

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

SEDE QUITO

CARRERA:

COMUNICACIÓN SOCIAL

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de:

LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

DOCUMENTAL: EMPRENDIMIENTOS DE LOS GRADUADOS DE

COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UPS SEDE QUITO

AUTOR:

DANIEL ADRIAN TAPIA DUQUE

TUTOR:

PATRICIA SOFÍA VILLAGÓMEZ RODRÍGUEZ

Quito, mayo del 2018

Cesión de derechos de autor

Yo Daniel Adrian Tapia Duque, con documento de identificación N° 1716563554, manifiesto mi voluntad y cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy autor del trabajo de titulación intitulado: Documental: Emprendimientos de los graduados de Comunicación Social de la UPS sede Quito, mismo que ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciado en Comunicación Social en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En aplicación a lo determinado en la Ley de Propiedad Intelectual, en mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia, suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.



Nombre: Daniel Adrian Tapia Duque
Cédula: 1716563554
Fecha: 04 de mayo del 2018

DECLARATORIA DE COAUTORÍA DEL DOCENTE TUTORA

Yo declaro que bajo mi dirección y asesoría fue desarrollado el producto comunicativo, documental: emprendimientos de los graduados de Comunicación Social de la UPS sede Quito realizado por Daniel Adrian Tapia Duque, obteniendo un producto que cumple con todos los requisitos estipulados por la Universidad Politécnica Salesiana, para ser considerados como trabajo final de titulación.

Quito, mayo 2018



Patricia Sofia Villagómez Rodríguez

1715492425

HANGAR

F I L M S 

Quito, 25 de abril del 2018

Sr.

DANIEL TAPIA

ESTUDIANTE DE LA UNIVERSIDAD POLITECNICA SALESIANA

Sede Quito.-

De mi consideración:

Por medio de la presente extendiendo un cordial saludo a la vez que autorizo a su persona, identificado con el nombre de Daniel Adrián Tapia Duque, portador de la cédula de ciudadanía 1716563554, en su calidad de estudiante de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Politécnica Salesiana, para que utilice el material audiovisual proporcionado por nuestra empresa, con fines académicos, a fin de complementar su trabajo de titulación de fin de carrera, denominado "Emprendimientos de los graduados de Comunicación Social de la UPS".

Saludos cordiales,


Lcda. Patricia Coronel

Gerente Administrativo y Productora Ejecutiva

HANGAR FILMS CINE Y TV CIA. LTDA.



HANGAR.FILMS.ECUADOR



hangarfilmsecuador@hotmail.com



0999 210 552 / 6010902

Oficina y estudio de filmación: De los Nogales N52-350 (Lote 26) y De las Nueces (Sector Amagasi del Inca)

CREANDINO®.com

SEÑOR:

Daniel Tapia

Alumno Universidad Politécnica Salesiana

De mi consideración:

Mediante el presente autorizo al señor Tapia Duque Daniel Adrián, con cedula de identidad número 1716573554, quien es actualmente alumno de la Universidad Politécnica Salesiana, utilice con fines académicos la imagen institucional e instalaciones de la productora CREANDINO, a fin de realizar la producción del trabajo de titulación "Emprendimientos de los graduados de Comunicación Social de la UPS", el día martes 6 de febrero del 2018.

Con sentimiento de distinguida consideración.

Atentamente.



Lcdo. Ángel Fabián Izquierdo

DIRECTOR

CREANDINO



OFICINA

San Rafael, C.C. Plaza Paris, Local 18
Av. General Rumiñahui s/n e Isla Floreana
(02)2861098

Quito, 19 de febrero de 2018

Señor
Daniel Adrián Tapia Duque
Estudiante de la Universidad Politécnica Salesiana
Presente.-

De mi consideración:

Por medio de la presente, dejo constancia expresa de mi autorización al señor Diego Tapia, portador de la cédula de ciudadanía #1716563554, para utilizar únicamente con fines de su tesis de grado, las grabaciones en video de mi persona realizadas en las instalaciones del colectivo 'A los cuatro vientos' de esta ciudad, así como imágenes y videos de los emprendimientos comunicacionales que lidero, siempre citando los créditos pertinentes.

Atentamente,



Luis Monteros Arregui
C.C.: 1706458864

Dedicatoria

El presente trabajo de investigación, está dedicado con infinito amor, a mi madre Ana Isabel Duque Guadalupe, que toda su vida se ha esforzado por mí y que a festejado mis triunfos como propios, que es el pilar fundamental de mis proyectos a seguir, siendo mi mayor motivación y fortaleza.

Mi padre que me ha demostrado que nunca hay que rendirse, mis hermanos que han sido ese refugio para entender que no me encuentro solo, dándome el impulso para seguir luchando ante cualquier situación.

Mis sobrinos que son el motor de mi vida, que cada día con su sonrisa me demuestran que la vida tiene muchas cosas maravillosas, dándome la oportunidad de ser una mejor persona para ellos.

Agradecimiento

Por su infinita labor universitaria y especial dedicación, a todos quienes forman parte de la Universidad Politécnica Salesiana.

También quiero agradecer a la profesora Patricia Villagómez que, gracias a sus conocimientos, apoyo y guía, logré concluir mi proyecto.

Índice

1	Introducción	1
1.1	Universidad Politécnica Salesiana.....	3
1.2	La formación de los estudiantes en la UPS.	3
1.3	Coworking en la UPS.	4
1.4	Emprendimientos en Comunicación.	5
1.5	Construcción audiovisual.	7
2	Metodología	8
2.1	Emprendimientos de los comunicadores graduados en la UPS.....	10
2.2	Etapa de preproducción	18
2.3	Etapa de producción	19
2.4	Etapa de postproducción	20
2.5	Propuesta de divulgación.....	20
3	Resultados	21
4	Conclusiones	23
5	Referencias Bibliográficas	24
6	Anexos	26

Índice de tablas

Tabla 1 Iniciativa de producción radiofónica: El show de Josema, Paquirri y El Shafa.	11
Tabla 2 Hangar Films.....	12
Tabla 3 Productora Creandino.	15
Tabla 4 De Contrabando.	17
Tabla 5 Cuadro de emprendimientos en la UPS del coworking.	29
Tabla 6 Cronograma de Actividades y Presupuesto:	35
Tabla 7 Guion Técnico.....	39

Índice de gráficos

Gráfico 1.....	10
----------------	----

Índice de anexos

Anexo 1 Recursos técnicos y humanos.....	26
Anexo 2 Guión Literario.....	27
Anexo 3 Preguntas entrevistados.....	28

Resumen

La presente investigación tiene como objetivo general realizar un producto audiovisual sobre el emprendimiento de los graduados de Comunicación Social de la Universidad Politécnica Salesiana (UPS). Para ello fue necesario identificar el contexto del mercado laboral en el que se desenvuelven los graduados.

