

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE

Dependencia de adscripción al PAP

Centro Interdisciplinario para la Formación y la Vinculación Social

**PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP) San Pedro de Valencia:
Renovación Urbana, Saneamiento Ambiental y Emprendimientos Turísticos**



ITESO
Universidad Jesuita
de Guadalajara

3E04 Emprendimientos turísticos del Valle de Mazatepec

“Video marketing Vive Mazatepec, valle de Mazatepec”

PRESENTA

Lic. en Mercadotecnia. Sergio Alfonso Villalobos Torres

Profesor PAP: Héctor Morales Gil de la Torre, Jesica Nalleli de la Torre

Herrera, Andrea Carolina Levario Achondo, Andrés Zuloaga Cano

Tlaquepaque, Jalisco, Julio 2018

ÍNDICE

Presentación Institucional de los Proyectos de Aplicación Profesional.	2
Resumen	3
1. Introducción	4
2. Marco conceptual del proyecto	5
3. Descripción del proyecto	6
4. Desarrollo del proyecto	7
5. Productos, resultados e impactos generados	7
6. Aprendizajes individuales	
7. Conclusiones	

REPORTE PAP

Los Proyectos de Aplicación Profesional son una modalidad educativa del ITESO en la que los estudiantes aplican sus saberes y competencias socio-profesionales a través del desarrollo de un proyecto en un escenario real para plantear soluciones o resolver problemas del entorno. Se orientan a formar para la vida, a los estudiantes, en el ejercicio de una profesión socialmente pertinente.

A través del PAP los alumnos acreditan el servicio social, y la opción terminal, en tanto sus actividades contribuyan de manera significativa al escenario en el que se desarrolla el proyecto, y sus aprendizajes, reflexiones y aportes sean documentados en un reporte como el presente.

Resumen

En este documento tiene como objetivo describir el trabajo que se llevó a cabo para el impulso al turismo del valle de mazatepec en jalisco, México, con el fin de beneficiar a los pobladores de las comunidades que lo conforman, el alcance del trabajo fue la creación de una guía para generar un video impulsando los principales atractivos que la región ofrece, se definió la manera en que se ejecutaría este proyecto analizando las posibles líneas de acción, consiguiendo como resultado una guía para la creación de videos así como los lineamientos para el rodaje de uno.

Summary

This document aims to describe the work that was carried out to boost tourism in the valley of Mazatepec in Jalisco, Mexico, in order to benefit the inhabitants of the communities that comprise it, the scope of work was the creation of a guide to generate a video promoting the main attractions that the region offers, we defined the way in which this project would be executed analyzing the possible lines of action, obtaining as a result a guide for the creation of videos as well as the guidelines for shooting one focused on rural tourism and ecotourism in the region

1. Introducción

En el siguiente documento se especificarán cuáles fueron los pasos a seguir para el desarrollo del proyecto de impulso al turismo de la región del valle de mazatepec, lo que beneficiará a los habitantes de las poblaciones que conforman el valle, al tener como tema central los elementos más característicos de la cultura y recursos naturales de estas zonas, buscando el interés de diferentes mercados que buscan estos atractivos, el fin del documento final es dar la pauta de los lineamientos y recursos utilizados para la definición del contenido y estructura del video, con la intención de que el documento sirva como guía para desarrollar más videos en el futuro, y así conseguir desarrollar una campaña de videomarketing integral que impulse el turismo de la región

1.1 Antecedentes. Contexto

En el año 2013 se detectó contaminación de la presa de Valencia en las afueras de la Ciudad de Guadalajara Jalisco, esto gracias a una descarga de melaza en el arroyo de San Isidro. Al este contaminante llegar a la presa, acabó con la vida que en esta existía en ella, acabando con el principal ingreso que los pobladores de la zona tenían; la tilapia. Esto causó un gran impacto negativo en el turismo de la región, ya que se tenía la idea que al ser la tilapia el principal platillo de la región, los platillos estarían contaminados.

