

A man and a woman are smiling while working on a laptop. The man is on the left, and the woman is on the right. They are both looking at the laptop screen. In the foreground, there is a document with some text and a diagram. The background is slightly blurred, showing a desk and some office equipment.

Caso práctico: Crear Spot para TV: Maquetar el spot



01 Maquetar el spot de televisión

Visión general del montaje del spot

La fase de maquetación reúne todo el material disponible —vídeo, audio y textos— para construir el spot definitivo en un editor de vídeo.

Elegir el editor de vídeo adecuado

Programas como Adobe Premiere Pro, Final Cut Pro, DaVinci Resolve o CapCut comparten la misma lógica básica: una línea de tiempo donde se colocan clips, se recortan, se ajusta el audio y se añaden transiciones y textos. Las diferencias principales están en la **interfaz**, en las funciones avanzadas disponibles y en el **coste**.

En muchos casos, las versiones gratuitas permiten un montaje completo del spot: mezclar vídeo y audio, ajustar volúmenes y añadir rótulos. **CapCut**, por ejemplo, ofrece una versión gratuita muy capaz y una versión de pago con más efectos y transiciones; para un spot de televisión, la versión gratuita resulta suficiente en la mayoría de situaciones.

Aprovechar herramientas accesibles como CapCut

CapCut combina aplicación de escritorio y aplicación móvil con una interfaz sencilla, lo que la convierte en una opción muy **accesible** para maquetar un spot sin necesidad de equipamiento complejo. Permite realizar el montaje completo directamente desde un teléfono móvil o desde un ordenador, manteniendo un flujo de trabajo ágil.

Entre las funciones relevantes para este tipo de proyecto, incluso en su versión gratuita, destacan:

- **Edición básica de vídeo y audio:** cortes, recortes, reordenación de clips y ajuste fino del volumen.
- **Inserción de textos y rótulos** para reforzar mensajes clave en pantalla.
- Conjunto suficiente de **transiciones y efectos** como para lograr un resultado cuidado sin necesidad de la versión Pro.

Comparativa de editores de vídeo habituales

Aunque cada editor tiene su ecosistema y nivel de complejidad, todos permiten alcanzar un resultado profesional. La siguiente tabla resume diferencias clave.

Editor	Ventajas principales	Consideraciones
CapCut	Versión gratuita muy completa, interfaz intuitiva, disponible en móvil y escritorio, adecuada para proyectos rápidos y accesibles.	Algunas funciones avanzadas y efectos están reservados a la versión Pro; orientado sobre todo a proyectos ligeros y medianos.
Adobe Premiere Pro	Estándar de la industria, gran cantidad de herramientas profesionales de edición de vídeo y audio, alta flexibilidad en flujos de trabajo.	Requiere suscripción y curva de aprendizaje más pronunciada; demanda un equipo relativamente potente.
Final Cut Pro	Optimizado para macOS, rendimiento muy fluido, buena gestión de proyectos grandes y complejos.	Solo disponible para usuarios de Mac; licencia de pago único; enfoque claramente profesional.
DaVinci Resolve	Versión gratuita muy robusta, excelente corrección de color y herramientas de postproducción avanzadas.	Interfaz densa y con muchas opciones; puede requerir más tiempo de formación y recursos de hardware.

Pasos para maquetar el spot de televisión

Una secuencia clara de trabajo facilita transformar el material disponible en un spot coherente, con buen ritmo y adecuado para TV.

1

Definir el proyecto y el formato: En el editor se crea un nuevo proyecto con proporción de aspecto **16:9**, adecuada para televisión y para plataformas como YouTube, priorizando una imagen panorámica horizontal.

2

Importar el audio base: Se añade la pista de voz en off y/o la música a la línea de tiempo. Esta pista funciona como guía para el ritmo, marcando la duración aproximada de cada plano y transición.

3

Incorporar los clips de vídeo: Se colocan los clips recopilados en la línea de tiempo, recortándolos y ordenándolos de modo que encajen con las frases clave del guion y con los acentos de la música.

4

Sincronizar imagen y mensaje: Se ajustan inicios y finales de cada plano siguiendo el audio, buscando que cada idea importante de la locución tenga un apoyo visual claro, sin planos demasiado largos ni cortes bruscos injustificados.

