



## **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Producción de material audiovisual para promover la cultura de reciclaje a los colaboradores de

Grupo Industrial INGRUP.

Guatemala, Guatemala 2020.

## **PROYECTO DE GRADUACIÓN**

Presentado a la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Guatemala, C.A.

### **ELABORADO POR:**

Mynor Antonio Cruz López

Carné 2007-3268

Para optar al título de:

**LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO**

Nueva Guatemala de la Asunción, 2019

Producción de material audiovisual para promover la cultura de reciclaje a los colaboradores del  
Grupo Industrial INGRUP

Mynor Antonio Cruz López

UNIVERSIDAD GALILEO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Nueva Guatemala de la Asunción, Julio 2019

### **Autoridades**

- Rector. Dr. Eduardo Suger Cofiño
- Vicerrectora, Dra. Mayra de Ramírez
- Vicerrector Administrativo, Lic. Jean Paul Suger Castillo
- Secretario General, Lic. Jorge Retolaza
- Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Lic. Leizer Kachler
- Vicedecano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Lic. Rualdo Anzueto, M.Sc.

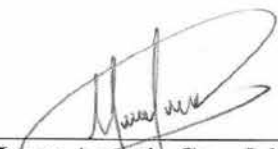
Guatemala 16 de abril de 2019

Licenciado  
Leizer Kachler  
Decano-Facultad de Ciencias de la Comunicación  
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado **PRODUCCIÓN DE MATERIAL AUDIOVISUAL PARA PROMOVER LA CULTURA DE RECICLAJE A LOS COLABORADORES DE GRUPO INDUSTRIAL INGRUP**. Así mismo solicito que la Licda. Lissette Pérez Aguirre sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



---

Mynor Antonio Cruz López  
20073268



---

Licda. Lissette Pérez Aguirre  
Asesora



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala 17 de mayo de 2019

**Señor:**  
**Mynor Antonio Cruz López**  
**Presente**

Estimado Señor Cruz:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **PRODUCCIÓN DE MATERIAL AUDIOVISUAL PARA PROMOVER LA CULTURA DE RECICLAJE A LOS COLABORADORES DE GRUPO INDUSTRIAL INGRUP**. Así mismo, se aprueba a la Licda. Lissette Pérez Aguirre, como asesora de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

---

**Lic. Leizer Kachler**  
**Decano**  
**Facultad de Ciencias de la Comunicación**



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM**

Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 23 de enero de 2020

**Lic. Leizer Kachler**  
**Decano**  
**Facultad de Ciencias de la Comunicación**  
**Universidad Galileo**

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **PRODUCCIÓN DE MATERIAL AUDIOVISUAL PARA PROMOVER LA CULTURA DE RECICLAJE A LOS COLABORADORES DE GRUPO INDUSTRIAL INGRUP. GUATEMALA, GUATEMALA 2020**. Presentado por el estudiante: Mynor Antonio Cruz López, con número de carné: 20073268, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

**Licda. Lissette Pérez Aguirre**  
Asesora



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 21 de octubre de 2020

Señor  
Mynor Antonio Cruz López  
Presente

Estimado Señor Cruz:

Después de haber realizado su examen privado para optar al título de Licenciatura en Comunicación y Diseño de la **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN** de la Universidad Galileo, me complace informarle que ha **APROBADO** dicho examen, motivo por el cual me permito felicitarle.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler  
Decano  
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Ciudad de Guatemala, 11 de enero de 2021.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

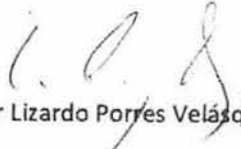
Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: **PRODUCCIÓN DE MATERIAL AUDIOVISUAL PARA PROMOVER LA CULTURA DE RECICLAJE A LOS COLABORADORES DE GRUPO INDUSTRIAL INGRUP. GUATEMALA, GUATEMALA 2020**, del estudiante Mynor Antonio Cruz López, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porres Velásquez

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo





**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 22 de enero de 2021

**Señor:**  
**Mynor Antonio Cruz López**

Estimado Señor Cruz:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado **PRODUCCIÓN DE MATERIAL AUDIOVISUAL PARA PROMOVER LA CULTURA DE RECICLAJE A LOS COLABORADORES DE GRUPO INDUSTRIAL INGRUP. GUATEMALA, GUATEMALA 2020**. Presentado por el estudiante: Mynor Antonio Cruz López, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciado en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

---

**Lic. Leizer Kachler**  
**Decano**  
**Facultad de Ciencias de la Comunicación**

## **Dedicatoria**

Existen personas a las cuales quiero dedicar este proyecto de graduación, sin las cuales y sin su apoyo, no hubiera sido posible realizarlo. Primero quiero agradecer a Dios, padre bueno y misericordioso que me ha regalado la oportunidad de estudiar y realizar este proyecto, gracias por la luz, entendimiento y sabiduría que me brinda cada día.

A mis padres Julio Antonio Cruz López y María Victoria López de Cruz, seres humanos increíbles que me regalaron la vida y que a lo largo de mis años me han apoyado en todos los momentos que he necesitado, tanto económicamente, como moral y espiritualmente. Gracias por enseñarme los valores por los cuales me muevo en la vida, por el respeto que me han inculcado hacia las demás personas y sobretodo por ser mi ejemplo a seguir, porque con ese ejemplo me han mostrado que con esfuerzo, perseverancia y fortaleza todas las cosas se pueden lograr en la vida. Gracias por dejar toda su dedicación por mi. Para ellos va este logro, esperando que se sientan orgullosos del hombre que han formado, el cual lucha cada día por superarse y brindar lo mejor para el prójimo y la sociedad. Todo mi amor para ustedes.

A mis hermanos Julio Roberto y Erick Estuardo, por estar siempre al pendiente de mi y de mis estudios. Hombres de bien que gracias por su ejemplo y amor siempre me han enseñado a lograr mis metas y no rendirme nunca.

A mis cuñadas y sobrinos y sobrina, personas importantes en mi vida que alegran y llenan de momentos felices y únicos mi existencia.

A mis amigos y compañeros de universidad, por su amistad y compañía en este camino tan largo y tan lleno de retos, su amistad hizo mejor todos los días de clase.

A mis catedráticos por su dedicación y esfuerzo en brindar lo mejor de ellos y aportar su conocimiento para mi formación como profesional.

A todos, muchas gracias.

## **Sinopsis**

Estableciendo contacto con el Grupo Industrial INGRUP, se logro establecer que no cuentan con un material audiovisual que fomente la cultura del reciclaje dentro de los colaboradores que laboran con ellos.

Teniendo en cuenta lo anterior se trazo el siguiente objetivo: Producir un material audiovisual para promover la cultura de reciclaje a los colaboradores de Grupo Industrial INGRUP.

El enfoque de la investigación es mixto porque se utilizo el método cuantitativo y el método cualitativo. En el primero se cuantifican los resultados de la muestra, y en el segundo se evalúan el nivel de percepción y utilidad del proyecto.

La herramienta de la investigación se aplicó a un promedio de 25 personas, las cuales se encuentra conformadas por expertos en comunicación y diseño, cliente, y grupo objetivo.

El principal hallazgo es que se logro producir un material audiovisual para promover la cultura de reciclaje a los colaboradores de Grupo Industrial INGRUP.

Se recomendó que el material audiovisual para promover la cultura de reciclaje a los colaboradores, donde se muestra el proceso de reciclaje y los productos que se pueden producir a través de este proceso, este disponible y pueda ser visto por todos los colaboradores, siento esto una herramienta para que ellos puedan conocer más sobre la cultura del reciclaje.

Para efectos legales únicamente el autor Mynor Antonio Cruz López es responsable del contenido de este proyecto ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta por estudiantes y profesionales.

# Índice

## **Capítulo I: Introducción**

1.1 Introducción.....	1
-----------------------	---

## **Capítulo II: Problemática**

2.1 Contexto.....	4
-------------------	---

2.2 Requerimiento de comunicación y diseño.....	4
---	---

2.3 Justificación.....	4
------------------------	---

2.3.1 Magnitud.....	5
---------------------	---

2.3.2 Vulnerabilidad.....	5
---------------------------	---

2.3.3 Trascendencia.....	5
--------------------------	---

2.3.4 Factibilidad.....	6
-------------------------	---

## **Capítulo III: Objetivos de diseño**

3.1. Objetivo general.....	7
----------------------------	---

3.2. Objetivos específicos.....	7
---------------------------------	---

## **Capítulo IV: Marco de referencia**

4.1 Información general del cliente.....	8
--	---

## **Capítulo V: Definición del grupo objetivo.**

5.1 Perfil geográfico.....	12
----------------------------	----

5.2 Perfil demográfico.....	12
-----------------------------	----

5.3 Perfil psicográfico.....	13
------------------------------	----

5.4 Perfil conductual.....	14
----------------------------	----

## **Capítulo VI: Marco teórico**

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.....	15
--	----

6.2	Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.....	19
6.3	Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias.....	26

**Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar**

7.1	Aplicación y razonamiento de la Información obtenida en el Marco Teórico. ....	30
7.2	Conceptualización.....	32
7.3	Bocetaje.....	34
7.4	Propuesta preliminar.....	51

**Capítulo VIII: Validación técnica**

8.1	Población y muestreo.....	62
8.2	Método e Instrumentos. ....	63
8.3	Resultados e Interpretación de resultados.....	64
8.4	Cambios en base a los resultados.....	71

**Capítulo IX: Propuesta gráfica final**

	Propuesta gráfica final.....	80
--	------------------------------	----

**Capítulo X: Producción, reproducción y distribución**

10.1	Plan de costos de elaboración.....	99
10.2	Plan de costos de producción.....	99
10.3	Plan de costos de reproducción.....	100
10.4	Plan de costos de distribución.....	100
10.5	Margen de utilidad.....	100
10.6	IVA.....	101
10.7	Cuadro resumen.....	101

**Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones**

11.1	Conclusiones.....	102
------	-------------------	-----

11.2 Recomendaciones.....	103
---------------------------	-----

**Capítulo XII: Conocimiento general**

12.1 Conocimiento general.....	104
--------------------------------	-----

**Capítulo XIII: Referencias**

13.1 Referencias libros.....	105
------------------------------	-----

13.2 Referencias biblioweb.....	106
---------------------------------	-----

**Capítulo XIV: Anexos**

14.1 Brief.....	108
-----------------	-----

14.2 Tabla de niveles socioecómicos.....	111
--	-----

14.3 Instrumento de validación.....	112
-------------------------------------	-----

14.1 Fotografías de validación.....	115
-------------------------------------	-----

**CAPÍTULO I**

# **INTRODUCCIÓN**





## **Capítulo I: Introducción**

INGRUP nace en el año de 1974. Ubicada en la ciudad de Guatemala, departamento de Guatemala es una empresa cuenta con plantas innovadoras para la producción de empaques. Su industria posee tecnología de punta y sistemas de control de calidad altamente efectivos. Tiene presencia en más de 20 países.

Comprometidos con el medio ambiente, cuentan con la primera planta industrial de reciclaje de plásticos en Centro América. Han integrado soluciones de empaque para las industrias de bebidas, alimentos, restaurantes, químicos, farmacéuticas, hogar y otros con las líneas de productos de envases, preformas para envases, tapas, cubetas, cajas y cajillas, empaque flexible, etiquetas, cajas plegadizas, vasos, pajillas y materias primas recicladas.

INGRUP se ha consolidado como empresa, sin embargo, actualmente no cuenta con un material audiovisual el cual le permita promover la cultura de reciclaje dentro de su colaboradores.

Partiendo de esta problemática y con la ayuda de la comunicación y el diseño se presenta el siguiente proyecto titulado “Producción de material audiovisual para promover la cultura de reciclaje a los colaboradores de Grupo Industrial INGRUP.”

Para la realización de dicho proyecto se procederá a investigar información acerca de la cultura de reciclaje a través de información que proporcione el Grupo Industrial INGRUP.

Las ciencias que respaldaran son: Semiología, Sociología y Psicología del consumidor, adicional de agregar tendencia relacionada con la producción audiovisual.

El objetivo general que se planteará es el siguiente “Producción de material audiovisual para promover la cultura de reciclaje a los colaboradores de Grupo Industrial INGRUP.”

La investigación tendrán un enfoque de carácter cuantitativo y cualitativo, esto para tener una visión general del proyectos y analizar el alcanzar los objetivos planteados.

El enfoque cuantitativo se utilizara para medir los resultados que serán obtenidos a través de una herramienta de validación la cual será la encuesta que se realizara entre expertos de la materia, clientes y grupo objetivo.

El enfoque cualitativo se utilizara para medir la percepción de la calidad del material audiovisual tanto los expertos, como del cliente y grupo objetivo.

El proyecto muestra todas las etapas para su realización desde establecer la problemática, la recopilación de la información, la investigación del grupo objetivo, el método, el bocetaje, la propuesta preliminar.

La herramienta utilizada para la validación descrita en el enfoque cuantitativo se aplicará a 5 expertos del diseño gráfico, comunicación y audiovisual: 2 personas por parte del cliente INGRUP y 25 personas del grupo objetivo.

El primer hallazgo lo constituye que el 100% cree necesario producir un material audiovisual para promover la cultura de reciclaje a los colaboradores del Grupo Industrial INGRUP.

