

CAPITULO II:

POR DONDE EMPEZAR... COLECCIÓN DE DEFINICIONES

1. IDEA

“La idea es el conocimiento puro y racional, debido a las naturales condiciones de nuestro entendimiento; al plan y disposición que se ordena en la fantasía para la formación de una obra; y la intención de hacer algo” (Definición.de)

Por lo tanto es de suma importancia que desde el inicio se tenga clara y definida la idea para el desarrollo de la obra y de el o los objetivos.

Para empezar a ayudarnos con la planeación y elaboración del proyecto, podemos hacernos algunas preguntas para poder definir bien nuestras ideas, tales preguntas son: ¿Por qué?, ¿Qué?, ¿Quién?, ¿Dónde?, ¿Cuándo?, ¿Cómo?, ¿Con qué? Y ¿Cuánto?. Algunos ejemplos de preguntas son los siguientes:¿Por qué realizo éste proyecto en específico?, ¿Qué metas y objetivos tengo?, ¿Con quien y para quien lo realizo?, ¿En dónde se llevará a cabo?, ¿Cuándo se realizará y cuanta duración tendrá?, ¿Cómo voy a hacer que el proyecto sea financieramente posible?, entre otras.

Las razones para realizar nuestro proyecto deben ser atractivas tanto para los participantes, como para el público. “El objetivo común y final... un espectáculo de calidad. Se espera que éste sea atractivo e interesante...” (De León, 53)

Producir una obra de danza conlleva la creación de la coreografía, la elección musical, publicidad, la elección del espacio, iluminación, el vestuario, el financiamiento, la búsqueda de patrocinios, los cuales se describen a continuación.

2. PRODUCTO

2.1 ELECCIÓN DEL ELENCO

2.1.1. AUDICIONES

“Auditioning offers... for the producer-director-coreographer a chance to find the perfect performer...” (Sclaich y DuPont, 9)

Lo ideal al realizar una coreografía es hacer audiciones, y lo primero que debe hacerse en el momento en que se decida hacer una audición es planearla. En la planeación debemos decidir que tipo y cuantos ejecutantes vamos a necesitar, la cantidad de hombres y mujeres, dejar claro si va a haber alguna retribución económica o si sólo se ofrece la experiencia, cuando y donde será la audición y para esto es necesario buscar los posibles espacios, y una vez que se decida reservarlo ya que corremos el riesgo de que alguien más lo haga.

El día de la audición se pedirán sus datos a cada uno de los aspirantes, datos como teléfono, e-mail, celular, y cualquier información que nos sea necesaria para contactarlos. “Two of the most important pieces of information for you are the phone number and the times when the dancer is available for rehearsals” (Cerny Minton, 77) Se les pueden colocar una vez recibida la información números en espalda y/o pecho para facilitarnos el proceso en el momento de realizar la audición.

La audición puede llevarse a cabo de la siguiente manera:

- Calentamiento (Todos los aspirantes)

- Frase del coreógrafo, ésta puede ser parte de la coreografía, o alguna otra que quieran ver en específico. (Lo ideal es hacerlo en grupos pequeños, de 4 a 6 personas, para poder verlos mejor a todos los aspirantes y darles igual de oportunidades)
- Frases individuales
- Sección de improvisación (Una vez más por grupos)
- Enfriamiento (Todos los aspirantes)

Una vez realizada la audición se darán a conocer a los candidatos en que momento se darán los resultados, si se entregarán ese mismo día, si se postergará un par de días. No se nos debe de olvidar en ningún momento tratar amablemente a todos los participantes, ya que nos están entregando su tiempo y esfuerzo.

Algunas de las cuestiones que deberían considerarse en el momento de elegir a nuestro elenco son: la presencia escénica, actitud, el físico, sus habilidades técnicas, la velocidad con la que se aprende las frases, versatilidad, fuerza, sus habilidades para improvisar, y alguna cualidad extra como gimnasia o acrobacia.

2.2. ELECCIÓN MUSICAL

Para la elección de la música se debe primero decidir entre utilizar música ya existente o si se realizará música original para la obra. Lo ideal es crear una pieza para la coreografía ya que ésta irá estrechamente relacionada con la coreografía y se evitarán problemas con los derechos de autor.

Si se opta por música original, entonces lo primero que debe de hacerse es hablar con el o los músicos de su elección para poder darle nuestras ideas y así trabajar en conjunto y que de un buen resultado. Muchas veces en las escuelas de música a los estudiantes les interesa mucho éste tipo de propuestas ya que les va sirviendo de experiencia y la mayoría de las veces no tiene costo.

