

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL



Facultad de Arte, Diseño y Comunicación Audiovisual

Creación de Productos Audiovisuales para la difusión del Museo de Salango, Manabí.

PROYECTO INTEGRADOR

Previo la obtención del Título de:

Nombre de la titulación

Licenciado en Producción para Medios de Comunicación

Presentado por:

Gilson Fernando Ilbis Pincay

Angélica María Rivera Arcos

GUAYAQUIL - ECUADOR

Año: 2023

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a los habitantes de la parroquia Salango.

Angélica Rivera

DEDICATORIA

El presente proyecto lo dedico a toda mi familia. Principalmente, a mi madre que, por todos los años de mi vida, antes y después de su fallecimiento, ha sido un pilar importante para culminar esta etapa universitaria. Gracias por ser muestra de valentía y superación que me han llevado a ser la persona que soy hoy.

También quiero dedicarle este proyecto a mi tía Martha. Por ser como mi segunda mamá, que siempre estuvo presta a ayudarme en todo lo que necesite para culminar con este proyecto.

Gilson Ilbis

AGRADECIMIENTOS

Gracias Dios por haberme dado la oportunidad de estudiar en la ESPOL, una de mis más gratas experiencias.

Gracias totales a mis padres por el constante apoyo emocional y económico a lo largo de mi carrera universitaria.

Gracias a la maestra de pintura Sonia Rosales, por compartir su pasión y entrega por el arte ancestral ecuatoriano.

Agradecimientos especiales al personal del Centro de Investigaciones y Museo de Salango por brindarnos apertura para el presente proyecto.

Angélica Rivera

AGRADECIMIENTOS

Primeramente, agradecerle a Dios por permitirme estar en el lugar que estoy ahora, porque gracias a ello estoy cumpliendo uno de mis sueños.

También quiero agradecer a mi familia y a todas las personas que directa o indirectamente me ayudaron a realizar este proyecto para posteriormente terminar esta etapa universitaria.

Gilson Ilbis

DECLARACIÓN EXPRESA

"Los derechos de titularidad y explotación, nos corresponde conforme al reglamento de propiedad intelectual de la institución; *ANGÉLICA MARIA RIVERA ARCOS* y *GILSON FERNANDO ILBIS PINCAY* y damos nuestro consentimiento para que la ESPOL realice la comunicación pública de la obra por cualquier medio con el fin de promover la consulta, difusión y uso público de la producción intelectual"



Angélica Rivera Arcos



Gilson Ilbis Pincay

EVALUADORES

.....
Mtr. Omar Rodríguez Rodríguez

PROFESOR DE LA MATERIA



.....
MSc. Víctor Cantos Luces

PROFESOR TUTOR

RESUMEN

El Museo de Salango se inauguró en 1987 y es uno de los primeros museos in situ del país. Su colección reúne alrededor de doscientas cuarenta y cinco piezas declaradas patrimonio cultural. Sin embargo, el museo no cuenta con los fondos suficientes para su funcionamiento debido a la escasa visita de locales y extranjeros. Por ello, el objetivo del presente proyecto es utilizar el turismo vivencial para la creación de productos audiovisuales que promocionen el Museo de Salango y sus actividades. Se escogió la documentación de carácter experiencial como una forma de conectar de manera más cercana con el espectador, y el formato vertical de video como una alternativa para que el anuncio sea visualizado por el mayor número de personas que posean un dispositivo móvil. Posteriormente, se creó un total de seis piezas audiovisuales con una duración estimada de un minuto, que recopilan la experiencia de tres personajes visitando las instalaciones del Centro de Investigaciones y Museo Salango (CIMS). En conclusión, con este trabajo se busca trasladar la promoción tradicional a un espacio digital para que instituciones como un museo o cualquier tipo de empresa puedan sobrevivir en el futuro.

Palabras Clave: Museo de Salango, turismo vivencial, experiencia, promoción.

ABSTRACT

Museo de Salango was established in 1987. As one of the first in situ museums of Ecuador its collection includes around two hundred and forty-five archeological items considered objects of national heritage. However, the museum does not have sufficient funds to maintain its operations due to the limited number of visitors. Therefore, the goal of this work is to use experienced-based tourism to create audiovisual products to explain their mission and publicize Museo de Salango and its activities. Filming was done in a first person and experiential form in order to connect to the viewer while the videos vertical style will facilitate its distribution through smartphones and social media, increasing viewership. Moreover, to achieve the objective we created a total of six audiovisual clips with a length of approximately one minute each that compile the experiences of three characters who visited the Centro de Investigaciones y Museo Salango (CIMS). This project concludes by mentioning the importance of bringing traditional advertising used by the museum so far, into the digital space, so that companies can survive in the future.

Keywords: Museo de Salango, experienced-based tourism, vertical video, advertising.

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO

DEDICATORIA	I
DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTOS	III
AGRADECIMIENTOS	IV
DECLARACIÓN EXPRESA	V
EVALUADORES	VI
RESUMEN	7
<i>ABSTRACT</i>	8
ÍNDICE GENERAL	9
ÍNDICE DE FIGURAS	11
ÍNDICE DE TABLAS.....	11
CAPÍTULO 1	13
1. Introducción	13
1.1 Problemática por tratar desde el audiovisual	13
1.2 Justificación del problema o propósito del proyecto.	14
1.3 Objetivos.....	15
1.3.1 Objetivo General.....	15
1.3.2 Objetivos Específicos	15
1.4 Marco referencial.....	15
1.4.1 Documental de viaje: Comida para Phil, de Netflix	15
1.4.2 Documental sociocultural: El otro turismo – Latinoamérica, de Netflix	16
1.4.3 Los alquileres vacacionales más increíbles del mundo, de Netflix	17
1.4.4 Expedition happiness, de Netflix.....	18
CAPÍTULO 2	19

2. Metodología.....	19
2.1 Preproducción	20
2.1.1 Sinopsis	20
2.1.2 Plan de rodaje	21
2.1.3 Equipo de rodaje	27
2.1.4 Lista de locaciones	28
2.1.5 Lista de equipos	28
2.1.6 Presupuesto real y proyectado	29
2.2 Producción.....	29
2.3 Postproducción.....	30
2.3.1 Ingesta	30
2.3.2 Montaje	32
2.3.3 Sonorización y musicalización	35
2.3.4 Colorización	36
2.3.5 Grafismos y FX.....	36
2.3.6 Exportación.....	39
CAPÍTULO 3	39
3. Resultados Y ANÁLISIS	39
CAPÍTULO 4	41
4. Conclusiones Y Recomendaciones	41
4.1 Conclusiones	41
4.2 Recomendaciones	42
BIBLIOGRAFÍA.....	43
APÉNDICES	44
Presupuesto real Materia Integradora.....	44
Presupuesto real y proyectado.....	45

Evidencias del proyecto	55
-------------------------------	----

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. 1 Fotogramas de la serie Comida para Phil de Netflix. [Fuente: Netflix, 2018]	16
Figura 1. 2 Fotogramas de la serie Otro Turismo - Latinoamérica [Fuente: Netflix, 2021]	17
Figura 1. 3 Fotogramas de la serie de TV Los alquileres vacacionales más increíbles del mundo. [Fuente:Netflix, 2017]	18
Figura 1. 4 Fotogramas del documental Expedition Happiness	18

CAPÍTULO 2

Figura 2. 1 Plan de rodaje, primera semana, primer día.....	21
Figura 2. 2 Plan de rodaje, primera semana, segundo día	22
Figura 2. 3 Plan de rodaje, segunda semana, primer día	23
Figura 2. 4 Plan de rodaje, primera semana, tercer día.....	23
Figura 2. 5 Plan de rodaje, segunda semana, segundo día	24
Figura 2. 6 Plan de rodaje, segunda semana, tercer día	25
Figura 2. 7 Plan de rodaje, segunda semana, cuarto día	26
Figura 2. 8 Plan de rodaje, segunda semana, quinto día	27
Figura 2. 9 Ventana de Ajustes del proyecto	31
Figura 2. 10 Ventana con las rutas de ubicación de la carpeta general proyecto	32
Figura 2. 11 Carpeta del proyecto con todos los archivos necesarios.	33
Figura 2. 12 Ventana de edición con los clips de la primera semana de rodaje	33
Figura 2. 13 Creación de subtítulos.	34
Figura 2. 14 Piezas audiovisuales de aproximadamente 1 min. de duración.....	34
Figura 2. 15 Ventana de edición y corrección audio.	35
Figura 2. 16 Ventana de edición de color.....	36
Figura 2. 17 Ilustración del letrero con los precios del museo en Adobe Illustrator.	37
Figura 2. 18 Ilustración de los mapas en Adobe Illustrator	38
Figura 2. 19 Ilustración del bus en Adobe Illustrator.	38
Figura 2. 20 Paleta de colores principal.....	39

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Equipo de rodaje.....	27
Tabla 2. Lista de locaciones.....	28
Tabla 3. Lista de equipos.....	28
Tabla 4. Presupuesto General de Gastos de Producción	29
Tabla 5. Presupuestos de gastos de Desarrollo.....	45
Tabla 6. Presupuestos de Gastos de Preproducción.....	45
Tabla 7. Presupuestos de Gastos de Rodaje.....	46
Tabla 8. Presupuestos de gastos de postproducción.....	46
Tabla 9. Presupuestos de gastos de distribución.....	47
Tabla 10. Presupuestos de Personal Ejecutivo.	47
Tabla 11. Presupuestos de equipamientos.....	48
Tabla 12. Gastos de Estudio.....	48
Tabla 13. Presupuestos de gastos de personal.....	49
Tabla 14. Presupuesto de equipamientos.....	49
Tabla 15. Presupuesto de gastos de insumos y materiales.....	50
Tabla 16. Presupuesto de gastos de personal.....	50
Tabla 17. Presupuesto de talentos y gastos.....	51
Tabla 18. Presupuesto de gastos de equipamientos.	51
Tabla 19. Presupuesto de gastos de insumos y materiales.....	52
Tabla 20. Presupuesto de personal de postproducción	52
Tabla 21. Presupuesto de gastos de equipamientos.	53
Tabla 22. Presupuesto de gastos de insumos y materiales.....	53
Tabla 23. Presupuestos del personal.....	54

CAPÍTULO 1

1. INTRODUCCIÓN

La parroquia Salango está ubicada al sur de Manabí y cuenta con 3593 habitantes. Uno de los lugares más emblemáticos de esta parroquia es el Museo de Salango, por ser uno de los primeros museos in situ del país. Este museo forma parte del Centro de Investigaciones y Museo Salango (CIMS), “un espacio dedicado a la investigación de los grupos humanos que se asentaron en la región centro-sur de la provincia de Manabí desde el pasado más remoto hasta el presente” (Martínez & Asencio, 2021).

Las vitrinas del Museo de Salango reúnen 245 piezas arqueológicas de culturas ecuatorianas como Valdivia, Machalilla, Chorrera Engoroy, Bahía I, Bahía II, Guangala y Manteño que fueron halladas por el arqueólogo Presley Norton y grupos de investigadores a finales de la década de los setenta.

El Centro de Investigaciones y Museo Salango (CIMS), cuenta con un sitio web que incluye información del museo, una galería 3D y un juego interactivo llamado *Mundo Manta*. En cuanto a redes sociales, cuenta con una página de Facebook en donde se comparte contenido relacionado con las visitas al museo y eventos futuros.

Pese a estos esfuerzos por difundir el patrimonio cultural de la parroquia, el Museo de Salango tiene una visita limitada a sus instalaciones. Por ello, este proyecto busca promover la visita al museo a través de un producto audiovisual que dé a conocer las actividades y servicios del museo para ser difundido en redes sociales.

1.1 Problemática por tratar desde el audiovisual

El Centro de Investigaciones y Museo Salango (CIMS) a pesar de contar con una gran variedad de piezas arqueológicas de culturas antiguas, ha tenido una cantidad limitada de visitantes por varios años.

Por otro lado, las actividades que realiza el Museo de Salango no han tenido la difusión necesaria en redes sociales que ayude a fomentar la visita de turistas

nacionales y extranjeros. Según datos proporcionados por el Museo de Salango, existe un promedio de 4 visitantes al día, lo que no cubre los costos de mantenimiento que requiere la entidad.

En este contexto, ha habido algunos intentos de personas locales que realizan promociones por medio de afiches con la finalidad de aumentar las visitas y dar a conocer las actividades que ofrece el Museo de Salango. Sin embargo, estos esfuerzos aún no tienen el impacto para generar los ingresos que el museo necesita; recibiendo un aproximado de \$686.50 al mes, cuando lo requerido para su funcionamiento es \$2000.00 aproximadamente.

1.2 Justificación del problema o propósito del proyecto.

El presente proyecto se realiza con el propósito de solucionar los problemas identificados en el Museo de Salango en el contexto del presente año: la poca y a veces nula visita al Museo y la falta de difusión en redes sociales sobre las actividades que ofrece el mismo.

Con la elaboración de este trabajo se busca generar interés en visitantes locales y extranjeros, y a su vez que estas visitas ayuden a recaudar los fondos que necesita el museo para su funcionamiento.

Este proyecto también tiene el propósito de educar a los locales sobre las actividades culturales y servicios que tiene el Centro de Investigaciones y Museo Salango, ya que muchos de ellos desconocen estos atractivos.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Crear un producto audiovisual a través de herramientas de posproducción digital para la promoción del Museo de Salango.

1.3.2 Objetivos Específicos

1. Reconocer el sitio y las principales actividades que ofrece el Museo de Salango para promocionarla en redes sociales.
2. Crear una estructura narrativa a través de la documentación experiencial.
3. Generar material audiovisual para ser utilizado por el museo de Salango y que incentive la visita de turistas locales y extranjeros.

1.4 Marco referencial

En primera instancia, se escogió el formato vertical de video debido a su efectividad en los anuncios dirigidos a dispositivos móviles, ya que se ha demostrado que los videos verticales tienen mayor aceptación porque aumentan el interés del usuario en el anuncio, en comparación con los de formato horizontal. Reproducir el contenido audiovisual de forma vertical resulta más cómodo y fácil por el uso de una sola mano, de modo que se evita girar el dispositivo y utilizar las dos manos. (Mulier, Slabbinck, & Vermeir, 2021).

