

¿Problemas con tus videos corporativos? 5 tips para tener éxito



Diego Zavala, experto en producción audiovisual y profesor del [Tec de Monterrey campus Sinaloa](#), destaca que es muy importante **crear contenido de video de calidad** para que tu marca triunfe y brinda consejos de cómo lograrlo.

¿Por qué los videos corporativos son esenciales para las empresas?

Según Diego, las empresas están teniendo que decidir cómo **comunicar quiénes son y qué hacen**, sobre todo para explicar sus procesos y sus **valores diferenciales**.

*“Hacer un **video corporativo** es una de las maneras de acercarse a estos objetivos. En el mundo contemporáneo, el video como **forma de comunicación** es uno de los recursos más habituales”,* explicó el experto.



width="900" loading="lazy">

A continuación, el experto en **medios audiovisuales** comparte **consejos esenciales** para poder crear un **buen video para redes sociales**.

1. Define la calidad según el canal

*“El cuidado a la **calidad técnica** es un reflejo de la empresa y por ello se debe cuidar. En cuanto a aspectos técnicos de calidad, las **redes sociales no necesitan un video de alta definición**, pues las pantallas son realmente pequeñas para lo que se va a proyectar”, agregó.*

De acuerdo al experto, una **calidad HD** es más que suficiente para casi cualquier video y más si está cargado en la **página de la compañía**.

Si el video está en la página web, recomienda trabajar **versiones más pequeñas y comprimidas** para hacer más eficiente la **velocidad de despliegue** de la página.

Además, Diego menciona que muchos **equipos económicos** de video permiten **grabar en 4K** (calidad cinematográfica), sin embargo **no es la mejor opción** porque es difícil de editar si no se cuenta con **equipo especializado**.

De igual manera, afirmó que, incluso hay muchas escuelas de cine que recomiendan **no grabar en 4K** sus proyectos de titulación para tener **mejores procesos y reducir costos**.

2. Duración: Menos es más

“Si se trata de un **video publicitario**, los estándares comerciales suelen estar en versiones de veinte, treinta o hasta sesenta segundos. Eso cuando hablamos de México. Cabe mencionar que en otros países, las duraciones son mayores”, explica Zavala.

Explica que, dependiendo del formato, es la duración que debe tener. Por ejemplo, para **redes sociales** puede haber videos de hasta **diez segundos**, o **formatos GIF**, y **animaciones cortas** de uno o dos segundos.

En el caso de los videos de **presentación de la empresa**, ahora suelen ser mucho más cortos que antes, por lo que se recomienda hacerlo de un minuto o menos, para mantener la **atención de las personas** en el video completo.

3. Grabación: Puedes usar tus propios recursos

El experto agregó que, si se contempla usar redes sociales, se puede grabar con **equipos celulares** con microfonía y **luces adaptables** a estos equipos, o un **equipo básico de grabación** (una cámara digital que grabe video y haga fotografía), con un micrófono, un tripié y una luz para casos de espacios oscuros.



width="900" loading="lazy">

4. Cuida bien tu edición

Existen desde opciones de **software gratuitas**, hasta programas de miles de dólares. Diego afirma que la herramienta que se va a utilizar va de acuerdo al **gusto y funcionalidad de los**

proyectos, ya sea tiempos de entrega, tiempo promedio de grabación, espacio en computadora o velocidad del procesador.

*“Más que recomendar herramientas, recomiendo un **diseño de flujo de trabajo** en el que se verifique que todo el equipo tiene capacidad para soportar la calidad y los programas que estamos pensando usar”,* expresó Diego.

*“Una **edición correcta o limpia**, se constituye de **quitar los planos innecesarios**, los audios mal grabados (audio roto, como si de una bocina reventada se tratara), luz demasiado intensa o muy oscuro y granulado”,* añadió el profesor.

Asimismo, destacó que **no puede haber una sola falta ortográfica** en los textos que se usen, y cuidar al máximo los detalles sobre lo que aparece en el encuadre para que todo esté **acorde a la marca**.

*“Estos planos deben ser cuidadosamente elegidos, corregidos, eliminados para tener el mejor material posible en la edición, **la consistencia visual y auditiva** son fundamentales al momento de construir **una imagen corporativa**”,* puntualizó el experto.

5. Transmite contenido de valor

*“Dentro del contenido del vídeo, es importante siempre **transmitir los valores y virtudes** (misión, visión de la empresa) de manera adecuada, además se debe de buscar que el contenido sea de **interés del público** al que está dirigido”,* mencionó.

Del mismo modo, comentó que **los primeros segundos** es donde se capta **la atención del espectador** y es de alguna manera, la primera parte de la venta, por lo que considera importante incluir un **gancho al principio del video**.

Además, resaltó la importancia de **cerrar el video** de manera clara, donde los usuarios puedan llevarse **dos ideas principales del contenido** en su memoria, con la intención de que el contenido tenga **mejores resultados**.

Videos: una necesidad de comunicación actual

También, Diego destacó que en los estudios e investigaciones se habla de una **comunicación dominada** por la **producción audiovisual**, y esto se debe en parte a la facilidad que hay ahora para compartir este tipo de contenido.

*“**No se necesitan habilidades especiales**, ni medios que antes eran exclusivos para personas de nivel socioeconómico alto. Ahora la presencia de las **imágenes en movimiento** en nuestra vida cotidiana permite este uso masivo”,* puntualizó.

Para finalizar, el experto considera que **la generación de contenidos** está cambiando, por lo que los **videos corporativos** ahora pasaron a ser infografías, animaciones cortas, y folletos digitales, ya que son formatos más **populares y accesibles**.

*“La manera de comunicar quiénes somos como empresa **ya no depende de un producto**, sino de nuestra **capacidad de abrir nuestro abanico de posibilidades comunicativas** y nuestra presencia en redes sociales”,* concluyó Diego.

SEGURO QUERRÁS LEER TAMBIÉN: