TES
IZD2
P34
V.2

UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRES BELLO

FACULTAD DE INGENIERIA

ESCUELA DE INGENIERIA INDUSTRIAL

DISEÑO Y DESARROLLO DE UN PROCESO PRODUCTIVO PROMOCIONAL PARA UN CANAL DE SEÑAL ABIERTA EN VENEZUELA (Anexos)

Universidad Católica Andrés Bello
BIBLIOTECA
Caracas

REALIZADO POR **Milena A. Padrón Bello**

PROFESOR GUIA **Diego Casañas**

FECHA **10 de Octubre del 2001**

INDICE DE ANEXOS

ANEXO 1: DIAGRAMAS DE PROCESO 2

ANEXO 2: DIAGRAMA DE FLUJO DE LA PAUTA SEMANAL 6

ANEXO 3: DIAGRAMA DE FLUJO DE LOS CREATIVOS 8

ANEXO 4: FORMATO DE PIETEO DE LOS CREATIVOS 10

ANEXO 5: HOMOLOGACIÓN DE COPY 12

ANEXO 6: DIAGRAMA DE FLUJO DE MUSICALIZACIÓN 14

ANEXO 7: FORMATO DE ENTREGA Y RECEPCIÓN DE MATERIALES 17

ANEXO 8: NORMALIZACIÓN DE MUSICALIZACIÓN 20

ANEXO 9: MANUAL DE MUSICALIZACIÓN 23

ANEXO 10: DIAGRAMA DE FLUJO DE POST-PRODUCCIÓN 26

ANEXO 11: NORMALIZACIÓN DE POST-PRODUCCIÓN 28

ANEXO 12: NORMALIZACIÓN DE LA TIPOGRAFÍA 31

ANEXO 13: MEDICIÓN DE TIEMPO 34

ANEXO 14: DEPRECIACIÓN 40

Anexo 1:

Diagramas de Proceso

TELEVEN

Diagrama de Proceso

Producto: Promoción **Departamento**: Imagen y Promociones **Operación**: Producción de una promoción que pasa por musicalización	**Hoja** 1 **de** 3 **hojas**. **Diagramado por**: Milena Padrón **Aprobado por**: **Fecha**:	**Resumen**:

Resumen	
○ Operación	13
⇨ Transporte	4
□ Inspección	1
D Demora	----
▽ Almacenamiento	3

Número	Símbolos	Descripción
1	○⇨□D▽	Recepción de la programación
2	○⇨□D▽	Creación de las pautas semanales
3	○⇨□D▽	Llevar las pautas a los productores creativos.
4	○⇨□D▽	Buscar el material para la realización de la promoción
5	○⇨□D▽	Observar el video.
6	○⇨□D▽	Pensar en la promoción
7	○⇨□D▽	Crear los libretos o copys
8	○⇨□D▽	Llevar los copys a los musicalizadores, locutor y post-productor
9	○⇨□D▽	Espera por el locutor (almacen temporal).
10	○⇨□D▽	Se graba con el locutor
11	○⇨□D▽	Se musicaliza la promoción
12	○⇨□D▽	Se graba en la red
13	○⇨□D▽	Se recibe en post-producción
14	○⇨□D▽	Se colocan los efectos especiales y se empaca la promoción
15	○⇨□D▽	Se realiza la inspección técnica de calidad.
16	○⇨□D▽	Se lleva a Master
17	○⇨□D▽	Se almacena hasta que le toca salir al aire
18	○⇨□D▽	Se realiza la pauta al aire.
19	○⇨□D▽	Salir al aire.
20	○⇨□D▽	Transporta el betacam a promociones.
21	○⇨□D▽	Se archiva el producto en promociones (almacena).
22	○⇨□D▽	
23	○⇨□D▽	
24	○⇨□D▽	
25	○⇨□D▽	
26	○⇨□D▽	
27	○⇨□D▽	
28	○⇨□D▽	
29	○⇨□D▽	
30	○⇨□D▽	

TELEVEN

Diagrama de Proceso

Producto: Promoción **Departamento**: Imagen y Promociones **Operación**: Producción de una promoción que no pasa por musicalización	**Hoja** 2 **de** 3 **hojas.** **Diagramado por**: Milena Padrón **Aprobado por**: **Fecha**:	**Resumen**:

○ Operación	14
⇨ Transporte	4
□ Inspección	1
D Demora	----
▽ Almacenamiento	3

Número	Símbolos	Descripción
1	○⇨□D▽	Recepción de la programación
2	○⇨□D▽	Creación de las pautas semanales
3	○⇨□D▽	Llevar las pautas a los productores creativos.
4	○⇨□D▽	Buscar el material para la realización de la promoción
5	○⇨□D▽	Observar el video.
6	○⇨□D▽	Pensar en la promoción
7	○⇨□D▽	Crear los libretos o copys
8	○⇨□D▽	Llevar los copys a los musicalizadores, locutor y post-productor
9	○⇨□D▽	Espera por el locutor(almacen temporal).
10	○⇨□D▽	Se graba con el locutor
11	○⇨□D▽	Diseño recibe el copy y pienza en la promoción.
12	○⇨□D▽	Realiza los inserts de la promoción
13	○⇨□D▽	Envia los inserts a la red.
14	○⇨□D▽	Post-producción toma el diseño y la locución de la red
15	○⇨□D▽	Se realiza el empaque de la promoción.
16	○⇨□D▽	Se realiza la inspección técnica de calidad.
17	○⇨□D▽	Se lleva a Master
18	○⇨□D▽	Se almacena hasta que le toca salir al aire
19	○⇨□D▽	Se realiza la pauta al aire.
20	○⇨□D▽	Salir al aire.
21	○⇨□D▽	Transporta el betacam a promociones.
22	○⇨□D▽	Se archiva el producto en promociones (almacen).
23	○⇨□D▽	
24	○⇨□D▽	
25	○⇨□D▽	
26	○⇨□D▽	
27	○⇨□D▽	
28	○⇨□D▽	
29	○⇨□D▽	
30	○⇨□D▽	

TELEVEN

Diagrama de Proceso

Producto: Promoción **Departamento**: Imagen y Promociones **Operación**: Producción de una promoción reciclada.	**Hoja** 3 **de** 3 **hojas.** **Diagramado por**: Milena Padrón **Aprobado por**: **Fecha**:	**Resumen**:

