Aplicación de software de modelado 3D y edición de video, para la elaboración de identidad corporativa, en Pymes del sector servicio automotriz en el municipio de cuscatancingo, San Salvador.*
- Aguirre, Y. Garza, C. & Vázquez M. (2013). *Los principios básicos de la animación.* México.
- Burgos, E. Cerezo, J. Cortés, M. De la Cruz, X. Garolera, E. Gil, J., et al. (2009). *Del 1.0 al 2.0 Claves para entender el nuevo marketing.* España: Bubok Publishing.
- Chong, A. (2010). *Animación digital.* España: BLUME.
- Club Finanzas. (2013). *La importancia de la publicidad para las empresas.* Recuperado de <http://www.clubfinanzas.com/la-importancia-de-la-publicidad-para-las-empresas/>
- Del Santo, O. Alvarez, D. (2012). *Marketing de atracción 2.0.*
- Derakhshani, D. Munn, R. & McFarland, J. (2007). *Introducing 3ds Max 9.* Indiana: Wiley Publishing.
- Derakhshani, D. Munn, R. (2008). *Introducing 3ds Max 2008.* Indiana: Wiley Publishing.
- EnlaceTPE (s.a.). *¿Qué es el marketing 2.0?.* Recuperado de <http://enlacetpe.mx/blog/index.php/component/content/article/436-ique-es-el-marketing-20>
- Erickson, B. (2010). *La publicidad.* USA: Firms Press.
- Fernández, M. (2011). *Modelado, texturizado y ajuste de malla.* Madrid.
- Hernández, R. Fernández, C. Baptista, P. (s.a.). *Metodología de la Investigación.* Canadá: McGill.
- Krea, P. (2013). *¿Por qué usar marketing en las redes sociales?.* Recuperado de http://webenecuador.com/blog_webenecuador/por-que-usar-marketing-en-redes-sociales.
- Líderes. (2014). *La agencia digital gana más presencia en el país.* Recuperado de http://www.revistalideres.ec/mercados/agenciasdigitales-publicidad-inversion-comunicacion-ecuador-iab_0_1111688826.html.
- Marketing Storming. (2013). *¿Conoces los diferentes tipos de Marketing que existen?.* Recuperado de <http://marketingstorming.blogspot.com/2013/04/conoces-los-diferentes-tipos-de.html>.
- Martín, C. (2004). *Método de resolución de problemas de Bruno Munari.* Recuperado de <http://www.desarrolloweb.com/articulos/1597.php>.

- Mayo, J. *Fundamentos de Marketing*. España
- Muñiz, R. (2014). *Marketing del siglo XXI*. Recuperado de http://tv_mav.cnice.mec.es/Audiovisuales/PDF/2-3%20Tipos%20de%20marketing.pdf.
- Murdock, K. (2012). *3ds Max 2012*. Indiana: John Wiley & Sons, Inc.
- Novasur. (s.a). *Manual de Producción Audiovisual*.
- Ramirez, S. Larder, A. (2009). *Uso de personajes en la publicidad*. Recuperado de http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=15&id_articulo=5834.
- Rivera, J. (2009). *Dirección de marketing fundamentos y aplicaciones*. México: ESIC EDITORIAL.
- Rubio, S. Casado, R (2013). *Introducción al marketing*. España: ECU.
- Sanz, J. (2012). ¿Qué es el render?. Recuperado de http://www.cuantico.es/que_es_render/.
- SoyEntrepreneur (2012). *10 personajes publicitarios famosos*. Recuperado de <http://www.soyentrepreneur.com/10-personajes-famosos-de-la-publicidad.html>.
- Suárez, S. (2012). *Marketing empresarial: dirección como estrategia competitiva*. Colombia: Ediciones de la U.
- Wells, P. (2009). *Fundamentos de la animación*. España: Norma de América.
- Wigan, M. (2008). *Imágenes en Secuencia*. España: Gustavo Gili.
- Zavala, S. (2009). *Guía a la redacción en el estilo APA, 6ta edición*.

Anexos

Anexo 1 Entrevista 001

Objetivo: Recopilar información que ayude a la sustentación del proyecto planteado.

1. Describa su empresa.

Taconazo es una empresa familiar que durante años ha venido creciendo gracias al apoyo de cada uno de sus integrantes y a la experiencia que se ha ganado durante estos 27 años.

2. ¿Cuáles son los servicios y productos que ofrece?.

Taconazo es una empresa dedicada a la venta de comida mexicana en un ambiente moderno y tradicional, manteniendo la mejor calidad en productos.

3. ¿Cuál es el grupo objetivo al que va dirigido su empresa?

Medio alto de todas las edades.

4. ¿Qué medios de publicidad maneja?

Facebook, periódico mailing, flyers.

5. El personaje que utiliza a que hace referencia.

A los tacos mexicanos.

6. La publicidad que ha utilizado hasta el momento que resultados le ha dado

En una referencia del 1 al 10 un 6.