En consecuencia, de conformidad con los resultados positivos que mostró la encuesta, se concluyo lo siguiente:

Es necesario producir un material audiovisual para promover la cultura de reciclaje a los colaboradores del Grupo Industrial INGRUP.

Recopilar información acerca de la cultura de reciclaje, a través de información que proporcione el Grupo Industrial INGRUP, para establecer el contenido de este material audiovisual, que posteriormente será difundido a los colaboradores dentro de la organización.

Investigar términos y conceptos fundamentales de comunicación, diseño y tendencias de producción audiovisual, a través de fuentes bibliográficas relacionados con el tema, lo que

permitirá recabar información que respaldará científicamente la realización de este material audiovisual, que posteriormente será difundido a los colaboradores dentro de la organización.

Finalmente se considera necesario filmar a través de planos cinematográficos las etapas del proceso de reciclaje para mostrar los productos que se logran obtener para luego ser mostrados en el material audiovisual.

Con la realización de este proyecto se espera aportar un material que sirva para promover la cultura de reciclaje dentro de los colaboradores del grupo industrial INGRUP.

## CAPÍTULO II

# PROBLEMÁTICA



## **Capítulo II: Problemática**

En conjunto con el cliente Grupo Industrial INGRUP, se concluyó que carece de material audiovisual que le permita promover la cultura de reciclaje a los colaboradores, por lo que no cuentan con información audiovisual que construya la cultura de reciclaje entre los colaboradores. Por esta razón, se determinó realizar un material audiovisual que promueva dicha cultura.

### **2.1 Contexto**

Desde hace varios años atrás el mundo entero enfrenta graves problemas de contaminación, sobretodo con el tema de reciclaje. En Guatemala existe una falta de manejo de la basura, en especial del plástico. En particular, en nuestro país, las personas carecen de una cultura de reciclaje, la cuál los lleva a desechar toda la basura en un mismo lugar, sin tomarse el tiempo de clasificarla y luego depositarla en los recipientes adecuados.

Por lo expuesto anteriormente es necesario diseñar un material audiovisual que promueve la cultura de reciclaje a los colaboradores de INGRUP. Fundada en 1976, INGRUP empresa responsable con el ambiente busca promover a sus colaboradores la cultura del reciclaje del plástico y poder transmitir a ellos que el problema no es el plástico sino la falta de cultura del reciclaje.

### **2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño**

El Grupo Industrial INGRUP no cuenta con material audiovisual para promover la cultura del reciclaje a sus colaboradores. Es por ello que ha solicitado la ayuda para crear un material audiovisual que motive a sus colaboradores a reciclar el plástico.

**2.3 Justificación.** Para sustentar de manera consistente las razones por las cuales se consideró importante el problema y la intervención del diseñador – comunicador, se

justifica la propuesta a partir de cuatro variables: a) magnitud; b) trascendencia; c) vulnerabilidad; y d) factibilidad.

**2.3.1. Magnitud.** Este proyecto de graduación tiene una magnitud de 1,000 colaboradores del Grupo Industrial INGRUP. Según el Instituto Nacional de Estadística -INE- el país cuenta, al año 2019, con 17,679,735 habitantes. El departamento de Guatemala cuenta con 3,531,754 habitantes, en el municipio de Guatemala existen 995,130 habitantes y en el municipio de Guatemala existen 5 fabricas de empaques.



Gráfica 1 / Pirámide poblacional.

**2.3.2. Vulnerabilidad.** Al no contar con material audiovisual que enseñe a los colaboradores del Grupo Industrial INGRUP la importancia de reciclar el plástico, se corre el riesgo que el plástico se siga desechando con el resto de basura y así seguir provocando más contaminación al ambiente.

**2.3.3. Trascendencia.** Al contar con material audiovisual que muestre a los colaboradores del Grupo Industrial INGRUP lo importante que es el reciclaje del plástico y los usos

posteriores que se le puede dar al mismo, se puede disminuir la falta de conocimiento y conciencia del manejo del reciclaje y así reducir el impacto al medio ambiente.

**2.3.4. Factibilidad.** El material audiovisual tiene gran posibilidad de realización debido a que el Grupo Industrial INGRUP cuenta con los recursos necesarios para utilizarlos en este proyecto, tales como:

**2.3.4.1 Recursos Humanos.** El Grupo Industrial INGRUP cuenta con el capital humano adecuado que tiene la capacidad y conocimiento para el manejo y uso del material audiovisual.

**2.3.4.2 Recursos Organizacionales.** El Grupo Industrial INGRUP cuenta con una estructura organizacional importante, que incluye al departamento de Recursos Humanos y el área de Mercadeo los cuales están dispuestos a brindar información de la organización así como el conocimiento que ellos poseen en relación al tema del reciclaje y así llevar a cabo este proyecto.

**2.3.4.3 Recursos Económicos.** El Grupo Industrial INGRUP cuenta con los recursos económicos necesarios, que posibilitan la realización de este proyecto, monto que asciende a Q. 9,240.00. Por su parte, el profesional de la Comunicación y Diseño Mynor Antonio Cruz López donará la elaboración del material audiovisual.

**2.3.4.4 Recursos Tecnológicos.** Se cuenta con el recurso tecnológico adecuado para la realización del material audiovisual. Dentro de este recurso se encuentran una computadora iMac que cuenta con los programas de diseño como lo son Adobe Photoshop, Adobe Illustrator y Adobe Premier. Así también se cuenta con una cámara de fotografía y video profesional y con el equipo de iluminación y audio adecuado para la filmación de material a utilizar.

## CAPÍTULO III

# OBJETIVOS DEL DISEÑO





## **Capítulo III: Objetivos del diseño**

### **3.1 Objetivo general**

Producir material audiovisual para promover la cultura de reciclaje a los colaboradores del Grupo Industrial INGRUP.

### **3.2 Objetivos específicos**

3.2.1 Recopilar información acerca de la cultura de reciclaje, a través de información que proporcione el Grupo Industrial INGRUP, que contenga datos sobre el reciclaje del plástico, que sirva de fundamento para la realización de este material audiovisual, para construir una cultura de reciclaje dentro de los colaboradores de la organización.

3.2.2 Investigar términos y conceptos fundamentales de comunicación, diseño y tendencias de producción audiovisual, a través de fuentes bibliográficas relacionados con el tema, lo que permitirá recabar información que respaldará científicamente la realización de este material audiovisual, que posteriormente será difundido a los colaboradores dentro de la organización.

3.2.3 Filmar a través de planos cinematográficos las etapas del proceso de reciclaje para mostrar los productos que se logran obtener para luego ser mostrados en el material audiovisual.

## CAPÍTULO IV

# MARCO DE REFERENCIA



## Capítulo IV: Marco de referencia

### 4.1 Información general del cliente

Nombre: INGRUP

Dirección: Avenida Petapa y 56 Calle, Zona 12, Ciudad de Guatemala, Guatemala.

Teléfono: (502) 2326-5600

Correo electrónico: [info@ingruplatam.com](mailto:info@ingruplatam.com)

Contacto: Licenciada Noelia Dávila

#### Presentación:

INGRUP fue fundado en el año de 1974. Tiene presencia en más de 20 países y cuenta con plantas innovadoras para la producción de empaques. Su industria posee tecnología de punta y sistemas de control de calidad altamente efectivos, emplea recursos inteligentes y amigables con el medio ambiente. En 40 años han transformado 1,200,000 toneladas de material.

Comprometidos con el medio ambiente, han creado la primera planta industrial de reciclaje de plásticos en Centro América logrando recolectar en los últimos 3 años mas de 14 mil contenedores, equivalentes a llenar mas de 3 estadios de futbol. Han integrado soluciones de empaque para las industrias de bebidas, alimentos, restaurantes, químicos, farmacéuticas, hogar y otros con las líneas de productos de envases, preformas para envases, tapas, cubetas, cajas y cajillas, empaque flexible, etiquetas, cajas plegadizas, vasos, pajillas y materias primas recicladas.

**4.1.1 Misión.** Su misión es proveer soluciones de empaque a nivel regional, mediante tecnología de punta y un equipo humano competente y comprometido, generando beneficios para sus clientes, inversionistas y colaboradores.

**4.1.2 Visión.** Ser el proveedor más confiable e innovador de empaques.

**4.1.3 Propósito.** Agregar valor a las marcas de nuestros clientes con soluciones de empaque confiables, innovadores y amigables con el ambiente.

**4.1.4 Valores.** Compromiso, confianza e integridad.

**4.1.5 Política de gestión de mejora.** Debemos buscar continuamente la excelencia en el negocio de empaques. Utilizando sistemas de gestión eficaces de calidad, inocuidad, salud y seguridad ocupacional, medio ambiente y responsabilidad social, con recurso humano altamente competente y comunicación efectiva, para obtener la confianza y la satisfacción de nuestros clientes y de las partes interesadas, respetando el marco legal y cumpliendo los compromisos acordados

**4.1.6 Calidad e Inocuidad.** La inocuidad de nuestros empaques y cumplimiento con la calidad acordada.

**4.1.7 Salud y Seguridad Ocupacional.** Prevenir, controlar y eliminar los riesgos para nuestros colaboradores.

**4.1.8 Medio Ambiente.** Prevenir, minimizar y controlar los riesgos de impacto ambiental y fomentar las 4R's (Reducir, Reutilizar, Reciclar y Reforestar).

**4.1.9 Responsabilidad Social.** Cumplir y fomentar los principios de responsabilidad social por medio de la transparencia y comportamiento honesto y ético, cumpliendo nuestros valores de compromiso, integridad y confianza.

**4.1.10 Competencia.** En el departamento de Guatemala se encuentran ubicadas varias empresas de empaques siendo la competencia del Grupo Industrial INGRUP las siguientes:

**a. Polytec:** Ubicados en 1ª. Calle 2-68 Zona 2, Colonia San José Villa Nueva, Guatemala.

Su sitio web es: <http://www.polytec.com.gt/>

b. Envaseal: Ubicados en la 23 Avenida 41-14 Zona 12, Ciudad de Guatemala. Su sitio web es: <http://www.envaseal.com/>

#### 4.1.11 Logotipo

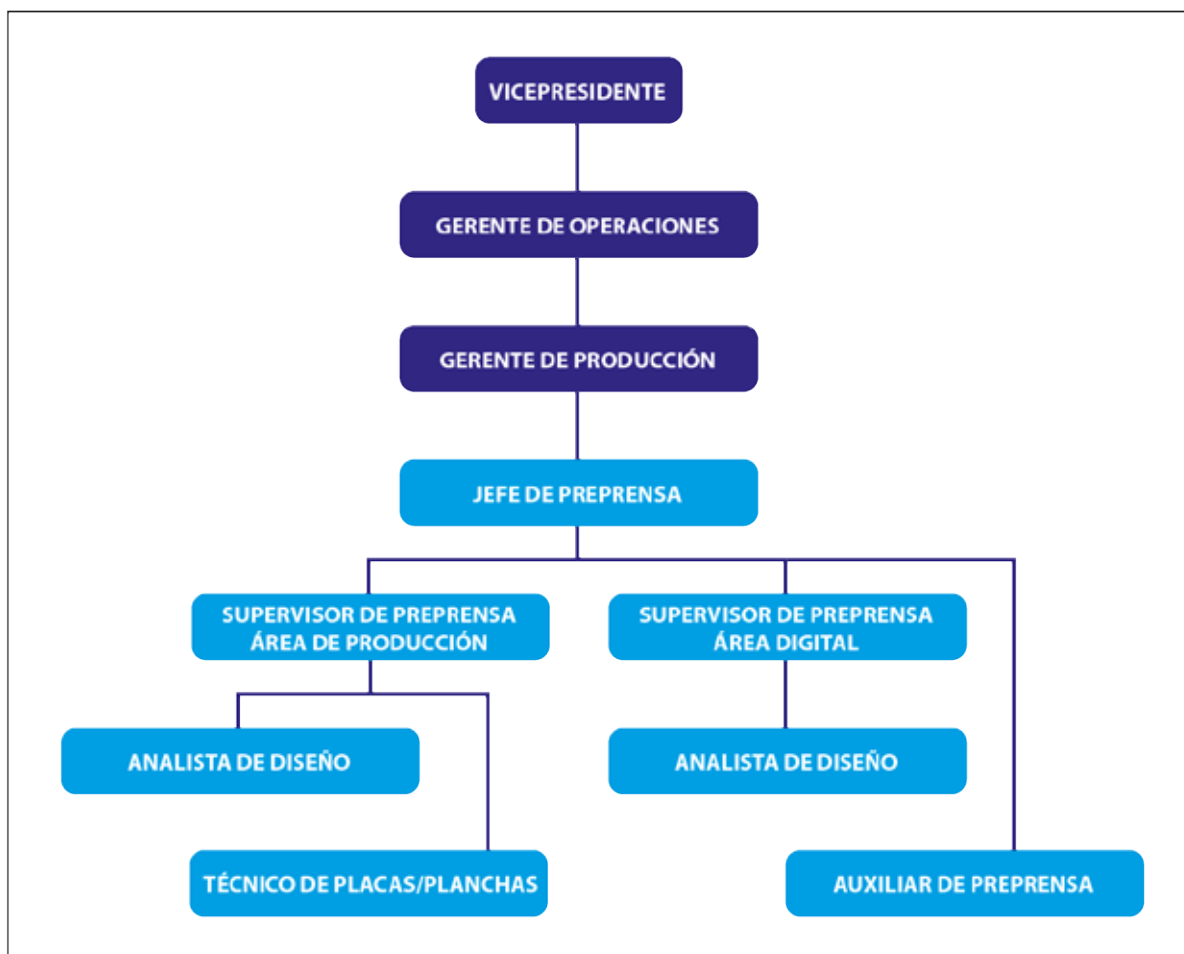


#### 4.1.11 Foda



Gráfica 2 / Foda.