Si por el contrario se decide utilizar música ya existente debe hacerse una selección cuidadosa de lo que se quiere expresar con la obra para poder elegir las piezas apropiadas, revisar el tiempo de duración de la pieza, si es lo que tenemos pensado para la coreografía, si la música refleja lo que quiero decir con mi coreografía, y demás aspectos para hacer una elección adecuada. También se debe tener muy en cuenta los derechos de autor para después no tener problemas legales con nuestro proyecto.

“Whatever your choice of music, remember that your selection will strongly influence what the audience sees” (Shlaich y DuPont, 48)

2.2.1. DERECHOS DE AUTOR

La Ley Federal del Derecho de Autor, define a los Derechos de Autor, de la siguiente manera:

Artículo 11.- El derecho de autor es el reconocimiento que hace el Estado a favor de todo creador de obras literarias y artísticas previstas en el artículo 13 de esta Ley, en virtud del cual otorga su protección para que el autor goce de prerrogativas y privilegios exclusivos de carácter personal y patrimonial. Los primeros integran el llamado derecho moral y los segundos, el patrimonial.

Artículo 12.- Autor es la persona física que ha creado una obra literaria y artística.

Artículo 13.- Los derechos de autor a que se refiere esta Ley se reconocen respecto de las obras de las siguientes ramas:

- I. Literaria;
- II. Musical, con o sin letra;
- III. Dramática;
- IV. Danza;
- V. Pictórica o de dibujo;
- VI. Escultórica y de carácter plástico;
- VII. Caricatura e historieta;
- VIII. Arquitectónica;
- IX. Cinematográfica y demás obras audiovisuales;
- X. Programas de radio y televisión;
- XI. Programas de cómputo;
- XII. Fotográfica;
- XIII. Obras de arte aplicado que incluyen el diseño gráfico o textil, y
- XIV. De compilación, integrada por las colecciones de obras, tales como las enciclopedias, las antologías, y de obras u otros elementos como las bases de datos,

siempre que dichas colecciones, por su selección o la disposición de su contenido o materias, constituyan una creación intelectual.

Las demás obras que por analogía puedan considerarse obras literarias o artísticas se incluirán en la rama que les sea más afín a su naturaleza. (Ley Federal del Derecho de Autor)

En esta sección nos enfocamos específicamente a los derechos de autor con respecto a la música, es muy importante verificar el pago de regalías, éstas pueden verificarse en la Sociedad de Autores y Compositores, <http://www.sacm.org.mx/archivos/tarifa.asp>, en la cual explican detalladamente las unidades de medidas que utilizan y las diferentes tarifas que aplican, ya sea para espectáculos, teatro, restaurantes, escuelas, hoteles, y los diferentes criterios que toman para aplicar dichas tarifas.

Es de suma importancia el hacer los pagos correspondientes de ser necesario para evitarnos algún problema legal posteriormente.

2.2.2. MÚSICA EN VIVO

“The best, most exciting and most satisfying choice of music for a dance concert is live” (Schlaich y DuPont, 49) Sin embargo, el tener música en vivo significa planeación extra.

Dependiendo del presupuesto con que se cuente, se puede contratar a un grupo de músicos que toquen en vivo el día de nuestro evento o bien buscar a algún estudiante interesado el cual no nos cobre extra.

Si se llega a decidir contratar a un músico o grupo de músicos se debe tomar en cuenta los ensayos que se van a requerir y ver si estos los incluye el costo total o se deben considerar aparte, hay que tomar en cuenta que si se les está pagando y son personas profesionales entonces vamos a recibir una buena dedicación y cooperación de su parte.

Otro punto que debe considerarse si se va a tener música en vivo es antes de terminar la coreografía decidir donde se va a colocar al grupo, si éste va a estar en el escenario o si hay un lugar especial para que pueda colocarse, muchos teatros cuentan con fosas para la orquesta.

Cualquiera que sea nuestra decisión “Be realistic in your appraisal and your plans or you will be in trouble”(Ellfeldt y Carnes, 47) si no se cuentan con las medidas y condiciones necesarias para lo que tenemos pensado, deberíamos considerar otras opciones que no nos causen conflicto y que puedan hacer lucir nuestro evento sin la necesidad de meternos en problemas.