7. ¿Cree usted que la necesidad de crear personajes ayuden a la publicidad de la empresa?.

Si porque da una atracción a la marca de la empresa en su publicidad.

Anexo 2

Entrevista 002

Objetivo: Recopilar información sobre como realizar modelado y animación en tercera dimensión en el programa 3ds Max, que ayude a la sustentación del proyecto planteado.

1. ¿Cuál es el primer paso que se debe realizar para generar con éxito un personaje en tercera dimensión en el programa 3ds Max?

Dentro de lo que es animación de personajes los elementos necesarios para manejar animación el bocetaje en dos dimensiones es primordial siempre se debe bocetar en papel o si se tiene algún tipo de programa para hacer bocetaje de personajes en dos dimensiones intentar pasarlo a las tres dimensiones luego posterior a eso generar el molde o modelo base para generar el personaje sin detalle en forma esquemática, cuando se tiene la forma esquemática se puede dar mediante el software cualquiera que este sea se le da los terminados.

2. ¿Cuál es la herramienta más factible dentro del 3ds Max para generar un modelado de un objeto orgánico?

Malla poligonal porque tiene mas opciones de deformación de malla entonces me permite generar cortes, generar elementos de attach o adjuntar me permite hacer simetrías, partir objetos, hacer reflejos y todo ese tipo de cosas entonces para modelado de ese tipo de elementos ayuda mucho para dar forma a un bloque, objeto aunque el único problema es que genera demasiado puntos. La malla editable pura también sirve siempre y cuanto sea un modelado que no sean con una carga tan realista por ejemplo un modelado de objetos inorgánicos, arquitectónicos.

3. ¿Que tipo de modificadores ayudan a que el modelado obtenga su mayor grado de detalle?

Son tres el MeshSmooth (Suavisado de malla), TurboSmooth (Suavizado superior), y dentro de lo que es el TurboSmooth es bajar un poco lo que es el IsolateDisplay en este caso abre un poco más los puntos. Smooth simplemente suavizado también puede funcionar pero por ejemplo serviría más para ropa o cobija, pero en caso de cuerpo TurboSmooth directo.

4. ¿Cuál es el proceso que se debe realizar para animar un personaje en 3ds Max?

El proceso primero tener la malla en gris, malla ya totalmente terminada, luego de ese proceso para animarlo primero se debe tener un conocimiento del manejo dos técnicas una mediante bones y otra mediante biped, si es con biped es un poco más fácil ciertas cosas como caminado, saltado, posturas que son de cuerpo completo, pero si se maneja directamente huesos para estructuras un poco más detalladas por ejemplo hacer que un modelado guiñe un ojo, un muñeco hable, un muñeco por ejemplo haga gestos, posturas con las piernas, con los brazos, cuando se quiere unos modelados ya casi perfectos la técnica de huesos es muy importante pero para aprender huesos, se debe tener en cuenta constrain, todo lo que corresponde a solvers o elementos para no deformar tanto el hueso y todo lo que son los elementos ayudantes todos estos elementos son importantes cuando se manejan huesos, a más de las herramientas bones sería los constrain, todo lo que es un solver, todo lo que son en este caso los ayudantes.

5. ¿Cómo se realiza la animación de la gesticulación del rostro de un personaje en 3ds Max?

Hay dos técnicas una mediante el modificador morpher en este caso generar una secuencia como animación clásica, generar una secuencia de la forma de la animación de la cara para después con ese modificador generar animación normal, modificando vértices, los polígonos o los elementos dentro de la malla. La otra es mediante huesos que es un poco más compleja porque se debe tomar en cuenta fisonomía del rostro para saber que puntos se van deformar de ahí mediante huesos vincular esos puntos, mas o menos los puntos son los de los ojos, nariz, y todo lo que corresponde alrededor de la boca.

6. ¿Qué tipo de iluminación recomienda que se debe utilizar para generar un renderizado detallado del personaje y de la animación?

Si es para figura plana puede ser mental ray o vray para audiovisual puede ser scanline con un adecuado manejo de los mapas como mapas de desplazamiento, mapas de opacidad mapas de reflexión para dar un semirealismo y si se quiere mayor realismo con mental ray.

7. ¿Cómo se debe utilizar una cámara dentro de la animación en 3ds Max?

La cámara se la puede utilizar con objetivo y esta cámara que siga la secuencia de la animación pero primero antes de eso tener un guión como base para ajustar la cámara al elemento para poder ver planos plano medio, plano americano, plano completo, planos de detalle y que se puede aplicar, también convendría si se va a utilizar recorridos utilizar los path constrains que es generar animaciones mediante recorridos.

Anexo 3

Entrevista 003

Objetivo: Recopilar información sobre el manejo de marketing y su apego con la publicidad, para que ayude a la sustentación del proyecto planteado.

1. ¿Cómo interviene el marketing en una empresa?

El marketing primero es importante para todo tipo de empresa textil ya sea petrolera ya sea educativa ya que el marketing ayuda a que la empresa tenga estrategias tanto de producto del precio de la plaza y promoción para que el producto salga y se vende, siempre en una estrategia de marketing se debe ver una ventaja competitiva, un valor agregado por que sino es un marketing igual que hacen todas las empresas es muy importante y parte fundamental de la empresa

2. ¿Cómo interviene la publicidad dentro del marketing de una empresa?

La publicidad si no sales a decir que tienes tu producto o tu servicio no lo vendes entonces tienes que ver estrategias competitivas en el mercado de publicidad no la publicidad te diría un ATL que todas las empresas lo hacen deberías hacer un BTL una publicidad que impacte al consumidor para que lo compre o para que se enganche con el producto o servicio.

3. ¿Cuál es la ventaja del marketing 2.0?

El marketing 2.0 es más rápido y lo puedes ver todo el tiempo pero primordialmente creo que el marketing cualquier tipo de marketing si esta bien enfocado a su target siempre va a llegar al consumidor.

4. ¿Cuál es la estrategia más adecuada de marketing que se debe utilizar para obtener resultados positivos?

No hay ninguna estrategia de marketing que yo te pueda decir o de publicidad que es la más idónea para hacer una estrategia de marketing primero tienes que estudiar el macro entorno donde estas en que parte del país estás que pasa con la economía que pasa con tu situación que pasa con lo económico con lo social y depende de eso y depende del target del producto que vendas ahí se ve la estrategia no hay una estrategia que digan esta estrategia utiliza para todo producto para todo servicio tienes que primero hacer un estudio

situacional de macro entorno y micro entorno de la empresa o del servicio para dar una estrategia de marketing personalmente creo que toda estrategia de marketing es buena siempre y cuando este enfocada en la situación que estas.

5. ¿Cómo se puede mezclar el marketing digital con el offline?

Le puedes mezclar mandando correos una le puedes mezclar relacionando el producto con la publicidad tratando de ver una estrategia para llamar la atención del consumidor.

6. ¿Cómo se puede realizar un plan de social media para publicidad?

Cuando hablamos de social media se tiene un montón de medios para publicidad puedes realizar, mediante una estrategia que llegue al target, una estrategia que llegue al producto porque es diferente hacer un social media capas si vendes una computadora para un ejecutivo y un social media para un alumno es diferente porque el comportamiento del consumidor son diferentes

Anexo 4

Universidad Israel

Encuesta para clientes de la empresa Taconazo

Objetivo: Identificar el impacto que ha tenido la publicidad realizada por la empresa taconazo en sus clientes.

Sexo: Femenino

Masculino

Edad:

1. ¿Cómo conoce a la empresa Taconazo?

- a) Por Internet
- b) Referencia de personas
- c) Por redes sociales
- d) Otras:

2. ¿Qué es lo que prefiere de la comida del Taconazo?

- a) Sabor
- b) Ambiente
- c) Calidad del producto
- d) Atención y servicio que ofrece

3. ¿Dónde ve mayor información sobre el Taconazo?

- a) Facebook
- b) Página web
- c) Medios impresos
- d) Periódicos / revistas
- e) Otras:

4. Las campañas publicitarias realizadas por el Taconazo han llamado su atención

- a) Si
- b) No

Porque:

5. Que tipo de publicidad le atrae

- a) Impresa
- b) Audiovisual
- c) Por redes sociales
- d) Otras

Anexo 5

Universidad Israel

Encuesta para empleados de la empresa Taconazo

Objetivo: Identificar si la publicidad realizada por la empresa es conocida y transmitida por sus empleados.

Sexo: Femenino

Masculino

Edad:

1. ¿Conoce a la mascota de su empresa “Taquiño”?

- a) Si
- b) No

Porque:

2. ¿Le parece importante la utilización de la mascota “Taquiño” en la publicidad de la empresa?

- a) Si
- b) No

Porque:

3. ¿Qué imagen transmite a sus clientes?

- a) Seguridad
- b) Confianza
- c) Calidad
- d) Diversión
- e) Otras:

4. ¿Influye la publicidad que presenta la empresa Taconazo al momento de brindar su servicio?

- a) Si
- b) No

Porque:

5. Conoce la publicidad que realiza su empresa

- a) Si
- b) No

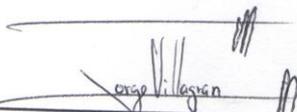
Porque:

Anexo 6

MATRIZ PROPUESTA PARA LA VALIDACIÓN

INDICADORES	MUY ADECUADO	ADECUADO	POCO ADECUADO	OBSERVACIONES
CIENTIFICIDAD	✓			
PERTINENCIA	✓			
ACTUALIDAD	✓			
APLICABILIDAD	✓			
NOVEDAD	✓			

Nombre: Jorge Villegas


Firma