#### 4.1.10 Organigrama



Gráfica 3 / Organigrama de la empresa.

## CAPÍTULO V

# DEFINICIÓN DEL GRUPO OBJETIVO



## **Capítulo V: Definición del grupo objetivo**

El siguiente material audiovisual esta dirigido a los colaboradores del Grupo Industrial INGRUP, que esta formado de hombres y mujeres comprendidos entre las edades de 20 a 50 años de edad, C+, C, C- y D1 personas con deseos de superación, trabajadoras que desean sacar adelante a sus familias a través de realizar sus labores diarias con compromiso y calidad.

### **5.1 Perfil geográfico**

El presente proyecto se va a desarrollar en el municipio de Guatemala, del Departamento de Guatemala, en la República de Guatemala. El municipio de Guatemala tiene una extensión territorial de 228 km cuadrados, está dividido en 19 zonas municipales, 15 aldeas y 18 caseríos. En el municipio pasan 28 ríos, 1 riachuelo y 6 quebradas. Su población 995,130 habitantes.

Se localiza en la región metropolitana y limita al norte con Chinautla y San Pedro Ayampuc, al sur con Santa Catarina Pínula y San Miguel Petapa, al este con Palencia y al oeste con Mixco. Su clima es templado con un promedio de 19.4° centígrados.

### **5.2 Perfil demográfico**

El grupo objetivo son personas en un rango de 20 a 50 años, genero masculino y femenino, residentes en el Departamento de Guatemala, municipio de Guatemala. Sus niveles socioeconómicos son C+, C, C- y D1 según tabla de niveles socioeconómicos –NSE- Multivex 2009.

Su nivel educativo esta compuesto por educación media completa, licenciatura y estudios superiores. Sus labores diarias están conformadas por trabajos operativos en plantas de producción, labores administrativas, ejecutivas y gerenciales. Habitan en casas o apartamentos alquilados o propios, que cuentan con 2, 3 y hasta 4 habitaciones, baño, sala y garaje para



vehículos; además cuentan con servicios básicos como agua, luz, teléfono. Cuentan con electrodomésticos, televisión, radio, servicio de cable y celular.

Las personas que conforman este grupo objetivo son solteras, casadas y con hijos. Sus ingresos oscilan entre Q. 7,200.00 a Q 25,600.00.

### **5.3 Perfil psicográfico**

Las personas que conforman este grupo objetivos son trabajadoras, que se levantan muy temprano para llegar a su lugar de labores, con ganas de salir adelante y tiene como objetivo brindarles una mejor calidad de vida a su familia a través de su superación diaria.

Son personas adaptadas a un horario de trabajo que va desde las 8 hasta las 12 horas diarias. Son responsables con su trabajo y familia. Gustan de la tecnología ya que cuentan con celulares con internet, además de las motocicletas y los carros que son su medio de transporte diario. Tienen preferencia por escuchar música, comer y vestirse bien de acuerdo a como sus ingresos lo permiten.

Los fines de semana les gusta salir a pasear con sus familias, ya sea a restaurantes, parques, cines o salir de viaje al interior del país. Los domingos asisten a la iglesia según su creencia religiosa.

Características	NIVEL C1	NIVEL C2	NIVEL C3	NIVEL D1
Ingresos	Q25,600.00	Q17,500.00	Q11,900.00	Q7,200.00
Educación padres	Superior, Licenciatura	Superior, Licenciatura	Licenciatura	Media completa
Educación hijos	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas y post grado extranjero con beca	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas o estatal	Hijos menores escuelas, mayores en U estatal	Hijos en escuela
Desempeño	Ejecutivo medio, comerciante, vendedor	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente	Comerciante, vendedor, dependiente	Obrero, dependiente
Vivienda	Casa/departamento, rentada o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio area de servicio, garage para 2 vehiculos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala, garage para 2 vehiculos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala,	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1 baños, sala
Otras propiedades	Siños/terrenos interior por herencias			
Personal de servicio	Por día	Por día, eventual	Eventual	
Servicios financieros	1-2 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, 1-2 TC intl, Seguro colectivo salud	1 cta Q monetarios y ahorro, 1 TC local	1 cta Q ahorro, TC local	cta Q ahorro
Posesiones	Autos compactos de 3-5 años, asegurados por Financiera	Auto compacto de 4-5 años, sin seguro	Auto compacto de 8-10 años, sin seguro	moto, por trabajo
Bienes de comodidad	1 teléfono, 1-2 celulares, cable, internet, equipo de audio, más de 2 TV, maquina de lavar ropa, computadora/miembroelectrodomésticos básicos.	1 teléfono fijo, minimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomésticos básicos	1 teléfono fijo, celular cada miembro mayor, cable, equipo de audio, TV, electrodomésticos básicos.	1 cel, cable, radio, TV, electrodomésticos básicos
Diversión	Cine, CC, parques temáticos locales.	Cine, CC, parques temáticos locales.	Cine eventual, CC, parques, estadio	CC, parques, estadio

Fuente: Niveles Socioeconómicos 2009/Multivex.

## 5.4 Perfil conductual

Las personas que conforman este grupo objetivo ya conocen un poco acerca de la cultura de reciclaje, ya que en su lugar de trabajo existen depósitos de basura, donde se puede clasificar la basura según el tipo de material, sobretodo el plástico. Saben que reciclar es bueno para el medio ambiente y que con esto puede contribuir a un mejor mundo, sin embargo, aun no cuenta con la motivación necesaria que los lleve a convertir esta tarea en parte de sus actividades diarias, sobretodo en su casa, lugar donde no se clasifica la basura y se tira junto con todos los desechos.

## CAPÍTULO VI

# MARCO TEÓRICO



## Capítulo VI: Marco de referencia

### 6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

**6.1.1 Industria.** Es la actividad económica que se encarga de obtener y transformar las materias primas provenientes de recursos naturales en productos destinados a satisfacer las necesidades de los seres humanos. Dentro de las características principales de la industria podemos mencionar que consume mucha cantidad de energía para los procesos de producción, necesita inversión de gran capital, de grandes cantidades de materia prima, de mano de obra preparada y de mercados con capacidad de compra que consuman dichos productos.

La palabra industria es comúnmente asociada a desarrollo, ya que, entre mas industria poseen los países, mas se les puede calificar como países desarrollados.

Con el inicio de la Revolución Industrial en el año de 1760 en el Reino de Gran Bretaña surgieron nuevos inventos y descubrimientos como la maquina de vapor, lo que propicio el desarrollo de la industria.

**6.1.2 Producción.** Es el proceso que se encarga de desarrollar bienes y servicios, que posteriormente son distribuidos, los cuales son necesarios para satisfacer determinadas necesidades humanas. La palabra producción es asociada a verbos como originar, fabricar o crear, y esto en materia económica lo podemos traducir como el proceso de fabricar bienes y productos. Es importante mencionar que la producción es un proceso económico importante por medio del cual el trabajo del ser humano puede generar riqueza.

Para que la producción pueda llevarse a cabo son importantes algunos factores, los cuales podemos reunir en tres grupos, los cuales se dividen en: tierra, capital y trabajo. La tierra es un factor productivo en el cual se encuentran los recursos naturales, el trabajo es la

mano de obra del ser humano que permite la producción de un producto y el capital, factor derivado de los dos anteriores, el cual sirve para aumentar la producción de mas bienes.

**6.1.3 Empaque.** Es todo contenedor fabricado con el fin de contener, proteger, manipular y distribuir un producto para que pueda llegar en optimas condiciones al consumidor. Este contenedor puede ser de diferente material, que puede ir desde un envoltorio de plástico hasta una caja de cartón, madera o acero. Un empaque también cumple la función de proporcionar información relacionada con el producto que transporta, ya sea de tipo promocional o nutricional.

En la actualidad el empaque no solo cumple con las funciones anteriormente descritas, sino que, además es una oportunidad que tienen las empresas de promocionar sus productos a través del diseño de dicho empaque, ya que pueden publicitar su marca.

La función principal de un empaque es llevar el producto hasta el consumidor final en buenas condiciones, proporcionándole protección, frescura y durabilidad. Otra función importante del empaque es que, a través del diseño, pueda promocionar los productos, buscando destacar dentro de la competencia. Por ultimo podemos mencionar que un empaque debe permitir el fácil almacenamiento y uso de un producto para que el consumidor puede disponer de el las veces que se requiera sin que le cause algún problema.

**6.1.4 Recursos.** Son todos aquellos elementos de los que se puede disponer para conseguir un fin o satisfacer una necesidad. El termino recursos puede ser aplicado en una variedad de ámbitos, en los que podemos encontrar los recursos naturales, económicos, humanos, etc. Uno de los recursos con los que mas estamos familiarizados son los

recursos naturales los cuales son “todo elemento extraíble de la naturaleza que sirve para la producción de bienes y servicios.” (Editorial definición MX, 2014). Como bien se menciona anteriormente, los recursos naturales son todos aquellos que son extraídos de la naturaleza para luego ser transformados en un producto que será utilizado para satisfacer las necesidades de los seres humanos. Los recursos naturales pueden ser renovables y no renovables. Dentro de los recursos renovables encontramos todos aquellos que se pueden regenerar naturalmente, como por ejemplo los arboles, las cosechas, la energía solar, etc. Cuando mencionamos los recursos no renovables, nos referimos a todos aquellos recursos que se agotan y que llegan a su fin.

**6.1.5 Tecnología.** Es un conjunto de conocimientos científicamente ordenados que permiten diseñar y crear bienes o servicios que facilitan la adaptación al medio ambiente y a la satisfacción de necesidades de los seres humanos.

Representa el conjunto de conocimientos con las que el hombre desarrolla un mejor entorno, más saludable, agradable y sobre todo cómodo para la optimización de la vida. La tecnología combina la técnica de mejoramiento de un espacio con las distintas revoluciones que se han suscitado en los últimos siglos, específicamente hablando de la revolución industrial, en ella, se marcó un antes y un después en la tecnología, el trabajo a mano paso a ser un trabajo en serie producido por una máquina a base de vapor con la que se movía algún tipo de herramienta y correa de transporte en él, desarrollando así una materia prima en mayor cantidad, mejor presupuesto y de excelente calidad. (Conceptodefinicion.de,S.F.).

**6.1.6 Medio Ambiente.** Es el espacio físico en el cual se desarrolla la vida de todos los seres vivos que habitan el planeta, tanto seres humanos, como la vida animal y vegetal y

en el cual se da la interacción de los mismos. También se conoce como medio ambiente a la suma de las relaciones culturales y sociales en un determinado entorno y en un lugar en particular. Es en este espacio donde los seres humanos vivimos y nos desarrollamos, sin embargo, el medio ambiente se ha visto afectado por explotación desmedida de los recursos naturales y el mal manejo que se les da.

A medida que la población comenzó a crecer y aumentar su tecnología, el impacto sobre el medio ambiente comenzó a ser mayor y más nocivo. El momento donde comenzó a agravarse exponencialmente el medio ambiente fue a partir de la Revolución Industrial, principalmente por la explotación de recursos minerales y fósiles. (Concepto.de, S.F.).

**6.1.7 Recolectar.** Procede del latín “recollectum” y hace referencia a la acción y efecto de recolectar (juntar cosas dispersas). Una recolección también puede ser una recopilación, compendio o resumen. El término también puede utilizarse como sinónimo de cosecha, ya que ésta consiste en la recolección de frutos, semillas u hortalizas en el momento en que han alcanzado la madurez.

La noción de recolección urbana se utiliza para nombrar a la tarea que realizan las personas que buscan bienes útiles en los contenedores de basura. Existen personas que por necesidad deciden ir a los basureros y recolectar bienes que aún sean útiles para su uso o para reciclar.

**6.1.8 Reciclar.** Es la acción de recolectar algún tipo de material o desecho para luego darle otro uso a través de un proceso de transformación, para que pueda volver a utilizarse. Cuando un material se recicla, significa que se le puede dar nueva vida, lo cual ayuda a reducir el consumo de recursos y la contaminación del planeta.

**6.1.9 Plástico.** Son materiales formados por resinas, que se pueden moldear y alterar su forma por medio de la temperatura y de compresión. Podemos decir que el plástico tiene las propiedades de un material elástico.

Los plásticos pueden ser de diferentes tipos como lo son el polietileno, tanto de alta como de baja densidad, el polipropileno y el poliestireno los cuales pueden alterar su composición por medio del calor y de la presión. Una vez deformados, los plásticos son capaces de alcanzar formas livianas y anti-degradantes lo que permite utilizarlos en la fabricación de una gran cantidad de productos.