2.3. COREOGRAFÍA

Realizar una coreografía es crear una obra de arte que tiene que ver con espacio, tiempo y movimiento. Éstos y otros elementos se relacionan y fusionan creando un “algo” aquello que llamaremos coreografía.

Para la coreografía se decidirá si uno mismo fungirá como coreógrafo, si alguien más realizará la coreografía o si será un trabajo en conjunto.

Hay diferentes métodos para crear una coreografía, y para realizarla deben conocerse a profundidad y analizarse los elementos que se utilizaran como el ritmo, el tempo, los motifs, etc.

El coreógrafo debe saber que elementos dancísticos va a utilizar, el método de construcción que va a emplear para la elaboración coreográfica y saber el estilo de danza que va a emplear para realizarla.

El motif es el corazón de la coreografía, puede ser un movimiento o frase que de sentido a ésta, la repetición de el o los motifs puede llevar al espectador a entender mejor el significado de lo que se quiere transmitir y la temática de la obra.

También nos podemos apoyar en diferentes elementos de construcción como son la repetición, variación y contrastes, transiciones, cualidad de movimiento, acciones, unísonos y cannons para variar el sentido que puede tener un motif.

La improvisación también nos puede ayudar a encontrar diferentes motifs y tipos de movimientos o frases, ya que cada bailarín en nuestro proyecto tiene diferente estilo, técnica, pasión... “Improvisation is an ongoing process throughout the act of composing a dance” (Smith-Autard, 82)

La improvisación puede ser libre o controlada. En la improvisación controlada se les puede ir dando indicaciones o tareas a los bailarines, darles información sobre la obra o algunas ideas u objetivos que se pretenden expresar en movimiento. Sensaciones, sentimientos, imágenes, emociones, historias, pueden ayudarnos a obtener un mejor resultado de lo que se pretende recibir con respecto a la improvisación.

2.4. VESTUARIO

El vestuario no es sólo algo que ponerse para salir a bailar, es complemento indispensable para la obra, "...costumes for dance are an extension of the dancer's movement" (Schlaich y DuPont, 56). Es aquello que va a dar vida al bailarín y a todo el movimiento que realice. Por eso es importante una buena elección de vestuario, el diseño, los colores que se utilicen, el tipo de tela, todas esos son puntos que debemos tomar en cuenta al momento de elegir el vestuario adecuado para nuestro proyecto.

Si se cuenta con los recursos necesarios, se puede contratar a un diseñador de vestuario, el cual irá a algunos ensayos para ver las necesidades de los bailarines, el tipo de música, el tipo de iluminación y las ideas del productor y coreógrafo para hacer un diseño adecuado, "the designer must capture the essence of the dance in order to design the costume that is inevitable for that dance"(Ellfeldt y Carnes, 76)

Con respecto al color debemos tomar en cuenta que éste puede variar con el tipo de iluminación que manejemos, también lo ideal es ver que color va mejor con cada tipo de piel para que así los bailarines puedan sacarle el mayor provecho y lucir el vestuario.

Otro punto a considerar al momento de realizar el o los diseños del vestuario es revisar cuanto tiempo disponen los bailarines para los cambios de vestuario, ya que esto se puede llegar a convertir en un problema si no se prevé con anticipación.

Una vez teniendo los bocetos de los vestuarios y que éstos sean aprobados por el productor, se les tomarán medida a los bailarines para la fabricación del vestuario. (Ejemplo de Tabla de Medidas en la Sección de Anexos)

2.5. ILUMINACIÓN

El principal propósito de la iluminación es hacer el proyecto visible. Sin embargo también le va a dar sentido a la temática, nos ayudara a definir espacios a crear ambientes, acentuar elementos, dar claridad a los motifs, enfatizar las sensaciones que pretenden interpretar los ejecutantes y llamar la atención de los espectadores.

“Visibility, atmosphere, and emphasis on place or person are three controlling factors.” (Ellfeldt y Carnes, 102)

2.5.1. DISEÑO DE ILUMINACIÓN

Para el diseño de iluminación podemos realizar planos de los diferentes cuadros y transiciones del proyecto, marcando con cues los momentos que se desean enfatizar. (Planos de la Coreografía e Iluminación en la Sección de Anexos) De ser posible se contratará a un especialista en el tema, al cual se le dará la información necesaria de lo que se pretende plasmar con la temática de la obra, número de bailarines, color del vestuario. Sin embargo si no se cuenta con presupuesto, uno mismo puede realizar los planos de la coreografía e iluminación en los cuales se buscará crear los efectos y sensaciones que nos ayudarán a complementar la obra, jugando con colores, sombras, intensidad lumínica y movimientos de luz en general.