Metodológicamente la investigación está articulada bajo la línea de Comunicación y Desarrollo, la misma que se enfoca en los aportes comunicativos que buscan la transformación social, utilizando como eje comunicativo: Comunicación y Desarrollo Humano, permitiéndose que el paradigma sea naturalista lo cual alude a la exploración mediante las técnicas denominados como: entrevista a profundidad, observación de campo y método biográfico, las cuales posibilitan hacer inferencias válidas a partir de la información obtenida.

Para seleccionar los mejores casos de emprendimiento de los graduados con los cuales se trabajó a lo largo de esta investigación se tomaron en cuenta los siguientes parámetros: tipo de producción, impacto en la sociedad, innovación y sentido de la comunicación, los mismos que se desarrollan a profundidad más adelante en el presente informe. Finalmente, se presenta un producto audiovisual que usa como recurso de investigación el reportaje, el cual permite obtener la información pertinente para la creación del video. La duración del mismo es de 21 minutos con una estructura narrativa que favorece la comprensión e interés, pues recoge información sobre el origen de los emprendimientos y recomendaciones relatadas a los nuevos estudiantes de la Carrera de Comunicación Social.

Palabras Claves: comunicación, Universidad Politécnica Salesiana, emprendimiento, coworking, reportaje.

Abstract

The main objective of this research is to produce an audiovisual product about the entrepreneurship of the Social Communication graduates of the Salesian Polytechnic University (UPS). For this, it was necessary to identify the context of the labor market in which the graduates operate.

Methodologically research is articulated under the line of Communication and Development, which focuses on the contributions of communication seeking social transformation, using as a communication axis: Communication and Human Development, allowing the paradigm to be naturalistic which alludes to the exploration through techniques called as: depth interview, field observation and biographical method, which allow valid inferences to be made from the information obtained.

In order to select the best entrepreneurship cases of the graduates with whom we worked throughout this investigation, the following parameters were taken into account: type of production, impact on society, innovation and sense of communication, the same ones that are developed in depth later in this report. Finally, an audiovisual product is presented that uses the reportage as a research resource, which allows obtaining the pertinent information for the creation of the video. The duration is 21 minutes with a narrative structure that favors understanding and interest, as it collects information on the origin of the ventures and recommendations related to the new students of the Social Communication Career

Key Words: communication, Salesiana Polytechnic University, entrepreneurship, coworking, reportage.

1. Introducción.

El presente trabajo de investigación está enfocado en el contexto de emprendimientos en Comunicación, desarrollados principalmente en la ciudad de Quito y la demanda en el mercado laboral. De esta manera estudiando los principales casos que se relacionan con énfasis en producción audiovisual, comunicación comunitaria, producción radiofónica, producción hipermedia entre otro.

Se utilizó como herramienta de investigación el reportaje, pues permite recoger las historias vividas por emprendedores, contadas por ellos mismos.

Este trabajo se divide en dos partes, en primer lugar, se abordan temáticas anidadas: la Universidad Politécnica Salesiana, el emprendimiento de los graduados de la Carrera de Comunicación Social UIO, la formación educativa, el alcance de los emprendimientos en el mercado laboral y la construcción audiovisual, con el fin de brindar un soporte teórico que permita la elaboración del producto audiovisual.

En la segunda parte se desarrolla la metodología y las etapas de realización del producto audiovisual; preproducción: etapa de investigación que además inicia con la creación de un guion tanto técnico como literario; producción: etapa de grabación, de las tomas necesarias para la elaboración del producto; y postproducción: etapa de edición del producto audiovisual, además de la divulgación del producto.

Finalmente, se trabajan los resultados y las conclusiones. Esta investigación parte de la necesidad de: examinar, reflexionar y visibilizar los casos más emblemáticos de emprendimiento que han sido desarrollados por los comunicadores graduados en la Universidad Politécnica Salesiana sede Quito. Para ello se creó un reportaje audiovisual en el cual se presentan los emprendimientos más emblemáticos

desarrollados por los comunicadores graduados en la Universidad Politécnica Salesiana.

Objetivo general.

- Realizar un producto audiovisual sobre el emprendimiento de los graduados de Comunicación Social.

Objetivo Específico.

- Identificar el contexto del mercado laboral en comunicación sobre los emprendimientos de los graduados de comunicación social de la UPS.
- Estudiar los principales casos de emprendimiento de graduados de la Carrera de Comunicación Social en la UPS, para conocer el modelo de gestión incorporado.
- Visibilizar la trayectoria profesional, dando énfasis a los emprendimientos de los graduados de comunicación social de la UPS mediante el diseño y creación de un producto audiovisual.

1.1 Universidad Politécnica Salesiana.

La educación salesiana tiene sus inicios en el Ecuador en el año 1888 en el mes de enero, con el propósito de inculcar la moral y nuevos procesos científicos que permitan desarrollar a los niños y sean ellos los nuevos protagonistas productivos del país. De esta manera la Universidad Politécnica Salesiana su misión, enfocada en formar “honrados ciudadanos y buenos cristianos”, que desarrollen capacidades investigativas las cuales permitan establecer una sociedad equitativa tanto local como nacional (Universidad Politécnica Salesiana, 2017).

La visión de la Universidad Politécnica Salesiana está basada en la formación de profesionales éticos, con capacidades técnicas académicas e incluso humanísticas, los mismos que fomenten la investigación científica, tecnológica, la búsqueda de la verdad y la cultura (Universidad Politécnica Salesiana, 2017).

La Universidad Politécnica Salesiana es una institución de ámbito católico, con inspiración cristiana, fundada en Ecuador en 1994, fomenta el desarrollo de la sociedad, la cultura y la investigación parlyamente, en 1995 se crea la Carrera de Comunicación Social con una inclinación en busca de la verdad mediante la vinculación con la sociedad (Universidad Politécnica Salesiana, 2012, pág. 1).

1.2 La formación de los estudiantes en la UPS.

Formación y educación son términos que están ligados estrechamente en el desarrollo integral del ser humano, es un proceso dialéctico de cambio constante que convierte a la persona en protagonista de su propia transformación (Durán, 2008).

La Carrera de Comunicación Social, no solo forma profesionales competentes para el mercado laboral, sino también forma ciudadanos que aporten a la sociedad desde sus ideas innovadoras y su praxis social. El profesional salesiano, culmina su proceso formativo profesional con las capacidades para innovar, crear, impulsar, desde su formación metodológica, aplicando su mentalidad creativa, la cual le permite desarrollar proyectos que cumplan las necesidades y exigencias que demanda la sociedad actual, por tal motivo la Carrera de Comunicación Social, forma profesionales capaces de desenvolverse en cualquier mercado laboral en el cual se aplica la comunicación, tanto en el sector público como privado e incluso la incorporación de emprendimientos (Universidad Politécnica Salesiana, 2017).

1.3 Coworking en la UPS.

El coworking o trabajo compartido surgió con el objeto de apoyar a las personas que trabajan en forma independiente en cualquier parte del mundo, se trata de “un sitio” compartido por varios profesionales o sujetos con mentalidades innovadoras y dispuestos a colaborar con otros en un mismo espacio, partiendo de las diferentes habilidades que cada sujeto ha adquirido a lo largo de su formación profesional (Araujo, 2014).

El coworking se implementó en el Campus Girón de la Sede Quito, el 28 de abril del 2017, llevando adelante la idea del Vicerrector de investigación PhD. Juan Pablo Salgado, con el fin de que los estudiantes desarrollen habilidades que les permitan crear fuentes de trabajo (Villacís, 2018).

Este espacio facilita herramientas, práctico-metodológicas para que los proyectos inicien, incentivando a otros estudiantes, a constituir nuevos proyectos. Partiendo de este pensamiento nace el coworking, que brinda un espacio destinado a los estudiantes para intercambiar experiencias y conocimientos, en donde complementan esas ideas con diferentes disciplinas, para que de esta manera puedan generar nuevos contactos y redes para mejorar los proyectos propuestos (Líderes, 2018).

En la sede del Girón se encuentra como coordinador del coworking el Ing. Jhony Villacís, profesional graduado en esta universidad, el cual maneja varias metodologías a partir de análisis cualitativo y cuantitativo, mediante técnicas como: entrevista estructuradas, entrevistas a profundidad, grupos focales, observación de campo, observación participativa, entre otros, los cuales ayudan y aportan al proyecto de los estudiantes que desean ser emprendedores, se encuentra detallada en la tabla número 1 (Villacís, 2018).

Para incursionar en el coworking, el único requisito es tener y mantener una meta clara, que sea impulsada por cada gestor, no como una regla, sino más bien como un objetivo y propósito personal.

1.4 Emprendimientos en Comunicación.

El emprendimiento es considerado como el proceso a través del cual una persona inicia un proyecto innovador, con ingenio y perseverancia; analizando las necesidades de la sociedad y diseñando una propuesta para satisfacerla (Formichella, 2004). En la actualidad los emprendimientos surgen como una respuesta positiva frente a la escasez de oportunidades laborales, por esta razón varios profesionales han optado por iniciar

su propio proyecto aplicando los conocimientos y destrezas adquiridas a lo largo de su formación académica previa.

Como ya se ha dicho anteriormente el emprendimiento se entiende como el proceso de creación de un producto o servicio innovador, diferente de modelos tradicionales y que genera un impacto determinado en la sociedad, mediante la creatividad el emprendedor está en la capacidad de asumir riesgos con la característica de resolución de problemas a través de las oportunidades obtenidas en su entorno (Formichella, 2004).

Cabe señalar que se comprende a la comunicación en este sentido como un proceso característico del ser humano para crear y utilizar significados, partiendo de contextos en los que se encuentran elementos que van desde lo cultural, social e incluso lo psicológico (Viggiano, 2009). Dado el objeto de estudio de este trabajo se debe señalar también que la comunicación permite generar espacios comunes en los cuales se resignifican significados adquiriendo de esta manera un sentido para la comunidad con la cual se corresponden.

Los principales emprendimientos generados por los profesionales han sido alrededor de la creación de productoras, agencia de estudio de mercadeo, gestión de radio difusión, prensa escrita, publicidad, asesoría para propaganda política, manejo o influencia en redes, consultorías, etc. Estos emprendimientos, muestran ámbitos en los que se han abordado desde el ejercicio de la comunicación tradicional hacia la incorporación de nuevos modelos comunicacionales, lo cual permite la generación de nuevas actividades comunicacionales relacionadas a la organización, creación y producción de estrategias discursivas mediáticas.

Por tanto, es pertinente conocer y visibilizar a diferentes profesionales de la comunicación en su papel de emprendedor o ejecutor de sus propios proyectos, para demostrar que la comunicación eficaz y oportuna facilita el crecimiento de un emprendimiento y el posicionamiento en el mercado laboral.

1.5 Producción audiovisual.

En la producción audiovisual es esencial tener finalizado todos los parámetros precisos que guíen y faciliten la creación, estableciendo tiempos de rodaje, guiones, locaciones, fechas y tiempos.

El guion técnico utilizado es el de tres columnas, permite mostrar la escena, secuencia, locaciones, planos a trabajar audios y el tiempo del producto audiovisual por escena. Se utiliza el video reportaje, porque esta narrativa audiovisual permite al receptor ver detalladamente lo que en este caso muestra el entrevistado, en medio de un tinte motivacional característico de los emprendimientos realizados por los profesionales.

2 Metodología

La línea de investigación que articula este trabajo es: Comunicación y Desarrollo, se enfoca en los aportes comunicativos que buscan la transformación social, utilizando como eje comunicativo: Comunicación y Desarrollo Humano.

La investigación se encuentra bajo el paradigma naturalista, mismo que considera al sujeto como un constructor de conocimientos mediante la relación de interdependencia entre sujeto-conocimiento (Barrantes, 2000).

Es de carácter exploratorio, alude principalmente a la inspiración y soporte para futuras investigaciones, gracias a que relativamente es un tema poco estudiado permite realizar inferencias concretas a partir de la información obtenida (Barrantes, 2000).

No se cuenta con suficientes estudios precedentes sobre emprendimientos de los graduados de Comunicación Social en la Universidad Politécnica Salesiana, se considera por ello que el enfoque cualitativo al operar con un proceso inductivo, recurrente y analítico de la realidad subjetiva, permitirá que se plasme un panorama más amplio para esta investigación.

La muestra para este estudio parte de un universo de estudio de 686 profesionales de la comunicación graduados en la Universidad Politécnica Salesiana, Sede Quito, quienes participaron en una encuesta aplicada en abril del 2017, se pudo determinar que entre el total de un 100% de graduados que respondieron a dicha encuesta, solo el 0,9% ha iniciado un emprendimiento, este deriva en dos categorías de emprendimiento, uno de carácter familiar y otro personal, el 0,45% indica haber iniciado un emprendimiento familiar y otro 0,45% un emprendimiento personal (Universidad Politécnica Salesiana, 2017).

Para la realización de la investigación, fue necesario la entrevista a profundidad como primera instancia para la recopilación de información de los graduados, en este caso experiencias, situaciones, aspectos de su vida, etc (Barrantes, 2000). En este tipo de entrevista se puede realizar esa recopilación de información, de esta manera permitió enriquecer y solventar cualquier vacío o duda presentado en la investigación.

En el trabajo de investigación se aplica la biografía como método apoyado en la técnica denominada entrevista, determinada como un valioso instrumento para obtener información sobre un problema específicamente en la investigación cualitativa, el mismo que permite hacer inferencias validas a partir el testimonio subjetivo de una persona, dado como resultado la autobiografía de dicho personaje mediante la técnica conocida como entrevista (Barrantes, 2000).

A lo dicho es necesario sustentar, su carácter multifacético de dicho método, facultando la posibilidad de realizar deducciones desde cualquier manifestación o documentación adicional a su autobiografía, permitiendo argumentar de forma absoluta y objetiva la visibilización de emprendedores desde su percepción personal en cuanto al ejercicio de la comunicación , y lo construido a lo largo de su vida profesional con arista de emprendimiento (Barrantes, 2000).

La observación de campo permitió contextualizar el nivel de desarrollo y alcance de cada uno de los emprendimientos, en el ámbito comunicativo en el cual se desarrolla (Barrantes, 2000)

2.1 Emprendimientos de los comunicadores graduados en la UPS.

La selección de los profesionales de la comunicación se realiza bajo los siguientes criterios.

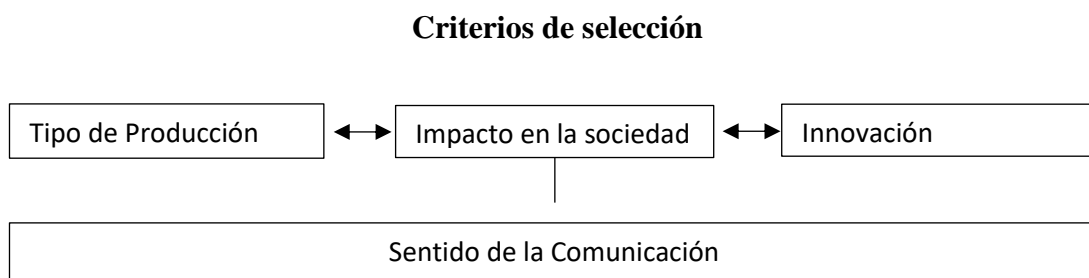


Gráfico 1. Criterios de selección.

Elaboración propia.

Los emprendimientos seleccionados son:

- Lic. Patricia Coronel, propietaria de la productora Hangar Films
- Lic. Luis Montero, conductor del programa DeContrabando,
- Lic. Fabián Iza, propietario de la productora Creandino.
- Lic. Gerónimo Meneses (Josema), programa “El show de Josema, Paqurri y El Shafa”.

Tabla 2: Iniciativa de producción radiofónica: El show de Josema, Paquirri y El Shafa.

Nombre del graduado	Gerónimo José Meneses Pérez
Título profesional	Licenciatura en Comunicación Social mención Comunicación para el Desarrollo- Propuesta Unificada 20-07-2005.
Año de Graduación	2012
Nombre de su emprendimiento	El show de Josema, Paquirri.
Año de creación	2006
Tipo de Producción	El programa radial que se transmite de forma abierta, ha generado rating en todas las estaciones que él ha trabajado, como es el caso de la radio EXA 92.5 FM, en donde inicia su proyecto, luego en La Deportiva 99.3 FM y en la actual frecuencia radio Canela 106.5 FM.
Impacto en la sociedad	El impacto que presenta El show de Josema, Paquirri, muestran el contraflujo migratorio que se dio en el año 2006 en el país, Ecuador – España, a través de ello se presenta una problemática social exponiendo las consecuencias ocasionadas por la migración, en base a su condición social, económica, cultural, entre otras. El target determinado está dirigida a personas de los 13 – 60 años de edad.

<p>Innovación</p>	<p>La innovación presente en este emprendimiento se muestra a partir de una problemática social, creando dos personajes españoles llamados Josema Paquirri, los cuales exponen problemas sociales presentes en la actualidad, tales como la migración, la política, la educación entre otras, esta nueva forma de hacer comunicación, siendo el humor el ingrediente principal, permite innovar de la forma de transmitir la información y mantener gran acogida por las audiencias.</p>
<p>Sentido de la Comunicación</p>	<p>El programa de Josema, Paquirri y El Shafa, artículo el ejercicio de la comunicación en su vida profesional, partiendo de un lenguaje coloquial el mismo que favorece la comunicación y está sea aceptada por el público.</p> <p>Gracias a esta particular forma de generar productos comunicacionales, permitió la recurrencia de dicho programa por más de 11 años, mediante su trayectoria laboral y la buena producción que se presentan en los diferentes programas y estaciones de radio.</p>

Tabla 2 Iniciativa de producción radiofónica: El show de Josema, Paquirri y El Shafa.

Fuente: Entrevista Personal.

Elaboración propia.

Tabla 3: Hangar Films

Nombre del graduado	Mónica Patricia Coronel Navarro
Título profesional	Licenciatura en Comunicación Social Presencial 97-98 Educativa.
Año de Graduación	2000
Nombre de su emprendimiento	Hangar Films
Año de creación	2003
Tipo de Producción	Hangar Films – Productora: Es un espacio de producción audiovisual como: películas de cine, videos musicales, croma, videos documentales, entrevistas, series. Todo esto acompañado de cámaras de cine, equipos HD, Iluminación, GRIP, Tramoya y estudio de televisión.
Impacto en la sociedad	Hangar Films – Productora: Presenta un impacto en la sociedad, de forma recíproca a través de la reproducción de conocimientos mediante la capacitación referente al tema de producción audiovisual e implementos cinematográficos para el rodaje en Ecuador, beneficiando a comunicadores que desarrollen producción nacional. Es necesario mencionar que dentro de sus producciones se encuentra, “ <i>María llena eres de gracia</i> ”, en el que se encuentra, visibilizando y concientizando, una de las formas más

	convencionales de tráfico de droga, utilizando a una persona como objeto de transporte.
Innovación	La innovación que presenta Hangar Films – Productora, está basada desde las nuevas formas de presentar la comunicación, mediante nueva tecnología la cual permite visibilizar el mensaje de mejor calidad en cuanto a su definición del mismo. De hecho Hangar Films – Productora, realiza producciones dentro y fuera del país proporcionándole un estatus de excelencia referente a la innovación audiovisual.
Sentido de la Comunicación	Hangar Films – Productora, presenta un sentido de comunicación en base a conjugar lenguaje morfológico, semántico y lingüístico al mismo tiempo desde una perspectiva diferente moderna e incluso contemporánea, la misma que muestra el mensaje de forma no convencional y que este sea capaz de llegar al público objetivo.

Tabla 3 Hangar Films

Fuente: Entrevista Personal

Elaboración propia.

Tabla 4: Productora Creandino.

Nombre del graduado	Ángel Fabián Iza Gualle
Título profesional	Licenciatura en Comunicación Social mención Comunicación para el Desarrollo- Propuesta Unificada 20-07-2005.
Año de Graduación	2013
Nombre de su emprendimiento	Productora Creandino
Año de creación	2009
Tipo de Producción	Productora Creandino, es una empresa de comunicación, que nace de proyectos fotográficos de eventos sociales, diseño gráfico, asesoría de imagen empresarial, consultoría comunicacional, creación de contenidos comunicacionales para radios comunitarias.
Impacto en la sociedad	Productora Creandino, presenta un impacto en la sociedad inclinándose a la comunicación para el desarrollo, a través de la creación de un periódico comunitario en la parroquia de la Merced hace 15 años. Lo que impulsó a la creación de varios proyectos sociales hacia la comunidad como: reseña histórica de la construcción de la iglesia de la merced- Septiembre 2003, revista churo loma- octubre 2008, documento de políticas públicas de la mancomunidad Ilaló- septiembre 2013,

	documental participativo (audiovisual) 2015 – 2016, mediante estos proyectos impulsaron el desarrollo social, económico y cultural de dicha comunidad.
Innovación	Particular a los casos anteriores de emprendimiento, Productora Creandino presenta a la comunicación enfocada en innovar la información a través de métodos no tradicionales de difundir el mensaje, tales como periódicos comunitarios, proyectos sociales de integración donde se visualiza a la comunicación más personalizada, la radio de acción comunitaria, innovando y mejorando la comunicación dentro un espacio determinado como público objetivo la Parroquia la Merced.
Sentido de la Comunicación	Productora Creandino, muestra su sentido de comunicación para el desarrollo local sostenible, enfocada a un acercamiento desde la socialización con proyectos en la comunidad y que esta se presente de forma amigable, cordial y personalizada, permitiendo un mejor intercambio de comunicación.

Tabla 4 Productora Creandino.

Fuente: Entrevista Personal.

Elaboración propia.

Tabla 5: De Contrabando.

Nombre del graduado	Luis Eduardo Monteros Arregui
Título profesional	Licenciatura en Comunicación Social Semipresencial énfasis en Desarrollo.
Año de Graduación	2006
Nombre de su emprendimiento	DeContrabando
Año de creación	2016
Tipo de Producción	DeContrabando es un programa transmitido por las diferentes plataformas web como Twitter, Facebook, YouTube, Instagram. Se realiza entrevistas a varios personajes, en donde se emiten programas culturales, intelectuales y amigables, con una producción impecable.
Impacto en la sociedad	DeContrabando presenta su impacto en la sociedad generando espacios audiovisuales, donde se muestra una gran cantidad de temas culturales mediante entrevistas a varios personajes involucrados en el ámbito.
Innovación	DeContrabando presenta espacios de innovación comunicacional a través de plataformas web, redes sociales; pero también incursiona en medios tradicionales como televisión nacional, donde se muestra su producción de forma característica, mediante un lenguaje formal, y cierto estilo

	amigable, dentro sus producción tenemos: 1x1 Challenge, que significa 1 película en 1 minuto, 1 libro en 1 minuto, Pedaleando hacia el sur.
Sentido de la Comunicación	DeContrabando presenta su sentido de comunicación a través de la difusión de contenidos culturales, enfocándose en la apreciación de varios conceptos referentes al arte, la cultura, literatura, poesía entre otras; desde la entrevista a varios artistas a nivel nacional, e incluso su sentido comunicacional está orientado en la exploración, la descripción y la indagación de textos literarios con la exposición de los mismo, en plataformas de virtuales, espacio denominado como, 1x1 Challenge.

Tabla 5 De Contrabando.

Fuente: Entrevista Personal.

Elaboración propia.

2.2 Etapa de preproducción

Esta recopilación metodológica y la precedente exploración teórica permiten el desarrollo del producto audiovisual, con el fin de fortalecer la propuesta audiovisual con una base teórica preliminar para solventar el trabajo.

De esta forma se estructura el guion de la siguiente manera: una breve introducción sobre la comunidad educativa salesiana en el Ecuador, el sentido de la comunicación, luego se resaltarán los proyectos de emprendimiento de los graduados de

comunicación y finalmente se presenta las recomendaciones que ofrecen los comunicadores con emprendimientos hacia los estudiantes de la carrera.

Después de seleccionar los casos más emblemáticos de emprendimiento, se procedió a entrevistar a los comunicadores responsables de los mismos para conocer más sobre de su formación académica, el proceso de creación de sus emprendimientos y el trayecto que cursaron para convertirse en exitosos emprendedores.

El guion técnico, permitió organizar la imagen, sonido, secuencia, de tal forma que el espectador descubra la escena, a través de sus planos fijos, panorámicos, planos secuencia. Permite además dirigir la mirada del espectador, cambiar las escalas relacionales de tamaño y establecer un encuadre más cerrado o abierto mediante el uso de una lente específica, según sea la necesidad.

2.3 Etapa de producción

Concluida la etapa de preproducción se procedió a la utilización del plan de rodaje y el guion técnico, con el fin de presentar un producto estéticamente agradable y teóricamente sustentado, buscando cumplir con todos los estándares de calidad que exige la unidad de titulación de la Universidad Politécnica Salesiana.

Con todos los conceptos ya trabajados se procedió a filmar el material necesario para su posterior edición, en base a los criterios de selección antes mencionados.