**6.1.9 Materias primas recicladas.** Tanto el papel como el aluminio y el plástico son materias primas que pueden reciclarse. Para que esto suceda tienen que pasar por un proceso de recolección, limpieza y dependiendo del material, de un proceso el cual permite transformar estas materias primas en materiales que pueden ser utilizados nuevamente, como por ejemplo para fabricar nuevos productos.

El secreto para tener una materia prima reciclada es obtenerla de un material de desecho, un producto que ya fue utilizado, que su vida útil ya caducó y que ya cumplió su función.

Una materia prima reciclada permite reutilizar productos que en lugar de ir a la basura pueden generar nuevos productos de consumo humano, lo cual contribuye con el medio ambiente.

**6.1.10 Reutilizar.** Es la acción de volver a utilizar o emplear algo. Para reutilizar un objeto es necesario que complete su vida útil para luego ser desechado y luego recolectado, para pasar por un proceso de limpieza y depuración, para que posteriormente puede tener un nuevo uso. En muchas ocasiones la palabra reutilizar es sinónimo de



reusar. Según la RAE define reutilizar como “volver a utilizar algo, bien con la función que desempeñaba anteriormente o con otros fines”.

**6.1.11 Sostenibilidad.** Es la acción de poder sustentar algo sin que su entorno se vea afectado. Si se habla de medio ambiente y recursos naturales, se refiere a la utilización de los recursos naturales sin que estos peligren y esto signifique que se agoten o puedan desaparecer. Para las generaciones actuales, sostenibilidad es satisfacer sus necesidades sin afectar a las generaciones futuras respetando los sistemas naturales y el medio ambiente. Para el desarrollo y crecimiento humano es necesario mantener la sostenibilidad de los recursos ecológicos para poder conservar el medio ambiente donde vive.

## **6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño**

La comunicación y el diseño son bases fundamentales para la realización de este proyecto, ya que, a través del diseño gráfico brindamos solución a los problemas de comunicación.

Es por ello, que se considera necesario investigar todos los conceptos relacionados con ambas disciplinas, que servirán de base para producción de este material audiovisual.

### **6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados de la comunicación**

**6.2.1.1 Comunicación.** Definida por la RAE como “acción y efecto de comunicarse. La comunicación puede entenderse por un proceso vital para las sociedades y su desarrollo, ya que sin la comunicación no podrían relacionarse los seres humanos. Para que la comunicación pueda existir se tiene que dar un proceso entre dos o mas actores, siendo estos un emisor y un receptor. Desde la antigüedad el ser humano a buscado la manera de transmitir y comunicar sus ideas y de relacionarse con otros seres humanos. La comunicación es un proceso dinámico en el cual también se encuentra incluido un

mensaje que se desea transmitir, una canal por el cual se enviara este mensaje y un contexto. Una vez emitido el mensaje, el receptor puede emitir una respuesta la cual hace que la comunicación tenga un ida y vuela de mensajes ilimitados.

**6.2.1.2 Proceso de la comunicación.** Es el proceso donde interviene los siguientes elementos:

Emisor. Es la persona o elemento quien crea o emite un mensaje inicial. Es el encargado de transmitir la idea que tiene a través de signos, símbolos o señales las cuales deben de ser expresadas de forma clara para que, cuando sea recibido por el receptor, este puede interpretarlo de una buena manera. También puede ser llamado codificador.

Mensaje. El la idea o señal que se desea transmitir. Estas señales son transmitidas a través de un código. Para que el mensaje pueda ser transmitido es necesario contar con un canal por el cual puedan viajar dicho mensaje. Este será recibido por el receptor el cual será quien interprete la idea o señal emitida. El mensaje debe tener la característica de ser decodificable y comprensible.

Receptor. Es persona o elemento quien recibe el mensaje. También es conocido como destinatario y tiene que ser capaz de conocer todos el código en el cual le están transmitiendo el mensaje para que lo pueda entender y decodificar. Su función es dinámica, ya que una vez recibido el mensaje, puede devolverlo, generando así una cadena de señales las cuales generaran comunicación.

Canal. Es el medio por el cual viaja y es transmitido un mensaje entre un emisor y un receptor. Un canal puede ser pequeño o grande y dependerá del contexto en el que se encuentra, ya sea influenciado directamente por factores como la sociedad, la cultura o el

contexto geográfico. Un ejemplo de canales pueden ser, la prensa, la radio, la televisión y últimamente los medios digitales como las redes sociales o el internet los cuales hacen llegar mensajes de todos tamaños y tipos al receptor.

**6.2.1.3 Medios de la comunicación.** Son herramientas utilizadas para comunicar e informar ampliamente a las sociedades. Los medios de comunicación son capaces de transmitir información de tipo político, social, cultural y deportivo, tanto a nivel regional como a nivel mundial.

Los medios de comunicación pueden ser:

Los medios audiovisuales. Como su nombre lo indica son medios que pueden ser vistos y escuchados al mismo tiempo. Estos son capaces de emitir imágenes y sonidos los cuales captan de una manera practica la atención de los usuarios. Uno de los medios mas comunes pero con amplio capacidad de captar usuarios es la televisión la cual puede transmitir información en vivo o en diferido. Otra característica de la televisión es que puede llevar a lugares muy alejados de las ciudades, manteniendo así una gran cobertura.

Los medios radiofónicos. Son medios que se caracterizan por transmitir únicamente señales sonoras. Es un medio con un formato mas sencillo ya que se necesitan pocos instrumentos de transmisión para emitir la señal deseado. Tiene una cobertura mucho mas grande que la televisión y puede llegar a lugares muy profundos en las regiones rurales.

Medios impresos. Son todos aquellos impresos con tinta y papel. Dentro de estos medios se encuentran los periódicos, las revistas, los folletos y demás publicaciones impresas. Un grave problema que enfrentan estos medios es la aparición del internet, debido a que las noticias que publican al día siguiente los medios impresos, el internet lo publica casi al

instante. Otra problema que tiene es el elevado costo de impresión y el alto costo de la publicidad en estos medios.

Medios digitales. Son los nuevos medios, que aparecieron en los años 80 y 90, y que han tenido una expansión muy grande en los años 2000 con la aparición de aparatos como las computadoras, los teléfonos celulares, tabletas digitales y demás medios que permiten que la información llegue casi de forma instantánea a muchas personas.

**6.2.1.4 Comunicación social.** Estudia y analiza las maneras y formas en las cuales se comunican los seres humanos dentro de una sociedad. Cada sociedad posee distintas costumbres y tradiciones, las cuales determinan la forma en la que se comunican las personas. En la época prehistórica, el ser humano busco asociarse con otros seres humanos, para ello busco métodos para realizarlo, por ejemplo a través de jeroglíficos. Actualmente la comunicación social estudia múltiples procesos de comunicación, ya sea de forma verbal o escrita y para ello los medios de comunicación juegan un papel determinante en la forma que se desarrolla esta comunicación. Cada sociedad posee un contexto cultural diferente y es por ello que los procesos de comunicación social son diferentes en cada país o región que se lleve a cabo.

**6.2.1.4 Comunicación empresarial.** Es la comunicación que lleva a cabo toda empresa o entidad corporativa y que va dirigida a sus colaboradores y clientes externos. El fin principal de la comunicación empresarial es compartir información y mantener una excelente relación entre la empresa y sus clientes. Los clientes pueden dividirse en internos y externos. Los clientes internos son todos aquellos colaboradores y empleados que laboran para dicha entidad. Los clientes externos son todos aquellos a los cuales las

empresas les brindan un producto o servicio. Los tipos de comunicación empresarial pueden ser:

Comunicación externa. Va dirigida al exterior de la empresa, tanto a clientes como a medios de comunicación. Se encarga de trasladar a su entorno toda la información relacionada con la empresa. Esta comunicación puede ser manejada por un vocero, el cual se encarga de dar a conocer toda la información que quiera dar a conocer la organización.

Comunicación interna. Es la comunicación que va dirigida a todos los empleados. Se encarga de dar conocer la misión y la visión de la empresa. Traslada toda la información que el departamento de recursos humanos quiera comunicar a los colaboradores, entre ellas, las normas de conducta, logros institucionales y material institucional para los diferentes tipos de departamentos. La comunicación interna puede ser:

Comunicación descendente. Es cuando un mensaje lo emite un emisor con mayor rango que el receptor.

Comunicación ascendente. Es cuando un mensaje lo emite un emisor con menor rango que el receptor.

Comunicación horizontal. Es cuando el mensaje lo emite un emisor con un mismo rango que el receptor.

### **6.3.1 Conceptos fundamentales del diseño**

**6.3.1.1 Producción Audiovisual.** Es todo material que comienza con la solicitud de un guión escrito y técnico para luego darle paso a una producción audiovisual que inicia con un proceso de filmación. Para que una producción audiovisual se desarrolle es necesario contar con un escritor, el cual será el encargado de desarrollar el guión, de un director y

productor quien se encargue de dirigir la producción y de los protagonistas, encargados de darle vida a la idea y mensaje que se desea transmitir. Para realizar este proceso es necesario realizar un rodaje con las escenas que se quieren que aparezcan en el audiovisual, así como una post producción de este material. Por último es necesario que se contemple donde y como será la reproducción y distribución del material audiovisual.

**6.3.1.2 Diseño Gráfico.** El diseño es un proceso creativo con el único fin de dar solución a una carencia o problemática de comunicación establecida. Otra función principal que tiene el diseño gráfico es, que aparte de solucionar un problema, lo debe de hacer con un mensaje claro que puede ser entendido fácilmente por el espectador. Un mensaje visual agradable, entendible y creativo son las mejores características de un buen diseño. Todo lo anterior por medio de un código y contexto correctos que permitan al usuario final comprender el mensaje.

**6.3.1.3 Imagen.** Permite descifrar la apariencia de una cosa o un objeto determinado. Es un elemento visual que puede ser representado por medio del diseño grafico, del arte o de la fotografía. Una imagen también puede ser un objeto que representa algún signo o símbolo de una cultura o sociedad. Puede transmitir un mensaje en un contexto propio de una región.

**6.3.1.4 Composición.** Dependiendo del contexto en el cual se utilice este concepto su significado puede tener diferentes significados. El mas común hace referencia a la acción de componer algo. En la ámbito audiovisual, componer significa orden sistemáticamente y armónicamente una secuencia de videos que tiene como fin dar a conocer un mensaje a través de imágenes y sonidos. En otros ambientes como en el del diseño gráfico y el arte

componer significa ordenar elementos adecuadamente para dar como resultado un mensaje agradable al espectador.

**6.3.1.5 Guión.** Es un texto guía el cual muestra los detalles que se necesitan para la elaboración de una producción audiovisual. Para escribir un guión es necesario un guionista, persona encargada de comprender el mensaje que se desea plasmar en una filmación y luego escribirla ordenadamente y poder crear un guión escrito que será la base una producción audiovisual. Todo guión debe tener detalles técnicos como las acciones que realizaran los personajes, las tomas, los ángulos, planos y sonidos que serán incluidas en la producción. En esencia debe de contener la historia que será llevada a cabo a la acción.

**6.3.1.6 Storyboard.** Es un termino ingles que indica una secuencia de bocetos o dibujos que grafican lo que será una producción audiovisual. El storyboard es de mucha utilidad para los productores y directores de un film ya que les muestra las escenas y lugares de donde se pueden realizar las tomas. Es en el storyboard donde se pueden indicar también planos, ángulos y sonidos que se filmaran y producirán posteriormente. Es un herramienta visual de gran ayudar en un producción cinematográfica.

**6.3.1.7 Secuencia.** Hace referencia a continuidad. Se puede decir que secuencia son elementos seguidos que tienen relación entre sí. En el ámbito audiovisual podemos mencionar que una secuencia es una seguidilla de escenas que mantienen una misma trama y que relacionan los hechos narrados, manteniendo al espectador con la atención puesta en la historia hasta un desenlace.

**6.3.1.8 Cámara.** Es un aparato tecnológico que tiene como principal función captar y reproducir imágenes. Este aparato esta conformado por un cuerpo, que posee un sensor el

cual es capaz de captar imágenes por la sensibilidad del mismo y por la exposición de la luz. La cámara también se encuentra compuesta por un lente el cual se forma de espejos cóncavos y convexos los cuales logran captar una imagen ya sea a corta o larga distancia. La cámara a evolucionado enormemente de siglo pasado para esta época, de modo que hoy en día existen muchas cámaras con amplia tecnología capaces de obtener imágenes de gran calidad para luego ser reproducidas en diferentes medios digitales o impresos.

**6.3.1.9 Planos cinematográficos.** Se refieren a la perspectiva y distancia a la cual son vistas las imágenes y objetos por el espectador. Existe diferentes planos que pueden mostrar diversas perspectivas de un determinado lugar ya sea de manera general o específica. Para lograr estas tomas es necesario tener una cámara que posea diversos lentes que pueden grabar diferentes ángulos. También se pueden lograr estas grabaciones dependiendo de la ubicación del camarógrafo con respecto a la posición del lugar a grabar.

Gran Plano General. Plano utilizado para mostrar escenarios grandes como los son paisajes. Muestra y abarca todos los detalles posibles en una escena.