El daño al agua ha sido remediado y su calidad ha sido restablecida, sin embargo el daño al turismo de la región no se ha recuperado desde la contingencia.

En el 2016 el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente (ITESO) comienza a trabajar con el Colectivo Cultural Mazatepec con el fin de apoyar a los habitantes de la región afectados por la contingencia, en diferentes áreas del Tejido social de la misma, como lo son la economía, la calidad del agua, patrimonio cultural, espacios públicos, turismo, entre otros.

1.2 Identificación del problema

Se identificó que no existen productos de comunicación que promuevan el ecoturismo y el turismo rural de la región, y que cuentan con propuestas interesantes que tienen un potencial muy grande. Así mismo al considerar el tiempo con el que se cuenta para ejecutar el plan y el tamaño del equipo se optó por desarrollar una guía con la cual se pueda llevar a cabo la grabación de la pieza gráfica enfocada al camping, esta guía siendo replicable para el desarrollo de una campaña integral para diferentes atractivos de la región.

En el Proyecto de Aplicación Profesional en este verano de mayo a julio 2018 se planeó desarrollar un plan para incentivar el ecoturismo y turismo rural de la región, específicamente para las actividades relacionadas al camping.

1.3 Identificación de actores que influyen en el proyecto

En el proyecto se tuvo contacto principalmente con uno de los integrantes del Colectivo Mazatepec Jorge Guzmán, con quien se trabajó desde un principio evaluando las diferentes alternativas de ejecución para el proyecto, y en la selección del mismo así como de sus alcances, los profesores son actores importantes para el desarrollo de este proyecto, ya que son quienes le han dado seguimiento a el proyecto y han estado a nuestra disposición desde el principio, ayudando a encontrar la mejor manera para el desarrollo del proyecto, también se planea que en la grabación del video estén involucrados distintos propietarios de establecimientos en San Isidro al momento del rodaje del mismo, como lo son la “panadería González”, la tortillería “la loma”. Se tiene contemplado que distintos comerciantes locales principalmente en San Isidro se vean beneficiados con este proyecto al poder ofrecer servicios a los visitantes.

2. Marco conceptual del proyecto

Para determinar la dirección que se usaría para desarrollar el proyecto se analizaron diferentes tendencias de consumo mundiales que ayudarán a la identificación de la mejor ejecución del proyecto.

Una de las tendencias consideradas para el proyecto fue “Un estilo de vida limpio”, es una tendencia que confirma un sentido fuerte de responsabilidad ante el impacto que cada uno tiene en su entorno *“Estos consumidores prefieren gastar su dinero en experiencias, como fines de semana fuera de la ciudad”* estos consumidores buscan cambiar las pertenencias por experiencias, no buscan un reconocimiento social por medio de posesiones, *“Su necesidad de impresionar se basa cada vez más en poder compartir experiencias vividas que en ser dueños de cosas.”*

Es por ello que el video se centra en el vivir las experiencias y compartirlas con los allegados, buscando que este tenga un fuerte sentido aspiracional basado en las vivencias que los personajes tengan en las diferentes locaciones del video.

Una de las principales tendencias principalmente en tema de tecnología y redes sociales es que el contenido que más impacto está teniendo es el video, como lo dijo el CEO de Facebook Mark Zuckerberg, es una “Mega tendencia”.

3.1 Descripción del proyecto

Por medio de una puesta en común con un integrante del colectivo cultural mazatepec, se cotejaron los diferentes atractivos para los cuales se podía realizar el video, después de verificar la viabilidad de cada opción se optó por trabajar con

el camping, una de las actividades de ecoturismo y turismo rural que ofrece el valle de mazatepec.

Al tener definida la manera en la que se ejecutaría el proyecto y el atractivo en el que se enfocaría se propuso un video a manera de historia, en el cual se diera el seguimiento a un grupo de jóvenes dispuestos a emprender un viaje de campamento que empezaría con un recorrido por distintos puntos de San Isidro, y sus alrededores.

