



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**

**TRABAJO DE TITULACIÓN DE GRADO PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIATURA EN
COMUNICACIÓN SOCIAL**

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**TEMA: “NIVEL DE COMPETENCIA AUDIOVISUAL EN EL
RECURSO HUMANO DE LAS PRODUCTORAS MILAGREÑAS Y
SU INFLUENCIA EN SU CALIDAD”**

Autor: BRIGITTE JACQUELINE PARRA OREJUELA

Tutor: LIC. PAOLA VELASCO DONOSO, MSC.

**Milagro, Diciembre 2018
ECUADOR**

DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.

Fabrizio Guevara Viejó, PhD.

RECTOR

Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Yo, **BRIGITTE JACQUELINE PARRA OREJUELA** en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales de la alternativa de Titulación – Emprendimiento, modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Emprendimiento realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Grado, como aporte a la Línea de Investigación **SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN: GESTIÓN, MEDIOS Y TECNOLOGÍA** de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedo a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de este Proyecto de Investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Milagro, a los 17 días del mes de diciembre de 2018



Brigitte Jacqueline Parra Orejuela
CI: 0940747967

APROBACIÓN DEL TUTOR DE LA INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL

Yo, **ANDREA PAOLA VELASCO DONOSO** en mi calidad de tutor del Proyecto de Investigación, elaborado por el estudiante **BRIGITTE JACQUELINE PARRA OREJUELA**, cuyo tema de trabajo de Titulación es **NIVEL DE COMPETENCIA AUDIOVISUAL EN EL RECURSO HUMANO DE LAS PRODUCTORAS MILAGREÑAS Y SU CALIDAD**, que aporta a la Línea de Investigación **SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN: GESTIÓN, MEDIOS Y TECNOLOGÍA** previo a la obtención del Grado **LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**; trabajo de titulación que consiste en una propuesta innovadora que contiene, como mínimo, una investigación exploratoria y diagnóstica, base conceptual, conclusiones y fuentes de consulta, considero que el mismo reúne los requisitos y méritos necesarios para ser sometido a la evaluación por parte del tribunal calificador que se designe, por lo que lo **APRUEBO**, a fin de que el trabajo sea habilitado para continuar con el proceso de titulación de la alternativa de Emprendimiento de la Universidad Estatal de Milagro.

En la ciudad de Milagro, a los 17 días del mes de diciembre de 2018.



Lic. Andrea Paola Velasco Donoso, Msc.
C.I.: 0911464931

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por: Lic. Andrea Paola Velasco Donoso, Msc. (Presidenta), Lic. Franklin Gregorio Macías Arroyo, Msc. (Secretario) y Lic. Jefferson Estuardo Mendoza Carrera, Msc. (Integrante)

Luego de realizar la revisión del Proyecto de investigación, previo a la obtención del título (o grado académico) de **LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL** presentado por el /la señor (a/ita) **BRIGITTE JACQUELINE PARRA OREJUELA**

Con el tema de trabajo de Titulación: **NIVEL DE COMPETENCIA AUDIOVISUAL EN EL RECURSO HUMANO DE LAS PRODUCTORAS MILAGREÑAS Y SU CALIDAD.**

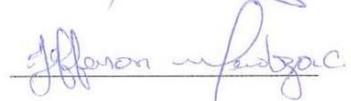
Otorga al presente Proyecto de Investigación, las siguientes calificaciones:

Estructura	[78]
Defensa oral	[20]
Total	[98]

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado) APROBADO

Fecha: 17 de diciembre de 2018.

Para constancia de lo actuado firman:

	Nombres y Apellidos	Firma
Presidente	Lic. Paola Velasco Donoso, Msc.	
Secretario/a	Lic. Franklin Gregorio Macías Arroyo, Msc.	
Integrante	Lic. Jefferson Estuardo Mendoza Carrera, Msc.	

DEDICATORIA

Primero a Dios por permitirme llegar hasta este punto y por haberme dado salud para cumplir con mis objetivos.

A mis padres y hermano por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, valores y motivación constante, que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada por su amor.

A mi hijo y esposo por ser el pilar fundamental de mi vida, y a todos aquellos que participaron de forma directa o indirectamente para la elaboración de esta tesis.

AGRADECIMIENTO

A mi tutora Lic. Paola Velasco Donoso, Msc. por la paciencia y la dedicación en este proceso.

Al Señor Juan José Vargas, propietario de TATOSTUDIO por la ayuda brindada para la realización de este trabajo de investigación.

A Lcdo. Dalton Zúñiga y Lcdo. Christian León, socios y propietarios de 60 SEGUNDOS por ayudar con la entrevista para el trabajo de investigación.

ÍNDICE GENERAL

DERECHOS DE AUTOR.....	II
APROBACIÓN DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	III
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR.....	IV
DEDICATORIA	V
AGRADECIMIENTO.....	VI
RESUMEN	9
ABSTRACT.....	10
INTRODUCCIÓN	11
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	13
OBJETIVOS	14
Objetivo general.....	23
Objetivos específicos.....	23
MARCO TEÓRICO.....	14
COMPETENCIA AUDIOVISUAL	14
COMPETENCIA MEDIÁTICA	14
COMUNICACIÓN MEDIÁTICA	15
ALFABETIZACIÓN DIGITAL.....	15
LA COMPETENCIA MEDIÁTICA RELACIONADA CON LAS TICS Y LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL.....	16
EDUCACIÓN MEDIÁTICA	16
PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL.....	17
EQUIPO DE PRODUCCIÓN	17
ELABORACIÓN DE GUION DE PRODUCCIÓN.....	19
SINOPSIS	20
HERRAMIENTAS ANTES DE LA GRABACIÓN	20
RÚBRICA A EVALUAR LA CALIDAD AUDIOVISUAL	20
DESARROLLO DEL TEMA	25

RESUMEN ENTREVISTA A PROFUNDIDAD DE LAS 2 PRODUCTORAS	
AUDIOVISUALES MILAGREÑAS	25
TATOSTUDIO:	25
60 SEGUNDOS	26
DESCRIPCIÓN DE LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL DE LAS PRODUCTORAS	
MILAGREÑAS	27
VIDEO DE TATOSTUDIO	27
VIDEO DE 60 SEGUNDOS	28
RESULTADOS DE LA APLICACIÓN DE RÚBRICA EN LOS PRODUCTOS	
AUDIOVISUALES.....	29
TABLA COMPARATIVA DE LOS INDICADORES DE EVALUACIÓN	31
CONCLUSIÓN	32
ANEXOS	33
ANEXO 1.....	33
Referencias.....	34

“NIVEL DE COMPETENCIA AUDIOVISUAL EN EL RECURSO HUMANO DE LAS PRODUCTORAS MILAGREÑAS EN SU CALIDAD”

RESUMEN

En este trabajo para la medición del nivel de competencia audiovisual de las productoras milagreñas y su influencia en la calidad de sus productos, se concluyó que las 2 únicas productoras del Cantón están abasteciendo el mercado con producciones audiovisuales de muy buena calidad aunque ellos sean empíricos, no tienen título y no han realizado cursos de producción audiovisual, han sabido utilizar muy bien las tecnologías de la información y comunicación manejándolas con la comunicación mediática, competencia audiovisual y no dejando a un lado la alfabetización digital, con las cuales han sabido manejar los mensajes que ellos deseaban transmitir, llegando a la comunidad de manera clara y concisa.

TatoStudio y 60 Segundos pese a tener competencias ellos se han ayudado mutuamente en la forma de cómo usar las herramientas necesarias, con los equipos fotográficos y de video adecuados, incluso manejan un target similar y los precios también, para que el mercado de Milagro en lo que es producción audiovisual no resulte afectado. La calidad audiovisual de cada uno es diferente y ambos tienen distintas percepciones, pero claramente tienen el sentido común de cómo llegar a la persona para que vea la producción realizada una y otra vez, y también querer una similar.

Palabras Claves: TatoStudio, 60 Segundos, Produccion Audiovisual, Competencia audiovisual.

ABSTRACT

In this work to measure the level of audiovisual competence of the producers of the state of Miracle and their influence on the quality of their products, it was concluded that the only two producers in the Canton are supplying the market with audiovisual productions of very good quality, even though they are empirical, they do not have a degree and have not taken audiovisual production courses, they have known how to use information and communication technologies very well, managing them with media communication, audiovisual competence and not leaving aside digital literacy, with which they have managed to handle messages that they wanted to transmit, reaching the community in a clear and concise way.

TatoStudio and 60 Seconds in spite of having competences they have helped each other in the form of how to help themselves with the necessary tools, with the adequate photographic and video equipment, they even manage a similar target and the prices also, so that the market of Milagro in what is audiovisual production is not affected. The audiovisual quality of each one is different and both have different perceptions, but clearly have the common sense of how to get the person to see the production done over and over again, and also want a similar one.

Key Words: TatoStudio, 60 Seconds, Audiovisual Production, Audiovisual Competition.

INTRODUCCIÓN

La naturaleza propia del ser humano a través de los años lo ha obligado sin lugar a duda a buscar vías por las cuales puedan comunicarse entre sí, partiendo desde la prehistoria a través del lenguaje de señas hasta el día de hoy donde con tan solo un “emoticon” el ser humano puede transmitir una idea, un sentimiento, un estado. Es esta necesidad de contar cosas, sentimientos, estados lo que ha hecho que en los últimos 50 años las producciones audiovisuales hayan tenido un realce inimaginable a través de grabaciones con cámaras de video, móviles, fotografías digitales (Lara & Piñeiro, 2017). En lo que respecta a producción audiovisual se refiere al proceso general de creación de una obra audiovisual, es decir, toda creación que empieza como una idea y termina en un producto (Ortiz M. J., Febrero, 2018).

En los últimos años se ha venido desarrollando la competencia mediática es decir el producto del avance de las nuevas tecnologías en lo que se refiere a la información y comunicación. La producción audiovisual es el resultado de necesidades comerciales, de entretenimiento, cultural o artístico (Ortiz M. J., Febrero, 2018).

Los centros educativos deben preparar a los estudiantes para la competencia mediática, los cuales les facilitara poder integrar la educación con los medios, donde pueden promover la responsabilidad social, el análisis crítico y el aprovechamiento de los medios de comunicación con los que hoy en día contamos.

En Francia se fundó la firma Pathé Frères, cuyo fundador, Charles Pathé se convirtió en el primer productor audiovisual, éste creo un sistema donde podía distribuir películas para alquiler, concretó filiales en diferentes países y agrupo sus propias producciones con otros productores independientes junto a los cuales pudo distribuir sus producciones.

En el Ecuador desde el año 2016 se viene realizando prácticas de capacitación en el área de lenguaje audiovisual; se está capacitando a los estudiantes y docentes para las competencias de la comunicación audiovisual y digital en colegios públicos y privados. Además que hoy en día la edición de video y fotografías son herramientas básicas para los adolescentes. En Zamora se realizó un estudio a profesores sobre el uso de herramientas básicas para edición donde dio como resultado que los docentes carecen de conocimientos tecnológicos digitales para complementar la enseñanza en el aula (López, 2017).

Hace 10 años en la ciudad de Guayaquil se encontraban “productoras audiovisuales” las cuales se encontraban sin ser registradas y estas tenían un mejor acceso con la comunidad debido que el costo era menor a las productoras audiovisuales ya consolidadas.

En Milagro recién está empezando con el “boom” de las “productoras audiovisuales” las cuales han empezado de forma empírica y cuentan con 2 productoras que son: TatoStudio y 60 segundos las cuales llevan alrededor de 2 años y 5 meses respectivamente en el Cantón.

A lo largo de este trabajo se detallara la calidad de la competencia audiovisual investigando las 2 únicas productoras que existen hasta el momento.

CAPÍTULO 1

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la provincia del Guayas, cantón Milagro existen dos productoras audiovisuales que brindan servicio a la ciudadanía milagreña, estas productoras son: Tatostudio y 60 Segundos, ambas tienen su propio estilo de trabajar, dando un realce a su labor profesional para de una u otra manera llegar a la comunidad milagreña.

Si bien es cierto, hasta el año 2014 en el Ecuador existían 162 Productoras Audiovisuales, la mayor parte de ellas se encontraban en las ciudades más grandes como lo son Quito y Guayaquil, el resto de Productoras se repartían alrededor de otras provincias (López, 2017).

Antes solo las marcas grandes podían realizar comerciales y fotografías, ahora todo emprendimiento por muy pequeño que sea, necesita uno para darse a conocer.

Hay una gran demanda en productoras audiovisuales, porque las personas quieren retratar sus momentos más especiales, o porque se viraliza ciertas imágenes o producciones que llaman la atención a la audiencia para que ellos también quieran hacerlas.

El cuestionamiento principal de este estudio es la relación de la carrera estudiada por los dueños de las productoras audiovisuales mencionadas (TatoEstudio con su fundador Juan José Vargas quien estudia Marketing y 60 segundos con Dalton Zúñiga quien es Licenciado en Comunicación Social junto con su socio Christian León que es Diseñador Gráfico), si influyen en la calidad de producto audiovisual, resultados que aportarán al debate en relación a la ausencia de producción audiovisual en el país y su influencia en la competencia mediática de los ciudadanos.

CAPÍTULO 2

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

COMPETENCIA AUDIOVISUAL

El concepto de “competencia” está asociado al mundo laboral pero que poco a poco se ha ido integrando en el mundo académico. El término “audiovisual” es la integración entre lo auditivo y lo visual, para producir un buen lenguaje. (Wark)

Dado que el tema central de este análisis es la Competencia Audiovisual relataremos el concepto que según la definición acordada por la comisión Europea y expertos en la educación mediática, es la habilidad de acceder a los medios, entender y evaluar de forma crítica diferentes aspectos de los medios y del contenido mediático. Así como crear mensajes comunicativos con una variedad de contextos (Lazo, 2013).

La orientación educativa basada en competencia es interesante por los elementos que la constituyen de la manera de plantearse, afrontar y solucionar problemas que se enfrenta la educación algo que hoy está presente. (Perez & Delgado, 2012)

En EEUU fue la primera vez que se usó el término “audiovisual” en los años treinta con la aparición del cine sonoro. Sin embargo, es en Francia en los años cincuenta cuando este término es usado para referirse a técnicas de difusión simultánea. (Wark)

COMPETENCIA MEDIÁTICA

La competencia mediática es el resumen del avance de las nuevas tecnologías (TIC), las cuales son el conjunto de tecnologías que permiten el acceso, producción y comunicación e la información en diferentes códigos como texto, imagen, etc.* Lo que más representa a las nuevas tecnologías es el Internet, este procede de las palabras en inglés: *interconnected Networks*, que significa “Redes interconectadas”; internet es una red global donde se pueden dar citas millones de personas alrededor del mundo y por la cual puede darse a conocer una

marca, una imagen, un video, documental, etc. (Marin Gutuierrez, Rivera Rogel, & Celly Alvarado, 2014).

El lenguaje de la imagen, ya sea esta fija en movimiento hace una competencia en la ciudadanía, para que después esta no se pueda manipular. El consumo de contenidos mediáticos no es suficiente para el alcance de contenido audiovisual; convertir la imagen para una reflexión crítica, lleva a la capacidad de comprender y sobretodo establecer relaciones donde se vea la realidad del mundo de afuera y la pantalla. (Aguaded, 2012)

COMUNICACIÓN MEDIÁTICA

La comunicación mediática es poseer habilidades para poder comunicarnos a través de un medio de comunicación. La sociedad en la que se produce reclama una alfabetización mediática que permita a la comunidad poder consumir algo agradable, saludable, creativo e inteligente para así poder emitir mensajes claros. (Marin Gutuierrez, Rivera Rogel, & Celly Alvarado, 2014).

ALFABETIZACIÓN DIGITAL

La alfabetización digital y mediática describe cualitativamente los aspectos más relevantes, considerando una serie de cuestiones como: a que destinatarios se dirige, la conceptualización que se utiliza (alfabetización mediática), propuestas, objetivos y actividades que se desarrollan completamente con la competencia mediática. (Perez & Delgado, 2012)

Se espera que la alfabetización mediática no solo incluya como funciona una cámara, como escribir libretos, como utilizar una información; sino que también sepan decodificar los mensajes. (Salcedo, 2009)

LA COMPETENCIA MEDIÁTICA RELACIONADA CON LAS TICS Y LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL.

La competencia mediática se vuelve una parte responsable del uso de las nuevas tecnologías por parte de las personas, las Tics se han implementado para mejorar el aprendizaje de los avances tecnológicos en los centros educativos. La revolución tecnológica y digital en las tecnologías comunicativas ha logrado que sea parte importante para mejorar la vida de los ciudadanos, en el sentido de dotarlos de información acerca de cómo usar las herramientas y convivir de una manera positiva con ellas. Por eso se han realizado estudios para poder incluir información mediante el ámbito educativo con las Tics; para que tengan un uso crítico y no se queden en la brecha digital que los puede llevar al riesgo de la exclusión. (García-Ruiz, González, & Aguaded, 2014)

Ante la presencia masiva de medios, los ciudadanos han contado con poca experiencia formativa para el desarrollo de lenguaje audiovisual y mediático; aun los centros educativos no han fomentado el incremento de las Tics para generar en la ciudadanía una crítica fuerte sobre material audiovisual. (Aguaded, 2012)

Las Tics se las utiliza para generar información, otras de sus funciones es: gestionar, procesar y presentar abundante información, haciéndola útil para poder generar producciones creativas. (Tejada Molina & Bermejo Hernández, 2014)

Uso adecuado de las Tics en la competencia mediática:

- Uso adecuado de los programas
- Uso adecuado de los recursos

EDUCACIÓN MEDIÁTICA

En los años veinte se crearon las más grandes empresas cinematográficas como la Warner Brothers, Century Fox etc., e impusieron el tema de producción. Estas compañías estaban con los papeles en regla para la realización de producción de películas, a finales del siglo XX este sistema empezó a decaer porque las compañías compraban a otras productoras películas. Lo único que no ha cambiado de la producción es el Sistema de estructura y su planificación. (Wark)

A pesar de que en la actualidad recién se está empezando a incorporar la educación mediática en la etapa de colegio y universidad, esta se considera hoy en día parte fundamental para el desarrollo de la sociedad, más aun en la etapa infantil y adolescente que es cuando impacta la percepción audiovisual. (Aguaded, 2012).

PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

La producción audiovisual es el arte de crear un producto para medios audiovisuales. Existen varios tipos de producción como: Producción para televisión, Producción para transmisiones en directo, para spots publicitarios o para noticias etc, con un fin común de que la Producción Audiovisual es indispensable, acotando también que su implementación es dinámica, progresiva tal manera que incrementa el valor del trabajo del equipo que lo conforman. (Ortiz M. J., Febrero, 2018)

EQUIPO DE PRODUCCIÓN

A lo largo de la revisión bibliográfica se ha encontrado que parte importante del equipo de la producción audiovisual es el productor y el productor ejecutivo los cuales llevan un papel diferente cada uno. El Productor es el que lleva la idea, donde y cuando realizarse, mientras que el Productor Ejecutivo se encarga de la financiación del proyecto. También pueden estar varias personas frente al proyecto si el presupuesto de éste es más elevado.

-Equipo de producción:

- Productor General: Responsable de todo el equipo
- Productor Ejecutivo: Es quien se encarga de la financiación del proyecto, puede ser una empresa o persona.
- Productor: Es el máximo responsable de la organización técnica y de la administración del dinero.
- Coproductor: Ejecutivo que se asocian a otras empresas para la producción del proyecto.
- Productor Asociado: Empresa o persona que invierte en el proyecto con el fin de obtener ganancia. Esta persona o empresa no interviene en el proceso de producción.

- **Director de Producción:** Es el delegado del Productor Ejecutivo, puede asumir la gestión administrativa.
- **Jefe Producción:** Encargado de la etapa de rodaje
- **Ayudante de Producción:** se encarga de mantener contacto con todo el equipo y poder ayudar con alguna necesidad en cualquier departamento de producción.
- **Secretario de Producción:** Se encarga de labores burocráticas.
- **Auxiliares de Producción:** Están encargados de proveer necesidades urgentes que se manifiesten durante la grabación.
- **Secretario de Administración:** Ejecuta labores de administración y de contabilidad.
- **Contable:** Se encarga de pagar a los proveedores y al personal.
- **Asistente de grabación en exteriores:** Son personas que se contratan por su conocimiento sobre el entorno en donde se va a grabar, si surge alguna emergencia en la localidad ellos ayudaran a resolver.

Lo que se necesita para poder ser un Productor Audiovisual es que sea responsable al momento de grabar una pieza comunicativa, ésta puede ser en directo o grabado; el trabajo de un productor audiovisual empieza con un guion, el cual debe tener listo para su promoción, transmisión y su comercialización. El productor audiovisual debe saber tomar buenas decisiones para poder realizar un trabajo eficiente. (Manual del Productor Audiovisual, 2013).

Las producciones pasan por tres fases que son: Pre Producción, Producción y Post Producción.

- **PRE PRODUCCIÓN:** Fase en donde se realizan todos los preparativos , desde que nace la idea hasta que empieza la grabación del rodaje en la cual se realizan las siguientes actividades:

1. Revisión del guión
2. Selección de los lugares en donde se realizará la grabación
3. Contratación del equipo que estará en la grabación, como los técnicos, producción etc.

4. Finaliza con un plan de trabajo ajustable para ver lo que día a día tendrán que realizar.

El plan de trabajo es muy importante porque sirve de guía para saber los costos de la Producción, éste indica el orden de las secuencias es decir el guion. Comúnmente en los rodajes no se dan tal y cual el libreto por lo que el personal puede utilizarlo de la manera más factible y conveniente.

- **PRODUCCIÓN:** Donde empieza el rodaje de la producción y se pone en práctica todas las ideas antes plasmadas, se integra la parte del montaje, sonorización y los acabados finales. También intervienen la búsqueda de la financiación, obtención de localizaciones y permisos; se incorpora el equipo de producción artística y decoración.

- **POSTPRODUCCIÓN:** Es la fase donde se toma el material grabado que servirán para edición y montaje. Comprende los procesos de finalización del proyecto para la obtención del producto final. (Ortiz M. J., Febrero, 2018)

ELABORACIÓN DE GUIÓN DE PRODUCCIÓN

GUIÓN: es la forma escrita del proyecto audiovisual, es decir que a través del guión va a salir lo que después se verá en la pantalla.

Existen dos tipos de guiones que son:

- Guión Literario: Describe todo lo que se escuchara en el video, cada escena, detalla cada acción de los personajes, se describe brevemente lo que sucede en el entorno. El guion literario debe estar bien redactado para que la persona que lo lea visualice la película: como es la actuación de los personajes, como es el dialogo entre ellos, si la escena se realiza en el día o la noche, la vestimenta, es decir especifica todos los pormenores de la producción. Luego de esto se pasa a la elaboración del guion técnico.

- Guión Técnico: Es un guión elaborado por el director o por quien realiza el video después de analizar el guion literario. En el guion técnico se puede suprimir e incorporar acciones o diálogos. Lo que más se ve en este guion son los detalles de las escenas y los planos a realizarse, donde se incorpora las

especificaciones técnicas: encuadre, posición de la cámara, sonido, playback, iluminación, efectos especiales, etc.

El guión técnico de ficción suele realizar un story-board que es dibujar en cada plano lo que han escrito en el guion técnico.

Algo muy importante en esta primera etapa es decir las locaciones si son en un ambiente natural o decorado, si es de día o es de noche.

Esta etapa de la elaboración de los guiones es la de preproducción, una vez terminado como se quiere grabar, los detalles que se han tomado termina esta primera etapa. (Castillo, 2009)

SINOPSIS

La mayoría de veces es de 400 palabras y no es otra cosa que el resumen del proyecto audiovisual a grabar, el equipo de producción con esta sinopsis ya tiene una pequeña idea de cómo realizar la producción. (Brodwell, Thompson, & Staiger, 2002)

HERRAMIENTAS ANTES DE LA GRABACIÓN

- El Desglose: esto permite elaborar un conjunto de ideas para detallar los elementos necesarios para la grabación, se utiliza más en producciones de ficción; detalla las necesidades para llevar a cabo el guion y luego a un plan de trabajo.
- Plan de Trabajo: organiza y planifica la fase de rodaje y comúnmente lo realiza el productor, donde se pretende visualizar de forma rápida los aspectos concretos de cada uno. Aquí se especifica los miembros del equipo, los días de rodaje, los planos, las escenas o secuencias por día, la aparición de algún actor etc.
- El Presupuesto: tiene como objetivo evaluar el costo total de la producción que se va a realizar.