De presentarse el proyecto en un teatro o auditorio es indispensable solicitar el plano de iluminación y la ficha técnica la cual incluye el número y tipo de lámparas, colores de micas, número de varas, dimmers, árboles para calles, circuitos eléctricos. (Ficha Técnica en Sección de Anexos) En la mayoría de los teatros o auditorios, con el costo de la renta viene incluido el servicio de los técnicos, quienes se encargarán de instalar las

lámparas en los lugares adecuados siguiendo los planos de la coreografía e iluminación realizados anteriormente.

2.6. MAQUILLAJE Y PEINADO

El maquillaje es una parte muy importante en una presentación escénica, se le puede dar mucha más fuerza a la presentación con un maquillaje adecuado para el proyecto.

Si se llega a contar con presupuesto se puede contratar a un maquillista el cual nos va a ayudar a sacarle el mayor provecho posible a las facciones de los bailarines para que puedan lucir impecables.

Dependiendo del proyecto, será el maquillaje, como puede ser algo más sencillo sólo para resaltar los rasgos, como puede ser de fantasía para dar mayor proyección en la obra, el diseño se puede platicar con el maquillista y después de darle nuestras ideas, se puede programar una prueba para poder decidir si la propuesta es la ideal para lo que tenemos pensado.

Con respecto al peinado éste debe ser uno el cual permita el libre movimiento de los bailarines, que les permita una buena visibilidad, muchas veces el bailarín pierde la concentración si el cabello le estorba o el peinado no le permite realizar adecuadamente todos sus movimientos, esto también se puede prever con una prueba de peinado y hacer un ensayo para comprobar si funciona y si el bailarín se siente cómodo con éste.

3. EXPERIENCIA DEL PRODUCTO

3.1. EL ESPACIO

Es muy importante que decidamos desde un principio en que espacio vamos a presentar nuestro proyecto, ya sea en un teatro, foro, auditorio o en un espacio alternativo como un jardín, plazuela, calle, museo, etc., pero principalmente debemos decidirlo con mucha antelación si elegimos un teatro, ya que éstos la mayoría de las veces son apartados con meses de anticipación y podemos correr el riesgo de quedarnos sin fecha en el lugar que hayamos elegido o el que creamos que es el más conveniente para presentar nuestro proyecto.

Es también de suma importancia tomar en cuenta algunos aspectos en el momento de elegir nuestro espacio como lo son:

- El costo del lugar: ¿me es posible costearlo?, ¿cuántos boletos debo vender para tener ganancia?, ¿podemos realizar un convenio para una reducción del costo o una condonación?, ¿cuáles son los canales o medios para lograr esto?, ¿de quién depende esa instalación o espacio?, ¿a quién nos tenemos que dirigir?, ¿qué tramites hay que realizar para lograr una presentación? ¿qué permisos necesitaría?
- Tiempos de ensayo: ¿cuánto tiempo necesito en el teatro para marcar espacio, para programar y grabar luces, para hacer un ensayo general? ¿tendré oportunidad de ensayar días previos a la presentación?, ¿tienen algún costo extra? ¿cuánto tiempo necesito para realizar el desmontaje y desocupar el espacio después de la función?
- El piso: ¿es adecuado para el tipo de coreografía?, ¿está en buen estado?, ¿hace falta contratar linóleum? ¿cuánto tiempo necesito para colocar el linóleum?

- Equipo de luz y sonido: ¿el espacio cuenta con el equipo de iluminación y sonido indispensable para lo planeado en el proyecto?, ¿el trabajo de los técnicos ya va incluido con la renta del espacio o se les debe pagar aparte?
- Facilidades: ¿el lugar cuenta con vestidores para los bailarines?, ¿cuenta con baños para los asistentes?, ¿cuenta con estacionamiento? ¿en el caso de un teatro, cuenta con las vestiduras necesarias para nuestro proyecto, piernas, ciclorama, cámara negra, telón?
- Audiencia: ¿el lugar cuenta con butacas?, ¿cuál es la capacidad de audiencia?, ¿se van a necesitar sillas o donde se colocará al público?
- Espacio geográfico: ¿el espacio se encuentra en un lugar accesible?, ¿es en un área conocida?, ¿qué tan fácil o complicado es el acceso?