Se determinó que el video tendría como tema un recorrido por todos los sentidos, predisponiendo al receptor la idea de los 5 sentidos, buscando así mantener el interés de cómo se desarrollaría la escena y el elemento expuesto a cada sentido, teniendo como propósito principal de esta estrategia la reproducción completa del video.

Contando con el guión técnico, queda abierta la posibilidad de generar piezas gráficas para diferentes atractivos de la región pudiendo llevar a cabo una campaña integral de video marketing.

3.2 Plan de trabajo

Para la ejecución del proyecto se planeó desde el principio el realizar la grabación de las escenas que conformarán el mismo, sin embargo por complicaciones de calendario y el tiempo reducido con el que se contaba se optó por realizar la planeación tanto creativa como técnica del video, con el fin de obtener no solo un video, si no una herramienta para poder replicar el rodaje del video y abrir la posibilidad de ser aplicado a diferentes piezas de comunicación con la misma línea gráfica del primero, con el fin de tener la posibilidad de generar futuras piezas gráficas para una campaña integral de video marketing para el desarrollo de una campaña de comunicación enfocada al turismo de la región y buscar darle impulso a otros atractivos turísticos de la región en un futuro.

Se definió cuál sería el tema del video principal, un viaje de campamento entre jóvenes, al determinar esto se pensó que el video tendría como tema central los sentidos, representando así con elementos característicos de la región y de cada localidad que visitarían cada uno de ellos, más tarde se definieron cuáles serían los estímulos elegidos para cada escena. Una vez definido esto se empezó a trabajar con el guión técnico, pudiendo así generar una lista de recursos necesarios tanto de actores como de recursos materiales que sirvieran como apoyo al video.

4. Desarrollo del proyecto

Proceso creativo

En el desarrollo del proceso creativo se planteó la problemática y en una puesta en común se comenzó a proponer planes de acción para atraer efectivamente a los visitantes a la región, por medio de observación a atractivos turísticos del mismo origen (ecoturismo y turismo rural) se identificó que de entre las estrategias de comunicación que estos destinos turísticos usan, las de mayor impacto era el video marketing.

Justificación

Una vez que se determinó la manera en que se ejecutaría el proyecto, se buscó fundamento con el fin de respaldar la estrategia de video marketing, también se buscó información de sustento para el desarrollo del mensaje, que empate con el mercado definido.

Delimitación de alcance

Una vez definida la manera de ejecución del proyecto, se considero el tiempo y recursos con los que se contaba para realizar el video, al tener distintas complicaciones para realizar el rodaje, se optó por crear una herramienta que ayudará al diseño y planeación del video, y que fuera además una herramienta que permita el replicar la planeación del video con el fin de poder realizar piezas de comunicación que respeten la línea de diseño del principal.

Creación de una campaña integral de video marketing

Al tener una herramienta de Diseño para el video que se realizó ahora es posible realizar una campaña integral de video marketing para los distintos atractivos del valle de Mazatepec, por lo que puede ejecutarse con algún otro tema central, en una diferente locación e incluso para un público diferente.

5. Productos, resultados e impactos generados

Se entregó un documento que sirve como guía para el diseño de un video que ayude a resaltar los atractivos turísticos del valle de mazatepec, para un público específico, siguiendo lineamientos técnicos y creativos para la preproducción, producción, y postproducción del mismo.

6.1 Aprendizajes individuales

Aprendizajes profesionales

Aprendí diferentes aspectos de la estrategia de videomarketing, desde el proceso creativo, delimitación de tiempos, aspectos técnicos de la preproducción entre otros, la investigación para la justificación del proyecto me hizo darme cuenta de muchas tendencias de las que puedo sacar provecho en el aspecto laboral.