Por otro lado, para la generación de la estructura narrativa y el estilo visual del proyecto, se tomó como referencia los siguientes trabajos audiovisuales:

1.4.1 Documental de viaje: Comida para Phil, de Netflix

Esta serie documental producida en 2018 por Netflix y dirigida por John Bedolis, consta de seis capítulos que documentan los recorridos gastronómicos y culturales de Phil, un apasionado por la comida, que visita seis diferentes lugares del mundo para ir en busca de nuevos sabores (Bedolis, 2018). En estos viajes Phil degusta platos que son preparados por amantes de la gastronomía local o expertos culinarios especializados.

En cada capítulo el presentador busca mostrar de forma poco protocolaria y divertida, las comidas más representativas de cada ciudad que visita. A lo largo de toda la serie interactúa no solo con expertos, familiares y amigos sino también, con las personas que transitan por las calles y que logran reconocerlo por haber sido el creador de la sitcom de *Todo el mundo quiere a Raymond*. (Carceller, 2018) La forma en la que el presentador interactúa con la cámara y el entorno son los elementos que son tomados como referencia para el estilo narrativo de este trabajo.

Figura 1. 1 Fotogramas de la serie Comida para Phil de Netflix. [Fuente: Netflix, 2018]



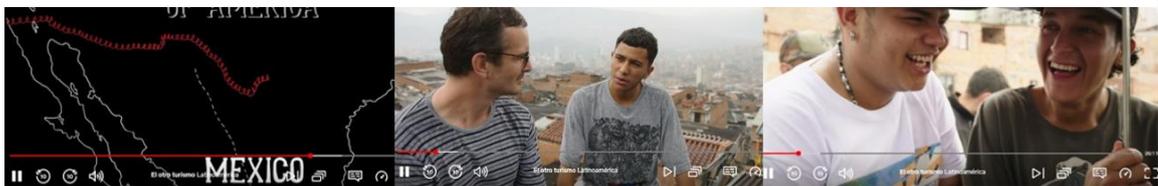
1.4.2 Documental sociocultural: El otro turismo – Latinoamérica, de Netflix

Esta serie documental de carácter sociocultural producida en el 2018 por Netflix y dirigida por David Farrier, Paul Horan, Colin Rothbart, Justin Hawkes, Ian Hart y Zoe McIntosh documenta las excursiones del periodista David Farrier en lugares poco comunes con costumbres o actividades inusuales. A diferencia del documental anterior, el presentador narra el recorrido en primera persona y no necesariamente habla frente a la cámara. A lo largo de sus recorridos, David da opiniones sobre su percepción de las cosas mediante voz en off. (Farrier, et al., 2018).

En contraste con la serie anterior, la interacción de David con su entorno va mucho más allá que la de Phil, ya que en el capítulo en el que visita Latinoamérica, él y su equipo de trabajo participan en una dinámica para experimentar todas las vicisitudes que atraviesan los inmigrantes que quieren cruzar la frontera de los Estados Unidos con México.

De este trabajo se toma como referencia la estructura narrativa experiencial y vivencial del relato, la forma de abordar la conversación con cámara en mano y planos secuencia, la predominancia de cámara en mano a lo largo de la historia y los intertítulos animados para presentar cada capítulo.

Figura 1. 2 Fotogramas de la serie Otro Turismo - Latinoamérica [Fuente: Netflix, 2021]



1.4.3 Los alquileres vacacionales más increíbles del mundo, de Netflix

Es una serie de televisión producida por Tom Forman para Netflix en 2021, que consta de dos temporadas de 8 episodios cada una. Narra la experiencia de tres viajeros que visitan alquileres vacacionales en distintas partes del mundo. (Verschoor & Spjut, 2021).

De la serie, se toma como referencia la documentación experiencial en donde los tres presentadores, muestran su punto de vista de cada lugar que visitan. Su narrativa va desde datos acerca de la casa en alquiler; como su costo, su antigüedad y su ubicación para llegar mediante un mapa animado, hasta su experiencia dentro de cada casa y su entorno, elemento que también se muestra en el presente producto audiovisual, la experiencia dentro del Museo de Salango y su entorno. Además, su narrativa la combina con diferentes planos y una composición creativa que ayuda a vivir la experiencia completa durante todo el capítulo.

Figura 1. 3 Fotogramas de la serie de TV Los alquileres vacacionales más increíbles del mundo. [Fuente:Netflix, 2017]



1.4.4 Expedition happiness, de Netflix

Es un documental dirigido por Selima Taibi y Felix Starck y producida en 2017. Narra la historia de dos viajeros que realizan un viaje por Norteamérica en un bus escolar renovado. De este documental, se toma como referencia la vida experiencial del viaje por parte de los protagonistas que muestran actividades cotidianas como cocinar, paseos y juegos con su mascota, haciendo que el espectador se sienta parte del recorrido, algo que también se busca generar en el presente producto audiovisual. Además, se toma como referencia, la composición de los planos y la manera experiencial en que se documenta la historia. (Starck & Taibi, 2017)

Figura 1. 4 Fotogramas del documental Expedition Happiness [Fuente: Netflix, 2021]



CAPÍTULO 2

2. METODOLOGÍA

El proyecto tuvo como finalidad generar productos audiovisuales en formato vertical con una duración de aproximadamente un minuto, para promocionar los servicios y actividades del Centro de Investigaciones y Museo Salango (CIMS), con el objetivo de incentivar la visita al museo y así generar los ingresos necesarios que la entidad necesita para su funcionamiento.

En la fase inicial de preproducción se realizó el levantamiento de información a través del sitio web del CIMS para definir los puntos a tratar en los audiovisuales. Luego, se realizó el reconocimiento y la visita de campo en donde se utilizaron herramientas de investigación cualitativa como registros fotográficos y videográficos, entrevistas presenciales con el personal administrativo de la entidad, con el fin de obtener toda la información necesaria para definir los recursos a utilizarse en la siguiente fase de producción.

Además, en esta primera etapa, se identificó como el problema principal del proyecto, la falta de fondos monetarios necesarios para el funcionamiento del Museo. Por ello, se planteó la creación de productos audiovisuales promocionales de corta duración, documentados con una narrativa de carácter vivencial/experiencial, como una alternativa de promoción diferente a lo tradicional. Se usó esta técnica con la intención de generar credibilidad y hacer vivir la experiencia al espectador por medio de las vivencias del propio equipo en el lugar promocionado.

Más adelante, se realizó el presupuesto proyectado del producto audiovisual, en donde se detalló el recurso humano, material y financiero requerido en las diferentes etapas del proyecto. Luego de varias revisiones, el presupuesto fue adaptado y finalmente aprobado por el departamento de producción.

Para definir el recurso humano del proyecto se realizaron varias audiciones, teniendo como resultado la elección del dj y animador de eventos de la parroquia Salango, Byron Macías para representar el rol de presentador.

Asimismo, se realizaron varias versiones de guion que fueron cambiando su estructura de acuerdo con las recomendaciones planteadas en las reuniones y sesiones de clases. Se realizó el plan de rodaje para definir las jornadas de grabación que fueron distribuidas en cinco o seis horas diarias dependiendo de la disponibilidad de los presentadores y de la afluencia de personas en el museo. Durante esa gestión, se realizó una lista con los equipos necesarios para el rodaje y se solicitaron los permisos necesarios.

En la siguiente fase de producción se comenzó con el boceto de artes gráficas que fueron modificadas a lo largo del proceso según las indicaciones del tutor y del director del proyecto. Durante el proceso de grabación en las instalaciones del Centro de Investigaciones y Museo de Salango, se optó por incluir más personajes con los que el protagonista pudiera interactuar; teniendo como resultado la interacción de tres personajes: el presentador Byron Macías, la artista quiteña Sonia Rosales y Gilson Ilbis, como habitante de la comuna de Salango.

En la fase de post producción se corrigió el material previamente grabado con la finalidad de estructurar el ritmo del montaje y definir la duración las piezas audiovisuales. Además, se utilizó software de edición de imagen y vídeo del paquete de Adobe, como Illustrator, Photoshop, Premiere y After Effects para la edición de vídeo, generación de intertítulos animados y corrección de color.

2.1 Preproducción

2.1.1 Sinopsis

En su recorrido por la parroquia Salango al sur de Manabí, Byron da a conocer su experiencia visitando el Centro de Investigaciones y Museo Salango.

2.1.2 Plan de rodaje

Figura 2. 1 Plan de rodaje, primera semana, primer día

PLAN DE RODAJE									
Cortometraje:		Promoción del Museo de Salango							
Dirección:		Ibbs & Rivera							
Productor a cargo:		Ibbs & Rivera							
Citación:		Parroquia Salango							
Fecha:		Miércoles 9/11/2022							
FECHA Y DÍA DE RODAJE									
Hora	Escena	I/E	D/N	Locación	Descripción	Personajes y/o extras	Observaciones	Tiempo	EQUIPO
3:00 PM	1	Interior	D	Interior del Museo	Fotografía de las figuras de las culturas del Ecuador.		Plano detalle	15 m	Luces LED, Cámara, memoria, difuminador, polvo traslúcido, trípode, galleta, baterías, snacks, grabadora de audio, gato, montura para grabadora, objetivo 50mm, objetivo 18-55mm, cinta, extensiones
3:15 PM	2	Interiores/ Exterior	D	Interior y Exterior del Museo	Planos insertos . Paneo letras de Salango		Varios tipos de plano.	1h	Luces LED, Cámara, memoria, difuminador, polvo traslúcido, trípode, galleta, baterías, snacks, grabadora de audio, gato, montura para grabadora, objetivo 50mm, objetivo 18-55mm, cinta, extensiones
4:15 PM	3	Interior	D	Interior y Exterior del Museo y Casa Hacienda	Recorrido y ensayo de guion	Byron	Reconocimiento de Casa Hacienda	2h	Luces LED, Cámara, memoria, difuminador, polvo traslúcido, trípode, galleta, baterías, snacks, grabadora de audio, gato, montura para grabadora, objetivo 50mm, objetivo 18-55mm, cinta, extensiones

Figura 2. 2 Plan de rodaje, primera semana, segundo día

PLAN DE RODAJE

Cortometraje: Promoción del Museo de Salango
 Dirección: Ilbis & Rivera
 Productor a cargo: Ilbis & Rivera
 Citación: Parroquia Salango
 Fecha: Jueves 10/11/2022

FECHA Y DÍA DE RODAJE									
Hora	Escena	I/E	D/N	Locación	Descripción	Personajes y/o extras	Observaciones	Tiempo	EQUIPO
10:00 AM	1	Interior	D	Interior del Museo	Byron pagando su entrada al museo.	Byron y administrador del museo	Plano Medio - Plano Americano	30m	Luces LED, Cámara, memoria, difuminador, polvo traslúcido, trípode, galleta, baterías, snacks, grabadora de audio, gato, montura para grabadora, objetivo 50mm, objetivo 18-55mm, cinta
10:30 AM	2	Interiores/ Exterior	D	Interior y Exterior del Museo	Byron regresa al "mundo real" y enseña las 245 piezas del museo.	Byron	Plano General - Planos detalle, Paneo/travelling.	1h30	Luces LED, Cámara, memoria, difuminador, polvo traslúcido, trípode, galleta, baterías, snacks, grabadora de audio, gato, montura para grabadora, objetivo 50mm, objetivo 18-55mm, cinta
12:00 PM	3	Interior	D	Interior del Museo	Byron muestra el mundo Manta.	Byron	Plano General	20m	Luces LED, Cámara, memoria, difuminador, polvo traslúcido, trípode, galleta, baterías, snacks, grabadora de audio, gato, montura para grabadora, objetivo 50mm, objetivo 18-55mm, cinta
12:20 PM	4	Exterior	D	Playa de Salango	Byron llega en lancha y saluda al público.	Byron	Gran Plano General	1h	Cámara, memoria, difuminador, rebotador, polvo traslúcido, trípode, galleta, baterías, snacks, grabadora de audio, gato, montura para grabadora, objetivo 50mm, objetivo 18-55mm, cinta
1:20 PM	ALMUERZO								
2:30 PM	5	Exterior	D	Exterior del Museo	Byron cuenta sobre el hallazgo de las cabezas humanas.	Byron	Cámara en mano	1 h	Cámara, memoria, difuminador, rebotador, polvo traslúcido, trípode, galleta, baterías, snacks, grabadora de audio, gato, montura para grabadora, objetivo 50mm, objetivo 18-55mm, cinta
3:30 PM	6	Exterior	D	Exterior de Casa Hacienda	Mediante un salto aparece en la entrada.	Byron	Plano gran plano general	30m	Cámara, memoria, difuminador, rebotador, polvo traslúcido, trípode, galleta, baterías, snacks, grabadora de audio, gato, montura para grabadora, objetivo 50mm, objetivo 18-55mm, cinta
4:00 PM	7	Exterior	D	Exterior de Casa Hacienda	Paneo de la fachada	Byron	Plano general	10m	Cámara, memoria, difuminador, rebotador, polvo traslúcido, trípode, galleta, baterías, snacks, grabadora de audio, gato, montura para grabadora, objetivo 50mm, objetivo 18-55mm, cinta
4:10 PM	8	Interior	D	Interior de Casa Hacienda	Byron sube las escaleras y cuenta su experiencia.	Byron	Plano general	50m	Cámara, memoria, difuminador, rebotador, polvo traslúcido, trípode, galleta, baterías, snacks, grabadora de audio, gato, montura para grabadora, objetivo 50mm, objetivo 18-55mm, cinta
5:00 PM	9	Interior	D	Casa de Salango	Grabar audios	Byron		30m	Grabadora de audio
5:30 PM	10			SALIDA					

Figura 2. 4 Plan de rodaje, primera semana, tercer día

PLAN DE RODAJE									
Cortometraje:		Promoción del Museo de Salango							
Dirección:		Ibbs & Rivera							
Productor a cargo:		Ibbs & Rivera							
Citación:		Parroquia Salango							
Fecha:		Viernes 11/11/2022							
FECHA Y DÍA DE RODAJE									
Hora	Escena	I/E	D/N	Locación	Descripción	Personajes y/o extras	Observaciones	Tiempo	EQUIPO
11:00 AM	1	2	D	Casa	Edición del primer piloto	**	Se fue la luz y tuvimos que trasladarnos a otro lugar.	5h	Computadora DELL, Photoshop, Illustrator, Premiere