Plano General. En este plano a diferencia del anterior las personas pueden apreciarse de una mejor forma, no tan pequeños.

Plano Entero. En este plano se puede observar claramente a la persona o el sujeto de cuerpo completo.

Plano Americano. Abarca desde debajo de la cintura hasta la cabeza del sujeto. Se utilizaba mucho en las películas del viejo oeste americano.

Plano Medio. Va desde la cintura hasta la cabeza de la persona.



Plano Medio Corto. Se comprende desde la cabeza hasta el pecho de la persona.

Primer Plano. Este plano va desde la cabeza a los hombros. Muestra las expresiones de las personas de una toma mas cercana.

Primerísimo primer plano. También conocido como close-up, es un encuadre en el cual se aprecia el rostro de una persona la cual será filmada o fotografiada.

Plano detalle. Es un plano en el cual se aprecian detalles muy pequeños de la persona generalmente del rostro.

**6.3.1.10 Video.** Permite grabar o filmar escenas de personas, procesos o actividades para luego ser reproducidas por algún medio audiovisual. En la actualidad existen muchos formatos de video los cuales determinan la calidad con la cual serán reproducidas las imágenes.

**6.3.1.11 Adobe Premier Pro.** Software de edición de video de la casa Adobe. Este permite editar, musicalizar, agregar animaciones y transiciones de video que posteriormente dan como resultado un material audiovisual. Permite relacionarse con otros software como After Effects el cual permite animar vectores y textos para luego ser agregados en la edición de video.

**6.3.1.11 Musicalización.** Permite producir sonidos, armonías y melodías capaces de agradar el sentido auditivo de las personas. En términos de producción audiovisual la musicalización permite agregar sonidos agradables que se mezclan con las imágenes de video lo cual da como resultado una armonía agradable entre lo que se observa y escucha.

## **6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias.**

### **6.3.1. Ciencias.**

**6.3.1.1 Semiología.** La semiología es una ciencia que se ocupa del estudio de los signos en la vida social. El término se usa generalmente como sinónimo de semiótica, aunque los especialistas hacen algunas distinciones entre los dos. Se puede decir que la semiología se ocupa de todos los estudios relacionados con el análisis de los signos, tanto lingüísticos (vinculados a la semántica y la escritura) como a la semiótica (signos humanos y naturales). El suizo Ferdinand de Saussure (1857-1913) fue uno de los principales teóricos del signo lingüístico, definiéndolo como la asociación más importante en la comunicación humana. Para Saussure, el signo está formado por un significante (una imagen acústica) y un significado (la idea principal que tenemos en mente con respecto a cualquier palabra). Por su parte, el americano Charles Peirce (1839-1914) definió el signo como una entidad tripartita, con un significante (soporte material), un significado (la imagen mental) y un referente (el objeto real o imaginario que alude a la señal). Dos autores son los de vital importancia dentro de lo que es semiología pero no son los únicos porque a lo largo de la historia han habido otros que también han dejado su huella profunda en esta disciplina. Este sería el caso, por ejemplo, del francés Roland Barthes que legó a generaciones posteriores importantes teorías y trabajos sobre eso como el libro titulado «Elementos de Semiología».

**6.3.1.2 Semiología de la imagen.** Se define sobre el estudio de objetos e imágenes. También puede realizar el análisis expresiones y gestos por parte de una persona. Dentro de los cambios de la semiología de la imagen podemos mencionar las señales de tránsito, las vallas publicitarias y el lenguaje de señas.

**6.3.1.3 Sociología** Se define como el estudio de una persona ya sea en forma individual, en grupo o en sus grupos sociales. Esta ciencia estudia como es que se organiza una persona y la convivencia que tiene con otros seres humanos, sus relaciones y su estructura

y sistema social. También estudia la conducta humana y las situaciones en las cuales se ve involucrado un individuo.

### **6.3.2. Artes.**

**6.3.2.1 Cine.** Es el arte de crear, editar y producir videos que luego se convertirán en materiales cinematográficos que pueden narrar un documental, una novela o una historia.

**6.3.2. Fotografía.** Es el arte de regresar imágenes a través de un dispositivo llamado cámara el cual a través de un cuerpo que posee un sensor y un lente puede grabar imágenes para luego ser reproducidas en materiales impresos o audiovisuales.

**6.3.2. Música.** Es el arte de crear sonidos agradables al sentido auditivo de los seres humanos. La música proviene de tiempos muy antiguos y afecta directamente los sentidos de las personas permitiéndoles sentir agrado o desagrado.

### **6.3.3. Teorías.**

**6.3.2. Teoría de la Gestalt.** Es una corriente perteneciente a la Psicología, la cual es de tipo experimental y que se dedica al estudio de la percepción. Esta teoría nace en Alemania y sus investigadores Max Wertheimer y Kurt Koffka indicaban que la percepción es un proceso básico en la actividad mental de los seres humanos. Según esta corriente a la percepción le ordena y da forma a imágenes que la mente percibe del mundo externo.

### **6.3.4. Tendencias.**

#### **6.3.4. Tendencias para producción audiovisual.**

**6.3.4.1. Video Marketing.** Tendencia moderna que lidera la producción audiovisual. Esta se encarga de realizar marketing a través de videos o podcast lo cual ofrece una ventaja a las empresas que puede llegar de una forma más gráfica a los consumidores. Esta tendencia cuenta con muchas interacciones por parte de los usuarios. Actualmente se

estiman más de 100 millones de hora de video en Facebook. Youtube por su parte tiene mas de mil millones de usuarios activos.



Gráfica 4 / Tablero de tendencias

El tablero de tendencias muestra la forma en la que grandes compañías utilizan producciones audiovisuales para llegar de forma mas gráfica a sus clientes. Las imágenes fueron tomadas de las principales redes sociales y detallan contenidos audiovisuales, número de visualizaciones y alcance que tienen entre millones de consumidores.

## CAPÍTULO VII

# PROCESO DE DISEÑO Y PROPUESTA PRELIMINAR



## **Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar**

### **7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico**

Un diseñador gráfico cuenta con la capacidad necesaria para brindar soluciones a problemas de comunicación gracias a los conocimientos adquiridos en el transcurso de su carrera, los cuales fundamentan las soluciones presentadas.

El proyecto “Producir material audiovisual para promover la cultura de reciclaje a los colaboradores del Grupo Industrial INGRUP” requiere la aplicación de ciencias auxiliares y conocimientos que sirvan de fundamento para la sustentación de este proyecto.

**7.2.1 Comunicación.** Parte fundamental de este proyecto es la comunicación, ya que, brindará la solución al problema existente que es la falta de comunicar y transmitir, a través de la producción de un material audiovisual, la cultura de reciclaje a los colaboradores del Grupo Industrial INGRUP.

**7.2.2 Diseño Gráfico.** Parte fundamental para la realización de este proyecto, ya que, por medio del diseño gráfico se podrá brindar una solución gráfica a la problemática de comunicación y aportar un mensaje claro que pueda ser entendido claramente por el espectador final.

**7.2.3 Medios de la comunicación.** Tienen un papel importante en la realización de este proyecto, debido a que, a través de los medios audiovisuales, los colaboradores de INGRUP podrán observar por medio de imágenes y sonidos el mensaje sobre la cultura de reciclaje. A través de estos medios audiovisuales se busca captar de mejor manera la atención de consumidor final.

**7.2.4 Producción Audiovisual.** Para lograr desarrollar este proyecto es necesario utilizar la producción audiovisual, la cual permite a través de un guión escrito y técnico establecer una guía para el proceso de filmación y producción.

**7.2.5 Storyboard.** Herramienta fundamental que se utilizará para establecer la idea que se desea producir en el material audiovisual. Esta idea se desarrollara por medio de bocetos los cuales servirán de guía para producir las escenas que contendrá el video a través de planos y ángulos.

**7.2.6 Semiología.** Ciencia que se encarga del estudio de los signos. Es por ello que es necesario aplicar la semiología a la producción del material audiovisual, ya que, a través de los signos podremos comunicar un mensaje gráfico claro y entendible a los colaboradores del grupo industrial INGRUP sobre la cultura del reciclaje.

**7.2.7 Semiología de la Imagen.** Se encarga del estudio de objetos e imágenes. Para poder resolver la problemática de comunicación que se tiene, es necesario utilizar imágenes y gráficos que sean fáciles de comprender para los usuarios finales, es por esto, que la semiología de la imagen se aplicará a la realización de este proyecto.

**7.2.8 Sociología.** Es la ciencia encargada del estudio de una persona y su forma de organización. La sociología será parte importante en producción de este material audiovisual, ya que, ayudará a comprender de una mejor manera la forma en que se comporta una persona. Al entender su comportamiento y forma de convivencia será más fácil poder llevarle el mensaje sobre la cultura de reciclaje, de manera que lo reciba de forma clara y entendible.

**7.2.8 Adobe Prefiere.** Programa de edición computarizado en el cual se realizará la mayor parte de la producción audiovisual y el que brindará el material audiovisual final.

## 7.2 Conceptualización

**7.2.1 Método.** Se utilizó la técnica de Mapa Mental creada por el investigador Tony Buzan, quien analizó el aprendizaje, la creatividad y la memoria. El método está compuesto por diagramas que se construyen al utilizar ritmo visual, imágenes y palabras claves, todo esto para plasmar ideas entre sí y obtener conceptos dinámicos.

**7.2.2 Definición del concepto.** Luego de realizar el proceso de conceptualización a través de la técnica mapa mental obtenida en el sitio Neuronilla se procedió a establecer la definición del concepto comunicación del material audiovisual. Luego de plasmar las ideas se ha llegado a la definición del concepto el cual es “*Yo reciclo por un Planeta Mejor*”. La frase está basada en que a través del reciclaje los colaboradores de INGRUP pueden contribuir a un planeta mejor donde pueden habitar ellos y sus hijos, adicional dan un aporte para construir un planeta libre de contaminación.

La frase será aplicada en todo el video, mostrando el proceso de reciclaje y los productos que se obtienen a través de este proceso. Adicional se mostrarán testimonios de personas que motivan a reciclar por un planeta mejor.





Gráfica 5 / Definición del concepto.

### 7.3 Bocetaje

El material audiovisual es un video que da a conocer el planeta en el cual vivimos, el cual se esta viendo dañado seriamente por la contaminación ambiental, pero que también muestra como, a través de la cultura del reciclaje podemos reducir la contaminación y construir un mundo mejor.

**7.3.1. Proceso de bocetaje.** Para comenzar a realizar el material audiovisual fue necesario un proceso de bocetaje el cual esta formado de tres etapas . La primera etapa consiste en la realización de un guión escrito, en el cual se describe la idea general del video. La segunda etapa es la realización de un guión técnico, en el cual se muestra de una forma mas detallada los aspectos técnicos que pueden ayudar a la producción del material audiovisual. Por último se realizó un storyboard en el cual se muestra a través de dibujos, las escenas que contendrá el video.

**7.3.1.1 Guión escrito.** Para la creación del material audiovisual es necesario realizar un guión escrito el cual detalle el contenido que se quiere dar a conocer a los colaboradores de INGRUP y puede narrar a través de una secuencia lógica el contenido del video.

#### GUIÓN # 1

Inicia con una toma del logotipo del programa “Súmale al Planeta”, luego se muestran cuatro capítulos. En el primer capítulo se muestra la contaminación y el daño que le hace a nuestro mundo. En el segundo capítulo se muestra personas en las calles reciclando. En el tercer capítulo se muestra la fabricación de productos hechos con materiales reciclado. En el cuarto capítulo se muestra un planeta más limpio y verde.

## GUIÓN # 2

Inicia con una toma del logotipo del programa “Súmale al Planeta”, luego se muestran cinco capítulos. En el primer capítulo se muestra la naturaleza de nuestro planeta, familias conviviendo y niños jugando en áreas verdes. En el segundo capítulo se muestra como la contaminación esta dañando nuestro mundo. En el tercer capítulo se muestra como a través el plástico se puede reciclar. En el cuarto capítulo se muestra el proceso de reciclaje y por último en el quinto capítulo se muestran los productos que se pueden obtener del plástico reciclado.