Aprendizajes sociales

Sin duda el impacto social de mi proyecto es importante, al tener un alto potencial para impactar en el turismo del valle de mazatepec, ayudando así a los visitantes a conocer mejor su país y su patrimonio natural y cultural, así mismo el impacto económico y de mejoramiento de las condiciones de vida de los habitantes de la zona al impulsar el atractivo turístico de su comunidad.

Aprendizajes éticos

Considero muy importante el impacto que esta experiencia tuvo en mí, al conocer una comunidad con un funcionamiento social muy distinto al de la comunidad en la que yo vivo, me hizo darme cuenta que estamos más conectadas como comunidades de lo que yo pensaba, al conocer comunidades y personas diferentes al que estoy acostumbrado pude sentir un crecimiento personal que nunca había experimentado. además de que es una región con muchísimos atractivos que yo no sabía que existían en mi estado, como escuché en el video de presentación del valle, una parte de mi ha quedado en el valle y me siento sin duda con ganas de conocer y seguir descubriendo lo que tiene por ofrecer ese valle.

7.1 Conclusiones

Al realizar este trabajo pude aplicar muchos de los aprendizajes profesionales que he tenido a lo largo de la carrera, así como también tuve la oportunidad de aprender de otros temas que el proyecto me exigió, pude descubrir muchos atractivos que el valle tiene, y me ha sorprendido el hecho de que al platicarle acerca de ellos a mis allegados, como yo; no conocían la zona, el potencial turístico que este lugar tiene es importante y considero que apoyaría de manera importante a la economía de los distintos poblados que la conforman, así como también, en caso de conseguir impulsar el turismo de la región otros aspectos mejorarían para los habitantes de la zona. El trabajo que el Colectivo cultural Mazatepec está haciendo me parece una increíble labor de gran importancia para el valle.

Programas de desarrollo entre universidades y comunidades como este tienen una aportación muy importante para la sociedad y para el desarrollo personal de los involucrados, espero que este proyecto siga creciendo y que cada vez aumente el número de proyectos y participantes.

Bibliografía

El Informador, Noticias de Jalisco. (2013). La Semadet denuncia daño ecológico de presa del Hurtado. [online] Available at: <https://www.informador.mx/Jalisco/La-Semadet-denuncia-dano-ecologico-de-presa-del-Hurtado-20130701-0065.html> [Accessed 8 Jul. 2018].

Euromonitor Internacional (2018). Las 10 principales tendencias globales del consumidor para 2018. New York, NY, US: GINA WESTBROOK, pp.3 - 6.

Castillo, M. (2017). Mark Zuckerberg sees video as a 'mega trend' and is gunning for YouTube. [online] CNBC. Available at: <https://www.cnbc.com/2017/02/01/mark-zuckerberg-video-mega-trend-like-mobile.html> [Accessed 9 Jul. 2018].

Anexos

Documento “Guía video marketing del Valle de Mazatepec”

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE
PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP) San Pedro de Valencia:
Renovación Urbana, Saneamiento Ambiental y Emprendimientos Turísticos
“Video marketing Vive Mazatepec”

Sergio Alfonso Villalobos Torres

Guía video marketing del Valle de Mazatepec

Junio 2018

Objetivo

El objetivo de este documento es definir los lineamientos a seguir para la realización de un video que muestre los atributos turísticos del valle de mazatepec, a un público en específico, con el fin de ser una estrategia replicable a diferentes mercados y atractivos turísticos.

Público meta

Jóvenes de entre 20 y 30 años de edad, de México, de cualquier NSE

Momentos

Se enlistan los momentos clave que deben existir en el video, para definir las escenas en el guión técnico

Título/tema del video

En esta escena se busca entregar al receptor un elemento descriptivo y atractivo del contenido del vídeo “Mazatepec en tus sentidos”

- Escenas rápidas y atractivas del contenido del video
- Título atractivo que despierte el interés
- Introducción a lo que encontraron en el video

Gusto

En esta escena mostraremos a los protagonistas degustando algún producto típico de la gastronomía de la región.

