



FUNDAMENTOS DE PUBLICIDAD

PRODUCCIÓN Y EJECUCIÓN

PRODUCCIÓN Y EJECUCIÓN

Según Roig (2022), la producción publicitaria es el proceso donde las ideas creativas se materializan en piezas de comunicación; involucra la colaboración de departamentos creativos, técnicos y logísticos.

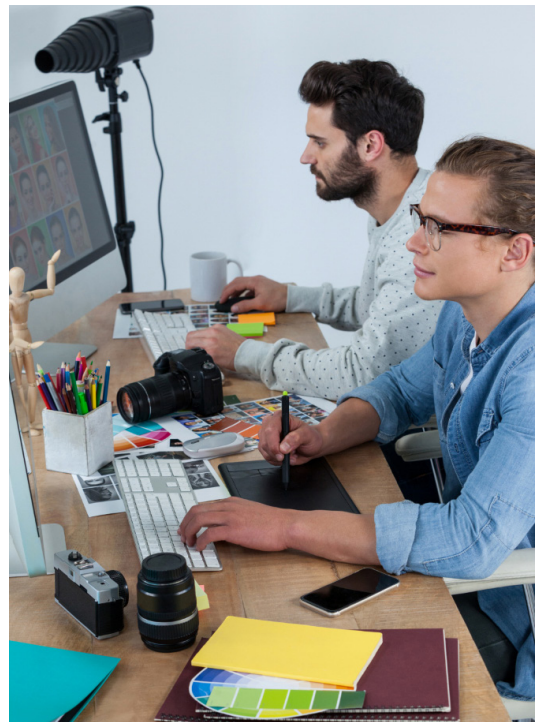
Fases de la producción

- Preproducción. Planificación de recursos, selección de locaciones y contratación de talento.
- Producción. Creación de piezas gráficas, grabaciones de video y desarrollo de contenido digital.
- Postproducción. Edición de materiales, ajustes técnicos y validación final.

Coordinación entre departamentos

La colaboración eficiente y eficaz entre departamentos y equipos, garantiza que la campaña mantenga coherencia y calidad, desde su concepción hasta su difusión. Para esto es importante que consideren como mínimo cuatro tareas:

- Creatividad. Responsable de las ideas.
- Producción. Encargada de materializarlas en piezas concretas.
- Medios. Define los canales para difundir las piezas.
- Control de calidad. Asegura que el resultado final cumpla con los objetivos establecidos en el brief; incluye dentro de sus acciones o actividades principales:
 - o Pruebas con audiencia. Evaluar la reacción del público objetivo, ante las piezas.
 - o Revisión de materiales. Verificar que todo esté alineado con la estrategia.
 - o Correcciones finales. Ajustes necesarios para optimizar la campaña.



Continuando con el ejemplo práctico de Fotocasa, en dicha organización se puede identificar:

- Creatividad. Videos que muestran casos reales y experiencias de cómo vivir en

espacios ideales.

- Canales. Redes sociales (Instagram, YouTube) y publicidad en buscadores.
- Control de calidad. Testeo de los videos con un grupo focales.