**7.3.1.2 Guión Técnico.** En este guión de muestran a detalle los aspectos técnicos que conforman el material audiovisual como lo son planos, ángulos de cámara, acción y sonido. Esto servirá de apoyo fundamental para tener una guía fácil y práctica en la elaboración de la producción y postproducción del video

Guión Técnico # 1				
Toma	Plano	Ángulo	Acción	Sonido
1	Plano General	Normal	Presentación logotipo Súmale al Planeta	Ambiental
8	Plano General	Normal	Textos sobre la contaminación	Ambiental
9	Plano General	Normal	Fotografía de basura tirada	Ambiental
10	Plano Entero	Normal	Fotografía de basura fuera de recipiente	Ambiental
11	Plano Medio	Contrapicado	Fotografía de fábricas contaminando	Ambiental
12	Plano General	Normal	Fotografía de basurero clandestino	Ambiental
13	Plano General	Normal	Textos y símbolo de reciclaje	Ambiental
14	Plano Medio	Normal	Envase plástico colocado en bote de reciclaje	Ambiental
15	Plano Medio	Normal	Personas con mensajes a favor del reciclaje	Ambiental
16	Plano General	Normal	Textos y símbolo de reciclaje 4Rs	Ambiental
17	Plano General	Normal	Fotografía de plástico reciclado	Ambiental
18	Plano Medio	Picado	Fotografía de resina	Ambiental
19	Plano General	Normal	Texto “Fabricar nuevos productos”	Ambiental
20	Plano Entero	Normal	Fotografía de nuevos productos	Ambiental
21	Plano General	Normal	Cierre logotipo Súmale al Planeta	Ambiental

### Guión Técnico # 2

<b>Toma</b>	<b>Plano</b>	<b>Ángulo</b>	<b>Acción</b>	<b>Sonido</b>
1	Plano General	Normal	Presentación logotipo Súmale al Planeta	Ambiental
2	Plano Medio	Contrapicado	Toma de arboles y sol	Ambiental
3	Plano Entero	Normal	Familia caminando entre la naturaleza	Ambiental
4	Plano Medio	Contrapicado	Toma de Naturaleza	Ambiental
5	Plano Entero	Picado	Niños jugando entre árboles	Ambiental
6	Plano Entero	Normal	Niños jugando en la grama	Ambiental
7	Plano Medio	Normal	Toma de hojas de árboles	Ambiental
8	Plano General	Normal	Textos sobre la contaminación	Ambiental
9	Plano General	Normal	Fotografía de basura tirada	Ambiental
10	Plano Entero	Normal	Fotografía de basura fuera de recipiente	Ambiental
11	Plano Medio	Contrapicado	Fotografía de fábricas contaminando	Ambiental
12	Plano General	Normal	Fotografía de basurero clandestino	Ambiental
13	Plano General	Normal	Textos y símbolo de reciclaje	Ambiental
14	Plano Medio	Normal	Envase plástico colocado en bote de reciclaje	Ambiental
15	Plano Medio	Normal	Personas con mensajes a favor del reciclaje	Ambiental
16	Plano General	Normal	Textos y símbolo de reciclaje 4Rs	Ambiental
17	Plano General	Normal	Fotografía de plástico reciclado	Ambiental
18	Plano Medio	Picado	Fotografía de resina	Ambiental
19	Plano General	Normal	Texto "Fabricar nuevos productos"	Ambiental
20	Plano Entero	Normal	Fotografía de nuevos productos	Ambiental
21	Plano General	Normal	Cierre logotipo Súmale al Planeta	Ambiental

### 7.3.1.2. Story Board.

Título: Material Audiovisual "Súmale al Planeta"

Página: 1

Escena No. 1 Toma No. 1.1



Plano: General

Angulación: Normal

Movimiento de cámara: - - - - -

Audio: Efectos de sonido introducción

Escena No. 2 Toma No. 2.1



Plano: Medio

Angulación: Contrapicado

Movimiento de cámara: Tilt Up

Audio: Música ambiental. Pista: Meditating Beat

Escena No. 3 Toma No. 3.1



Plano: Entero

Angulación: Normal

Movimiento de cámara: Travelling

Audio: Música ambiental. Pista: Meditating Beat

Escena No. 4 Toma No. 4.1



Plano: Medio

Angulación: Contrapicado

Movimiento de cámara: Tilt Up

Audio: Música ambiental. Pista: Meditating Beat

Escena No. 5 Toma No. 5.1



Plano: Entero

Angulación: Contrapicado

Movimiento de cámara: Travelling

Audio: Música ambiental. Pista: Meditating Beat

Escena No. 6 Toma No. 6.1



Plano: Entero

Angulación: Normal

Movimiento de cámara: Travelling

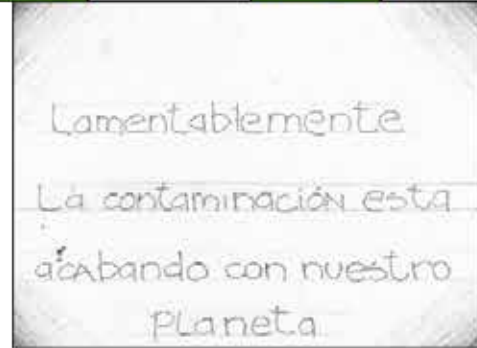
Audio: Música ambiental. Pista: Meditating Beat

Escena No. 7 Toma No. 7.1



Plano: Medio  
 Angulación: Normal  
 Movimiento de cámara: Travelling  
 Audio: Música ambiental. Pista: Meditating Beat

Escena No. 8 Toma No. 8.1



Plano: General  
 Angulación: Normal  
 Movimiento de cámara: - - - - -  
 Audio: Música ambiental. Pista: In Remembrance

Escena No. 9 Toma No. 9.1



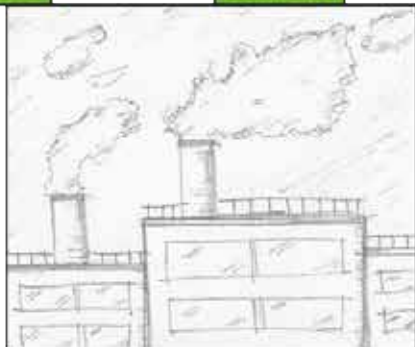
Plano: General  
 Angulación: Normal  
 Movimiento de cámara: - - - - -  
 Audio: Música ambiental. Pista: In Remembrance

Escena No. 10 Toma No. 10.1



Plano: General  
 Angulación: Normal  
 Movimiento de cámara: - - - - -  
 Audio: Música ambiental. Pista: In Remembrance

Escena No. 11 Toma No. 11.1



Plano: Medio  
 Angulación: Contrapicado  
 Movimiento de cámara: - - - - -  
 Audio: Música ambiental. Pista: In Remembrance

Escena No. 12 Toma No. 12.1



Plano: General  
 Angulación: Normal  
 Movimiento de cámara: - - - - -  
 Audio: Música ambiental. Pista: In Remembrance

Escena No. 13 Toma No. 13.1



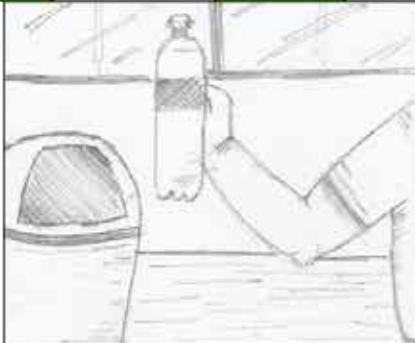
Plano: General  
 Angulación: Normal  
 Movimiento de cámara: - - - - -  
 Audio: Música ambiental. Pista: Grand Strings

Escena No. 14 Toma No. 14.1



Plano: Medio  
 Angulación: Normal  
 Movimiento de cámara: - - - - -  
 Audio: Música ambiental. Pista: Grand Strings

Escena No. 15 Toma No. 15.1



Plano: Medio  
 Angulación: Normal  
 Movimiento de cámara: - - - - -  
 Audio: Música ambiental. Pista: Grand Strings

Escena No. 16 Toma No. 16.1



Plano: Medio  
 Angulación: Normal  
 Movimiento de cámara: - - - - -  
 Audio: Música ambiental. Pista: Grand Strings

Escena No. 17 Toma No. 17.1



Plano: Medio  
 Angulación: Normal  
 Movimiento de cámara: - - - - -  
 Audio: Música ambiental. Pista: Grand Strings

Escena No. 18 Toma No. 18.1



Plano: Medio  
 Angulación: Normal  
 Movimiento de cámara: - - - - -  
 Audio: Música ambiental. Pista: Grand Strings

Escena No. 19 Toma No. 19.1



Plano: Medio  
 Angulación: Normal  
 Movimiento de cámara: - - - - -  
 Audio: Música ambiental. Pista: Grand Strings

Escena No. 20 Toma No. 20.1



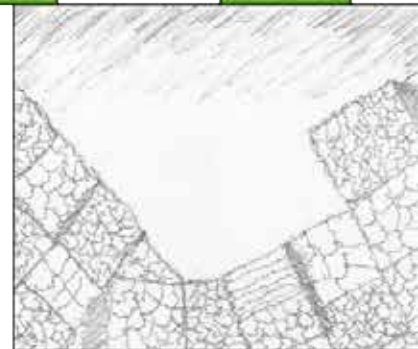
Plano: Medio  
 Angulación: Normal  
 Movimiento de cámara: - - - - -  
 Audio: Música ambiental. Pista: Grand Strings

Escena No. 21 Toma No. 21.1



Plano: General  
 Angulación: Normal  
 Movimiento de cámara: - - - - -  
 Audio: Música ambiental. Pista: Grand Strings

Escena No. 22 Toma No. 22.1



Plano: Medio  
 Angulación: Contrapicado  
 Movimiento de cámara: - - - - -  
 Audio: Música ambiental. Pista: Grand Strings

Escena No. 23 Toma No. 23.1



Plano: General  
 Angulación: Normal  
 Movimiento de cámara: - - - - -  
 Audio: Música ambiental. Pista: Grand Strings

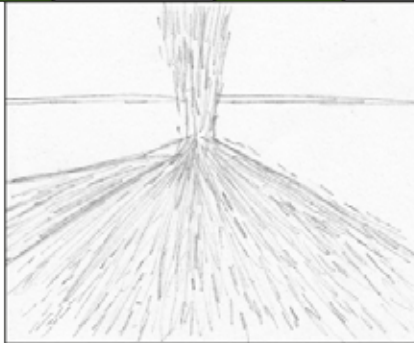
Escena No. 24 Toma No. 24.1



Plano: General  
 Angulación: Picado  
 Movimiento de cámara: - - - - -  
 Audio: Música ambiental. Pista: Grand Strings



Escena No. 25 Toma No. 25.1



Plano: Medio

Angulación: Picado

Movimiento de cámara: -----

Audio: Música ambiental. Pista: Grand Strings

Escena No. 26 Toma No. 26.1



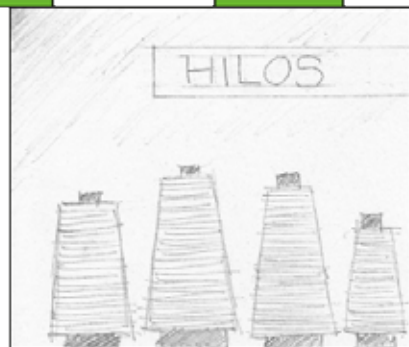
Plano: General

Angulación: Normal

Movimiento de cámara: -----

Audio: Música ambiental. Pista: Grand Strings

Escena No. 27 Toma No. 27.1



Plano: General

Angulación: Normal

Movimiento de cámara: -----

Audio: Música ambiental. Pista: Grand Strings

Escena No. 28 Toma No. 28.1



Plano: Primer Plano

Angulación: Normal

Movimiento de cámara: -----

Audio: Música ambiental. Pista: Grand Strings

Escena No. 29 Toma No. 29.1



Plano: General

Angulación: Normal

Movimiento de cámara: -----

Audio: Música ambiental. Pista: Grand Strings

Escena No. 30 Toma No. 30.1



Plano: General

Angulación: Normal

Movimiento de cámara: -----

Audio: Sonidos de introducción

Escena No.	31	Toma No.	31.1
------------	----	----------	------



Plano: Detalle  
 Angulación: Normal  
 Movimiento de cámara: - - - - -  
 Audio: Música ambiental. Pista: Grand Strings

Escena No.	32	Toma No.	32.1
------------	----	----------	------



Plano: General  
 Angulación: Normal  
 Movimiento de cámara: - - - - -  
 Audio: Música ambiental. Pista: Grand Strings

Escena No.	33	Toma No.	33.1
------------	----	----------	------



Plano: General  
 Angulación: Normal  
 Movimiento de cámara: - - - - -  
 Audio: Efectos de sonido

**7.3.2. Proceso de digitalización de los bocetos.** Para el proceso de digitalización se utilizaron 5 software, los cuales ayudaron en la edición de todos los elementos con los que cuenta el material audiovisual. Se mostrará a través de capturas de pantalla el proceso de digitalización en donde se observan, la edición de vectores, fotografías, animaciones y videos.



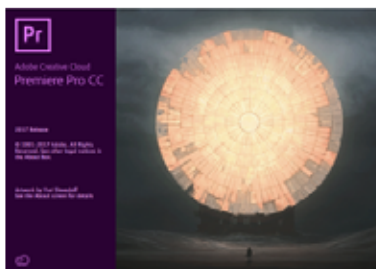
### **Adobe Illustrator**

Se utilizó para la edición de logotipos.



### **Adobe After Effects**

Se utilizó para la animación de escena introductoria y de títulos.



### **Adobe Premier Pro**

Se utilizó para la edición de todo videos y animaciones del material audiovisual.



### **Adobe Audition**

Se utilizó para la edición de los audios que se escuchan en el video.



### **Adobe Photoshop**

Se utilizó para de fotografías que se visualizan en el video.