○ Operación	9
⇨ Transporte	4
□ Inspección	----
D Demora	----
▽ Almacenamiento	4

Número	Símbolos	Descripción
1	○⇨□D▽	Almacenamiento de promociones viejas
2	○⇨□D▽	Se busca la promoción requerida.
3	○⇨□D▽	Se lleva a promociones.
4	○⇨□D▽	Se crea la pauta como un cambio de coletilla.
5	○⇨□D▽	Se lleva la pauta a musicalización
6	○⇨□D▽	Se recibe el copy con el cambio de coletilla y el betacam.
7	○⇨□D▽	Espera por el locutor (almacenamiento temporal)
8	○⇨□D▽	Se graba el cambio de coletilla.
9	○⇨□D▽	Se graba en la red.
10	○⇨□D▽	Post-producción recibe la información.
11	○⇨□D▽	Actualiza el empaque.
12	○⇨□D▽	Se lleva a Master
13	○⇨□D▽	Se almacena hasta que le toca salir al aire
14	○⇨□D▽	Se realiza la pauta al aire.
15	○⇨□D▽	Salir al aire.
16	○⇨□D▽	Transporta el betacam a promociones.
17	○⇨□D▽	Se archiva el producto en promociones.
18	○⇨□D▽	
19	○⇨□D▽	
20	○⇨□D▽	
21	○⇨□D▽	
22	○⇨□D▽	
23	○⇨□D▽	
24	○⇨□D▽	
25	○⇨□D▽	
26	○⇨□D▽	
27	○⇨□D▽	
28	○⇨□D▽	
29	○⇨□D▽	
30	○⇨□D▽	

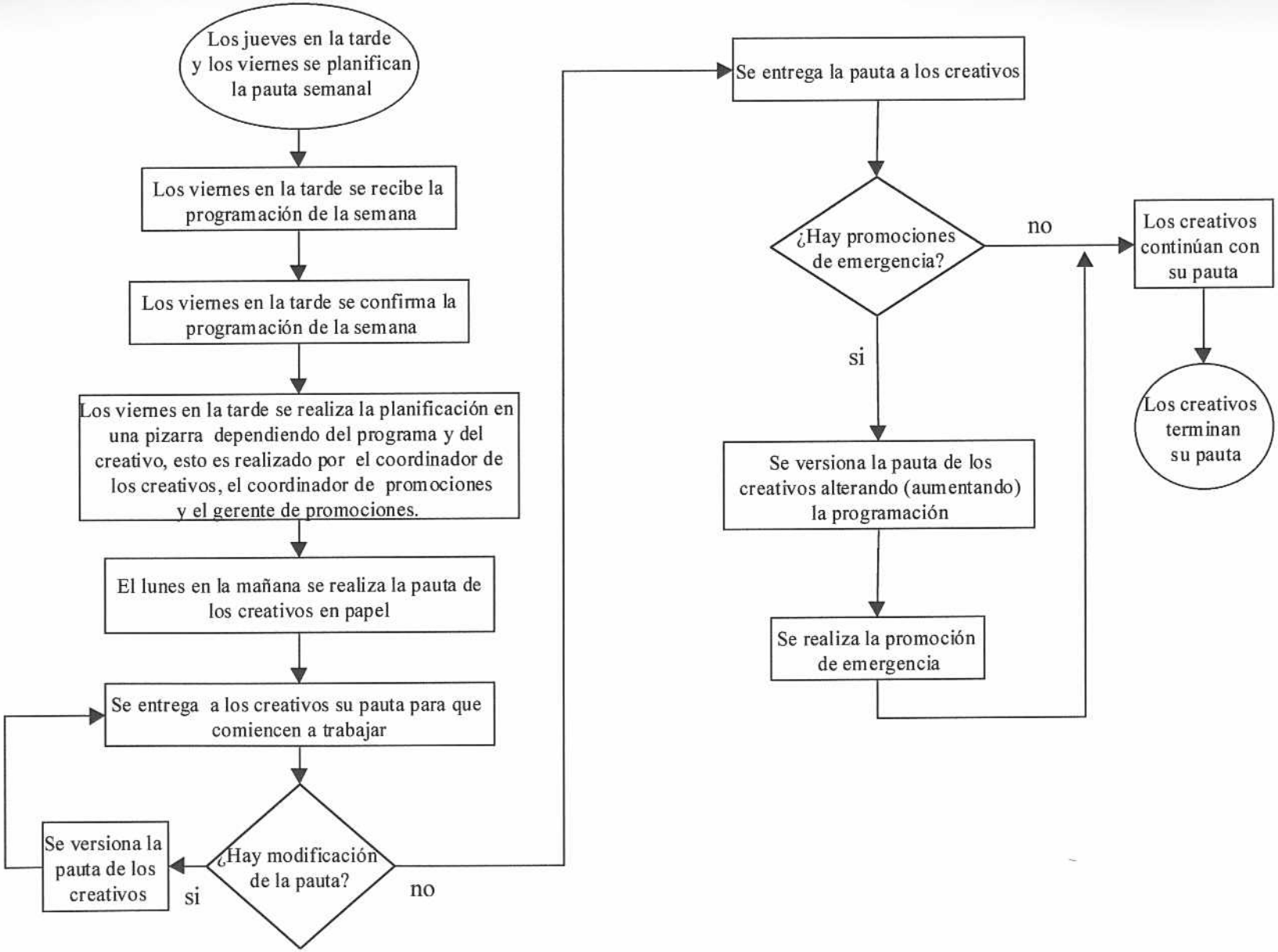
Anexo 2:

Diagrama de Flujo de la Pauta Semanal

TELEVEN

Imagen y promociones

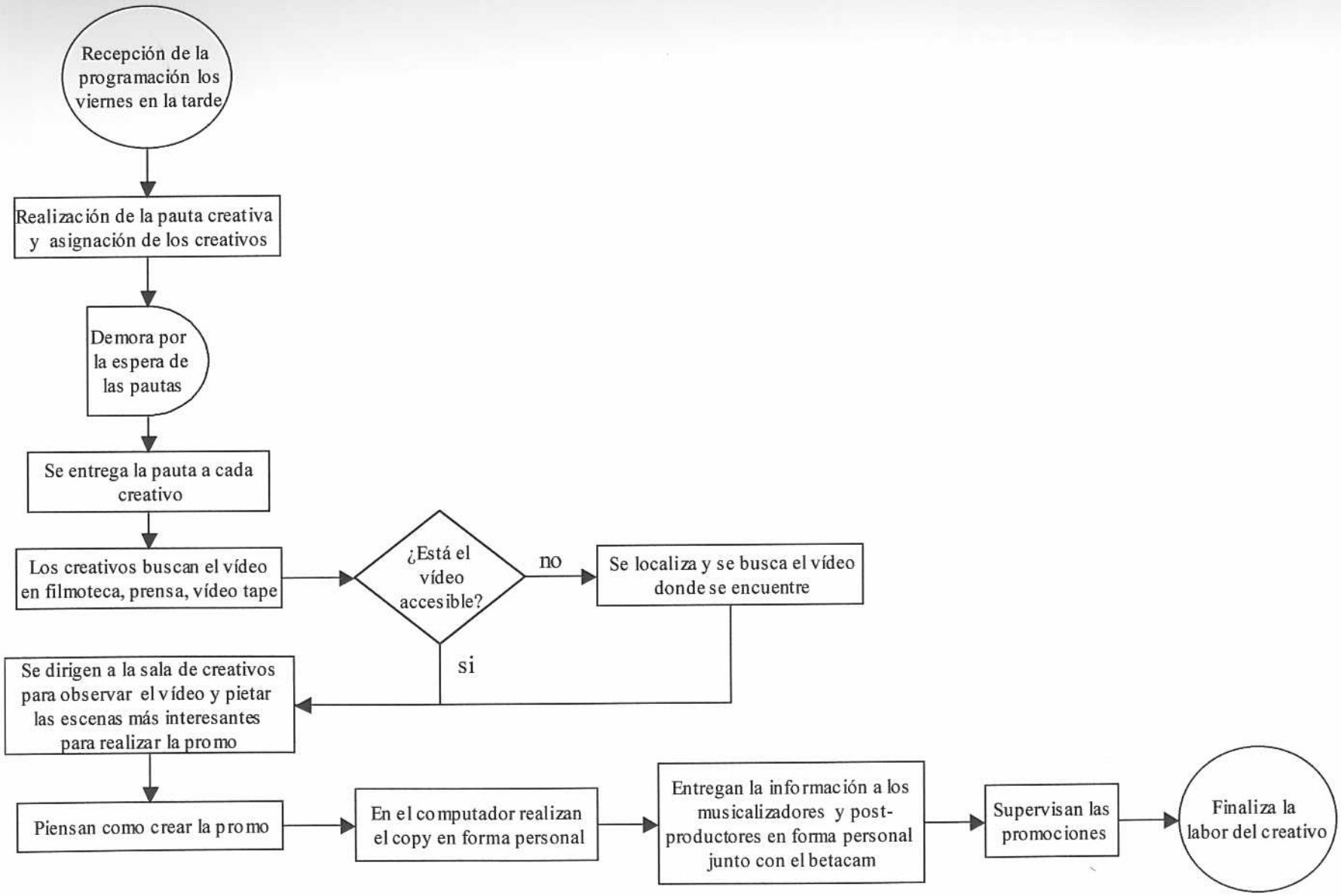
TELEVEN



Anexo 3:

Diagrama de Flujo de los Creativos

Imagen y promociones



Anexo 4:

Formato de Pieteo de los Creativos

TELEVEN

Observaciones del Productor Creativo

Fecha:

DATOS DEL PROGRAMA

Programa:

Descripción:

DESCRIPCION

Tape	Time In	Time Out	Observaciones
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			

DEPARTAMENTO DE PROMOCIONES

Nombres y Apellidos del Productor Creativo:

Anexo 5:

Homologación de Copy

TELEVEN

Copy de Promociones

Fecha:

DATOS DE LA PROMOCION

Programa:

Promoción:

Código:

Productor:

Capitulo:

Fecha al Aire:

Tipo de Música:

Locutor:

Hora al Aire:

C.D.: Nº

Track:

Locución: MD: ☐ DAT: ☐ Track:

DESCRIPCION

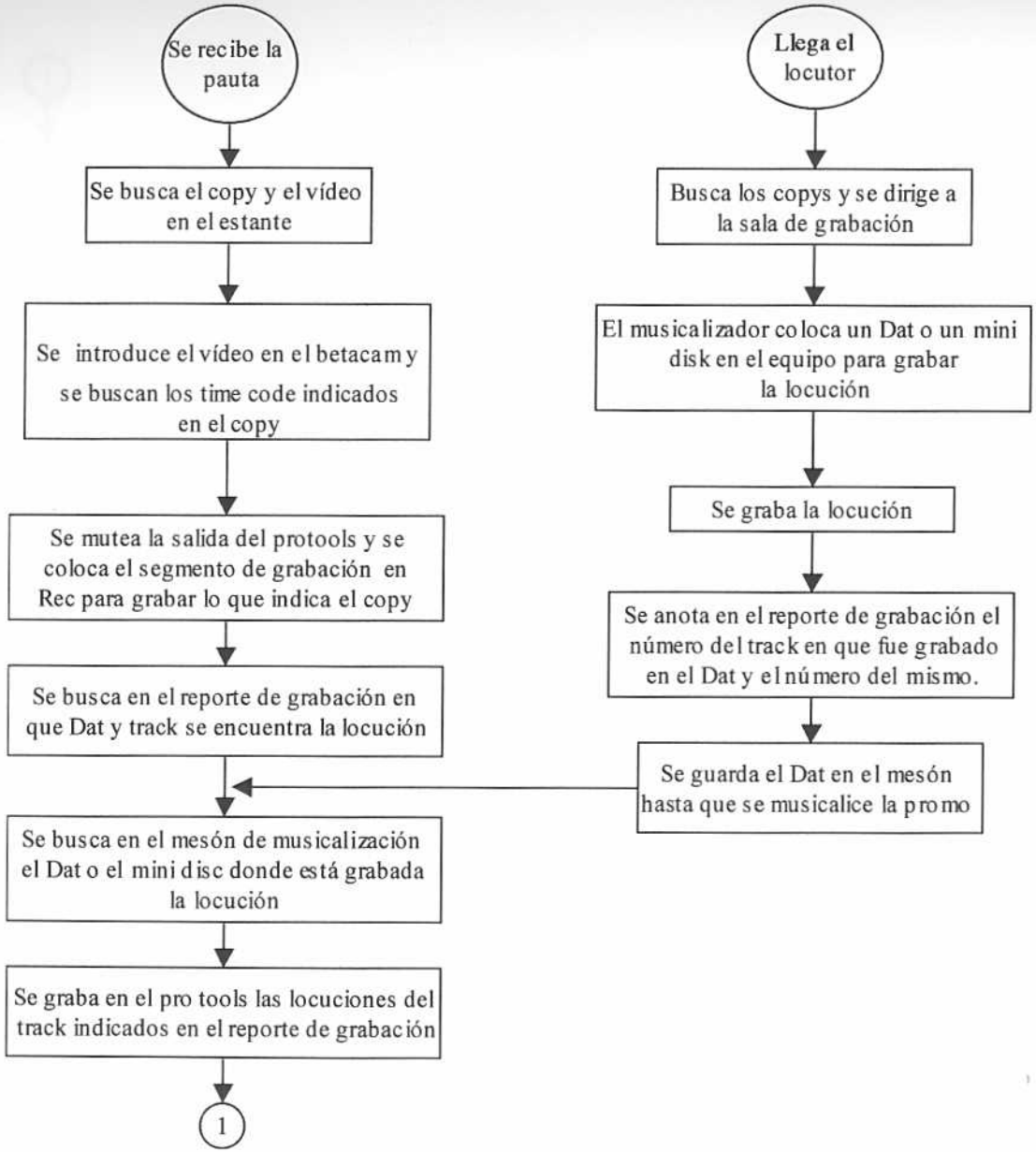
Tape	Time In	Time Out	Observaciones

Anexo 6:

Diagrama de Flujo de Musicalización

Imagen y promociones

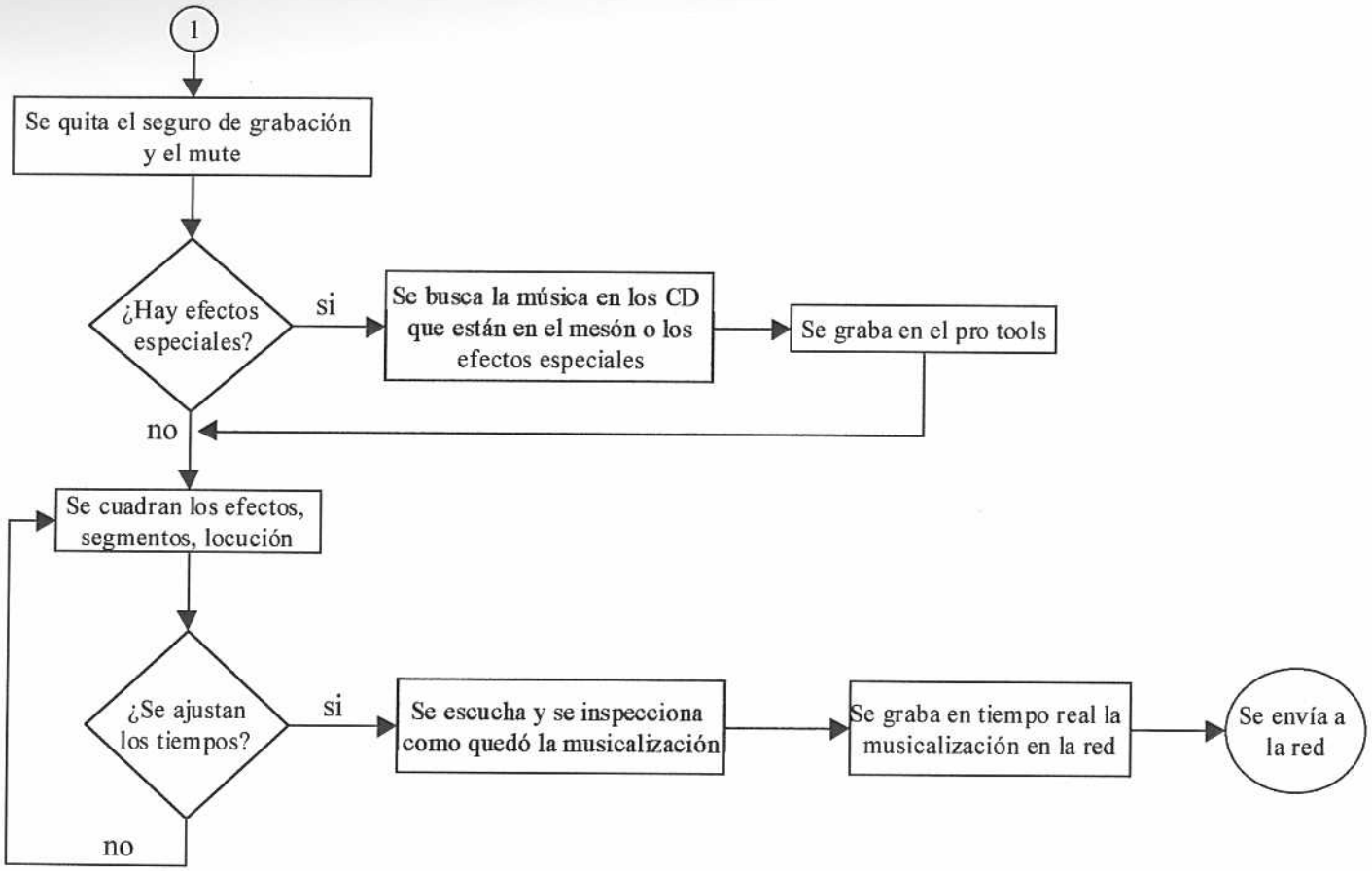
TELEVEN



TELEVEN

Imagen y promociones

TELEVEN



Anexo 7:

Formato de Entrega y Recepción de Materiales

Formato de recepción de material

Recibido por:	Fecha	Hora	Producto Tipo/Cantidad	Entregado por:	Contenido	Firma Recibido
	/ /					
	/ /					
	/ /					
	/ /					
	/ /					
	/ /					
	/ /					
	/ /					
	/ /					
	/ /					
	/ /					
	/ /					
	/ /					
	/ /					
	/ /					
	/ /					
	/ /					
	/ /					
	/ /					
	/ /					
	/ /					
	/ /					
	/ /					
	/ /					
	/ /					
	/ /					

Formato de entrega de material

Entregado por:	Fecha	Hora	Producto Tipo/Cantidad	Recibido por:	Contenido	Firma Recibido
	/ /					
	/ /					
	/ /					
	/ /					
	/ /					
	/ /					
	/ /					
	/ /					
	/ /					
	/ /					
	/ /					
	/ /					
	/ /					
	/ /					
	/ /					
	/ /					
	/ /					
	/ /					
	/ /					
	/ /					
	/ /					
	/ /					
	/ /					

Anexo 8:

Normalización de Musicalización

NORMALIZACIÓN DE MUSICALIZACIÓN

Objetivo: Unificar la forma de organizar y guardar las promociones realizadas en musicalización, para que sea entendible la forma de buscarlas en caso de ser necesarias.

Responsable: Todos los musicalizadores del área de promociones.

Normas:

Todas las promociones deben de ser guardadas siguiendo las especificaciones que se mencionan a continuación; con los nombres de cada programación y fecha de salida al aire, no se admitirá que sean grabadas promociones con ningún otro nombre o apodo que creen la duda sobre los programas grabados.

Luego de realizado un cambios de coletillas debe eliminarse la promoción con el error pero después de salida al aire la nueva. Esta coletilla debe ser bien identificada con el nombre, día, hora de salida al aire y cc. (cambio de coletilla), para evitar confusiones a la hora de ser utilizada.

Las promociones correspondientes al programa **Planeta de 6** serán guardadas bajo la carpeta denominada **Series.** Todas aquellas programaciones que no se mencionan en la tabla que se muestra a continuación, deben ser ubicadas en carpetas según sea la información que contengan, por ejemplo: Aquí en Venezuela se guardará bajo la carpeta de Información.