Resulta imprescindible mencionar que los cuatro emprendedores y sus proyectos cumplen con el perfil necesario para ser estudiados y visibilizados en el producto audiovisual.

2.4 Etapa de postproducción

Concluidas las etapas de preproducción y producción se dio paso a la edición del producto audiovisual, seleccionando las mejores escenas y tomas, para que el producto que está dirigido a jóvenes de nivel socio-económico medio y medio alto, sin distinción de género, en un rango de edad de 18 a 25 años, transmita el mensaje de manera clara y concisa.

El video atraerá al espectador por sus tomas y la técnica que fue usado, como es el caso del video rítmico que fue utilizado en la producción, con el fin de que no solo el contenido visual sea atrayente, sino el audio ayude a mayor atención.

Toda la etapa de post producción se realizó con los siguientes programas: Adobe Ilustrador CS6, Adobe Premiere CS6, Adobe After Effects CS6 y Adobe Audition CS6. Es importante señalar que todos estos softwares de edición se utilizaron bajo la licencia profesional. El video será entregado en formato MP4.

2.5 Propuesta de divulgación.

El producto audiovisual será entregado a la Dirección de la Carrera de Comunicación el cual tendrá como objetivo ser visualizado en los espacios o sitios que este crea conveniente y a su vez el producto comunicativo será entregado una copia, al responsable del departamento de Seguimiento de Graduados.

3 Resultados.

Una vez concluida la investigación se obtiene los siguientes resultados.

- DeContrabando maneja temas culturales, los cuales permiten un aprendizaje enfocado a la apreciación de la diversidad de conceptos a partir de la entrevista a varios invitados que hablan de temas relacionados a la cultura, utilizando la hipermedia.
- Hangar films se enfoca en el trabajo audiovisual, impartiendo conocimiento relacionado a la producción y tecnología del medio cinematográfico.
- Creandino arroja como resultado con un enfoque social con inclinación al desarrollo social y sostenible desde la comunicación como prensa escrita, programación radial comunitaria y el desarrollo de proyectos comunitarios.
- En cuanto al programa de Josema, Paquirri y el Shafa, el aprendizaje está enfocado desde una nueva forma de hacer comunicación radiofónica y difundir de manera amigable las problemáticas que al principio de sus emisiones estaban relacionadas al tema migratorio, que en la actualidad son temas relacionados a la coyuntura del país, sin dejar el mismo estilo con el que se empezó dicho emprendimiento.

Por tanto, el principal resultado obtenido a partir de esta investigación, es que el comunicador salesiano está en la capacidad de realizar nuevos e innovadores emprendimiento que parten de una mentalidad proactiva y que al mismo tiempo conjugan nuevas técnicas y habilidades que se desarrollan a la vanguardia del ejercicio profesional de la comunicación.

Con relación a la estrategia metodológica aplicada en el trabajo de investigación, esta se ajustó a los objetivos planteados inicialmente permitiendo elaborar un producto de

calidad aplicando las herramientas teórico-conceptuales y prácticas conforme a los lineamientos exigidos

En este sentido los resultados de las entrevistas a profundidad muestran que la Carrera de Comunicación Social se enfoca en formar profesionales comprometidos con la realidad social y con la innovación de la comunicación en diferentes contextos.

Finalmente, la investigación realizada servirá para que los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social, a partir de la visualización del producto audiovisual presentado, consideren la creación de emprendimiento propios con el fin de desarrollar nuevas formas de comunicación y de esta manera aportar en la sociedad.

4 Conclusiones

Metodológicamente en esta investigación se utilizaron diferentes técnicas como entrevistas a profundidad, método biográfico, y la observación de campo, métodos que permiten hacer inferencias válidas las cuales sirven para identificar los mejores mecanismos comunicacionales utilizados por los emprendedores.

En segundo término que se concluye, está basada en la teoría que se aplicó para la investigación, la misma que ayudó a precisar conceptualmente casos de emprendimientos, los cuales nacen a partir de la creatividad de los comunicadores salesianos, quienes mediante una idea innovadora buscan posicionarse en el mercado laboral de la comunicación.

Finalmente, la producción audiovisual referente a la realización de la práctica en la investigación se basa en el proceso de preproducción que permitió tener un precedente de equilibrio y orden al momento de la producción, en el cual se usaron diferentes técnicas y herramientas que facilitaron el proceso y el alcance del producto, de igual forma se produjo un video rítmico que cambia de escena con cada beat en la introducción, siendo de esta manera mucho más llamativo y de fácil comprensión para el público objetivo.

5 Referencias Bibliográficas

- Araujo, J. G. (Enero de 2014). *El coworking: un nuevo concepto de organización del trabajo*. Universidad del País Vasco. Recuperado el 6 de 02 de 2018.
<https://www.ehu.eus/documents/1393006/6224470/El-coworking.pdf>
- Barrantes, R. (2000). *Investigación: Un Camino al conocimiento un enfoque cualitativo y cuantitativo*. San José : Editorial Universidad Estatal A Dsitancia San José Costa Rica.
- Barrantes, R. (2000). *Investigación: un camino al conocimiento un enfoque cualitativo y cuantitativo*. San José: Universidad Estatal.
- Durán, L. A. (2008). *Formación: apuntes para su comprensión en la docencia universitaria*. Profesorado. Recuperado el 5 de marzo de 2018,
<https://www.ugr.es/~recfpro/rev123COL3.pdf>
- Formichella, M. M. (2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local*. Bueno Aires: INTA.
- Formichella, M. M. (2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local*. Bueno Aires: INTA.
- Líderes. (6 de marzo de 2018). *El ´coworking´ es una apuesta de los salesianos*.
Revista Líderes. Obtenido de <http://www.revistalideres.ec/lideres/coworking-proyecto-formacion-estudiantes-universidad.html>
- Universidad Politécnica Salesiana. (11 de Enero de 2012). *Estatuto de la Universidad Politécnica Salesiana* .Universidad Politécnica Salesiana.
Obtenido de:

<http://www.ups.edu.ec/documents/10184/23549/08+Consejo+Superior+-+10+de+diciembre+de+2012/20dafdd9-f94b-411e-8832-0a9f1255e89d>

Universidad Politécnica Salesiana. (Abril de 2017). Encuesta virtual. Recuperado el 10 de 09 de 2017

Universidad Politécnica Salesiana. (2017). *Razón de ser*. Recuperado el 15 de 12 de 2017, de <https://www.ups.edu.ec/razon-de-ser>

Universidad Politécnica Salesiana. (19 de 9 de 2017). *Carreras Sede Quito*.

Universidad Politécnica Salesiana. Obtenido de:

<http://www.ups.edu.ec/comunicacion-quito>

Viggiano, N. V. (2009). *Lenguaje y Comunicación*. CECC/SICA.

Villacís, J. (2018). Entrevista audio coworking 1 [Grabado por D. Tapia]. Quito, Pichincha, Ecuador.

6 Anexos

Anexo 1 Recursos técnicos y humanos.

Recursos técnicos:

- Cámara Nikon
- Corbatero
- Luces
- Grabadora de voz
- Trípode

Talento Humano:

Daniel Tapia (preproducción, producción, postproducción).

1. Lic. Patricia Coronel propietaria de la productora Hangar Films
2. Lic. Luis Montero conductor del programa DeContrabando,
3. Lic. Fabián Iza, propietario de la productora Creandino.
4. Lic. Gerónimo Meneses (Josema) que da vida a uno de los personajes del programa “El show de Josema, Paqurri y El Shafa”

Canales de Difusión:

- Universidad Politécnica Salesiana
- YouTube
- Redes Sociales.

Anexo 2 Guion Literario.

La visión de la Universidad Politécnica Salesiana es ser una institución que forme profesionales en busca de la verdad, que promuevan la cultura, sean parte de la investigación científica y tecnológica.

La carrera de comunicación social ha graduado a 2012 comunicadores sociales desde el año 1995 en el cual se crea en la Sede Quito.

Los emprendimientos son considerados como iniciativas propias que se van desarrollando según las habilidades y conocimientos adquiridos en su formación profesional, cuyo fin es impactar en lo económico, político o social. Gran parte de estos emprendimientos han sido desarrollados por los comunicadores formados en la Universidad Politécnica Salesiana.

Se presentan diferentes emprendimientos con la intención de demostrar que la comunicación eficaz y oportuna facilita el desarrollo de un emprendimiento y su posicionamiento en el mercado laboral ecuatoriano.

El comunicador salesiano está en la capacidad de realizar nuevos e innovadores emprendimiento que parten de una mentalidad proactiva y que al mismo tiempo conjugan nuevas técnicas y habilidades que se desarrollan a la vanguardia del ejercicio profesional de la comunicación.

La Carrera de Comunicación Social, se enfoca en formar profesionales comprometidos con la realidad social y con la innovación de nuevas formas de comunicación.

Anexo 3 Preguntas entrevistados.

1. Preguntas de los Entrevistados
2. ¿Nombre del graduado?
3. ¿Título profesional obtenido en la Universidad Politécnica Salesiana?
4. ¿Año de graduación?
5. ¿Nombre del Emprendimiento?
6. ¿Cuéntanos de tu emprendimiento?
7. ¿Qué impulso el emprendimiento que llevan adelante?
8. ¿Su actividad actual responde a un emprendimiento?
9. ¿Qué recomienda a los actuales estudiantes de comunicación?
10. ¿Cómo han articulado el ejercicio de la comunicación con otras áreas como aporte en su emprendimiento?
11. ¿Cuáles fueron las dificultades y acciones que tomaron para resolver?
12. ¿Qué dejó en ti la Universidad Politécnica Salesiana?

Tabla 1: Cuadro de emprendimientos en la UPS del coworking.

Nombre	Ciudad	Legalizada	Tiempo	Detalle	Contacto	Correo Electrónico
AGROSCAN	Quito	Si	1 año, 8 meses	AgroScan es una StartUp dedicada a la investigación y desarrollo en el sector agrícola, a través de la agricultura de precisión, la captura de imágenes multiespectrales con drones, el procesamiento en nube y la presentación de resultados al cliente por medio de nuestra plataforma web.	Jhony Villacis	jvillacis@agrosan.ec
COMFY	Quito	proceso	8 meses	Protegemos tu salud higienica en todo lugar y cualquier momento,	Paula Salazar	paelsacosta@gmail.com

				Comfy es una barrera fisico-quimica que cubre la superficie de los sanitarios evitando el contacto con tu piel		
GRUPO DHARMA	Quito	Si	1 año	Desarrollo de software a la medida	Alejandro Pozo	info@grupodharma.org
CENTRIFUGA CENTAURY	Quito	Sí		Desarrollo de centrífugas	Jhon Valle	j_valle_cortez@hotmail.com
ESFERA FAYAC	Quito					
SEEMSA	Quito					
JAVA2GINGA	Quito					
ANCESTRAL	Quito	proceso	6 meses	Cerveza Artesanal	Telmo Salazar	telmoosp@hotmail.com
CREAR	Quito	proceso	6 meses	se dedica a dar acompañamiento a emprendedores en etapas tempranas, desde la ideación,	Noemi Mora	nmora@crear-lab.com

				diseño, prototipado, y validación de emprendimientos en el mercado a través de metodologías ágiles enfocados en fortalecer la resiliencia de los emprendedores.		
ELLA SED	Guayaquil	proceso (Factura como persona natural)	1 año	Temas de finanzas y administración para mujeres microempresarias	Victoria Izquieta	victoria.izquieta@hotmail.com
ARDSYS	Guayaquil	SÍ	2 años	Fortalecimiento de las actividades de diseño, desarrollo, fabricación y comercialización de equipamiento electrónico, residencial, didáctico educativo	Jorge Saltos / José Sald	jsaldarriaga1992@gmail.com

BALERO	Guayaquil	No (Factura como	10 meses	Emprendimiento social que busca fortalecer la creatividad en los niños a través de juegos lúdicos como Sudoku, origami, cuento y dibujo	Anai Vizcaino	vizcainoanai@yahoo.es
NEW GLASS	Guayaquil	proceso	10 meses	Remunerar de manera justa a aquellos que se dedican a reciclar, por medio de la venta de botellas recicladas.	Rómulo Cedillo	Romulo_2306@hotmail.com
LOS LIDERES	Guayaquil	SÍ	3 años	Servicios de capacitación y entrenamiento	Bianca Benavides	
BIOINMUNE	Guayaquil					
GODLA	Guayaquil	proceso	7 meses	Marketing Digital	Ángel Godoy	Angelgodoyluna@agenciagodla.com
BLACKCAT	Guayaquil	proceso	3 años	Marketing y Comunicación	Sergio Serna	maxsushiro@gmail.com

MYOPAD	Guayaquil	proceso	12 meses	Es un proyecto que busca potenciar e incentivar el uso de dinero electrónico en el mercado, redefine la forma tradicional de hacer cobros y pagos en un punto de venta, con dispositivos electrónicos, brazaletes y POS que facilitan el pago, especialmente a personas con discapacidad.	César Honores	cesaraurel@gmail.com
WIESNER SWEET	Guayaquil	proceso	2 años, 4 meses	Pastelería y organización de eventos	Gabriela Wiesner	gaby_wiesner@hotmail.com
BUSMOVIL	Guayaquil					
HORNOS ALTA T	Cuenca					
KULLKPOSTERS	Cuenca					
SERTRI	Cuenca					

PGWOODS	Cuenca					
BEUPS	Cuenca				Cristian Cárdenas	
	Cuenca				Richi Prieto	

Tabla 5: Cuadro de emprendimientos en la UPS del coworking.