RÚBRICA A EVALUAR LA CALIDAD AUDIOVISUAL

Se definen las variables de evaluación de la calidad audiovisual desde una rúbrica presentada por la Secretaría de Educación de Perú que contiene los siguientes criterios de evaluación

CALIDAD DE AUDIO: se analiza la calidad de audio original al sonido adquirido, que según con esta comparación se analiza la señal a ruido del audio.

SONIDOS AMBIENTALES: Son los sonidos poco agradables que pueden ser dañinos para cualquier producción.

MUSICALIZACIÓN: Es la combinación de ritmo, melodía y armonía de manera agradable para los oídos.

CALIDAD DE IMAGEN: Usualmente se denomina por la resolución y por el equilibrio de colores, influye mucho lo que son los megapíxeles de la imagen aunque no por más megapíxeles que tenga la imagen será la mejor.

FPS: Significa fotogramas por segundo o también llamados cuadros por segundo; si hay menos de 60 fotogramas pasaran las imágenes más lentas si es mayor a 60 fotogramas las imágenes se moverán mucho más rápido.

CLARIDAD DEL MENSAJE: Se da a entender lo que quieren transmitir a través de la imagen audiovisual, aunque muchas veces no puede llegar de manera clara al público. Muchas veces el mensaje no será emitido verbalmente sino con expresiones lingüísticas.

DESARROLLO DE COMPETENCIAS GENÉRICAS: Actitudes, destrezas o habilidades en cualquier rama profesional. Apuntan a la movilización de recursos profesionales como habilidades y conocimientos más recursos de ambiente.

LENGUAJE AUDIOVISUAL: Puede ser una imagen estática o en movimiento con o sin sonido, el fin del lenguaje audiovisual es transmitir sensaciones o ideas para que las personas puedan percibirlos y comprenderlos de la mejor manera, aunque algunas veces las personas no captan el mensaje, eso quiere decir que el mensaje está mal estructurado.

PRESENCIA DE PLANOS: Cuando hablamos de planos nos referimos a la relación de la cámara y la figura humana u objeto.

Tipos de planos:

Plano y contra plano: Termina una imagen y sigue en secuencia

Plano Panorámico o Gran plano General: muestra un gran escenario, es decir que el sujeto queda diluido en el fondo, se destaca mucho la soledad o cuando se quiere dar a entender el hombre indefenso contra la naturaleza.

Plano General: Se muestra al sujeto de cuerpo entero y el medio que los rodea resalta mucho más.

Plano de Conjunto: Permite a dos personajes en relación dentro de un marco.

Plano Entero: Muestra al sujeto de pies a cabeza.

Plano Americano: También denominado plano $\frac{3}{4}$ o plano vaquero se enfoca al personaje hasta las rodillas donde se enfoca la acción con las manos como en una película de vaqueros.

Plano Medio: Cuerpo entero hasta la cintura

Plano Medio Corto: Capta el cuerpo desde la cabeza hasta la mitad del pecho.

Primer Plano: Si es una persona lo enfocaría desde la cabeza hasta los hombros, sirve para mostrar cierta intimidad del personaje.

Primerísimo Primer Plano: Capta el rostro desde el mentón hasta la parte de arriba de la cabeza.

Plano Detalle: Muestra a su máxima expresión el detalle de algún objeto.

Plano Subjetivo o Punto de Vista: la cámara se identifica con la mirada de un personaje para poder mostrar los hechos.

Plano de dos o Two shot: se enmarca a dos personajes.

Plano Sobre el Hombro: Dos personas en dialogo una de espaldas y otra de frente enfocando dos tercios de la pantalla.

CREATIVIDAD: Facilidad para crear o inventar nuevas cosas, en este caso innovar, crear nuevas cosas, darse a conocer de manera no convencional. En el ámbito audiovisual se evalúan las técnicas, la cromática y las herramientas fotográficas.

CAPÍTULO 3

METODOLOGÍA

Objetivos de la Investigación

Objetivo general

- Relacionar el nivel de competencia audiovisual del recurso humano de las productoras milagreñas y su calidad de sus productos audiovisuales.

Objetivos específicos

- Identificar el nivel de competencia audiovisual del recurso humano de productoras audiovisuales milagreñas.
- Determinar la calidad de los productos audiovisuales de las productoras milagreñas.
- Describir la relación del nivel de competencia audiovisual del recurso humano productoras milagreñas y sus productos audiovisuales.

Metodología de la Investigación

En este estudio, se utilizó una metodología de investigación documental por medio de la revisión bibliográfica, la misma que fue complementada por una investigación de campo de tipo cualitativa utilizando herramientas de investigación a la entrevista a profundidad (Anexo 1) a los dueños de las productoras audiovisuales de la ciudad de Milagro y una rúbrica de evaluación para medir la competencia audiovisual la misma que fue creada por la Secretaria de Educación Pública de Perú (Anexo 2), cuyos criterios de evaluación son:

- Calidad de Audio
- Calidad de Imagen
- Claridad del Mensaje
- Desarrollo de Competencias Genéricas
- Desarrollo de Competencias Disciplinarias

- Lenguaje
- Relación con Programa Asignado

En la cual veremos la calidad de audio, si lleva efectos de sonido, un audio absolutamente claro; la Calidad de imagen, rapidez de imagen; Claridad del mensaje; presencia de Planos; Creatividad; Desarrollo de Competencia Genéricas y un lenguaje audiovisual que sea capaz de poder captar de manera inmediata al consumidor.

Asimismo esta rúbrica fue modificada para poder evaluar otros factores importantes como:

- Audio Claro
- Efectos de Sonido
- Rapidez de imagen
- Estabilizador de imagen
- Imagen nítida
- Lenguaje Audiovisual
- Presencia de planos
- Creatividad

Para evaluar la competencia audiovisual de las productoras milagreñas, no se seleccionó muestra, porque tomamos las 2 únicas productoras audiovisuales de nuestra ciudad, que son TatoStudio y 60 Segundos.

Como las 2 productoras se dedican a coberturas de eventos sociales, se evaluó reel de cobertura de matrimonio, los videos fueron seleccionados por los dueños de las productoras.

CAPÍTULO 4

DESARROLLO DEL TEMA

RESUMEN ENTREVISTA A PROFUNDIDAD DE LAS 2 PRODUCTORAS AUDIOVISUALES MILAGREÑAS

En este ítem vamos a describir (los datos para la descripción se obtuvieron en las entrevistas a profundidad realizadas) a cada productora a evaluar, para contextualizar su origen en el mercado, que formación tienen el recurso humano de cada productora y que tipos de producciones audiovisuales crean.

TATOSTUDIO:

Es un emprendimiento milagreño del joven Juan José Vargas de 31 años de edad, egresado en Ingeniería en Marketing, su pasión es la fotografía. En el 2008 se compró su primera cámara, una Reflex D3000, estudio en la Alianza Francesa, donde conoció a Fernando Landin (un fotógrafo profesional de la farándula ecuatoriana) y logro ser su asistente durante dos años consecutivos, esto lo motivo a realizar varios cursos de fotografía como de modelaje, fotografía infantil, iluminación y retoque digital pero se ha “especializado” en eventos sociales.

Renuncio a su trabajo para emprender su propio negocio hace 2 años, empezó en su departamento adecuando una pequeña parte de este para realizar sesiones de fotos; un año más adelante se pudo poner su propio estudio fotográfico llamado TatoStudio.

El nombre de Tato lo recuerda y lo lleva a su niñez, fue el apodo que le decían y aun le dicen las personas más cercanas a él y también porque fue su primera palabra.

Trabaja con 3 personas más, Johan, Kevin y María Elena, la última con título de Ingeniera Ambiental, los otros dos solo se dedican a la fotografía y la edición de video de forma empírica.

En la actualidad Juan José Vargas tiene un estudio con los siguientes equipos:

- Cámaras
- Trípodes
- Equipos de iluminación
- Accesorios para cámara
- Computadoras para edición de fotografía y video
- Estabilizador

60 SEGUNDOS

Esta “productora” nace ante una necesidad de tener un negocio propio; Dalton Zúñiga y Christian León, licenciado en Comunicación Social y Diseñador Gráfico respectivamente; se juntaron para ser socios de este emprendimiento.

Su idea de este negocio es que sea familiar, donde participen sus familias en este emprendimiento. El objetivo de 60 segundos es hacer producción audiovisual que sea proyectada en la red social Instagram, la misma que solo permite subir videos de un minuto, por eso sale el nombre de 60 segundos.

Desde los 17 años Dalton Zúñiga trabaja en medios de comunicación locales, como: Milagrocity y Click Tv, donde también le ha tocado cubrir algunos eventos, donde se dio cuenta que la mayoría de las personas pedían el video en bruto; y quiso usar este método para que las personas tengan otra percepción de lo audiovisual.

Empezó su negocio hace 3 meses, está ubicado en el departamento de él; con la ayuda de Juan José Vargas pudieron emprender su negocio. Aunque dicen que aún les falta mucho por pulir, ellos se lanzaron “al ruedo”, como dice Dalton, y han llegado a ser aceptados por los milagreños y gente aledaña.

Algo que llama la atención de 60 segundos es que, muchas veces les han pedido cubrir eventos por un precio menor al costo verdadero, pero ellos dicen que en el video es donde quedan todos los recuerdos y que no se lo han negado a ninguna quinceañera, novia, etc. Lo han hecho y lo seguirán haciendo porque lo ven como una manera de dejar un bonito recuerdo para la persona.

La mayor parte de los eventos que cubren estas productoras son eventos sociales como matrimonios y quinceañeras. TatoStudio ha hecho producciones a Instituciones públicas y privadas mientras que la otra no. Para este análisis comparativo de la competencia audiovisual hemos tomado dos videos de matrimonios.

DESCRIPCIÓN DE LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL DE LAS PRODUCTORAS MILAGREÑAS

VIDEO DE TATOSTUDIO

Matrimonio de Michela y Robert; empieza con una imagen de un papel pegado en la pared que dice “give thanks”, junto con el nombre de ellos. Poco a poco va mostrando parte de los novios arreglándose, mostrando el vestido de la novia que esta guindado junto con muchas flores. Aparecen las damas de honor de la novia junto con ella abrazándola y riéndose; mientras que el novio, su hermano, le está ayudando a terminar de arreglarse el saco.

Los invitados van llegando, escenas de la playa y ellos caminando en la arena; entrando a la iglesia, dando sus votos de amor; un violinista y sale aparte del audio de fondo también se escucha el violín. Con un beso y atrás todos los invitados alzando los brazos se ve una imagen muy bonita.

Ellos ya saliendo de la iglesia y dirigiéndose a la playa para que salgan algunas imágenes desde el aire con un drone, en la recepción se ve la mesa principal, los invitados, una banda, detalles de la fiesta, la playa, los juegos pirotécnicos en la noche y se escucha su efecto de sonido.

Termina el novio alzándole el velo a la novia y dándole un beso; y sale la imagen de TatoStudio que no dura casi ni dos segundos.

VIDEO DE 60 SEGUNDOS

Matrimonio de Moraima y Medardo que se realizó en un vivero de aquí de Milagro. El video empieza con un plano detalle en una mesa con un par de aretes de la novia y los botones gemelos del novio, con retrato de fondo de su primer matrimonio hace 25 años y alado los anillos de boda.

Luego sale la novia terminando de arreglarse junto con sus dos hijas, ellas colocándole los aretes a su mamá.

Después ya salen los dos entrando a la iglesia, viendo al padre que está dando la misa, enfoque de la biblia y parte de las damas de honor; la bendición de los aros matrimoniales y colocándole los aros el uno al otro; finaliza la parte de la iglesia con el beso de los novios y para empezar la parte de la recepción enfocan un cuadro que tiene escrito “te volvería a decir que si un millón de veces”.

Salen los novios con las damas, la mesa principal, con el drone enfocan parte de la recepción; invitados disfrutando de la fiesta; las imágenes tienen mucho movimiento.

Termina con una imagen de contrapicado con el nombre de ellos y bodas de plata junto con la fecha de la boda y por supuesto el logo de 60 segundos que dura alrededor de 5 segundo y queda un espacio en negro hasta 3 segundos más se acaba con la musicalización.

RESULTADOS DE LA APLICACIÓN DE RÚBRICA EN LOS PRODUCTOS AUDIOVISUALES

- Ambos cuentan con fondo musical, Ningún video cuenta con el uso del ambiental como recurso narrativo. Solo en el video de TatoStudio hay efectos de sonido pero no tiene un propósito claro que contribuya a la narrativa de la historia.
- Comparándolas por la calidad de imagen La producción de 60 SEGUNDOS a diferencia de TATOSTUDIO utiliza un estabilizador digital que merma un poco la calidad de los movimientos de cámara utilizados en esta producción (es recomendable usar gimbals o steadycam junto con el equipo de grabación para lograr una cohesión perfecta entre plano y movimientos de cámara.
- La utilización de cámaras lentas (tomas hechas a más de 60 FPS) como recurso audiovisual está presente en ambos videos y funciona debido a la temática que tienen ambos. Las tomas a velocidad normal (30FPS) también están presentes como complemento más no como protagonista.
- Hay una diferencia marcada en el tratamiento de imagen de los dos videos. TATOSTUDIO utiliza colores más desaturados o lavados y una paleta de colores cálidos queriendo llegar a una cromática más cinematográfica, en cambio 60 SEGUNDOS trabaja con colores saturados y paletas complementarias.
- El desarrollo de competencias genéricas pudimos observar que, ambos estudios cuentan con un estilo particular en el uso de planos, movimientos de cámara, herramientas de grabación e iluminación (equipo) para el proceso de producción de ambos trabajos. En post producción si marca la diferencia uno de otro TATOSTUDIO prefiere el poco uso de efectos generados por computadora, mientras que 60 SEGUNDOS gusta más del uso de estos recursos como elemento a destacar pero no quiere decir que sea necesario para contar la historia.
- TATOSTUDIO tiene un montaje (la unión de varios trozos de video para crear una cinta final) más cronológico y una historia más clara, mientras que 60 SEGUNDOS hace un montaje aleatorio con una idea no muy clara para contar.
- La diversidad de planos utilizados en estas producciones destaca más por parte de TATOSTUDIO que utiliza una mayor cantidad de planos y movimientos de cámara,

mientras que su competencia cae en el uso repetitivo de planos detalles y planos medios.

- Para evaluar este criterio de creatividad tomamos en cuenta composición, técnica fotográfica, cromática y montaje.
- Dicho esto encontramos una mayor diversidad del uso de estos recursos en TATOSTUDIO con respecto a planos, técnicas fotográficas, pero en recursos de cromática y montaje hay falencias y no la debida atención.
- 60 SEGUNDOS por su parte se enfoca más en darle un look más documental que creativo a la hora de hacer el montaje y caen en el error del uso sin un criterio claro de efectos digitales.

TABLA COMPARATIVA DE LOS INDICADORES DE EVALUACIÓN

RÚBRICA PARA EVALUAR LA CALIDAD DE MATERIAL AUDIOVISUAL		
INDICADORES	TATOSTUDIO	60 SEGUNDOS
CALIDAD DE AUDIO		
1.2 SONIDOS AMBIENTALES		
1.3 MUSICALIZACION	✘	✘
1.2 EFECTOS DE SONIDO	✘	✘
CALIDAD DE IMAGEN		
2.1 FPS	✘	✘
2.2 IMÁGENES ESTABILIZADAS	✘	
2.3 TRATAMIENTO DE COLOR	✘	✘
3. CLARIDAD DEL MENSAJE	✘	✘
4. DESARROLLO DE COMPETENCIAS GENÉRICA	✘	✘
5. NARRATIVA AUDIOVISUAL	✘	✘
6. PRESENCIA DE PLANOS	✘	✘
7. CREATIVIDAD	✘	

CAPÍTULO 5

CONCLUSIONES

- Para concluir el tema de las competencias audiovisuales, dicho en la teoría que la integración de la imagen y lo visual muy bien manejado podrá emitir un buen mensaje. (Lazo, 2013) Como lo hemos contrastado con los resultados de estas dos productoras, las cuales se ha podido comprobar que existe cierta competencia audiovisual entre ellos, pero cada uno tiene su estilo de producción y aunque los dos sean empíricos, realizan un buen trabajo.
- Basándonos en la calidad de audio de las dos producciones audiovisuales, tienen un buen desempeño, aunque uno destaca más que otro. Los dos tienen una idea de cómo poder llegar al público usando debidamente las herramientas; cómo podemos confirmar en la teoría de la revolución tecnológica digital en las tecnologías de la comunicación, ha logrado que sea parte importante para mejorar la vida de los ciudadanos, en el sentido de dotarlos de información para saber cómo usar las herramientas de manera positiva y que ayuden a la producción (García-Ruiz, González, & Aguaded, 2014).
- En la teoría de Ortiz, comenta que, en los últimos años se ha venido desarrollando la competencia mediática es decir el producto del avance de las nuevas tecnologías en lo que se refiere a la información y comunicación. La producción audiovisual es el resultado de necesidades comerciales, de entretenimiento, cultural o artístico (Ortiz M. J., Febrero, 2018), esto nos hace ver que a pesar de que estas productoras no posean un título profesional, con la experiencia que ellos tienen desenvolviéndose en los medios han logrado vincular la mayoría de herramientas necesarias para producción audiovisual y ha sido atractivo para la comunidad milagreña que los ha aceptado y los consume frecuentemente, no solo para sesiones de fotos ni eventos sociales, sino también para poder vender productos a través de un video o imágenes publicitarias.

ANEXOS

ANEXO 1: Entrevista al recurso Humano de las 2 productoras audiovisuales milagreñas

Objetivo: Conocer sus inicios, filosofía organizacional, preparación y estilo cinematográfico de las productoras audiovisuales de Milagro.

1. ¿Cómo empezó con la fotografía y video?
2. ¿Cómo nació la idea de la productora?
3. ¿Cuánto tiempo llevan en el mercado?
4. ¿Qué título profesional tiene usted?
5. ¿Ha realizado cursos de fotografía?
6. ¿Cuántas son las personas que trabajan con usted?
7. ¿Tiene algún local?
8. ¿Por qué el nombre de TATOSTUDIO?
9. ¿Por qué el nombre de 60 SEGUNDOS?

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguaded, I. (2012). La Competencia Mediática, una acción educativa inaplazable. *Comunicar* .
- Brodwell, D., Thompson, K., & Staiger, J. (2002). Arte Cinematografico. *McGraw-Hill*.
- Carlos Barros Bastidas, R. B. (2015). Los medios audiovisuales y su influencia en la educacion desde alternativa de analisis. *scielos*, 2.
- Castillo, J. (2009). Televisión, Realización y Lenguaje Audiovisual . *Television Radio España* .
- García-Ruiz, R., González, V., & Aguaded, I. (2014). La Competencia mediática como reto de la educomunicación: instrumentos de evaluación .
- Lara, T., & Piñero, A. (2017). Apuntes para la formación. Producción Audiovisual. *CyberCorresponsales*.
- Lazo, M. (2013). *Communication & Society*.
- López, J. (2017). *Perspectivas de Investigación* .
- Manual del Productor Audiovisual. (2013).
- Marin Gutierrez, I., Rivera Rogel, D., & Celly Alvarado, S. (2014). Estudio sobre Competencia Audiovisual de profesores y estudiantes en el sur de Ecuador .
- Ortiz, M. (2018). Producción y Realización en medios audiovisuales.
- Ortiz, M. J. (Febrero, 2018). Producción y realización en medios audiovisuales. *RUA Universidad de Alicante*, ISBN: 978-84-09-00086-9.
- Perez, M., & Delgado, A. (2012). De la Competencia digital y audiovisual, a la competencia mediática: dimensiones e indicadores.
- Salcedo, E. M. (2009). Tic y Educación; la Producción audiovisual de jóvenes. *Consortium Euromime* .
- Tejada Molina, F., & Bermejo Hernández, J. (2014). uso de las competencias.

Urkund Analysis Result

Analysed Document: extracto_20181025124723 (1).docx (D43121060)
Submitted: 10/26/2018 4:49:00 PM
Submitted By: avelascod@unemi.edu.ec
Significance: 2 %

Sources included in the report:

TESIS FINAL - CHECA LLONTOP CYNTHIA.docx (D40790684)
TESIS FINAL - JULIO 2016.docx (D21231197)
tesis-FINAL-2.2.docx (D40642315)
<http://huribroadcast.com/que-es-la-produccion-audiovisual/>

Instances where selected sources appear:

6



REGISTRO DE ACOMPAÑAMIENTOS

Inicio: 10-07-2018 Fin 15-01-2019

FACULTAD CIENCIAS SOCIALES

CARRERA: COMUNICACIÓN SOCIAL

Línea de investigación: SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN: GESTIÓN, MEDIOS Y TECNOLOGÍA

TEMA: NIVEL DE COMPETENCIA AUDIOVISUAL DEL RECURSO HUMANO DE LAS PRODUCTORAS MILAGREÑAS Y SU INFLUENCIA EN LA CALIDAD DE SUS PRODUCTOS AUDIOVISUALES

ACOMPAÑANTE: VELASCO DONOSO ANDREA PAOLA

DATOS DEL ESTUDIANTE			
Nº	APELLIDOS Y NOMBRES	CÉDULA	CARRERA
1	PARRA OREJUELA BRIGITTE JACQUELINE	0940747967	COMUNICACIÓN SOCIAL

Nº	FECHA	HORA		Nº HORAS	DETALLE
		Inicio	Fin		
1	2018-06-08	Inicio: 10:00 a.m.	Fin: 12:00 p.m.	2	SE DEFINIÓ EL TEMA Y LAS VARIABLES DE INVESTIGACIÓN
2	2018-23-08	Inicio: 10:32 a.m.	Fin: 12:32 p.m.	2	REVISIÓN DE PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA
3	2018-03-09	Inicio: 10:32 a.m.	Fin: 12:32 p.m.	2	REVISIÓN MARCO TEÓRICO
4	2018-12-09	Inicio: 10:32 a.m.	Fin: 12:32 p.m.	2	REVISIÓN MARCO TEÓRICO
5	2018-24-09	Inicio: 08:32 a.m.	Fin: 10:32 a.m.	2	REVISIÓN MARCO TEÓRICO
6	2018-25-09	Inicio: 10:00 a.m.	Fin: 12:00 p.m.	2	ELABORACIÓN DE MARCO TEÓRICO
7	2018-18-10	Inicio: 11:16 a.m.	Fin: 13:16 p.m.	2	EXPLICACIÓN SOBRE LA INTRODUCCIÓN, PROBLEMÁTICA Y MARCO TEÓRICO
8	2018-23-10	Inicio: 12:16 p.m.	Fin: 14:16 p.m.	2	REVISIÓN DE MARCO TEÓRICO Y PLANIFICACIÓN DE RÚBRICA DE MEDICIÓN DE COMPETENCIA
9	2018-24-10	Inicio: 11:07 a.m.	Fin: 13:07 p.m.	2	REVISIÓN DE LENGUAJE TÉCNICO EN LOS RESULTADOS
10	2018-25-10	Inicio: 12:03 p.m.	Fin: 14:03 p.m.	2	EXPLICACIÓN DE LAS CONCLUSIONES

VELASCO DONOSO ANDREA PAOLA
PROFESOR(A)

ROSERO CONSTANTE LUIS ARTURO
DIRECTOR(A)

PARRA OREJUELA BRIGITTE JACQUELINE
ESTUDIANTE

Dirección: Cda. Universitaria Km. 1 1/2 vía km. 26
Comutador: (04) 2715001 - 2715079 Ext. 2107
Telefax: (04) 2715187
Milagro • Guayas • Ecuador

VISIÓN
Ser una universidad de docencia e investigación.

MISIÓN
La UNEMI forma profesionales competentes con métodos innovadores y sistemas abiertos, desarrolla investigación relevante y presta servicios que demandará el sector externo contribuyendo al desarrollo de la sociedad.