Figura 2. 3 Plan de rodaje, segunda semana, primer día

PLAN DE RODAJE									
Cortometraje:		Promoción del Museo de Salango							
Dirección:		Ibbs & Rivera							
Productor a cargo:		Ibbs & Rivera							
Citación:		Parroquia Salango							
Fecha:		Miércoles 30/11/2022							
FECHA Y DÍA DE RODAJE									
Hora	Escena	I/E	D/N	Locación	Descripción	Personajes y/o extras	Observaciones	Tiempo	EQUIPO
2:00 p.m.	1	Exterior	D	Terminal de Puerto Lopez	Byron baja por las escaleras del bus de la Cooperativa Jipijapa mientras cuenta el trayecto de su viaje.	Byron, conductor de bus	Cámara en mano, Plano General, Plano Medio	2 h	Cámara, memoria, trípode, galleta, baterías, snacks, grabadora de audio, gato, montura para grabadora, objetivo 50mm, objetivo 18-55mm, cobertor plástico para lluvia

Figura 2. 5 Plan de rodaje, segunda semana, segundo día

FECHA Y DÍA DE RODAJE									
Hora	Escena	I/E	D/N	Locación	Descripción	Personajes y/o extras	Observaciones	Tiempo	EQUIPO
9:00 AM	15	Exterior	D	CASA HACIENDA	Paneo vertical de la fachada de la Casa.	**	Plano General	30m	Cámara, memoria, trípode, galleta, baterías, snacks, grabadora de audio, gato, montura para grabadora, objetivo 50mm, objetivo 18-55mm, cobertor plástico para lluvia
9:30 AM	17	Interior	D	CASA HACIENDA	Insertos	**	Planos Detalle	30m	Cámara, memoria, trípode, galleta, baterías, snacks, grabadora de audio, gato, montura para grabadora, objetivo 50mm, objetivo 18-55mm
10:00 AM	26	Exterior	D	CABAÑAS	BYRON con cámara en mano muestra el nombre de la cabaña.	Byron	Cámara en Mano, Plano Subjetivo	1h	Cámara, memoria, galleta, baterías, snacks, grabadora de audio, gato, montura para grabadora, objetivo 50mm, objetivo 18-55mm, cobertor plástico para lluvia
11:00 AM	27	Interior	D	CABAÑAS	Byron abre la puerta de la cabaña mientras continúa con su reseña para dar detalles sobre el servicios de cada cabaña.	Byron	Cámara en Mano, Plano Subjetivo, Primer Plano, Cámara fija	1h	Cámara, memoria, trípode, galleta, baterías, snacks, grabadora de audio, gato, montura para grabadora, objetivo 50mm, objetivo 18-55mm
12:00 PM	28	Exterior	D	CABAÑAS	Byron camina por el sendero que conduce a la puerta trasera del CIMS. Antes de llegar al punto para mostrar en la glorieta con hamacas.	Byron	Cámara de seguimiento mientras el personaje camina hacia atrás	1h	Cámara, memoria, trípode, galleta, baterías, snacks, grabadora de audio, gato, montura para grabadora, objetivo 50mm, objetivo 18-55mm, cobertor plástico para lluvia
1:00 PM	ALMUERZO								
2:00 PM	29	Exterior	D	SENDERO, PUERTA TRASERA CIMS	Byron abre la puerta que da directamente al mar.	Byron	Cámara en mano, Plano medio, Plano Detalle	1h	Cámara, memoria, trípode, galleta, baterías, snacks, grabadora de audio, gato, montura para grabadora, objetivo 50mm, objetivo 18-55mm, cobertor plástico para lluvia
3:00 PM	14	Exterior	D	CASA HACIENDA	Mediante un salto Byron aparece en la entrada de la Casa Hacienda "La Tropical.	Byron	Cámara en mano, Plano General, Cámara de seguimiento.	1h	Cámara, memoria, trípode, galleta, baterías, snacks, grabadora de audio, gato, montura para grabadora, objetivo 50mm, objetivo 18-55mm, cobertor plástico para lluvia
4:00 PM	**	Exterior	D	Playa Salango	Insertos, Grabación de sonido ambiente	**	Planos detalle, Plano General	30m	Cámara, memoria, trípode, galleta, baterías, snacks, grabadora de audio, gato, montura para grabadora, objetivo 50mm, objetivo 18-55mm, cobertor plástico para lluvia

Figura 2. 6 Plan de rodaje, segunda semana, tercer día

PLAN DE RODAJE

Cortometraje: Promoción del Museo de Salango
 Dirección: Ibbis & Rivera
 Productor a cargo: Ibbis & Rivera
 Citación: Parroquia Salango
 Fecha: Viernes 2/12/2022

FECHA Y DÍA DE RODAJE									
Hora	Escena	I/E	D/N	Locación	Descripción	Personajes y/o extras	Observaciones	Tiempo	EQUIPO
9:00 AM	17	Interior	D	CASA HACIENDA	Tomas de fotografías y elementos que se encuentran dentro de la Casa Hacienda.	***	Planos detalle	1h	Cámara, memoria, trípode, galleta, baterías, snacks, gato, objetivo 50mm, objetivo 18-55mm
10:00 AM	3	Exterior	D	Entrada Principal de Salango	Aceleración del plano en donde se ve a Byron caminando hacia el museo.	Byron	Plano Fijo; Plano Medio; Cámara en mano	1h	Cámara, memoria, trípode, galleta, baterías, snacks, grabadora de audio, gato, montura para grabadora, objetivo 50mm, objetivo 18-55mm, cobertor plástico para lluvia
11:00 AM	5	Exterior	D	CIMS	Byron se encuentra en la calle próxima al museo. Se acerca a la cámara mientras explica detalles sobre el hallazgo.	Byron	Plano General, Cámara en mano, Plano Secuencia	1h	Cámara, memoria, trípode, galleta, baterías, snacks, grabadora de audio, gato, montura para grabadora, objetivo 50mm, objetivo 18-55mm, cobertor plástico para lluvia
12:00 AM	18	Interior	D	CASA HACIENDA	Byron explica uno de los carteles que hay dentro de la Casa Hacienda.	Byron	Cámara en mano en modo selfie, planos insertos de lo que describe la escena.	1h	Cámara, memoria, trípode, galleta, baterías, snacks, gato, objetivo 50mm, objetivo 18-55mm
ALMUERZO									
14:00 PM	20	Interior	D	CASA HACIENDA	Byron cuenta un dato sobre la explotación de la costa de Manabí.	Byron	Plano detalle del cartel donde se ve su mano, Cámara en mano en modo selfie	1h	Cámara, memoria, trípode, galleta, baterías, snacks, gato, objetivo 50mm, objetivo 18-55mm
15:00 PM	21	Interior	D	CASA HACIENDA	Byron cuenta la historia de 1900 sobre los pescadores y el cardumen.	Byron	Cámara en mano mientras él actúa.	1h	Cámara, memoria, trípode, galleta, baterías, snacks, gato, objetivo 50mm, objetivo 18-55mm
16:00 PM	23	Exterior	D	CASA HACIENDA	Mientras baja la escalera Byron, se acerca a la cámara y se despide.	Byron	El sujeto se acerca a la cámara fija.	1h	Cámara, memoria, trípode, galleta, baterías, snacks, grabadora de audio, gato, montura para grabadora, objetivo 50mm, objetivo 18-55mm, cobertor plástico para lluvia

Figura 2. 7 Plan de rodaje, segunda semana, cuarto día

PLAN DE RODAJE									
FECHA Y DÍA DE RODAJE									
Hora	Escena	IE	D/N	Locación	Descripción	Personajes	Observaciones	Tiempo	EQUIPO
10:00 AM	16	Interior	DIA	CASA HACIENDA	BYRON sube las escaleras de la Casa Hacienda mientras cuenta su experiencia junto a su abuelito	Byron	Cámara fija, Plano General	2h	LEDS, Cámara, memoria, trípode, galleta, baterías, snacks, gato, objetivo 50mm, objetivo 18-55mm
12:00 AM	33	Exterior	D	Letras de Salango - Parque	Byron montado en bicicleta con diferentes fondos. Corte por movimiento.	Byron	Plano General	1h	Cámara, memoria, trípode, galleta, baterías, snacks, grabadora de audio, gato, montura para grabadora, objetivo 50mm, objetivo 18-55mm, cobertor plástico para lluvia, bicicleta
13:00:00 PM	ALMUERZO								
14:00 PM	30	Exterior	DIA	Playa de Salango	Se ve a Byron mientras disfruta del mar. Byron tiene un corviche en la mano y antes de probarlo y dar su opinión descansa la cámara en un lugar.	Byron y locales	Varios planos, cámara en mano	2h	Cámara, memoria, trípode, galleta, baterías, snacks, grabadora de audio, gato, montura para grabadora, objetivo 50mm, objetivo 18-55mm, cobertor plástico para lluvia, bicicleta
16:00 PM	24	Exterior	DIA	Playa de Salango	Byron está en la playa observando la fauna marina.	Byron	Plano General, Cámara subjetiva, cámara en mano	1h	Cámara, memoria, trípode, galleta, baterías, snacks, grabadora de audio, gato, montura para grabadora, objetivo 50mm, objetivo 18-55mm, cobertor plástico para lluvia, bicicleta
17:00 PM	25	Exterior	DIA	Playa de Salango	Insertos de video	**	Tomas de erizos, estrellas, anémonas, conchas, corales.	1h	Cámara, memoria, trípode, galleta, baterías, snacks, grabadora de audio, gato, montura para grabadora, objetivo 50mm, objetivo 18-55mm, cobertor plástico para lluvia, bicicleta

Figura 2. 8 Plan de rodaje, segunda semana, quinto día

PLAN DE RODAJE									
Cortometraje:		Promoción del Museo de Salango							
Dirección:		Ilbis & Rivera							
Productor a cargo:		Ilbis & Rivera							
Citación:		Parroquia Salango							
Fecha:		Domingo 4/12/2022							
FECHA Y DÍA DE RODAJE									
Hora	Escena	I/E	D/N	Locación	Descripción	Personajes	Observaciones	Tiempo	EQUIPO
10:00 AM	32	Exterior	D	Mirador de Salango	BYRON de espaldas contemplando el mar desde el mirador de Salango.	Byron	Plano Medio, Cámara en Mano, Plano General	3h	Cámara, memoria, trípode, galleta, baterías, snacks, grabadora de audio, gato, montura para grabadora, objetivo 50mm, objetivo 18-55mm, cobertor plástico para lluvia
13:00:00 PM	ALMUERZO								
14:00:00 PM	30	Exterior	D	Playa	Se ve a Byron mientras disfruta del mar.	Byron	Cámara en mano	1h	Cámara, memoria, trípode, galleta, baterías, snacks, grabadora de audio, gato, montura para grabadora, objetivo 50mm, objetivo 18-55mm, cobertor plástico para lluvia
15:00:00 PM	19	Exterior	D	Playa de Salango	Se muestran insertos que ilustran la parte en donde se menciona a los pescadores, buzos y agricultores.	****	Cámara en mano	1h	Cámara, memoria, trípode, galleta, baterías, snacks, grabadora de audio, gato, montura para grabadora, objetivo 50mm, objetivo 18-55mm, cobertor plástico para lluvia

2.1.3 Equipo de rodaje

Tabla 1. Equipo de rodaje

NOMBRE	FUNCIÓN / CARGO
Gilson Ilbis	Dirección, Dirección de Fotografía, Sonido, Corrección de Color Personaje: habitante de Salango
Angélica Rivera	Dirección, Cámara, Voz en Off, Edición
Byron Macías	Presentador
Sonia Rosales, Artista Plástica	Personaje: visitante del museo.

2.1.4 Lista de locaciones

Tabla 2. Lista de locaciones

LUGAR	UBICACIÓN
Museo de Salango	Centro de Investigaciones y Museo Salango (CIMS), parroquia Salango.
Casa Hacienda "La Tropical"	Centro de Investigaciones y Museo Salango (CIMS), parroquia Salango.
Cabañas del CIMS	Centro de Investigaciones y Museo Salango (CIMS), parroquia Salango.
Playa Salango	Parroquia Salango.
Avenida Principal	
Terminal de Puerto López	Cantón Puerto López
Mirador de Salango	Parroquia Salango.

2.1.5 Lista de equipos

Tabla 3. Lista de equipos

CANTIDAD	EQUIPO
Luces LED pequeñas	2
Luces LED de baterías/inalámbricas	2
Cámara	1
Trípode	1
Tarjeta de memoria SD de 64GB	1
Galleta/zapata de cámara	1
Difuminador	1
Baterías Lp-e17	2
Grabadora de audio TASCAM DR-40	1
Protector gato antiviento	1
Montura para grabadora	1
Lente Canon EF 50mm	1
Lente Canon EF-S 18-55mm	1
Cinta de papel	1

2.3 Postproducción

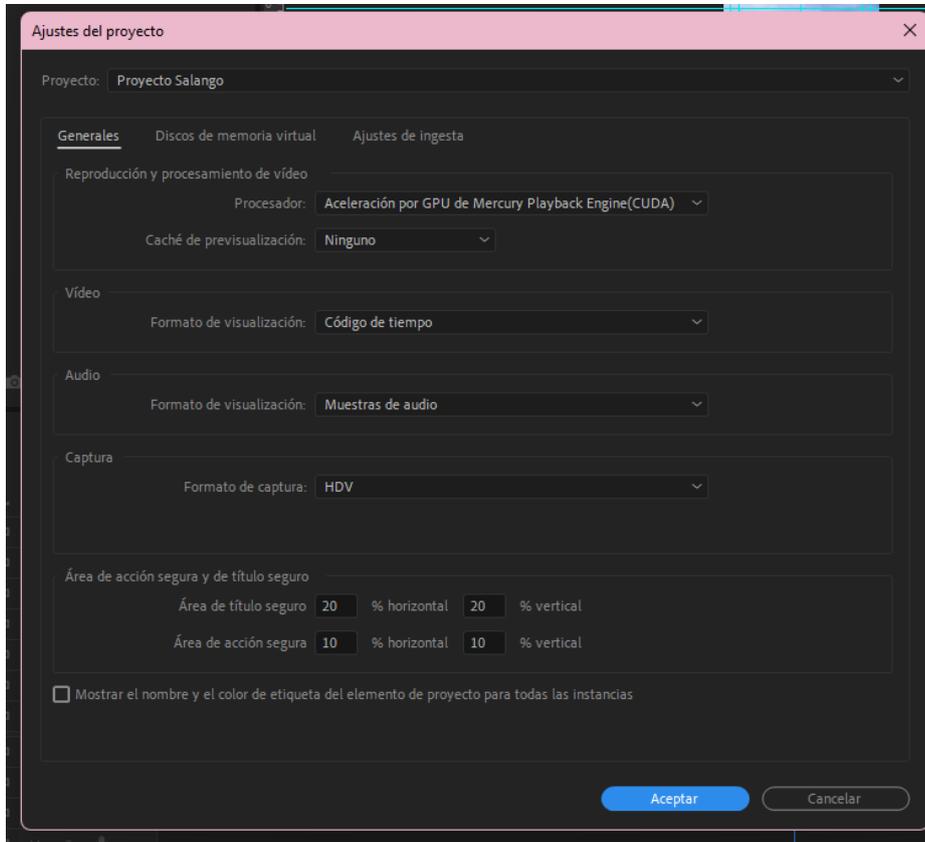
2.3.1 Ingesta

Para la configuración inicial del proyecto en el programa de Adobe Premiere Pro, se definió como procesador la opción de Aceleración por GPU de Mercury Playback Engine (CUDA). En el apartado de video se usó la opción predeterminada de código de tiempo por ser el formato de visualización utilizado por la cámara, en el que se muestran las horas, minutos, segundos y fotogramas del video.