Se crearán carpetas, proyectos, bines denominados: capitulares y genéricas. Dentro de genéricas se guardará todas aquellas promociones que no correspondan a capitulares para evitar la creación de muchos bines, los bloques se guardaran dentro de cada proyecto según sea el bloque, por ejemplo: el bloque de películas de los Domingos se guardará bajo la carpeta de películas, el esquema que se debe seguir es el siguiente:

Carpetas	Carpetas	Proyectos	Bines
Bloques		Series	Nombre de cada producción
		Películas	Nombre de cada producción
		Novelas	Nombre de cada producción
		Informativo	Nombre de cada producción
		Matutino	Nombre de cada producción
Novelas	Muralla	Capitular / Genérica	Nombre de cada producción
	Lazos de familia	Capitular / Genérica	Nombre de cada producción
	Baby Sister	Capitular / Genérica	Nombre de cada producción
	Esplendor	Capitular / Genérica	Nombre de cada producción
Películas	Nombre de cada producción	Capitular / Genérica	Nombre de cada producción
Deporte	Formula 1	Capitular / Genérica	Nombre de cada producción
	Football	Capitular / Genérica	Nombre de cada producción
	Beisball	Capitular / Genérica	Nombre de cada producción
	Tenis	Capitular / Genérica	Nombre de cada producción
Programación	Desde el divan	Capitular / Genérica	Nombre de cada producción
	Desde mi cocina	Capitular / Genérica	Nombre de cada producción
	El show de Carolina G. A.	Capitular / Genérica	Nombre de cada producción
	De par en par	Capitular / Genérica	Nombre de cada producción
Series		Nombre de cada producción	Capitular / Genérica
Especiales		Promo cuña	
		Imagen	
		Presentación de programas	
Escudería		Televen	
		Información	Nombre de cada producción
		Deporte	Nombre de cada producción
		Programación	Nombre de cada producción
		Película	Nombre de cada producción
		Series	Nombre de cada producción
		Infantiles	Nombre de cada producción
		Novelas	Nombre de cada producción
Información	Nombre de cada producción	Capitular / Genérica	Nombre de cada producción
Corporativas			

Se debe crear una carpeta denominada Viejas para guardar todas aquellas promociones que no están saliendo al aire y tener un respaldo para futuras ocasiones, específicamente las películas.

Se deben llenar el formato diseñado para la recepción y entrega de materiales en esta área, es decir, todo material que salga de la sala de musicalización debe ser obligatoriamente registrado en este formato.

Cuando se graban las promociones por los locutores y cuando la promo es terminada por los musicalizadores se debe de llenar obligatoriamente y en todo momento los renglones del copy dedicados para musicalización, como lo son: tipo de música, #CD, Track, Locutor,, MD, DAT, Track.

Anexo 9:

Manual de Musicalización

MANUAL DEL ÁREA DE MUSICALIZACIÓN

Objetivo: Normalizar y estandarizar todo lo referente al área de musicalización en promociones con respecto al proceso y al lugar de trabajo.

Responsable: Todos los musicalizadores del área de promociones.

Del proceso:

- Todas las mañanas para encender el equipo debe realizarse de forma descendiente de arriba hacia abajo y consecutivamente, comenzando por el CD, MD, DAT, EL BETACAM, LA CONSOLA, EL DISCO DURO, LA INTERFASE, y EL COMPUTADOR.
- Para grabar el sonido en el pro - tools se debe colocar la consola en mute y la región donde se va a grabar en el pro-tools con el seguro de grabación (Rec).
- **Cuando se realizan las grabaciones de los locutores se debe llenar cada uno de los renglones dedicados para musicalización en los copys, como lo son: Tipo de música, # CD, Track, Locutor, MD, DAT, Track.**
- Todos los musicalizadores al terminar su jornada de trabajo deben entregar **obligatoriamente** su pauta al coordinador de promociones, debidamente identificadas las promociones realizadas, las que no se realizaron y la explicación del porque no fue llevada a cabo cierta promoción.
- A la llegada de un CD nuevo debe ser cargado al sistema con toda la información contenida en el mismo.

Del área de trabajo:

- ✓ Los copys después de ser utilizados deben ser colocados en el estante que corresponde, es decir, por musicalizar o musicalizado.
- ✓ Los vídeos después de ser utilizados deben ser colocados en el estante que corresponde, es decir, por musicalizar o musicalizado.
- ✓ Los CD, MD y DAT después de haber sido usados deben ser colocados en el lugar que corresponde, siguiendo la secuencia de la numeración, para eliminar el desorden y evitar perdidas del material.

- ✓ A la hora de la entrega y recepción de materiales es obligatorio llenar el formato diseñado para esto y siguiendo las especificaciones siguientes:

Leyenda para el producto		
B: Betacam	**D: Dvc-pro**	**Dat16**: Dat de 16 min
B5: Betacam de 5 min	**D5:** Dvc-pro de 5 min	**Dat46**: Dat de 46 min
B10: Betacam de 10 min	**D15:** Dvc-pro de 15 min	**Dat64**: Dat de 64 min
B30: Betacam de 30 min	**MD74:** Mini-disk de 74 min	**Dat124:** Dat de 124 min
B60: Betacam de 60 min	**CD**	**Dat125:** Dat de 125 min
B90: Betacam de 90 min		
B120: Betacam de 120 min		

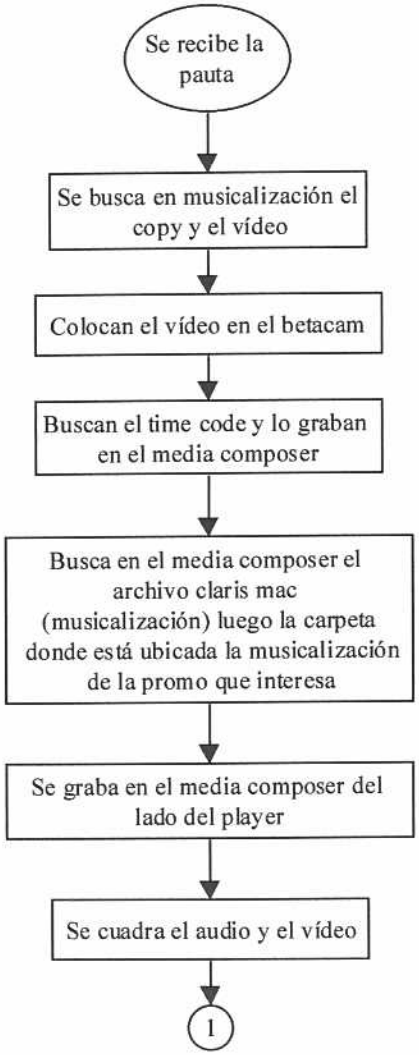
- ✓ Deben mantener el lugar limpio y ordenado. Es importante el uso de la papelera.
- ✓ La cartelera es para uso exclusivo de información que interese en la planificación o desenvolvimiento de la promoción en cada uno de los cubículos.

Anexo 10:

Diagrama de Flujo de Post-Producción

TELEVEN

Imagen y promociones



TELEVEN

Anexo 11: Normalización de Post-Producción

Normalización de musicalización y post-producción.