5

Añadir textos y ajustar el sonido: Se insertan rótulos, llamadas a la marca y mensajes clave en pantalla, y se equilibra el volumen entre música de fondo y voz en off para asegurar que el mensaje verbal se entiende con nitidez.

6

Revisar, exportar y generar variantes: Tras revisar el conjunto (imagen, ritmo, sonido y ortografía de los textos), se exporta el spot en 16:9 con la calidad adecuada y, si es necesario, se preparan adaptaciones específicas para redes sociales.

Formato de imagen y estructura del mensaje

La maquetación final debe tener en cuenta tanto el formato visual del spot como la línea narrativa que articula el audio y las imágenes.

Trabajar inicialmente en formato 16:9

Para un spot pensado para televisión o YouTube, el formato estándar es la **relación de aspecto 16:9**, es decir, imagen panorámica horizontal. Partir de este formato facilita la emisión en TV y en la mayoría de plataformas de vídeo.

Este formato ofrece una vista amplia y cómoda para narraciones más cinematográficas. Aunque no esté optimizado para redes sociales verticales, permite crear después versiones alternativas recortando o reencuadrando las tomas sin perder calidad.

Derivar versiones específicas para redes sociales

A partir del máster en 16:9 se pueden generar adaptaciones en vertical o cuadrado para redes sociales, ajustando el encuadre sin rehacer por completo el montaje.

Al planificar la grabación y el montaje, resulta útil tener presentes algunas pautas de reutilización:

- Priorizar planos donde la acción y los elementos importantes estén centrados, para facilitar el recorte vertical.
- Evitar textos o elementos clave demasiado cerca de los bordes, que podrían perderse al cambiar de formato.
- Conservar una versión del proyecto editable para poder reordenar o alargar planos según las necesidades de cada canal.

Estructura narrativa del mensaje del spot

El guion de voz en off del spot trabaja una progresión que conecta la historia de la humanidad con la irrupción de la inteligencia artificial y el papel de la formación.

La narración puede descomponerse en cuatro bloques principales:

- **Inicio histórico:** desde el principio de los tiempos, la humanidad progresa gracias a nuevas herramientas que permiten avanzar, superar desafíos y llegar más lejos.
- **Nueva era:** la inteligencia artificial se presenta no solo como otra herramienta, sino como **aliado y copiloto** en un viaje continuo hacia el progreso.
- **Posicionamiento de Founderz:** se ofrece una visión positiva de la IA —algo que no debe generar miedo, sino que conviene adoptar y dominar— y se introduce la formación en inteligencia artificial aplicada como vía para conseguirlo.
- **Cierre orientado al futuro:** se subraya que el futuro ya está aquí y que puede ser forjado por quienes decidan aprovechar este nuevo aliado tecnológico.

Esta estructura ayuda a alinear imágenes, ritmo y música con un mensaje central: la inteligencia artificial amplifica la capacidad humana cuando se domina de forma consciente.

Claves prácticas para un montaje eficaz

Al margen del editor concreto elegido, ciertos principios ayudan a que el spot resulte claro, contundente y coherente con el mensaje de marca.

Usar el audio como guía principal

Tomar la voz en off como base del montaje facilita decidir la duración de cada plano y mantener un ritmo constante y natural.

Sencillez por encima de los efectos

Cortes limpios y pocas transiciones bien escogidas suelen funcionar mejor que una acumulación de efectos llamativos pero poco coherentes.

Aprovechar versiones gratuitas del software

Planificar el montaje teniendo en cuenta las limitaciones de la versión gratuita impulsa a priorizar lo esencial y optimizar recursos disponibles.

Flujo de trabajo accesible y flexible

Poder editar desde un móvil o un portátil ligero permite iterar con agilidad, probar variantes y ajustar detalles sin grandes barreras técnicas.



El mensaje de fondo del spot gira en torno a una idea central: la inteligencia artificial no es solo una herramienta técnica, sino un **aliado** y un **copiloto** que, bien dominado, amplifica el potencial humano. La maqueta del vídeo debe reforzar esta visión tanto en las imágenes elegidas como en el ritmo y la música.



Creado por Victoria, AI Founderz Fellow, y aprobado por el equipo de Founderz.



Última actualización 5 de diciembre de 2025



Este documento fue originalmente generado por la IA y revisado por nuestro equipo humano. En Founderz, utilizamos la IA de forma responsable y transparente.