A su vez, en la forma de previsualización de audio se usó *muestra de audio* como formato que midió el tiempo de audio en horas, minutos, segundos y milisegundos.

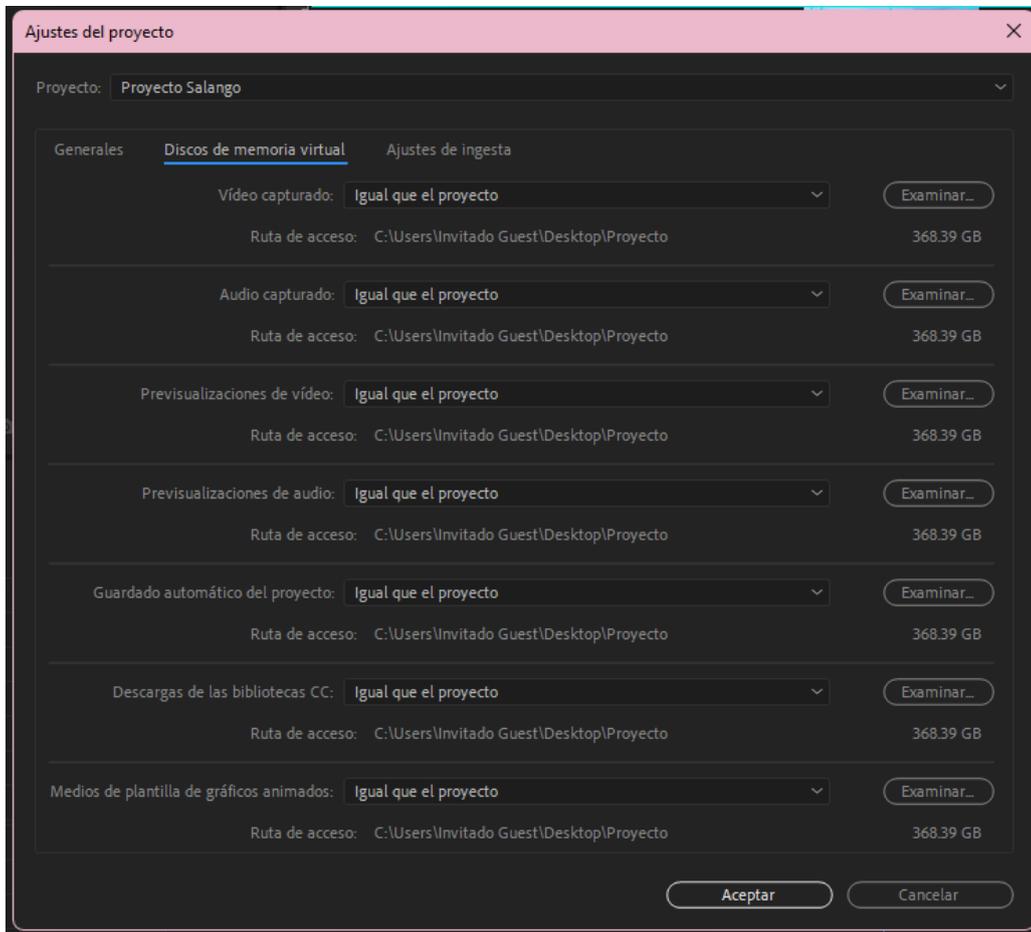
Para el formato de captura se seleccionó la definición HDV ya que los clips fueron grabados en alta definición. Por último, se determinó un 20% para el área de título seguro en los aspectos horizontal y vertical, y un 10% para el área de acción segura. Estos porcentajes permitieron delimitar y centrar los clips de video, de modo que los elementos visuales quedaron dentro del visible del encuadre para la visualización en cualquier dispositivo móvil.

Figura 2. 9 Ventana de Ajustes del proyecto



En la siguiente pestaña de la ventana de Ajustes del proyecto se definió la ruta del archivo del *Proyecto Salango* y todas las carpetas que contuvieron elementos necesarios para la edición del metraje.

Figura 2. 10 Ventana con las rutas de ubicación de la carpeta general proyecto



2.3.2 Montaje

Teniendo un total de aproximadamente cuatro horas de material, finalmente se redujo en fragmentos de un minuto de duración, clasificados por temas relacionados a las actividades y servicios del Museo de Salango.

Figura 2. 11 Carpeta del proyecto con todos los archivos necesarios.

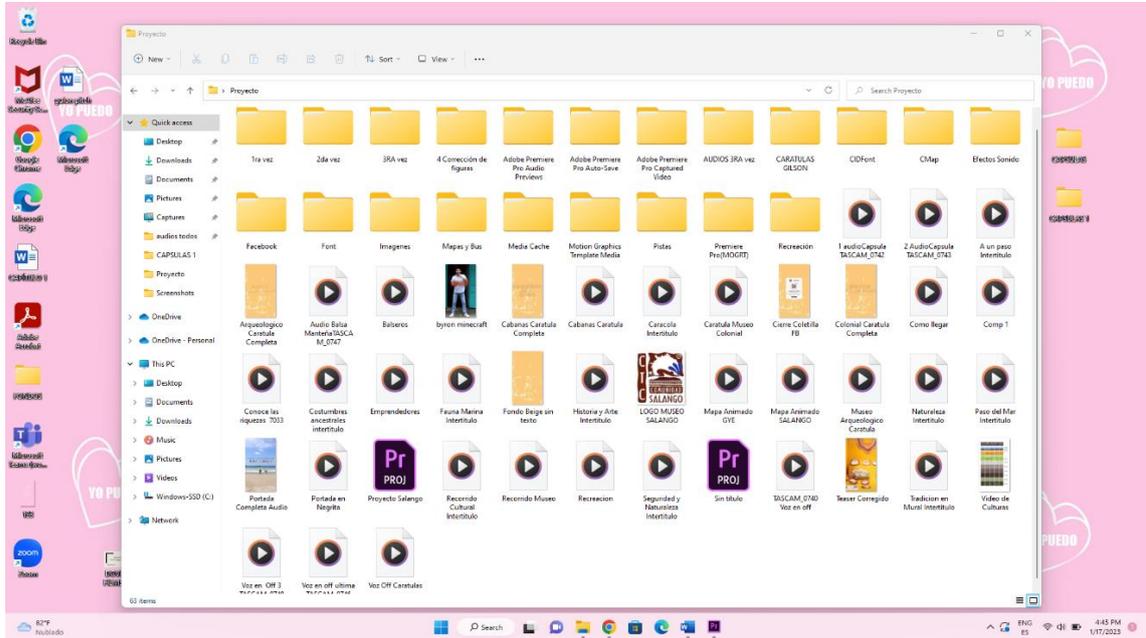


Figura 2. 12 Ventana de edición con los clips de la primera semana de rodaje

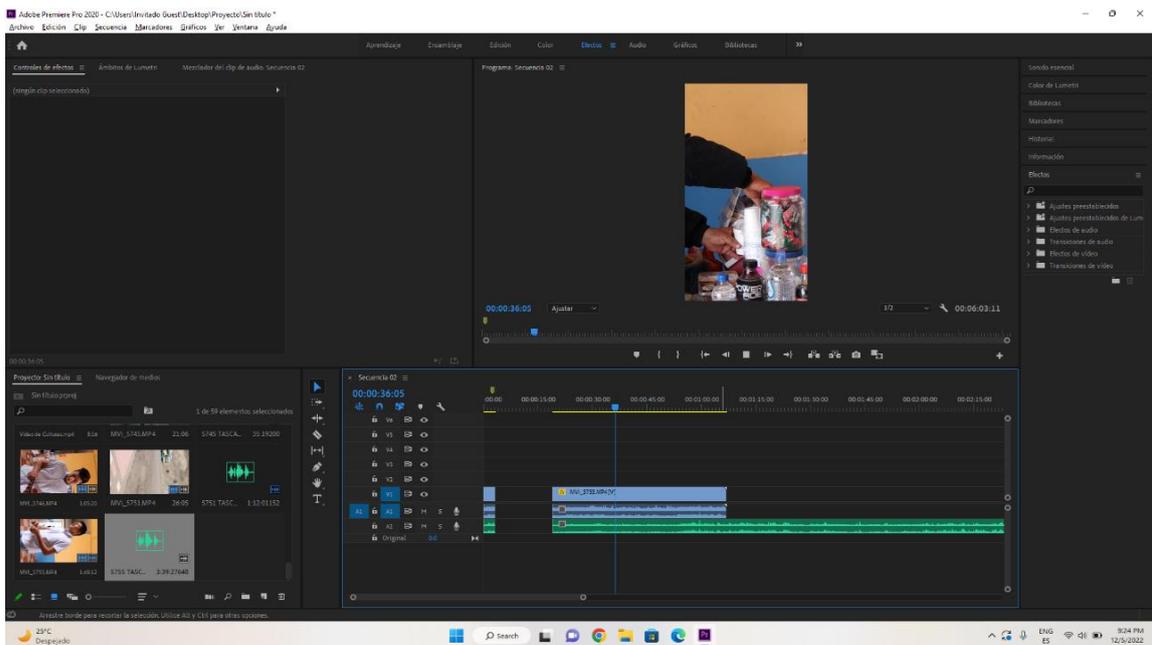


Figura 2. 13 Creación de subtítulos.

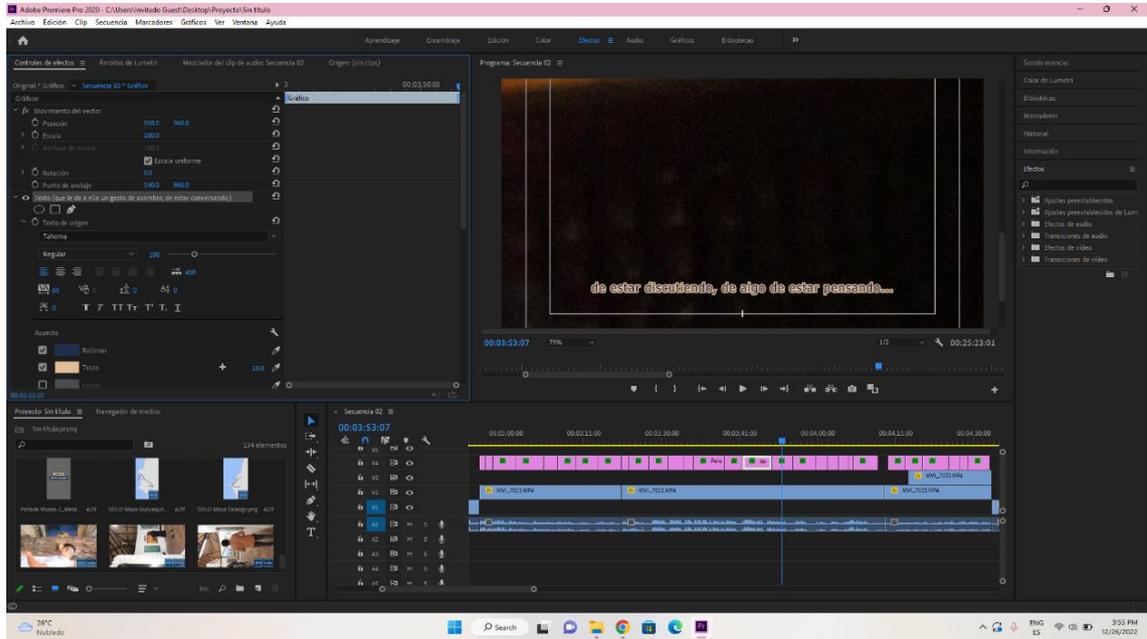
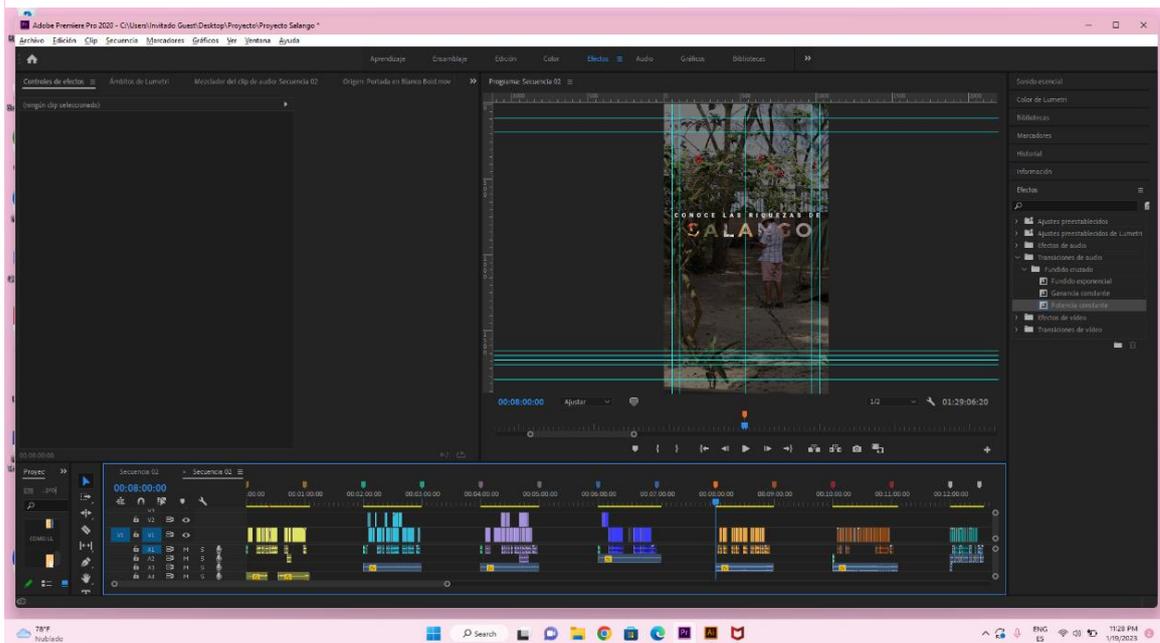