Objetivo: Unificar la forma de organizar y guardar las promociones realizadas tanto en la red de musicalización como en post-producción, para que sea entendible la forma de buscar en la red y en los Media Composer.

Responsable: Todos los musicalizadores y post-productores del área de promociones.

Normas:

Todas las promociones deben de ser guardadas siguiendo las especificaciones que se mencionan a continuación; con los nombres de cada programación y fecha de salida al aire, no se admitirá que sean grabadas promociones con ningún otro nombre o apodo que creen la duda sobre los programas grabados.

Luego de realizado un cambios de coletillas debe eliminarse la promoción con el error pero después de salida al aire la nueva. Esta coletilla debe ser bien identificada con el nombre, día, hora de salida al aire y cc. (cambio de coletilla), para evitar confusiones a la hora de ser utilizada.

Las promociones correspondientes al programa **Planeta de 6** serán guardadas bajo la carpeta denominada **Series.** Todas aquellas programaciones que no se mencionan en la tabla que se muestra a continuación, deben ser ubicadas en carpetas según sea la información que contengan, por ejemplo: Aquí en Venezuela se guardará bajo la carpeta de Información.

Se crearán carpetas, proyectos, bines denominados: capitulares y genéricas. Dentro de genéricas se guardará todas aquellas promociones

que no correspondan a capitulares para evitar la creación de muchos bines, el esquema que se debe seguir es el siguiente:

Carpetas	Carpetas	Proyectos	Bines
Bloques		Series	Nombre de cada producción
		Películas	Nombre de cada producción
		Novelas	Nombre de cada producción
		Informativo	Nombre de cada producción
		Matutino	Nombre de cada producción
Novelas	Muralla	Capitular / Genérica	Nombre de cada producción
	Lazos de familia	Capitular / Genérica	Nombre de cada producción
	Baby Sister	Capitular / Genérica	Nombre de cada producción
	Esplendor	Capitular / Genérica	Nombre de cada producción
Películas	Nombre de cada producción	Capitular / Genérica	Nombre de cada producción
Deporte	Formula 1	Capitular / Genérica	Nombre de cada producción
	Football	Capitular / Genérica	Nombre de cada producción
	Beisball	Capitular / Genérica	Nombre de cada producción
	Tenis	Capitular / Genérica	Nombre de cada producción
Programación	Desde el divan	Capitular / Genérica	Nombre de cada producción
	Desde mi cocina	Capitular / Genérica	Nombre de cada producción
	El show de Carolina G. A.	Capitular / Genérica	Nombre de cada producción
	De par en par	Capitular / Genérica	Nombre de cada producción
Series		Nombre de cada producción	Capitular / Genérica
Especiales		Promo cuña	
		Imagen	
		Presentación de programas	
Escudería		Televen	
		Información	Nombre de cada producción
		Deporte	Nombre de cada producción
		Programación	Nombre de cada producción
		Película	Nombre de cada producción
		Series	Nombre de cada producción
		Infantiles	Nombre de cada producción
		Novelas	Nombre de cada producción
Información	Nombre de cada producción	Capitular / Genérica	Nombre de cada producción
Corporativas			

Se debe crear una carpeta denominada Viejas para guardar todas aquellas promociones que no están saliendo al aire y tener un respaldo para futuras ocasiones; específicamente en el caso de las películas.

Las secuencias y materiales utilizados en Post-Producción, deben tener el nombre del proyecto en el que se está trabajando.

Anexo 12: Normalización de la Tipografía

NORMALIZACIÓN DE LA TIPOGRAFÍA

Objetivo: Unificar los criterios para toda la información pertinente al tipo, tamaño y especificaciones de la tipografía en los low bar, agendas, etc., para todas las promociones del canal.

Responsable: Todos los Diseñadores y Post-Productores del área de promociones.

Normas:

✓ Todas las abreviaturas de los p.m. y a.m. tienen que ser en minúscula con puntos después de cada letra y con las especificaciones de tipografía igual a la hora dependiendo de las normas siguientes.

Low bar Azul: (horario diurno comprendido entre las 6:00 a.m. y las 7:00 p.m.)

En este horario las especificaciones de la tipografía dependen de su aplicación, son de color **negro** y tipo **Arial**:

	Título Tamaño/Bold	Hora Tamaño/Bold	Día Tamaño/Bold
Agenda	28 / B	22 / B	
Novelas de la tarde	24 / B	24 / B	22
Novelas de la noche		25 / B	25 / B
Bloques genéricos	28 / B	22 / B	
Genéricos	28 / B	25 / B	25 / B
Usted está viendo	28 / B		
A continuación	28 / B		

✓ Pestañas largas: son utilizadas para dos palabras, sin abreviaciones y con la letra inicial en mayúscula, siendo las demás en minúscula, como por ejemplo: Capítulo Estreno.

Tipo: Arial Tamaño: 21 Bold

✓ Pestañas cortas: son utilizadas para una sola palabra, la cual debe ser toda en minúscula, como por ejemplo: estreno.

Tipo: Arial Tamaño: 23 Bold

✓ Cuando se colocan títulos largos en los bloques o en las agendas, **todos los títulos deben ser del mismo tamaño de letra,** como por ejemplo:

De Par en Par

Desde mi Cocina
El Show de Carolina Gómez Avila

✓ Abreviaciones de los días: Lun. a Mie. Mar. a Vie.
Lun. a Jue. Mar. y Mie.
Lun. a Vie. Lun. a Sab

Low bar Ocre: (Prime Time, horario comprendido entre la 7:00 p.m. y las 9:00 p.m., incluyendo estrenos, las películas y series de los sábados y domingos).

Las especificaciones de la tipografía dependen de su aplicación de tipo **Times** y con **Bold Italic**:

	Título Tamaño/Color	**Hora** Tamaño/Color	**Día** Tamaño/Color
Agenda	30 / negro	30 / negro	35 / blanco
Low bar	min30-max35 / negro	30 / negro	30 / blanco
Cierres (estrenos)	46 / blanco	46 / blanco	46 / blanco
Cierres (mitad de pantalla)	min30-max35 / negro	30 / negro	30 / blanco

✓ Pestañas largas: son utilizadas para dos palabras, sin abreviaciones y con la letra inicial en mayúscula, siendo las demás en minúscula, como por ejemplo: Final de Temporada

Tipo: Arial **Tamaño: 24** **Color: blanco Bold**

✓ Pestañas cortas: son utilizadas para una sola palabra, la cual debe ser toda en minúscula, como por ejemplo: exclusivo.

Tipo: Arial Tamaño: 24 Color: blanco Bold

✓ Cuando se colocan títulos largos en las agendas, **todos los títulos deben de tener el mismo tamaño de letra.**

✓ En los low bar, debe de ir el día alineado con el punto (.) después de la "m" en el horario, como por ejemplo:
Domingo
10:30 p.m.