- Pan de una panadería tradicional de San Isidro
- Un pajarete
- Tortillas hechas a mano al momento

Oído

En esta escena mostraremos a los protagonistas escuchando con detenimiento uno de los siguientes elementos:

- El sonido del agua de un río corriendo
- El canto de los pájaros en la primavera
- El sonido de una guitarra al pie de la fogata

Olfato

En esta escena los protagonistas podrán oler uno de estos elementos:

- El olor a la leña de la fogata
- El olor del café recién hecho en el campamento
- Alguna planta silvestre

Tacto

En esta escena algunos de los siguientes elementos será palpado por los protagonistas.

- La corteza de un árbol
- La piedra mojada o el agua en un río
- La pareja

Vista

Aquí nuestros protagonistas serán testigos de alguno de los atractivos visuales del Valle de mazatepec.

- La vista del Valle
- Un atardecer/amanecer en la primavera

Cierre

Escena de cierre con un la frase “Vive Mazatepec”, al pié del último encuadre aparecerá la información de contacto por definir.

Créditos

Créditos correspondientes para cada involucrado en la filmación y edición del video.

Recursos

Aquí se enlistan los distintos recursos necesarios para el rodaje del video

Humanos

- 5 actores, 2 mujeres y 3 hombres de entre los 23 y 28 años de edad
- 1 Camarógrafo
- 1 Asistente
- 1 Director
- Editor de audio y video

Materiales

- Guitarra
- Leña
- Encendedor
- Agua
- Café
- Tetera metalica
- 2 tazas de peltre o aluminio
- 2 cucharas
- Azúcar
- Toalla
- 2 casas de campaña
- 3 Mochilas de campamento
- Vestuario de acampada para actores
- Automóvil para traslados

Económicos

Dinero para pagar siguientes insumos:

- Gasolina para traslados entre Guadalajara, san isidro y distintas locaciones

- Consumo en establecimientos de grabación
- Alimentos y bebidas para el staff
- Entradas a complejos de camping

Un estimado de 800 pesos en total

Tecnológicos

- Equipo de edición de video
- Cámara Blackmagic URSA mini PRO
- Drone con cámara
- Micrófono zoom h4n pro
- Microfonos Behringer ambientales

Tiempos

Se prevé que el horario de filmación sería de 7:30 a 14:00, con salida de ITESO las 6:30, horario específico de cada toma por definir.