Figura 2. 14 Piezas audiovisuales de aproximadamente 1 min. de duración



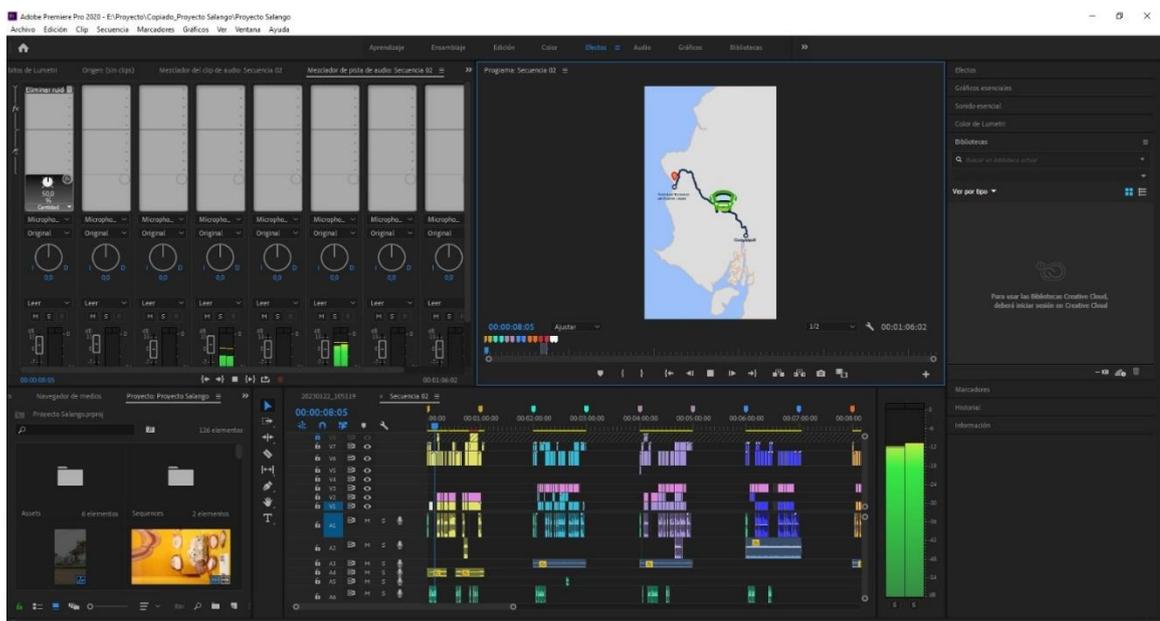
2.3.3 Sonorización y musicalización

Con respecto a la musicalización y efectos de sonido, se utilizaron archivos disponibles en canales de YouTube de contenido gratuito.

Además, se incluyó varios fragmentos de voz en off grabados con una TASCAM DR40 y un aislante de ruido. Estos fragmentos de voz fueron usados con la intención de narrar un acontecimiento y generar expectación sobre lo comunicado. Debido a factores como practicidad y portabilidad, se utilizó el micrófono de la cámara durante todo el rodaje.

Para el proceso de sonorización, se eliminó el ruido de todas las tomas, especialmente las que se realizaron en exteriores. Para este proceso, se utilizó dentro de Adobe Premiere, la ventana “mezclador de pista de audio”, donde posteriormente se agregó el efecto de audio. Además, se niveló los diferentes audios, tanto de las voces como de las músicas, para un equilibrio sonoro.

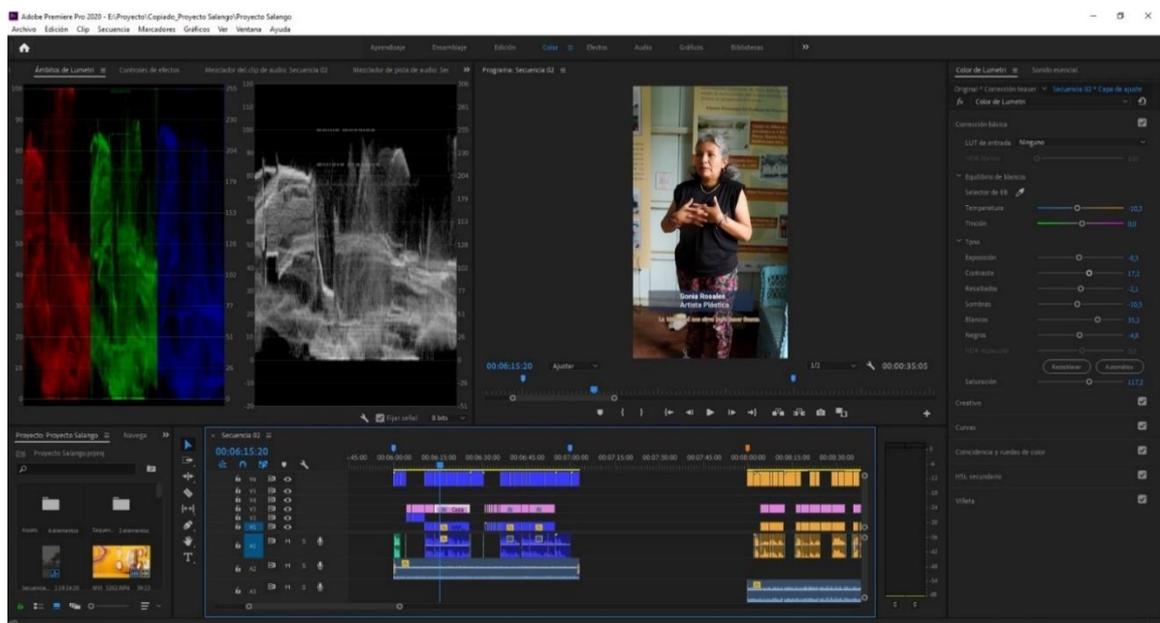
Figura 2. 15 Ventana de edición y corrección audio.



2.3.4 Colorización

Para el proceso de colorización, se creó una capa de ajuste para cada una de las tomas, donde se utilizaron técnicas de corrección de color. Una de ellas fue utilizar la ventana de Lumetri para visualizar el gráfico de forma de onda (luminancia) de la imagen; de esta forma se ajustó los niveles de blancos y negros que la imagen requería. Además, se ajustó la saturación, las sombras y el contraste, de tal manera que el resultado tenga colores naturales.

Figura 2. 16 Ventana de edición de color.



2.3.5 Grafismos y FX

Las ilustraciones de los mapas y el cartel con los precios del museo fueron diseñadas en Adobe Illustrator y posteriormente animados en After Effects.

Para la creación de las portadas de cada pieza audiovisual, se escogió la fuente Greconian por su aspecto geométrico y su semejanza con los patrones decorativos de las piezas arqueológicas.

Con la finalidad de facilitar la lectura en el soporte digital y en el espacio reducido del formato de video vertical, se utilizó la fuente Montserrat por su terminación sin remates, para ser colocada en el texto que aparece dentro de los mapas.

La paleta de colores empleada en las artes gráficas incluyó dos colores predominantes, siendo así, una tonalidad cálida para la arena y un tono azul opaco para el mar. También se incluyeron colores gris, blanco y negro como tonos neutrales.

Figura 2. 17 Ilustración del letrero con los precios del museo en Adobe Illustrator.

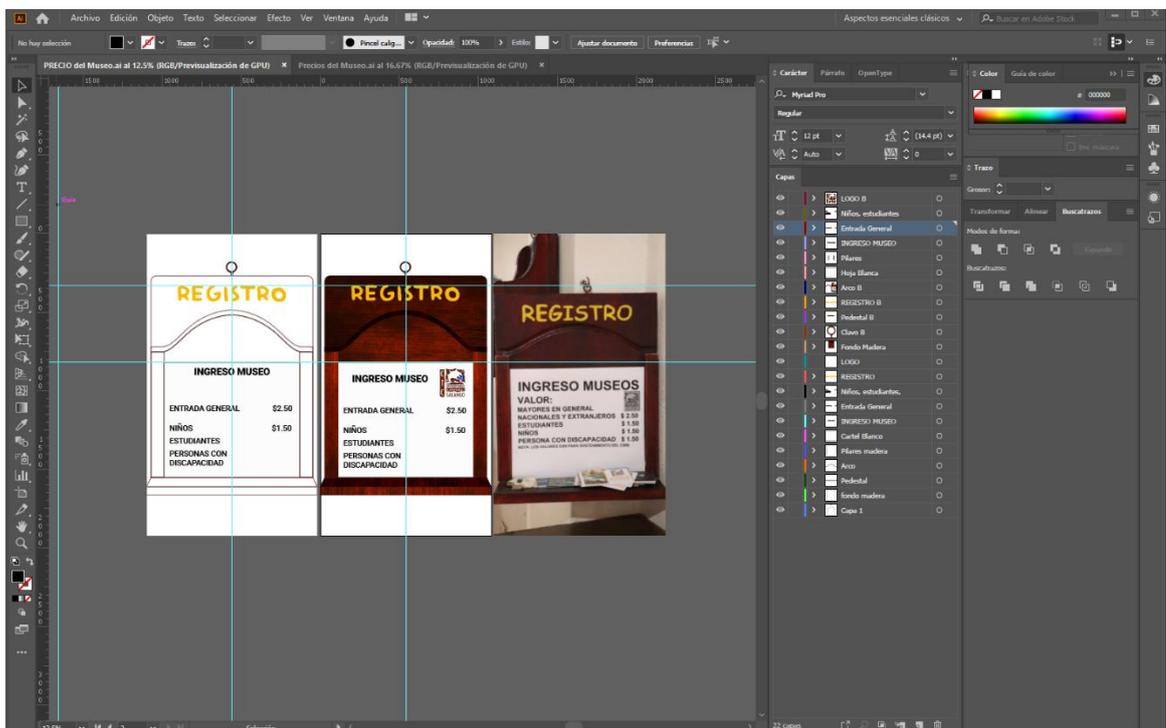


Figura 2. 18 Ilustración de los mapas en Adobe Illustrator

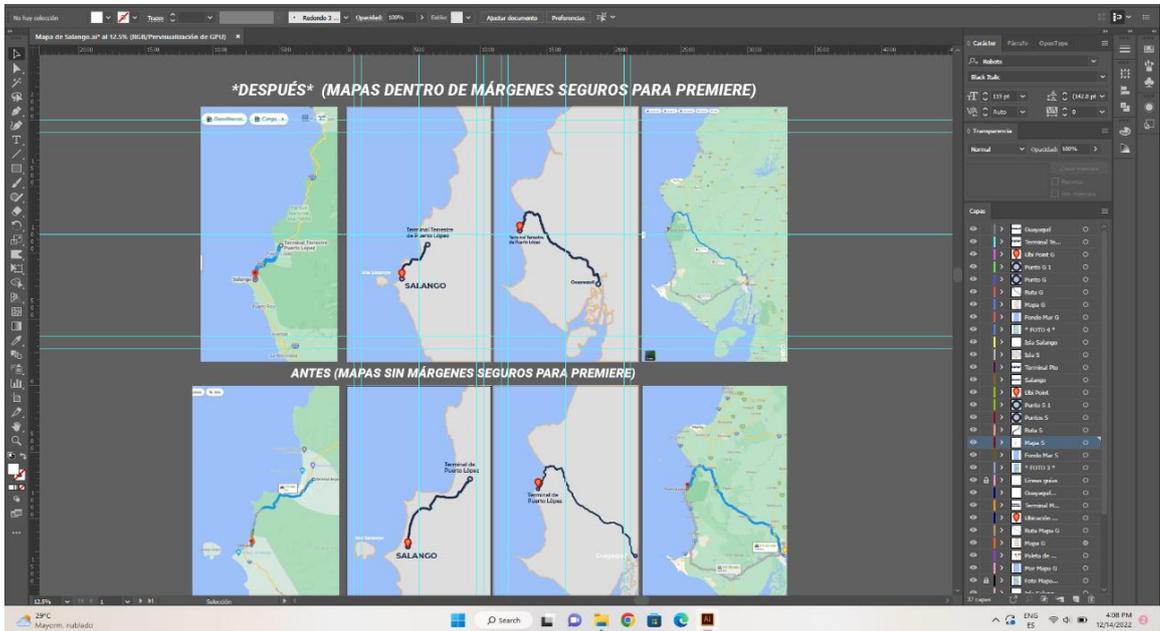


Figura 2. 19 Ilustración del bus en Adobe Illustrator.