Esos son los puntos más importantes a considerar en el momento de elegir el espacio ideal para presentar nuestro proyecto, ya que de eso depende mucho la impresión que reciba el público, porque puede ser un muy buen proyecto, pero si están incómodos en el lugar puede influir en su punto de vista final.

3.2. FINANCIAMIENTO

Un buen financiamiento nos permitirá a futuro la realización de más proyectos.

Primero que nada debemos hacer un presupuesto para tener una idea de cuanto capital vamos a necesitar para la producción.

“Cuando se pretende llevar a cabo un proyecto, el tema del dinero siempre es una prioridad, ... ya que determinará y condicionará significativamente las

posibilidades reales existentes para continuar con el proceso de trabajo de gestión, producción, control y seguimiento.” (De León, 59)

Es por lo anterior que el presupuesto es de suma importancia para poder llegar a alcanzar las metas y objetivos planteados en el proyecto, y de ser necesario empezar lo más pronto posible con un plan para la recaudación de fondos, ya sea patrocinios, venta de artículos o alimentos, rifas, éstos varían dependiendo del capital que se desea alcanzar. (Ver en Anexos el Presupuesto General de Producción)

Hay distintas fuentes de financiamiento, como nos explica Marisa de León en su libro espectáculos escénicos estos pueden ser directa, indirecta, interna y externa.

- La directa se refiere al capital inicial propio.
- La indirecta se divide en subsidios públicos, incentivos, donativos y aportaciones, becas, filantropía, préstamos, patrocinios y coproducción.
- La interna se refiere a comercialización de servicios, alquiler, venta de artículos promocionales y organización de eventos especiales.
- Y en la externa nos habla de venta de publicidad, venta de funciones, venta de boletos y taquilla.

En esta investigación nos enfocaremos a los donativos y aportaciones, patrocinios, venta de artículos promocionales, organización de eventos especiales y aunque no se aplican en éste proyecto en específico la venta de boletos y taquilla es de suma importancia.

Debemos de tener bien claro que es lo que queremos solicitar, cuál será el uso que le daremos y a quien se lo vamos a pedir.

3.2.1. FUENTES DE FINANCIAMIENTO

3.2.1.1. DONATIVOS Y APORTACIONES

Éstos pueden ser de diferentes maneras: dinero, vestuario, publicidad, maquillaje, por mencionar algunos.

En el caso de los donativos y aportaciones el donante debe estar consciente de que no recibirá comprobante deducible de impuestos y en ocasiones se les pide a gente cercana al proyecto, ya sean amigos, colaboradores o socios que aporten una cantidad en específico para éste.

3.2.1.2. PATROCINIOS

“Ayuda económica o de otro tipo que, generalmente con fines publicitarios o fiscales, se otorga a una persona o a una entidad para que realice la actividad a la que se dedica.”

(WordReference)

Es de suma importancia en el momento de solicitar un patrocinio la correcta elaboración y presentación del proyecto, ya que de esto dependerá el interés que pueda tener el patrocinador sobre éste. La inversión que llegue a proporcionarnos dicho patrocinador deberá representarle un beneficio o ganancia y debemos dejársela bien en claro para asegurarnos del capital que nos va a proporcionar.

Se puede hacer una propuesta para los patrocinadores con varios paquetes de los cuales puede elegir, y dependiendo de la cantidad aportada el beneficio recibido será

equitativo. (Ver en la sección de Anexos la Carta de Intención y la Propuesta Para Patrocinadores)

3.2.1.3. VENTA DE ARTÍCULOS PROMOCIONALES

Se comercializan diferentes productos como playeras, tazas, bolígrafos, gorras, vasos, lápices, entre otros, inspirados en nuestro proyecto.

También se pueden hacer ventas de artículos comestibles como chocolates, agua, frituras, postres, dulces y muchos más para ayudar en la recaudación de dinero.

Se puede hacer una venta en algún evento en el cual haya una cantidad de gente considerable para la recaudación, pero para éste tipo de eventos se debe tomar en cuenta el pedir permiso previo con el organizador del evento, ver si implica algún costo extra y tomar en cuenta si nos conviene hacer la venta o no.

La venta puede realizarse también entre amigos, conocidos, o cualquier persona durante los meses y semanas previas a la función, tomando en cuenta la fecha para la cual se requiere ese capital.

3.2.1.4. ORGANIZACIÓN DE EVENTOS ESPECIALES

Ésta incluye rifas, fiestas, sorteos y demás eventos que requieran la presencia de amigos, familiares, compañeros de trabajo, o cualquier persona interesada en apoyar nuestro proyecto.