Locaciones

San isidro

- Calle
- Panadería

La primavera

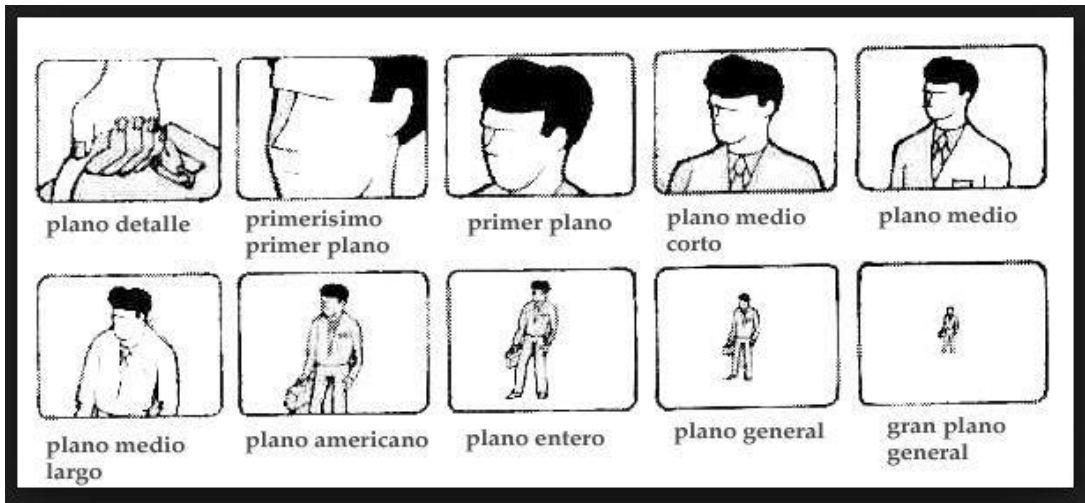
- Bosque
- Rio
- Pradera/colina

Ahuiscalco

- Área de camping

Guión técnico

Las escenas del video se filmarán en cada encuadre de acuerdo a los planos mostrados en el siguiente diagrama.



Ext. Calle de San Isidro, día

1. Un grupo de jóvenes (5) caminando y hablando entre ellos (plano general)
2. Dos de ellos van de la mano - plano americano
3. A continuación todos entran a un establecimiento en el pueblo - plano medio largo
4. Int. Panadería en San Isidro, día
5. Los jóvenes entrando a la panadería - plano medio largo
6. Pan saliendo del horno - primerísimo
7. 2 de los jóvenes se muestran gustosos por comer el pan - plano medio largo
8. M1 lleva el pan a su boca - plano medio
9. M1 alcanza el pan y lo muerde - plano detalle
10. Los jóvenes se despiden y agradecen al panadero y se disponen a salir del lugar
11. Escena relleno fuera de panadería

Ext. Afueras de granja (o lugar del Pajarete)

12. Todos entrando al lugar, fijan su atención levemente sorprendidos a objeto fuera de cuadro - plano americano
13. Vaca y granjero - plano medio (todos se acercan al fondo)
14. Mesa con ingredientes para el Pajarete - plano medio corto barrido
15. Granjero preparando vaso - plano medio
16. Leche saliendo hacia el vaso - primer plano
17. H1 lleva su vaso a la boca - primer plano
18. H1 da un trago a vaso - plano detalle
19. Expresión real de h1 - plano americano
20. Escena relleno salida del pajarete

Ext. Primavera, día

21. Pareja caminando por el bosque - plano entero
22. H1 fija su mirada a las ramas de un árbol y pone su mano sobre su corteza - plano medio corto desde el hombro
23. Mano de h1 en corteza se desliza y sigue caminando dejando de tocar - plano detalle

Ext. Orilla de río, día

24. M1 entra a toma con una expresión levemente sorprendida - plano medio largo
25. M1 se agacha y toma una roca del agua - primer plano
26. M1 sostiene la piedra en sus manos - plano detalle
27. M1 entra a cuadro desde abajo y cierra los ojos
28. Oreja de m1 - plano detalle
29. Barrido de la parte alta de los árboles - plano americano
30. Agua del río - primerísimo/medio plano

Ext. Bosque primavera, pradera o área despejada, atardecer

31. Bota dando paso en piedra - primer plano
32. H1 entra a cuadro mirando fuera de él - primer plano
33. Ojos/mirada de h1 - primerísimo/plano detalle
34. Barrido panorámico del valle - gran plano general
35. Preparando campamento, m2 y h2 instalando tiendas, h1 trayendo leña - plano americano
36. M1 sentada al pie de la fogata, h1 se sienta a su lado - plano americano
37. M2 pasa a m1 taza de café - plano medio largo
38. M1 acerca su taza a la cara, huele profundamente el olor del café
39. Todos en toma alrededor de la fogata - plano entero

Guion narrador (voz en off)

Escena 8 - "Prueba un pan tradicional de San Isidro"

Escena 17 - "Saborea un pajarete"

Escena 23 - "Siente la naturaleza entre tus dedos"

Escena 28/29 - "Escucha la música de la naturaleza"

Escena 32/33 - "Observa las maravillas de sus paisajes"

Escena 38 - "Huele el café junto a la fresca leña"

Escena 39 - "VIVE Mazatepec"/"Vive una experiencia inolvidable en Mazatepec"