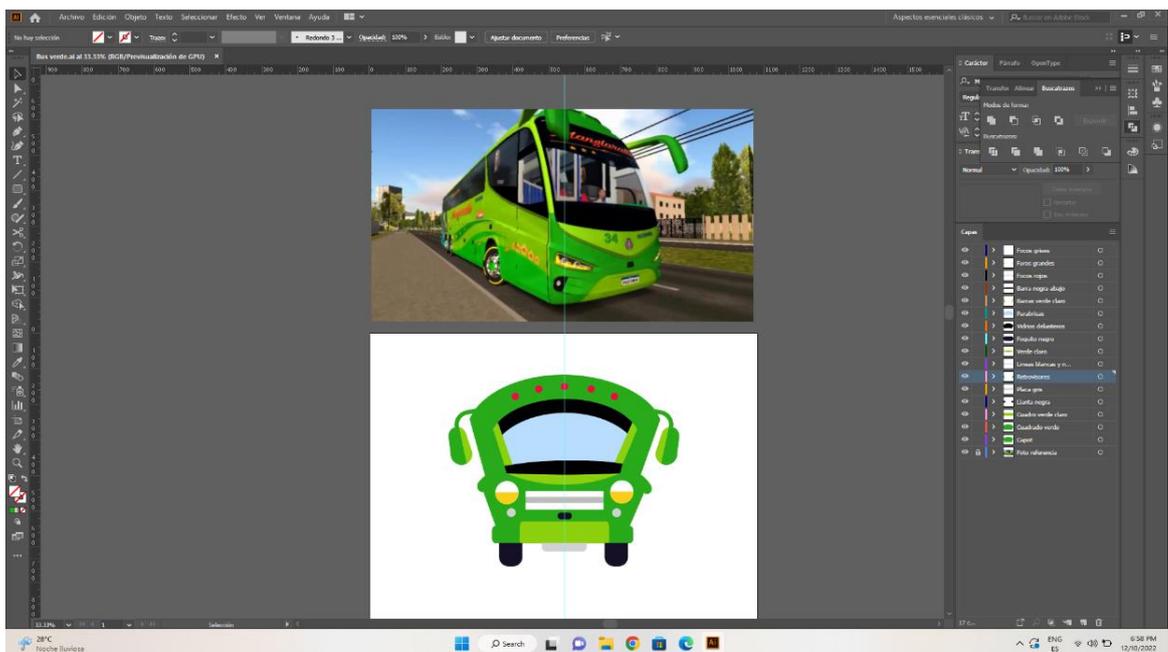
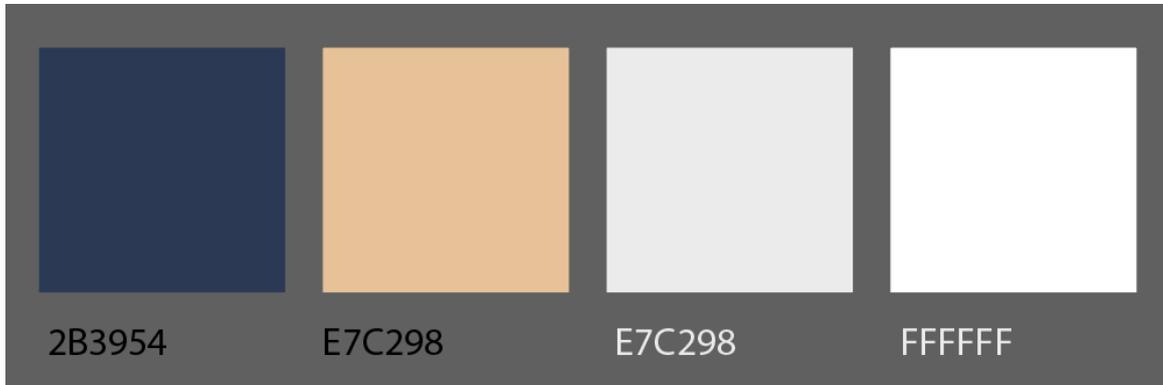


Figura 2. 20 Paleta de colores principal



2.3.6 Exportación

Todas las piezas audiovisuales fueron exportadas en formato mp4, con orientación vertical y con una duración estimada de un minuto cada una y en calidad máxima. En el apartado de audio se escogió la frecuencia de muestreo de 48kHz para obtener la mejor calidad.

CAPÍTULO 3

3. RESULTADOS Y ANÁLISIS

En la etapa inicial, el audiovisual tuvo un estilo tradicional propio de los productos promocionales, en donde el presentador vendía los principales servicios siguiendo un guion. Más adelante, luego de varias reuniones con tutor y director de proyecto, quienes realizaron recomendaciones se modificó el producto en su estructura narrativa.

Para la elaboración y selección del estilo narrativo se consultaron referencias audiovisuales con características vivenciales, experienciales como: Expedition Happiness (2017), El otro turismo – Latinoamérica, de Netflix (2018), Los alquileres vacacionales más increíbles del mundo, de Netflix y Comida para Phil, de Netflix (2018).

Con esas referencias se definió la narrativa del proyecto y se adaptó al contexto nacional y local.

El material audiovisual resultante consiste en seis productos audiovisuales con un formato vertical y con una duración estimada de un minuto cada uno. Se terminó definiendo este formato debido a la facilidad que tiene para transmitir mucha información en una corta cantidad de tiempo, para que sea visualizado por la mayor cantidad de personas que poseen un dispositivo móvil.

Las piezas audiovisuales tienen una resolución de mil ochenta píxeles por mil novecientos veinte, cumpliendo con el estándar de alta definición requerido y muestra una tasa de 25 fotogramas por segundo.

En la actualidad la forma de promoción de los servicios y productos que ofrece el museo no deben limitarse a los soportes de promoción tradicional de imprenta como panfletos o volantes, pues todos los anuncios de servicios están migrando a un esquema digital de manera que, promocionándolos a través de cápsulas audiovisuales en las principales plataformas digitales resulte viable por la cantidad de personas a las personas que pueden llegar el anuncio.

La producción de este tipo de productos audiovisuales dependerá de lo que finalmente quiere el cliente. Estos productos se pueden realizar con equipos básicos como un celular y con programas de libre uso si se quiere promocionar de manera más informal. Sin embargo, si lo que se busca es realizar un producto con calidad profesional el presupuesto proyectado ronda alrededor de \$10.678,90; siendo viable o no dependiendo de la economía del cliente y del lugar o producto que se quiera promocionar. El costo estará determinado a conveniencia del cliente.

CAPÍTULO 4

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

El presente proyecto se enfocó en ser una alternativa audiovisual accesible para lugares lejanos con limitaciones económicas, con la finalidad de contribuir a la preservación del material arqueológico de su área y a la difusión de información sobre su identidad.

Dentro de los objetivos específicos que planteaba la documentación, se estableció como primer criterio reconocer el sitio y las principales actividades que ofrece el museo para poder ser promocionadas, actividad que se realizó por haber sido clave para sentar las bases del proyecto.

El siguiente criterio abordaba la creación de una estructura narrativa a través de la documentación experiencial, estrategia que fue implementada como factor diferenciador del proyecto audiovisual y se mostró como una forma más efectiva de documentar las vivencias de los personajes.

El tercer objetivo planteaba la generación de material audiovisual que pueda ser utilizado por el Museo de Salango para incentivar la visita de locales y extranjeros, y efectivamente el resultado final del proyecto audiovisual fue entregado a la administración de la entidad para su posterior distribución en su página oficial de Facebook.

Finalmente, se cumplió con el objetivo general que proponía la creación de audiovisuales a través de herramientas de posproducción digital para la promoción del Museo de Salango.

Con este proyecto se concluye que el audiovisual de nivel aficionado o profesional,

es una herramienta clave dentro de la promoción de servicios debido a que en la actualidad el lenguaje audiovisual tiene un impacto más evidente que los medios tradicionales utilizados con la misma finalidad.

4.2 Recomendaciones

Al realizar productos audiovisuales en zonas costeras o alejadas de la ciudad, se debe tener en consideración factores como: la lejanía, las limitaciones de recursos del lugar y los cambios de clima que puedan afectar la estética del audiovisual. Con respecto al factor de lejanía en concreto, se debe tener en cuenta que las opciones de personas dispuestas a una audición se reducen, incluso si se cubren todos los gastos.

Se recomienda como primer paso definir el estilo narrativo del audiovisual antes de tomar decisiones sobre temas cruciales como la lista de equipos y la audición, ya que ambos aspectos van en función del estilo del audiovisual y si este último cambia, puede ocurrir que las personas que audicionaron inicialmente para un estilo, no estén preparadas para interpretar cualquier rol que se les asigne.

Antes del rodaje, es crucial colocar el equivalente de los márgenes seguros de Premiere Pro en la pantalla LCD de la cámara, de esta manera se evitará que los sujetos u objetos estén fuera de encuadre.

Por otra parte, si se opta por una documentación audiovisual de carácter experiencial en donde se priorice la cámara en mano y los planos secuencia, es aconsejable adquirir equipos de iluminación inalámbricos y ligeros que puedan ser colocados o adheridos en diferentes superficies.

Por último, en la post producción se recomienda como primer paso establecer los márgenes seguros en Premiere Pro para que sujetos y objetos queden correctamente encuadrados. De esta forma, al momento de reproducir el producto final en cualquier dispositivo móvil, no se cortará y todo quedará debidamente alineado.

BIBLIOGRAFÍA

- Bedolis, J. (Director). (2018). *Somebody feeds Phil* [Motion Picture].
- Carceller, R. (2018, Febrero 26). Quién es Phil Rosenthal y por qué conquista el mundo con su nueva serie de Netflix. *La Vanguardia*.
- Farrier, D., Horan, P., Rothbart, C., Hawkes, J., McInstosh, Z., & Hart, I. (Directors). (2018). *Dark Tourist* [Motion Picture].
- Martínez, V., & Asencio, Á. (2021). *Nosotros CIMS* . Retrieved from CIMS : <https://cimsalango.ec/nosotros/>
- Mulier, L., Slabbinck, H., & Vermeir, I. (2021). This Way Up: The Effectiveness of Mobile Vertical Video Marketing . *Journal of Interactive Marketing* , 1-15.
- NETFLIX. (2017). *Expedition Happiness* [Captura de pantalla]. Retrieved from NETFLIX: <https://www.netflix.com/ec/>
- NETFLIX. (2018). *Somebody Feed Phil* [Fotografía]. Retrieved from NETFLIX : <https://www.netflix.com/ec/>
- NETFLIX. (2021). *El otro turismo - Latinoamérica* [Captura de Pantalla]. Retrieved from NETFLIX: <https://www.netflix.com/ec/>
- NETFLIX. (2021). *Los alquileres vacacionales más increíbles del mundo* [Captura de pantalla]. Retrieved from NETFLIX: <https://www.netflix.com/ec/>
- Peabody Museum of Archaeology & Ethnology . (2023). *Collections Overview* . Retrieved from Peabody Museum of Archaeology & Ethnology Harvard University : <https://peabody.harvard.edu/collections-overview>
- Starck, F., & Taibi, S. (Directors). (2017). *Expedition Happiness* [Motion Picture].
- Verschoor, G., & Spjut, W. (Directors). (2021). *The World's Most Amazing Vacation Rentals* [Motion Picture].

APÉNDICES

Presupuesto real Materia Integradora

PRESUPUESTO REAL MATERIA INTEGRADORA				
PRODUCTOR EJECUTIVO:	Ilbis y Rivera			
DIRECTOR	Ilbis y Rivera			
PRODUCTOR DE LÍNEA	Ilbis y Rivera			
Equipo/Insumo	Unidad de medida	Cantidad	Costo Unitario	Total
Luces LEDs pequeñas 1	Unidad	2	\$ 10.00	\$ 20.00
Enchufe	Unidad	2	\$ 0.75	\$ 1.50
Pilas para grabadora	Unidad	6	\$ 1.00	\$ 6.00
Pasaje Guayaquil- Puerto López	Unidad	14	\$ 6.50	\$ 91.00
Pasaje Puerto López - Salango	Unidad	18	\$ 0.50	\$ 9.00
Alimentos	Días	12	\$ 5.00	\$ 60.00
Snacks	Unidad	10	\$ 0.50	\$ 5.00
Cámara Canon	Días	15	\$ 30.00	\$ 450.00
Grabadora Tascam	Días	15	\$ 7.00	\$ 105.00
Trípode	Días	15	\$ 7.00	\$ 105.00
Luces LEDs pequeñas 2	Unidad	1	\$ 60.00	\$ 60.00
Alojamiento	Días	4	\$ 15.00	\$ 60.00
Taxi	Unidad	2	\$ 5.00	\$ 10.00
Paquete de Adobe	Unidad	1	\$ 20.00	\$ 20.00
Total				\$ 1,002.50

Presupuesto real y proyectado.

10		PRESUPUESTOS DE GASTOS DE DESARROLLO		
PRODUCER CO.	DOVLEX Films			
PRODUCTION NUMBER	1			
PRODUCTOR EJECUTIVO:	Ilbis y Rivera		FECHA PRESUPUESTO	
DIRECTOR	Ilbis y Rivera		LOCACIÓN	
PRODUCTOR DE LÍNEA	Ilbis y Rivera		DÍAS	
FECHA SCRIPT	11/18/2022		SEMANAS	7
FECHA PRIMER ANUNCIO	1/3/2023		MESES	
FECHA DE FINALIZACIÓN	1/24/2023		HORAS	40
PRO-CODE	RUBRO	ESTIMADO		
10-100	Personal	\$ 1,487.50		
10-200	Equipamientos	\$ 160.00		
10-300	Gastos de estudio	\$ 19.40		
TOTAL DE PRESUPUESTO		\$ 1,666.90		

Tabla 5. Presupuestos de gastos de Desarrollo.

20		PRESUPUESTOS DE GASTOS DE PREPRODUCCIÓN		
PRODUCER CO.	DOVLEX Films			
PRODUCTION NUMBER	1			
PRODUCTOR EJECUTIVO:	Ilbis y Rivera		FECHA PRESUPUESTO	
DIRECTOR	Ilbis y Rivera		LOCACIÓN	
PRODUCTOR DE LÍNEA	Ilbis y Rivera		DÍAS	
FECHA SCRIPT	11/18/2022		SEMANAS	5
FECHA PRIMER ANUNCIO	1/3/2023		MESES	
FECHA DE FINALIZACIÓN	1/24/2023		HORAS	150
PRO-CODE	RUBRO	ESTIMADO		
20-100	Personal	\$ 1,062.50		
20-200	Equipamientos	\$ 350.00		
20-300	Insumos y Materiales	\$ 285.00		
TOTAL DE PRESUPUESTO		\$ 1,697.50		

Tabla 6. Presupuestos de Gastos de Preproducción.