---

Digitalización de logotipo en Adobe Illustrator



Importación de video en Adobe Premier



---

Animación de escena introductoria en After Effects



Importación de video en Adobe Premier

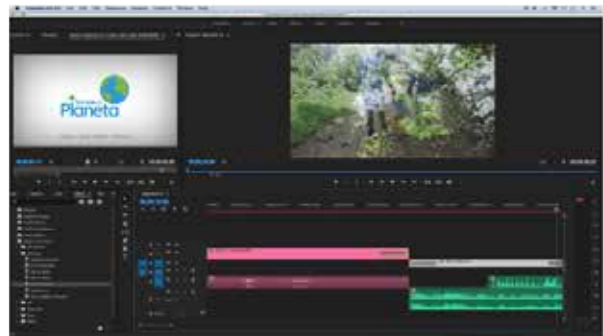


---

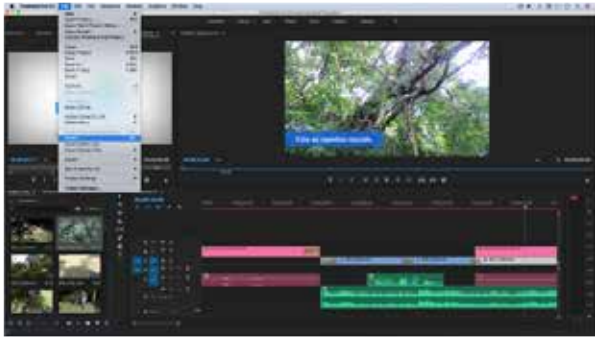
Importación de escena introductoria en Adobe Premier



Edición de transición entre videos en Adobe Premier



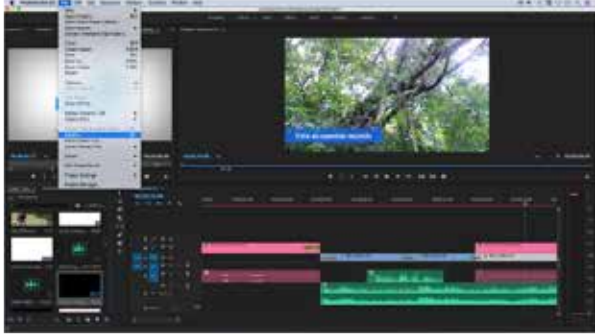
Importación de video en Adobe Premier



Importación de video en Adobe Premier



Importación de video en Adobe Premier



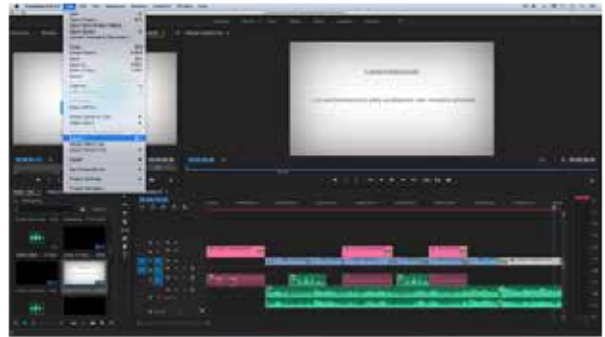
Importación de video en Adobe Premier



Importación de video en Adobe Premier



Importación de títulos en Adobe Premier



---

Importación de video en Adobe Premier

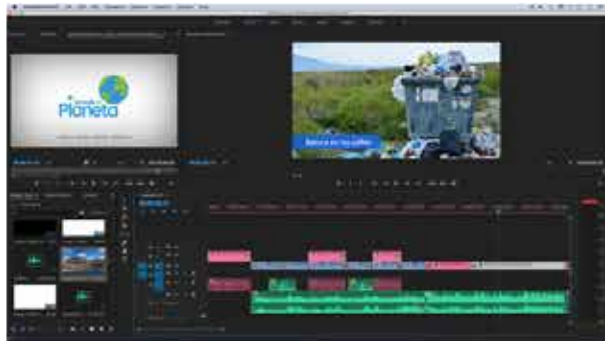


Importación de video en Adobe Premier



---

Importación de video en Adobe Premier



Importación de video en Adobe Premier

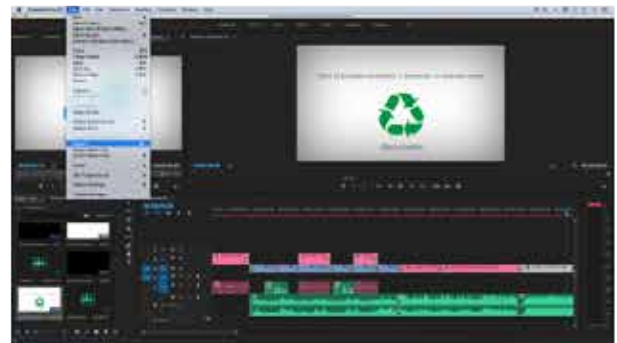


---

Edición de títulos en After Effects



Importación de títulos en Adobe Premier



Importación de video en Adobe Premier



Importación de video en Adobe Premier



Importación de video en Adobe Premier



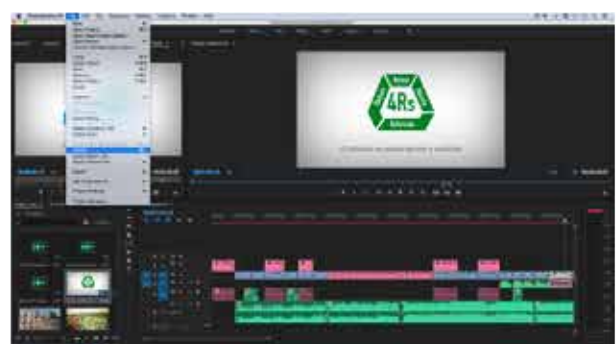
Importación de video en Adobe Premier



Edición de titulos en After Effects



Importación de video en Adobe Premier



---

Importación de video en Adobe Premier

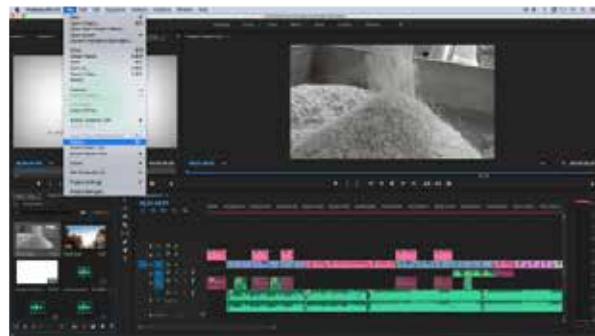


Importación de video en Adobe Premier

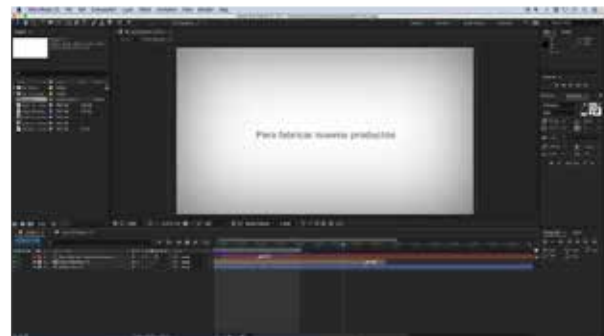


---

Importación de video en Adobe Premier

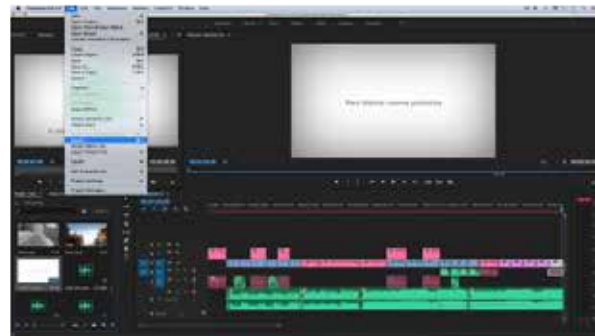


Edición de titulos en After Effects

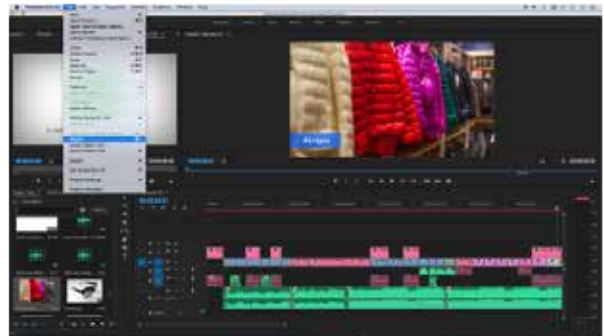


---

Importación de títulos en Adobe Premier



Importación de video en Adobe Premier





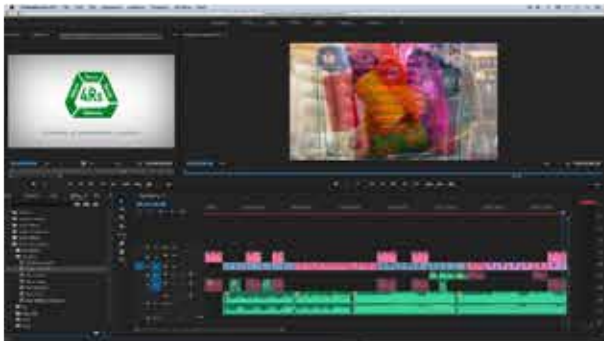
Importación de video en Adobe Premier



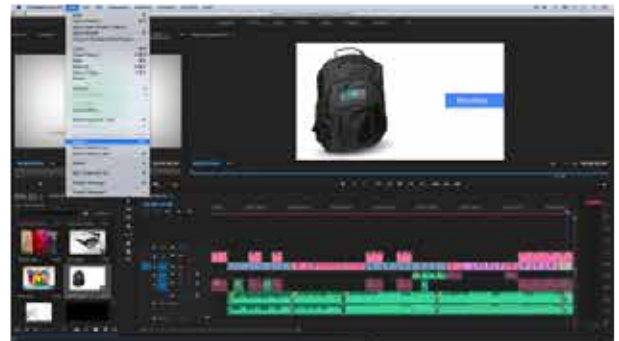
Importación de video en Adobe Premier



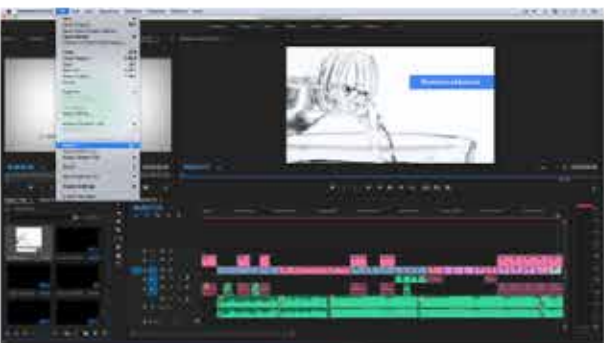
Edición de transición entre videos en Adobe Premier



Importación de video en Adobe Premier



Importación de video en Adobe Premier



Edición de titulos en After Effects



---

Importación de video en Adobe Premier



Animación de escena final en After Effects



---

Importación de escena final en Adobe Premier







Edición de sonido en Adobe Audition



## 7.4 Propuesta Preliminar

Se realizó la propuesta preliminar del video “Producción de material audiovisual para promover la cultura de reciclaje a los colaboradores de Grupo Industrial INGRUP”. Esta propuesta aun no se encuentra validada, por lo tanto se procedió a realizar capturas de pantalla para mostrarla, y para una mejor comprensión se exporto un video a un dispositivo android para mostrarla al grupo objetivo.

Titulo: Material Audiovisual “Súmale al Planeta”				Página: 1			
Escena No.	1	Toma No.	1.1	Escena No.	2	Toma No.	2.1
							
1080 px				1080 px			
1920 px				1920 px			
Plano: General				Plano: Medio			
Angulación: Normal				Angulación: Contrapicado			
Movimiento de cámara: - - - - -				Movimiento de cámara: Tilt Up			
Audio: Efectos de sonido introducción				Audio: Música ambiental. Pista: Meditating Beat			
Escena No.	3	Toma No.	3.1	Escena No.	4	Toma No.	4.1
							
1080 px				1080 px			
1920 px				1920 px			
Plano: Entero				Plano: Medio			
Angulación: Normal				Angulación: Contrapicado			
Movimiento de cámara: Travelling				Movimiento de cámara: Tilt Up			
Audio: Música ambiental. Pista: Meditating Beat				Audio: Música ambiental. Pista: Meditating Beat			

Escena No. 5 Toma No. 5.1



Plano: Entero  
 Angulación: Contrapicado  
 Movimiento de cámara: Travelling  
 Audio: Música ambiental. Pista: Meditating Beat

Escena No. 6 Toma No. 6.1



Plano: Entero  
 Angulación: Normal  
 Movimiento de cámara: Travelling  
 Audio: Música ambiental. Pista: Meditating Beat

Escena No. 7 Toma No. 7.1



Plano: Medio  
 Angulación: Normal  
 Movimiento de cámara: Travelling  
 Audio: Música ambiental. Pista: Meditating Beat

Escena No. 8 Toma No. 8.1



Plano: General  
 Angulación: Normal  
 Movimiento de cámara: - - - - -  
 Audio: Música ambiental. Pista: In Rememberance

Escena No. 9 Toma No. 9.1



Plano: General  
 Angulación: Normal  
 Movimiento de cámara: - - - - -  
 Audio: Música ambiental. Pista: In Rememberance

Escena No. 10 Toma No. 10.1



Plano: General  
 Angulación: Normal  
 Movimiento de cámara: - - - - -  
 Audio: Música ambiental. Pista: In Rememberance