En el caso de las rifas se puede cubrir el costo del artículo por sortear y obtener una buena recaudación dependiendo del número de boletos, el costo de éstos y el lograr el

objetivo de vender todos los boletos. Algunos de los artículos que se pueden rifar están aparatos electrónicos, botellas, joyas, relojes, por mencionar algunos ejemplos.

Hay que tomar en cuenta en el caso de la fiesta cuanto dinero se piensa invertir y el que se desea recaudar para que el evento valga la pena.

Una ventaja de la organización de eventos es que en cualquiera de los casos se empieza a promocionar nuestro proyecto, convirtiendo a los participantes de los eventos en nuestra futura audiencia.

3.2.1.5. VENTA DE BOLETOS Y TAQUILLA

Esta fuente de ingreso es muy importante ya que además de ayudarnos a recuperar cierta cantidad de dinero, podremos ver si alcanzamos uno de nuestros objetivos respecto a la audiencia. Dependiendo del número de boletos vendidos podremos saber si llenamos el foro del lugar, cuanta gente no asistió, podremos saber si faltó hacerle publicidad al proyecto, si el lugar no fue el adecuado, entre otras cuestiones. La venta de boletos se puede iniciar semanas o hasta meses antes del evento, pudiendo hacerse descuentos de pre-venta para hacer más atractivo el adquirir el boleto antes de la función.

3.2.2. DIAGNÓSTICO DE GASTOS

Debemos de prever todos aquellos gastos que implicará nuestra producción como la contratación de personas y servicios, diversos alquileres y las compras por realizarse a lo largo del proceso.

- Contratación de personas y servicios: Coreógrafo, bailarines, diseñador de vestuario, diseñador gráfico, publicista, músicos, técnicos, diseñador de iluminación.
- Diversos alquileres: Equipo de sonido e iluminación de ser necesario, vestuario, mobiliario, escenografía, piso.
- Compras: Cualquier elemento necesario para la producción.

3.3. DIFUSIÓN

“Difundir: Propagar o divulgar” (WordReference)

Una vez que tenemos fijada la fecha del evento, es necesario comenzar el proceso de difusión, el cual es el puente de conexión con la audiencia. Para la difusión nos vamos a apoyar con una buena publicidad, la cual se difundirá a través de pósters, postales, radio, televisión, lonas, banners, etc.

Es muy importante prever con anticipación cuanto tiempo necesitaremos para poder difundir nuestro evento y así poder lograr uno de nuestros objetivos que es el aforo completo del espacio donde nos presentaremos.

3.3.1. PUBLICIDAD

“Publicity sells the show” (Ellfeldt y Carnes, 138)

Para la creación de la publicidad se pueden seguir los siguientes pasos:

1. Diseño: en el cual se puede contratar a un diseñador gráfico si se cuenta con el presupuesto, o bien hacerla uno mismo. Otra opción es buscar estudiantes, ya que muchas veces realizan el trabajo gratis ya que les puede servir de curriculum.
2. Aprobación del diseño: Se pueden hacer varios bocetos de los cuales se elegirá el más adecuado y que se considere más llamativo para la audiencia. Debemos cuidar el color y tamaño de la tipografía, que pueda ser visible.
3. Cotizaciones de impresión: Una vez aprobado el diseño, se pueden solicitar de dos a tres cotizaciones para hacer un comparativo en base a costo, tiempos de entrega, calidad.
4. Impresión

“Es muy importante realizar de dos a tres cotizaciones de cada uno de los elementos propuestos por los diseñadores, así como de todos los conceptos del presupuesto. Se recomienda solicitarlas por escrito, con la descripción detallada del producto o servicio a contratar... y considerar el precio unitario, descuentos por mayoreo y tiempos de pedido y entrega, así como tener en cuenta días de margen de protección para la entrega de los materiales” (De León, 190)

Para la correcta realización de nuestra publicidad es necesario preguntarse : ¿Qué información es necesaria? ¿Qué tipo de imagen, colores, fotografías quiero utilizar? ¿Con cuánto presupuesto dispongo? ¿Cuánto tiempo necesito para difundirlo? (White, Friedman y Levinson, 43)

También debemos seleccionar en el momento de pedir las cotizaciones el tamaño, el tipo de papel que utilizaremos, los colores y balancear el costo con la calidad de lo que queremos.