30		PRESUPUESTOS DE GASTOS DE RODAJE		
PRODUCER CO.	DOVLEX Films			
PRODUCTION NUMBER	1			
PRODUCTOR EJECUTIVO:	Ilbis y Rivera		FECHA PRESUPUESTO	
DIRECTOR	Ilbis y Rivera		LOCACIÓN	
PRODUCTOR DE LÍNEA	Ilbis y Rivera		DÍAS	
FECHA SCRIPT	11/18/2022		SEMANAS	6
FECHA PRIMER ANUNCIO	1/3/2023		MESES	
FECHA DE FINALIZACIÓN	1/24/2023		HORAS	144
PRO-CODE	RUBRO	ESTIMADO		
30-100	Personal	\$ 1,275.00		
30-120	Talentos y gastos	\$ 534.00		
30-200	Equipamientos	\$ 1,056.00		
30-300	Insumos y Materiales	\$ 400.00		
TOTAL DE PRESUPUESTO		\$ 3,265.00		

Tabla 7. Presupuestos de Gastos de Rodaje.

40		PRESUPUESTOS DE GASTOS DE POSTPRODUCCIÓN		
PRODUCER CO.	DOVLEX Films			
PRODUCTION NUMBER	1			
PRODUCTOR EJECUTIVO:	Ilbis y Rivera		FECHA PRESUPUESTO	
DIRECTOR	Ilbis y Rivera		LOCACIÓN	
PRODUCTOR DE LÍNEA	Ilbis y Rivera		DÍAS	
FECHA SCRIPT	11/18/2022		SEMANAS	12
FECHA PRIMER ANUNCIO	1/3/2023		MESES	
FECHA DE FINALIZACIÓN	1/24/2023		HORAS	300
PRO-CODE	RUBRO	ESTIMADO		
40-100	Personal	\$ 2,550.00		
40-200	Equipamientos	\$ 465.00		
40-300	Insumos y Materiales	\$ 822.00		
TOTAL DE PRESUPUESTO		\$ 3,837.00		

Tabla 8. Presupuestos de gastos de postproducción.

50		PRESUPUESTOS DE GASTOS DE DISTRIBUCIÓN			
PRODUCER CO.	DOVLEX Films				
PRODUCTION NUMBER	1				
PRODUCTOR EJECUTIVO:	Ilbis y Rivera			FECHA PRESUPUESTO	
DIRECTOR	Ilbis y Rivera			LOCACIÓN	
PRODUCTOR DE LÍNEA	Ilbis y Rivera			DÍAS	
FECHA SCRIPT	11/18/2022			SEMANAS	1
FECHA PRIMER ANUNCIO	1/3/2023			MESES	
FECHA DE FINALIZACIÓN	1/24/2023			HORAS	20
PRO-CODE	RUBRO	ESTIMADO			
50-100	Personal	\$ 212.50			
TOTAL DE PRESUPUESTO		\$ 212.50			

Tabla 9. Presupuestos de gastos de distribución.

10-100		PRESUPUESTOS DE PERSONAL EJECUTIVO		ETAPA DE DESARROLLO	
PRODUCER CO.	DOVLEX Films				
PRODUCTION NUMBER	1				
PRODUCTOR EJECUTIVO:	Ilbis y Rivera			FECHA PRESUPUESTO	11/24/2022
DIRECTOR	Ilbis y Rivera			LOCACIÓN	
PRODUCTOR DE LÍNEA	Ilbis y Rivera			DÍAS	
FECHA SCRIPT	11/18/2022			SEMANAS	7
FECHA PRIMER ANUNCIO	1/3/2023			MESES	
FECHA DE FINALIZACIÓN	1/24/2023			HORAS	140
CARGO	SUELDO POR SEMANA	SUELDO TOTAL			
Angélica Rivera	\$ 106.25	\$ 743.75			
Gilson Ilbis	\$ 106.25	\$ 743.75			
TOTAL PRESUPUESTO DE PERSONAL		\$ 1,487.50			

Tabla 10. Presupuestos de Personal Ejecutivo.

10-200		PRESUPUESTOS DE EQUIPAMIENTOS			
PRODUCER CO.	DOVLEX Films				
PRODUCTION NUMBER	1				
PRODUCTOR EJECUTIVO:	Ilbis y Rivera			FECHA PRESUPUESTO	11/24/2022
DIRECTOR	Ilbis y Rivera			LOCACIÓN	
PRODUCTOR DE LÍNEA	Ilbis y Rivera			DÍAS	
FECHA SCRIPT	11/18/2022			SEMANAS	7
FECHA PRIMER ANUNCIO	1/3/2023			MESES	
FECHA DE FINALIZACIÓN	1/24/2023			HORAS	140
EQUIPO	UNIDAD DE MEDIDA	FUNCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Software (Final Draft)	Paquete	Ventas	1	\$ 160.00	\$ 160.00
TOTAL					\$ 160.00

Tabla 11. Presupuestos de equipamientos.

10-300		GASTOS DE ESTUDIO			
PRODUCER CO.	DOVLEX Films				
PRODUCTION NUMBER	1				
PRODUCTOR EJECUTIVO:	Ilbis y Rivera			FECHA PRESUPUESTO	11/24/2022
DIRECTOR	Ilbis y Rivera			LOCACIÓN	
PRODUCTOR DE LÍNEA	Ilbis y Rivera			DÍAS	
FECHA SCRIPT	11/18/2022			SEMANAS	7
FECHA PRIMER ANUNCIO	1/3/2023			MESES	
FECHA DE FINALIZACIÓN	1/24/2023			HORAS	140
CARGO/SERVICIO/INSUMO/EQ	UNIDAD DE MEDIDA	FUNCIÓN	CANTIDAD/H	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Agua	Planilla		100	\$ 0.04	\$ 4.00
Energía Eléctrica	Planilla		140	\$ 0.06	\$ 8.40
Internet	Planilla		140	\$ 0.05	\$ 7.00
TOTAL					\$ 19.40

Tabla 12. Gastos de Estudio.

20-300		PRESUPUESTO DE GASTOS DE INSUMOS Y MATERIALES			
PRODUCER CO.	DOVLEX Films				
PRODUCTION NUMBER	1				
PRODUCTOR EJECUTIVO:	Ilbis y Rivera			FECHA PRESUPUESTO	11/24/2022
DIRECTOR	Ilbis y Rivera			LOCACIÓN	
PRODUCTOR DE LÍNEA	Ilbis y Rivera			DÍAS	
FECHA SCRIPT	11/18/2022			SEMANAS	5
FECHA PRIMER ANUNCIO	1/3/2023			MESES	
FECHA DE FINALIZACIÓN	1/24/2023			HORAS	150
CARGO/SERVICIO/INSUMO/EQ	UNIDAD DE MEDIDA	FUNCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Transporte diario/Angélica Rivera	Persona/semana	Prepro	5	\$ 6.00	\$ 30.00
Transporte diario / Gilson Ilbis	Persona/semana	Prepro	5	\$ 12.50	\$ 62.50
Transporte de scouting	Persona/semana	Prepro	1	\$ 12.50	\$ 12.50
Alimentación / Angélica Rivera	Por persona	Almuerzos	25	\$ 3.00	\$ 75.00
Alimentación / Gilson Ilbis	Por persona	Almuerzos	25	\$ 3.00	\$ 75.00
Implementos para casting	Renta/día	Prepro	2	\$ 15.00	\$ 30.00
TOTAL PRESUPUESTO INSUMOS Y MATERIALES					\$ 285.00

Tabla 15. Presupuesto de gastos de insumos y materiales.

30-100		PRESUPUESTO DE GASTOS DE PERSONAL			PRODUCCIÓN	
PRODUCER CO.	DOVLEX Films					
PRODUCTION NUMBER	1					
PRODUCTOR EJECUTIVO:	Ilbis y Rivera			FECHA PRESUPUESTO	11/24/2022	
DIRECTOR	Ilbis y Rivera			LOCACIÓN		
PRODUCTOR DE LÍNEA	Ilbis y Rivera			DÍAS		
FECHA SCRIPT	11/18/2022			SEMANAS	6	
FECHA PRIMER ANUNCIO	1/3/2023			MESES		
FECHA DE FINALIZACIÓN	1/24/2023			HORAS	144	
SERVICIO	UNIDAD DE MEDIDA	FUNCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	
Personal						
Angélica Rivera	Persona/semana	Producción	6	\$ 106.25	\$ 637.50	
Gilson Ilbis	Persona/semana	Producción	6	\$ 106.25	\$ 637.50	
TOTAL PRESUPUESTO TOTAL DE PRODUCCIÓN					\$ 1,275.00	

Tabla 16. Presupuesto de gastos de personal.

30-120		PRESUPUESTO DE TALENTOS Y GASTOS			
PRODUCER CO.	DOVLEX Films				
PRODUCTION NUMBER	1				
PRODUCTOR EJECUTIVO:	Ilbis y Rivera			FECHA PRESUPUESTO	11/24/2022
DIRECTOR	Ilbis y Rivera			LOCACIÓN	
PRODUCTOR DE LÍNEA	Ilbis y Rivera			DÍAS	
FECHA SCRIPT	11/18/2022			SEMANAS	6
FECHA PRIMER ANUNCIO	1/3/2023			MESES	
FECHA DE FINALIZACIÓN	1/24/2023			HORAS	144
CARGO	UNIDAD DE MEDIDA	FUNCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Presentador	Persona/hora		144	\$ 3.50	\$ 504.00
Taxis y transporte	Tanqueada/semanal		6	\$ 5.00	\$ 30.00
TOTAL PRESUPUESTO DE TALENTOS Y GASTOS					\$ 534.00

Tabla 17. Presupuesto de talentos y gastos.

30-200		PRESUPUESTO DE GASTOS DE EQUIPAMIENTOS			
PRODUCER CO.	DOVLEX Films				
PRODUCTION NUMBER	1				
PRODUCTOR EJECUTIVO:	Ilbis y Rivera			FECHA PRESUPUESTO	11/24/2022
DIRECTOR	Ilbis y Rivera			LOCACIÓN	
PRODUCTOR DE LÍNEA	Ilbis y Rivera			DÍAS	
FECHA SCRIPT	11/18/2022			SEMANAS	6
FECHA PRIMER ANUNCIO	1/3/2023			MESES	
FECHA DE FINALIZACIÓN	1/24/2023			HORAS	144
EQUIPOS	UNIDAD DE MEDIDA	FUNCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Cámara CANON 77D	Renta/día	Pro	24	\$ 15.00	\$ 360.00
Lente 50 mm	Renta/día	Pro	24	\$ 7.00	\$ 168.00
Grabadora de audio Tascam DR40	Renta/día	Pro	24	\$ 5.00	\$ 120.00
Luces LED	Renta/día	Pro	24	\$ 5.00	\$ 120.00
Extensiones	Renta/día	Pro	24	\$ 3.00	\$ 72.00
Tripodes	Renta/día	Pro	24	\$ 5.00	\$ 120.00
Montura/grabadora de audio	Renta/día	Pro	24	\$ 3.00	\$ 72.00
Memoria de cámara	Renta/día	Pro	24	\$ 1.00	\$ 24.00
TOTAL PRESUPUESTO DE EQUIPOS					\$ 1,056.00

Tabla 18. Presupuesto de gastos de equipamientos.

30-300		PRESUPUESTO DE GASTOS DE INSUMOS Y MATERIALES			
PRODUCER CO.	DOVLEX Films				
PRODUCTION NUMBER	1				
PRODUCTOR EJECUTIVO:	Ilbis y Rivera			FECHA PRESUPUESTO	11/24/2022
DIRECTOR	Ilbis y Rivera			LOCACIÓN	
PRODUCTOR DE LÍNEA	Ilbis y Rivera			DÍAS	
FECHA SCRIPT	11/18/2022			SEMANAS	6
FECHA PRIMER ANUNCIO	1/3/2023			MESES	
FECHA DE FINALIZACIÓN	1/24/2023			HORAS	144
EQUIPOS	UNIDAD DE MEDIDA	FUNCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Suministros /Servirios Varios					
Transporte/Angélica Rivera	Viaje	Producción	12	\$ 6.25	\$ 75.00
Transporte/Gilson Ilbis	Viaje	Producción	12	\$ 6.25	\$ 75.00
Alimentacion/Angélica Rivera	Persona/día	Producción	24	\$ 5.00	\$ 120.00
Alimentacion/Gilson Ilbis	Persona/día	Producción	24	\$ 5.00	\$ 120.00
Comunicaciones	Mes	Producción	1	\$ 10.00	\$ 10.00
TOTAL					\$ 400.00

Tabla 19. Presupuesto de gastos de insumos y materiales.

40-100		PRESUPUESTO DE PERSONAL DE POSTPRODUCCIÓN			
PRODUCER CO.	DOVLEX Films				
PRODUCTION NUMBER	1				
PRODUCTOR EJECUTIVO:	Ilbis y Rivera			FECHA PRESUPUESTO	11/24/2022
DIRECTOR	Ilbis y Rivera			LOCACIÓN	
PRODUCTOR DE LÍNEA	Ilbis y Rivera			DÍAS	
FECHA SCRIPT	11/18/2022			SEMANAS	12
FECHA PRIMER ANUNCIO	1/3/2023			MESES	
FECHA DE FINALIZACIÓN	1/24/2023			HORAS	300
PERSONAL	UNIDAD DE MEDIDA	FUNCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Angélica Rivera	Persona/semana	Post	12	\$ 106.25	\$ 1,275.00
Gilson Ilbis	Persona/semana	Post	12	\$ 106.25	\$ 1,275.00
TOTAL PRESUPUESTO					\$ 2,550.00

Tabla 20. Presupuesto de personal de postproducción

40-200		PRESUPUESTO DE GASTOS DE EQUIPAMIENTOS			
PRODUCER CO.	DOVLEX Films				
PRODUCTION NUMBER	1				
PRODUCTOR EJECUTIVO:	Ilbis y Rivera			FECHA PRESUPUESTO	11/24/2022
DIRECTOR	Ilbis y Rivera			LOCACIÓN	
PRODUCTOR DE LÍNEA	Ilbis y Rivera			DÍAS	
FECHA SCRIPT	11/18/2022			SEMANAS	12
FECHA PRIMER ANUNCIO	1/3/2023			MESES	
FECHA DE FINALIZACIÓN	1/24/2023			HORAS	300
FECHA DE FINALIZACIÓN	10/26/2022				
EQUIPOS	UNIDAD DE MEDIDA	FUNCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Computadora	Renta/hora	Post	300	\$ 1.00	\$ 300.00
Aplicaciones Creative Cloud	Paquete/mes	Post	3	\$ 55.00	\$ 165.00
TOTAL PRESUPUESTO					\$ 465.00

Tabla 21. Presupuesto de gastos de equipamientos.