✓ Abreviaciones de los días: Lun. a Mie. Mar. a Vie.
Lun. a Jue. Mar. y Mie.
Lun. a Vie. Lun. a Sab

Anexo 13:

Medición de Tiempo

DATOS DEL DEPARTAMENTO DE CREATIVOS

Tiempo que demoró cada creativo en la elaboración de promociones.

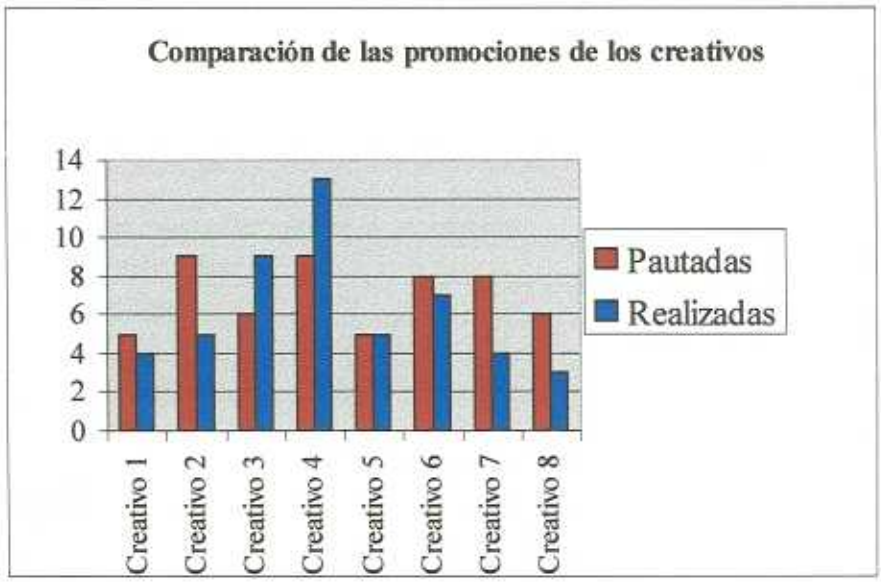
Nombre	Segundos
Creativo 1	230
	230
	230
	150
Promedio	210
Creativo 2	420
	210
	210
	210
	210
Promedio	252
Creativo 3	600
	165
	165
	165
	165
	105
	105
	105
	105
Promedio	187
Creativo 4	60
	60
	60
	60
	60
	60
	60
	210
	210
	210
	210
	210
	210
Promedio	129

Nombre	Segundos
Creativo 5	420
	420
	210
	210
	420
Promedio	336
Creativo 6	210
	210
	420
	105
	105
	105
	105
Promedio	180
Creativo 7	140
	140
	140
	420
Promedio	210
Creativo 8	420
	300
	300
	660
Promedio	420

Tabla 1

Nombre	Pautadas	Realizadas
Creativo 1	5	4
Creativo 2	9	5
Creativo 3	6	9
Creativo 4	9	13
Creativo 5	5	5
Creativo 6	8	7
Creativo 7	8	4
Creativo 8	6	3
Total	**56**	**50**

Tabla 2



Gráfica 1

DATOS DEL DEPARTAMENTO DE MUSICALIZACIÓN

Operación: Realizar la musicalización de la promoción	
Departamento: Musicalización	**Productor**: Musicalizador A
Programación:Capitular	**M X F**
	Analista: Milena Padrón
Observaciones:	

Elementos	Ciclos		
	1	2	3
1.- Busqueda del material	5´25"	25"	9´21"
2.- Grabación en el pro tools	16´57"	11´25"	6´43"
3.- Cuadre de los segmentos	8´14"	5´47"	9´55"
4.- Efectos y música	3´46"	34"	4´42"
5.- Cuadre de la promoción	3´02	20´17"	6´57"
TOTAL	37´24"	38´28"	37´38"

Operación: Realizar la musicalización de la promoción	
Departamento: Musicalización	**Productor**: Musicalizador B
Programación:Capitulares	**M X F**
	Analista: Milena Padrón
Observaciones:	

Elementos	Ciclos			
	1	2	3	4
1.- Busqueda del material	1´10"	6´52"	3´08"	10´39"
2.- Grabación en el pro tools	5´56"	11´01"	3´27"	9´05"
3.- Cuadre de los segmentos	9´02"	11´36"	15´36"	9´54"
4.- Efectos y música	7´31"	8´28"	4´51"	3´18"
5.- Cuadre de la promoción	12´14"	16´07"	26´02"	20´11"
TOTAL	35´53"	54´04"	53´04"	53´07"

DATOS DEL DEPARTAMENTO DE POST-PRODUCCIÓN

Operación: Empaque o cierre de la promoción	
Departamento:Post-Producción	**Productor**: Post-Productor A
Programación:Capitulares	**M X F**
	Analista: Milena Padrón
Observaciones:	

Elementos	Ciclos				
	1	2	3	4	5
1.- Busqueda del material	4´57"	2´33"	3´19"	3´45"	4´29"
2.- Grabación en el Composer	21´03"	11´19"	11´02"	5´04"	8´34"
3.- Realización de promoción	5´51"	12´46"	8´092	15´57"	8´56"
4.- Efectos Especiales	13´44"	10´04"	11´22"	9´17"	20´34"
TOTAL	45´35"	36´42"	33´52"	34´03	42´33"

Operación: Empaque o cierre de la promoción	
Departamento: Post-Producción	**Productor**: Post-Productor B
Programación: Capitulares	**M X F**
	Analista: Milena Padrón
Observaciones:	

Elementos	Ciclos				
	1	2	3	4	5
1.- Busqueda del material	4´21"	2´38"	4´29"	3´26"	6´25"
2.- Grabación en el Composer	10´31"	27´35"	10´45"	15´10"	15´23"
3.- Realización de promoción	31`12"	12´25"	7´32"	10´00"	10´06"
4.- Efectos Especiales	11´19"	4´44"	18´39"	11´26"	18´29"
TOTAL	57´23"	54´22"	31´25"	40´02"	50´14"

Operación: Empaque o cierre de la promoción	
Departamento: Post-Producción	**Productor**: Post-Productor C
Programación: Capitulares	**M X F**
	Analista: Milena Padrón
Observaciones:	

Elementos	**Ciclos**						
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**
1.- Busqueda del material	----	----	----	----	----	----	----
2.- Grabación en el Avid	4´57"	11´18"	3´30"	6´37"	3´37"	6´51"	4´48"
3.- Realización de promoción	16´07"	6´53"	5´19"	14´53"	3´54"	5´55"	4´08"
4.- Efectos Especiales	4´51"	1´36"	9´41"	9´06"	5´34"	12´10"	5´58"
TOTAL	25´55"	19´47"	18´29"	30´36"	13´05"	24´56"	14´54"

Anexo 14:

Depreciación

Los equipos a ser depreciados se mencionan a continuación con su respectivo resultado.