Fuente: Tabla realizada por la Universidad Politécnica Salesiana.

Elaborada por Jhony Villacis.

Tabla 2: Cronograma de Actividades y Presupuesto:

ACTIVIDADES	MES	SEPTIE MBRE				OCTUB RE				NOVIE MBRE				DICIEMB RE				ENERO				FEBRER O				MARZO			
	SEMANA S	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
	DURACI ÓN DE SEMANA S	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
PRE-PRODUCCIÓN																													
APROBACIÓN PLAN	1																												

Tabla 3:Guion Técnico.

VIDEO	AUDIO / SONIDO	TIEMPO
Sec. 00 Esc.00 Logo institucional (animado)	Musicalización: Música de fondo (primer plano)	5seg
Sec.01 Esc.01 Día/Ext UPS el Girón/ gran plano general, ángulo normal.	Musicalización: Música de fondo (Baja a segundo plano)	10seg.
Sec.01 Esc.02 Día/Ext Plano general de la facultad de Comunicación Social de la UPS acompañado de un Timeslapse, con un movimiento panorámico.	Musicalización: (Baja a tercer plano) Voz/off: Palabras claves de la universidad.	30seg.
Sec.02 Esc.01 Día/Ext Tomas de paso de los emprendimientos de los graduados.	Musicalización: Música de fondo (primer plano) Voz/off: Que de una breve introducción de los profesionales de la carrera.	20seg.
Sec.04	Musicalización: (primer plano)	30seg.

<p>Esc.01</p> <p>Día/Ext.</p> <p>Tomas de paso de su lugar de trabajo que den apertura a la entrevista de la Lic. Patricia Coronel.</p>	<p>Voz/off: una breve introducción sobre la Lic. Patricia Coronel.</p>	
<p>Sec.04</p> <p>Esc.02</p> <p>Día/Int.</p> <p>Plano medio de Lic. Patricia Coronel, ángulo normal, ella sentada en su escritorio en su oficina.</p>	<p>Musicalización: (Baja a tercer plano)</p> <p>Palabras del entrevistado.</p>	<p>240 seg.</p>
<p>Sec.04</p> <p>Esc.01</p> <p>Día/ext.</p> <p>Tomas de paso de su lugar de trabajo que tenga un desenlace para dar paso a la siguiente entrevista.</p>	<p>Musicalización: (primer plano)</p>	<p>30seg.</p>
<p>Sec.05</p> <p>Esc.01</p> <p>Día/Ext.</p>	<p>Musicalización: (primer plano)</p> <p>Voz/off: una breve introducción sobre la Lic. Luis Montero.</p>	<p>30seg.</p>

<p>Tomas de paso de su lugar de trabajo que den apertura a la entrevista del Lic. Luis Montero.</p>		
<p>Sec.05 Esc.02 Día/Int. Plano medio de Lic. Luis Montero, ángulo normal, el sentado en su escritorio en su oficina.</p>	<p>Musicalización: (Baja a tercer plano) Palabras del entrevistado.</p>	<p>240seg.</p>
<p>Sec.05 Esc.01 Día/Ext. Tomas de paso de su lugar de trabajo que tenga un desenlace para dar paso a la siguiente entrevista.</p>	<p>Musicalización: (primer plano)</p>	<p>30seg.</p>
<p>Sec.06 Esc.01 Día/Ext. Tomas de paso de su lugar de trabajo que den apertura a la entrevista del Lic. Fabián Iza.</p>	<p>Musicalización: (primer plano) Voz/off: una breve introducción sobre la Lic. Fabián Iza.</p>	<p>30seg.</p>
<p>Sec.06 Esc.02</p>	<p>Musicalización: (Baja a tercer plano)</p>	<p>240seg.</p>

<p>Día/Int.</p> <p>Plano medio de Lic. Fabián Iza, ángulo normal, el sentado en su escritorio en su oficina.</p>	<p>Palabras del entrevistado.</p>	
<p>Sec.06</p> <p>Esc.01</p> <p>Día/Ext.</p> <p>Tomas de paso de su lugar de trabajo que tenga un desenlace para dar paso a la siguiente entrevista.</p>	<p>Musicalización: (primer plano)</p>	<p>30seg.</p>
<p>Sec.07</p> <p>Esc.01</p> <p>Día/Ext.</p> <p>Tomas de paso de su lugar de trabajo que den apertura a la entrevista del Lic. Gerónimo Meneses.</p>	<p>Musicalización: (primer plano)</p> <p>Voz/off: una breve introducción sobre la Lic. Gerónimo Meneses.</p>	<p>30seg.</p>
<p>Sec.07</p> <p>Esc.02</p> <p>Día/Int.</p> <p>Plano medio de Lic. Gerónimo Meneses, ángulo normal, el sentado en su escritorio en su oficina.</p>	<p>Musicalización: (Baja a tercer plano)</p> <p>Palabras del entrevistado.</p>	<p>240seg.</p>

Sec.07 Esc.01 Tomas de paso de su lugar de trabajo que tenga un desenlace para dar paso a la siguiente entrevista.	Musicalización: (primer plano)	30seg.
Sec.08 Esc.01 Aparece el logo de la UPS , con una animación	Musicalización: (primer plano)	5seg.
Sec.08 Esc.02 Día/Ext Un plano americano de la entrevistadora, con un ángulo normal dando las despedida.	Musicalización: (Baja a tercer plano) Palabras de la presentadora.	15seg.
Sec.08 Esc.02 créditos del producto.	Musicalización: (primer plano)	20seg.

Tabla 7: Guion Técnico.

Fuente: Guion propia.

Elaboración propia.