40-300		PRESUPUESTO DE GASTOS DE INSUMOS Y MATERIALES			
PRODUCER CO.	Productora A&G				
PRODUCTION NUMBER	1				
PRODUCTOR EJECUTIVO:	Ilbis y Rivera			FECHA PRESUPUESTO	11/24/2022
DIRECTOR	Ilbis y Rivera			LOCACIÓN	
PRODUCTOR DE LÍNEA	Ilbis y Rivera			DÍAS	
FECHA SCRIPT	11/18/2022			SEMANAS	12
FECHA PRIMER ANUNCIO	1/3/2023			MESES	
FECHA DE FINALIZACIÓN	1/24/2023			HORAS	300
CARGO/SERVICIO/INSUMO/EQ	UNIDAD DE MEDIDA	FUNCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Transporte diario/Angélica Rivera	Persona/semana	Post	12	\$ 6.00	\$ 72.00
Transporte diario / Gilson Ilbis	Persona/semana	Post	12	\$ 12.50	\$ 150.00
Alimentacion/Angélica Rivera	Persona/día	Post	60	\$ 5.00	\$ 300.00
Alimentacion/Gilson Ilbis	Persona/día	Post	60	\$ 5.00	\$ 300.00
TOTAL PRESUPUESTO INSUMOS Y MATERIALES					\$ 822.00

Tabla 22. Presupuesto de gastos de insumos y materiales.

50-100		PRESUPUESTO DE PERSONAL			DISTRIBUCIÓN	
PRODUCER CO.	Productora A&G					
PRODUCTION NUMBER		1				
PRODUCTOR EJECUTIVO:	Ilbis y Rivera			FECHA PRESUPUESTO		11/24/2022
DIRECTOR	Ilbis y Rivera			LOCACIÓN		
PRODUCTOR DE LÍNEA	Ilbis y Rivera			DÍAS		
FECHA SCRIPT		11/18/2022		SEMANAS		1
FECHA PRIMER ANUNCIO		1/3/2023		MESES		
FECHA DE FINALIZACIÓN		1/24/2023		HORAS		20
PERSONAL	UNIDAD DE MEDIDA	FUNCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	
Angélica Rivera	Semana	Pitch/Entrega al museo	1	\$ 106.25	\$ 106.25	
Gilson Ilbis	Semana	Pitch/Entrega al museo	1	\$ 106.25	\$ 106.25	
TOTAL PRESUPUESTO					\$ 212.50	

Tabla 23. Presupuestos del personal

Evidencias del proyecto

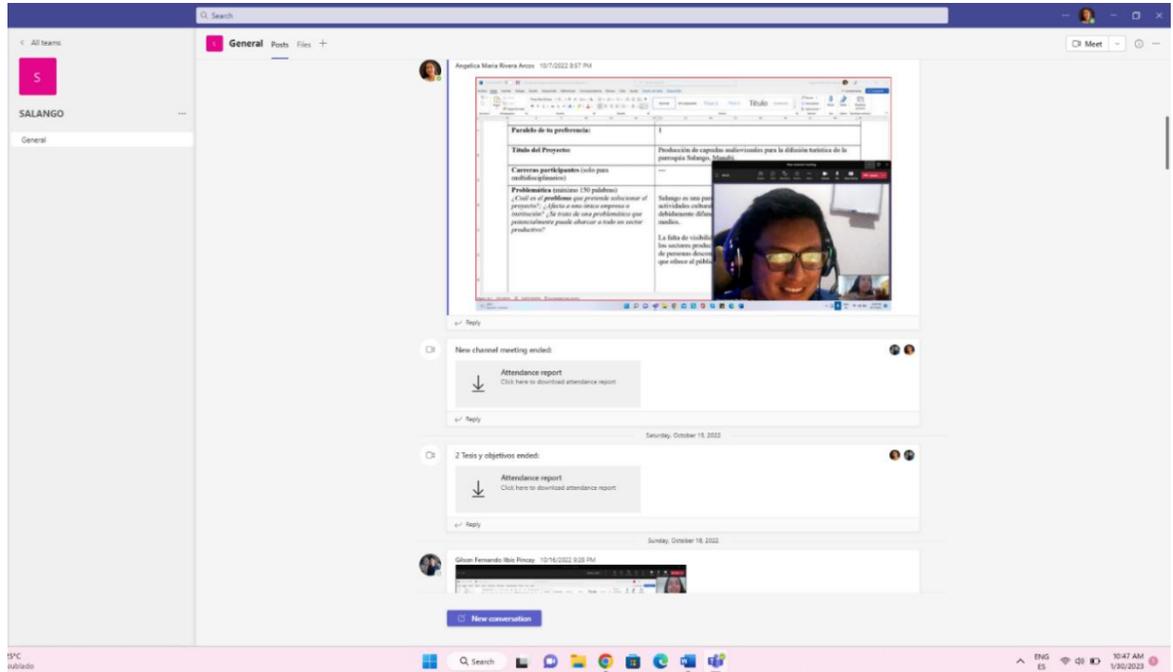


Ilustración 1. Creación de un Canal en Teams exclusivo para proyecto SALANGO.

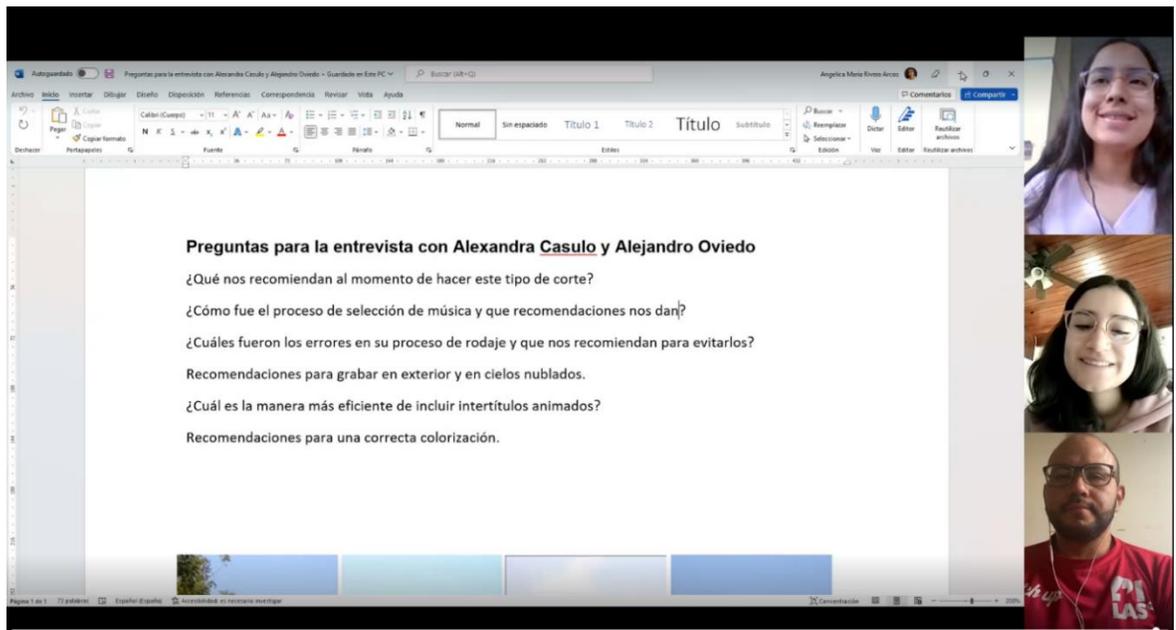


Ilustración 2. Reunión con los creadores del Proyecto Integrador sobre la Comuna Libertador Bolívar

SALANGO 02/12/2022

INFORMACION REQUERIDA POR LOS ESTUDIANTES GILSON ILBIS Y ANGELICA RIVERA

EN LA ACTUALIDAD EN EL CIMS LABORA EL SIGUIENTE PERSONAL

PERSONAL	INCENTIVO X MES
1 ADMINISTRADORA-CONTADORA	500.00
1 RECEPCIONISTA	150
1 CONSERJE	150
1 -GUARDIAN	150
2 LAVANDERAS Y DE LIMPIEZA DE CABAÑAS	300
TOTAL	1.100

ESTAS PERSONAS EN LA ACTUALIDAD SON COLABORADORES QUE PERCIBEN INCENTIVOS DE ACUERDO A LOS INGRESOS QUE GENERA EL CIMS POR VISITAS AL MUSEO Y HOSPEDAJE.

PAGO SERVICIOS BASICOS POR MES

SERVICIOS BASICOS	PAGO MENSUAL
AGUA	30.00
LUZ	70.00
INTERNET	35.00
TELEFONO	30.00
TOTAL SERVICIOS BASICOS	170.00

EL PERSONAL QUE SE REQUIERE PARA SU CORRECTO FUNCIONAMIENTO ES :

PERSONAL O COLABORADORES DEL CIMS
UNA ADMINISTRADOR/A-CONTADOR
2 RECEPCIONISTA
1 GUIA LOCAL
2 GUARDIANES
DOS LAVANDERA Y PERSONAL DE LIMPIEZA
2 GUIAS
UN CONSERJE
TOTAL

Ilustración 3. Fondos y personal necesario para el funcionamiento del Museo de Salango.



Ilustración 4. Minga de limpieza en los alrededores del Museo de Salango.



Ilustración 5. Reunión con la Administradora del Museo de Salango.



Ilustración 6. Resultado de la minga en los alrededores del Museo de Salango.



Ilustración 7. Asistencia de Iluminación para la documentación audiovisual de piezas arqueológicas.



Ilustración 8. Pruebas de Iluminación para carteles de la Casa Hacienda La Tropical.

Rúbrica de evaluación de proyectos - 5 Min Pitch ESPOL

Criterios de evaluación - Revisada VRA

Descripción e importancia del problema a resolver.
Se entiende de forma clara el problema o necesidad
Expresa la importancia de resolver el problema o necesidad para el cliente, usuario o audiencia mediante la identificación de factores críticos o relevante sobre la problemática o necesidad.
Habilidad de comunicación hacia audiencia no especialista.
El lenguaje utilizado es claro y apropiado para cualquier audiencia (jurado).
La descripción de la secuencia del proyecto es ordenada y se evidencia dominio del tema.
La exposición del proyecto resulta amena y llamativa para la audiencia (jurado).
Justificación clara de los resultados y conclusiones.
Se entiende claramente que la propuesta de valor responde a una necesidad de un segmento de cliente, usuario o audiencia claramente definida y su factibilidad es posible de implementar (técnico, operativo o financiero).
La propuesta tiene una ventaja competitiva clara con respecto a otras propuestas existentes nacionales o internacionales.
Creatividad en la presentación e interacción con la audiencia.
La exposición mantiene el interés de la audiencia (Jurado) durante toda la presentación.
El cierre de la exposición posiciona al proyecto en la mente de las personas (Jurado).
Preguntas del Jurado* (Una sola pregunta por proyecto)

* Estos criterios sólo se aplican en la final.

Ilustración 9. Reunión con profesional del Centro de Escritura para revisión y corrección del PITCH.

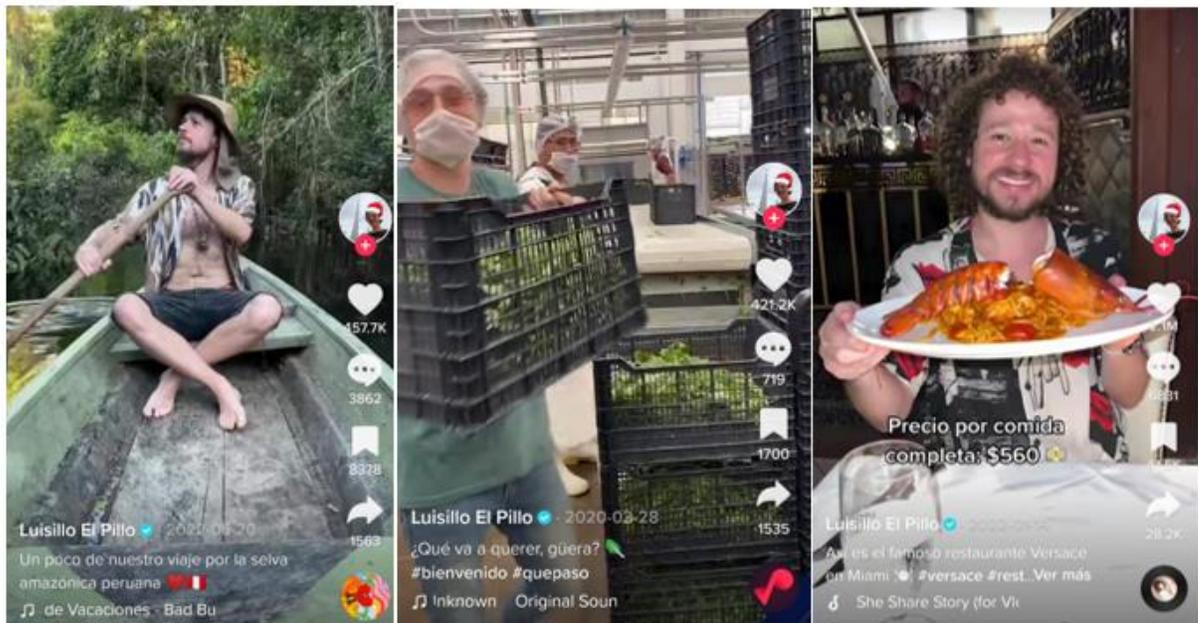


Ilustración 11. Luisito Comunica como referencia narrativa y audiovisual del proyecto.



Ilustración 10. Yachana Foundation como referencia narrativa y audiovisual del proyecto.