Betacam

Final Año	Valor de costo ($)	Factor	Depreciación Anual ($)	Depreciación Acumulada ($)	Valor Contable ($)
0					42000
1	42000	1/5	8400	8400	33600
2	42000	1/5	8400	16800	25200
3	42000	1/5	8400	25200	16800
4	42000	1/5	8400	33600	8400
5	42000	1/5	8400	42000	0

CD

Final Año	Valor de costo ($)	Factor	Depreciación Anual ($)	Depreciación Acumulada ($)	Valor Contable ($)
0					3220
1	3220	1/5	644	644	2576
2	3220	1/5	644	1288	1932
3	3220	1/5	644	1932	1288
4	3220	1/5	644	2576	644
5	3220	1/5	644	3220	0

Consola

Final Año	Valor de costo ($)	Factor	Depreciación Anual ($)	Depreciación Acumulada ($)	Valor Contable ($)
0					3500
1	3500	1/5	700	700	2800
2	3500	1/5	700	1400	2100
3	3500	1/5	700	2100	1400
4	3500	1/5	700	2800	700
5	3500	1/5	700	3500	0

Monitor

Final Año	Valor de costo ($)	Factor	Depreciación Anual ($)	Depreciación Acumulada ($)	Valor Contable ($)
0					1100
1	1100	1/5	220	220	880
2	1100	1/5	220	440	660
3	1100	1/5	220	660	440
4	1100	1/5	220	880	220
5	1100	1/5	220	1100	0

G4 Avid Xpress

Final Año	Valor de costo ($)	Factor	Depreciación Anual ($)	Depreciación Acumulada ($)	Valor Contable ($)
0					42000
1	42000	1/5	8400	8400	33600
2	42000	1/5	8400	16800	25200
3	42000	1/5	8400	25200	16800

Repotenciación del G4 Avid Xpress

Final Año	Valor de Costo ($)	Factor	Depreciación Anual ($)	Depreciación Acumulada ($)	Valor Contable ($)
4	24000	1/4	6000	6000	18000
5	24000	1/4	6000	12000	12000
6	24000	1/4	6000	18000	6000
7	24000	1/4	6000	24000	0

G4 Media composer xl

Final Año	Valor de costo ($)	Factor	Depreciación Anual ($)	Depreciación Acumulada ($)	Valor Contable ($)
0					99530
1	99530	1/5	19906	19906	79624
2	99530	1/5	19906	39812	59718
3	99530	1/5	19906	59718	39812

Repotenciación del G4 Media Composer xl

Final Año	Valor de Costo ($)	Factor	Depreciación Anual ($)	Depreciación Acumulada ($)	Valor Contable ($)
4	47012	1/4	11753	11753	35259
5	47012	1/4	11753	23506	23506
6	47012	1/4	11753	35259	11753
7	47012	1/4	11753	47012	0

Power 9600 Media Composer

Final Año	Valor de costo ($)	Factor	Depreciación Anual ($)	Depreciación Acumulada ($)	Valor Contable ($)
0					75000
1	75000	1/5	15000	15000	60000
2	75000	1/5	15000	30000	45000
3	75000	1/5	15000	45000	30000

Repotenciación del power 9600 Media Composer

Final Año	Valor de Costo ($)	Factor	Depreciación Anual ($)	Depreciación Acumulada ($)	Valor Contable ($)
4	39400	1/4	9850	9850	29550
5	39400	1/4	9850	19700	19700
6	39400	1/4	9850	29550	9850
7	39400	1/4	9850	39400	0

G4 Pro Tools

Final Año	Valor de costo ($)	Factor	Depreciación Anual ($)	Depreciación Acumulada ($)	Valor Contable ($)
0					23000
1	23000	1/5	4600	4600	18400
2	23000	1/5	4600	9200	13800
3	23000	1/5	4600	13800	9200

Repotenciación del G4 Pro Tools

Final Año	Valor de Costo ($)	Factor	Depreciación Anual ($)	Depreciación Acumulada ($)	Valor Contable ($)
4	11000	1/4	2750	2750	8250
5	11000	1/4	2750	5500	5500
6	11000	1/4	2750	8250	2750
7	11000	1/4	2750	11000	0

G1

Final Año	Valor de costo ($)	Factor	Depreciación Anual ($)	Depreciación Acumulada ($)	Valor Contable ($)
0					32000
1	32000	1/5	6400	6400	25600
2	32000	1/5	6400	12800	19200
3	32000	1/5	6400	19200	12800

Repotenciación del G1

Final Año	Valor de Costo ($)	Factor	Depreciación Anual ($)	Depreciación Acumulada ($)	Valor Contable ($)
4	17800	1/3	5933	5933	11867
5	17800	1/3	5933	11867	5933
6	17800	1/3	5933	17800	0

Total de depreciación en cada uno de los departamentos de promociones.

Post-producción C

Final Año	Depreciación Anual ($)	Depreciación. Acumulada ($)	Valor Contable Total ($)
0			84000
1	16800	16800	67200
2	16800	33600	50400
3	16800	50400	33600
4	14400	64800	26400
5	14400	79200	12000
6	6000	85200	6000
7	6000	91200	0

Post-producción A

Final Año	Depreciación Anual ($)	Depreciación. Acumulada ($)	Valor Contable Total ($)
0			143730
1	28746	28746	114984
2	28746	57492	86238
3	28746	86238	57492
4	20593	106831	44099
5	20593	127424	23506
6	11753	139177	11753
7	11753	150930	0

Post-producción B

Final Año	Depreciación Anual ($)	Depreciación. Acumulada ($)	Valor Contable Total ($)
0			119200
1	23840	23840	95360
2	23840	47680	71520
3	23840	71520	47680
4	18690	90210	38170
5	18690	108900	19700
6	9850	118750	9850
7	9850	128600	0

Musicalización

Final Año	Depreciación Anual ($)	Depreciación. Acumulada ($)	Valor Contable Total ($)
0			72820
1	14344	14344	58476
2	14344	28688	44132
3	14344	43032	29788
4	12714	55746	18214
5	12714	68460	5500
6	2750	71210	2750
7	2750	73960	0

Diseño

Final Año	Depreciación Anual ($)	Depreciación. Acumulada ($)	Valor Contable Total ($)
0			32000
1	6400	6400	25600
2	6400	12800	19200
3	6400	19200	12800
4	5933	25133	11867
5	5933	31067	5933
6	5933	37000	0

Sala de los Productores Creativos

Final Año	Depreciación Anual ($)	Depreciación. Acumulada ($)	Valor Contable Total ($)
0			175700
1	35140	35140	140560
2	35140	70280	105420
3	35140	105420	70280
4	35140	140560	35140
5	35140	175700	0