Escena No. 11 Toma No. 11.1



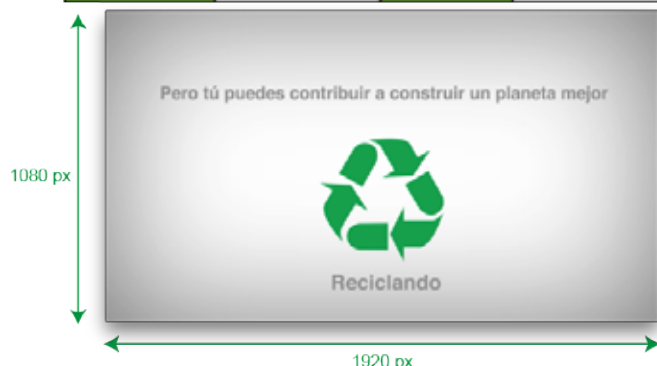
Plano: Medio  
 Angulación: Contrapicado  
 Movimiento de cámara: - - - - -  
 Audio: Música ambiental. Pista: In Rememberance

Escena No. 12 Toma No. 12.1



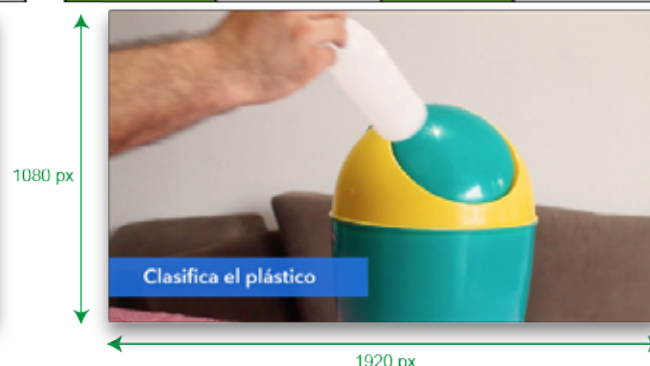
Plano: General  
 Angulación: Normal  
 Movimiento de cámara: - - - - -  
 Audio: Música ambiental. Pista: In Rememberance

Escena No. 13 Toma No. 13.1



Plano: General  
 Angulación: Normal  
 Movimiento de cámara: - - - - -  
 Audio: Música ambiental. Pista: Grand Strings

Escena No. 14 Toma No. 14.1



Plano: Medio  
 Angulación: Normal  
 Movimiento de cámara: - - - - -  
 Audio: Música ambiental. Pista: Grand Strings

Escena No. 15 Toma No. 15.1



Plano: Medio  
 Angulación: Normal  
 Movimiento de cámara: - - - - -  
 Audio: Música ambiental. Pista: Grand Strings

Escena No. 16 Toma No. 16.1



Plano: Medio  
 Angulación: Normal  
 Movimiento de cámara: - - - - -  
 Audio: Música ambiental. Pista: Grand Strings

Escena No. 17 Toma No. 17.1



Plano: Medio  
 Angulación: Normal  
 Movimiento de cámara: - - - - -  
 Audio: Música ambiental. Pista: Grand Strings

Escena No. 18 Toma No. 18.1



Plano: Medio  
 Angulación: Normal  
 Movimiento de cámara: - - - - -  
 Audio: Música ambiental. Pista: Grand Strings

Escena No. 19 Toma No. 19.1



Plano: Medio  
 Angulación: Normal  
 Movimiento de cámara: - - - - -  
 Audio: Música ambiental. Pista: Grand Strings

Escena No. 20 Toma No. 20.1



Plano: Medio  
 Angulación: Normal  
 Movimiento de cámara: - - - - -  
 Audio: Música ambiental. Pista: Grand Strings

Escena No. 21 Toma No. 21.1



Plano: General  
 Angulación: Normal  
 Movimiento de cámara: - - - - -  
 Audio: Música ambiental. Pista: Grand Strings

Escena No. 22 Toma No. 22.1



Plano: Medio  
 Angulación: Contrapicado  
 Movimiento de cámara: - - - - -  
 Audio: Música ambiental. Pista: Grand Strings

Escena No. 23 Toma No. 23.1



Plano: General

Angulación: Normal

Movimiento de cámara: - - - - -

Audio: Música ambiental. Pista: Grand Strings

Escena No. 24 Toma No. 24.1



Plano: General

Angulación: Picado

Movimiento de cámara: - - - - -

Audio: Música ambiental. Pista: Grand Strings

Escena No. 25 Toma No. 25.1



Plano: Medio

Angulación: Picado

Movimiento de cámara: - - - - -

Audio: Música ambiental. Pista: Grand Strings

Escena No. 26 Toma No. 26.1



Plano: General

Angulación: Normal

Movimiento de cámara: - - - - -

Audio: Música ambiental. Pista: Grand Strings

Escena No. 27 Toma No. 27.1



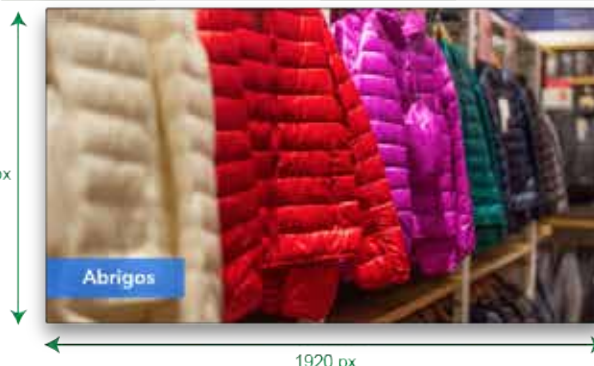
Plano: General

Angulación: Normal

Movimiento de cámara: - - - - -

Audio: Música ambiental. Pista: Grand Strings

Escena No. 28 Toma No. 28.1



Plano: Primer Plano

Angulación: Normal

Movimiento de cámara: - - - - -

Audio: Música ambiental. Pista: Grand Strings

Escena No. 29 Toma No. 29.1



Plano: General

Angulación: Normal

Movimiento de cámara: - - - - -

Audio: Música ambiental. Pista: Grand Strings

Escena No. 30 Toma No. 30.1



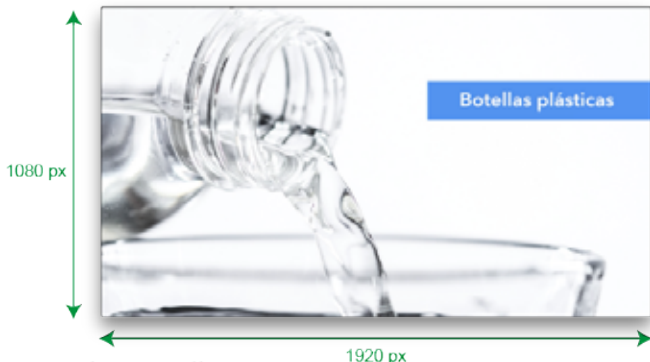
Plano: General

Angulación: Normal

Movimiento de cámara: - - - - -

Audio: Sonidos de introducción

Escena No. 31 Toma No. 31.1



Plano: Detalle

Angulación: Normal

Movimiento de cámara: - - - - -

Audio: Música ambiental. Pista: Grand Strings

Escena No. 32 Toma No. 32.1



Plano: General

Angulación: Normal

Movimiento de cámara: - - - - -

Audio: Música ambiental. Pista: Grand Strings

Escena No. 33 Toma No. 33.1



Plano: General

Angulación: Normal

Movimiento de cámara: - - - - -

Audio: Efectos de sonido



## CAPÍTULO VIII

# VALIDACIÓN TÉCNICA

## **Capítulo VIII: Validación técnica**

Al terminar el proceso de la elaboración de los 2 guiones escritos y 2 guiones técnicos se procedió a mostrar al cliente dichas propuestas seleccionando el guión escrito y técnico número 2. Con base a esta propuesta y acompañada de anotaciones y sugerencias por parte del cliente se procedió a elaborar la propuesta preliminar del material audiovisual.

Una vez elaborada y terminada la propuesta preliminar, se volvió a tener un acercamiento con el cliente y se realizó un proceso de validación en el cual se evaluó el contenido y calidad del material audiovisual, brindando de nuevo nuevos aportes y sugerencias para mejorar la propuesta final.

### **8.1 Población y Muestreo**

Concluida la pre validación y propuesta preliminar del material audiovisual, se procedió a realizar la validación técnica para determinar los porcentajes de aceptación de la producción realizada.

Esta validación fue realizada a través de un instrumento de medición cuantitativo y cualitativo compuesta por tres áreas de comunicación y diseño:

- Parte Objetiva
- Parte Semiológica
- Parte Operativa

Para realizar esta validación se tomo en cuenta el conocimiento, criterio y gusto de tres grupos de personas:

## **Especialistas en Comunicación y Diseño Gráfico**

Fueron consultados 5 especialistas en la rama comunicación, de diseño gráfico y de producción audiovisual los cuales emitieron de forma clara y precisa su opinión, desde un punto de vista profesional y de mucha experiencia, siendo sus aportes de mucha importancia para aportar mejoras a este proyecto.

## **Cliente**

La validación por parte del cliente fue realizada por la gerente de mercadeo de INGRUP, Licenciada Noelia Dávila. La opinión de ella fue muy importante y de gran aportación para el proyecto, ya que ella posee un amplio conocimiento sobre la cultura de reciclaje y la necesidad de dar a conocerla a los colaboradores.

## **Grupo Objetivo**

La validación con el grupo objetivo fue realizada entre los colaboradores del INGRUP, hombres y mujeres de 20 a 50 años, los cuales se encuentran en las instalaciones de la empresa que se ubica en la ciudad de Guatemala, departamento de Guatemala.

## **8.2. Método e Instrumento**

Para conocer los resultados que se desean, fue necesario establecer una metodología para validar este proyecto, es por ello que se eligió una herramienta de investigación que permita mostrar toda la información relacionada a la efectividad, la percepción y el alcance de la producción del material audiovisual destinado a los colaboradores del INGRUP.

Con los resultados obtenidos a través de esta herramienta también se busca determinar si los objetivos planteados al inicio de este proyecto se están alcanzando.

## **La Encuesta**

La encuesta es conformada por 12 preguntas, las cuales se encuentran distribuidas en tres áreas: parte objetiva, parte semiológica y parte operativa.

La parte objetiva se encuentra planteada en base a los objetivos establecidos al inicio del proyecto, tanto objetivos generales como objetivos específicos.

La parte semiológica se encuentra planteada para determinar la percepción de los elementos que conforma el material audiovisual como lo son: elementos visuales, los colores, orden, el uso de créditos y musicalización del mismo.

La parte operativa busca determinar si la información mostrada en el material audiovisual es apropiada, si considera comprensible el material audiovisual, si el tipo de letra le parece legible y si considera útiles los productos que se obtienen del proceso del reciclaje.

### **8.3 Resultados e interpretación de resultados**

Después de utilizar la encuesta como herramienta de validación dentro de los expertos, cliente y grupo objetivo se logro obtener los resultados de percepción que tienen las personas con respecto a este proyecto.

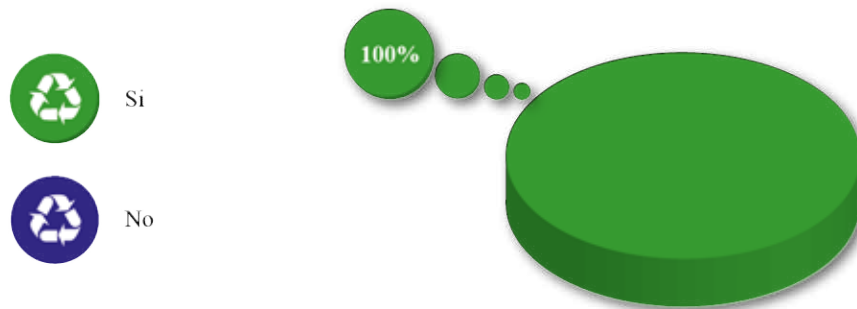
A continuación se muestra cada una de las preguntas que conforman la encuesta, junto con el resultado que se obtuvo mostrado a través de gráficas y la interpretación de los mismos.

Adicional se logro obtener comentarios positivos y criticas constructivas que permitieron realizar mejoras al material audiovisual.

Por último se logro medir si los objetivos trazados al inicio del proyecto se están alcanzando.

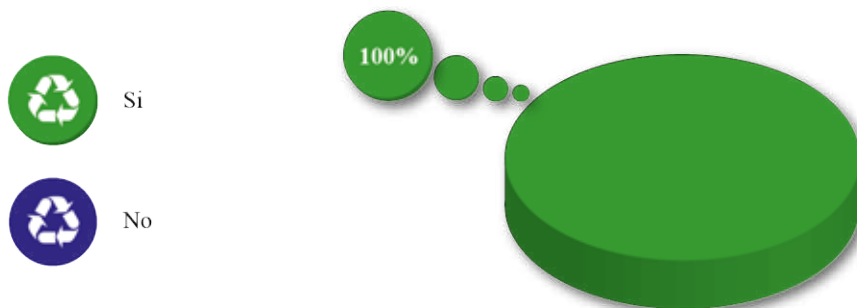
## Parte Objetiva

1. **¿Cree necesario la producción de un material para promover la cultura de reciclaje a los colaboradores del Grupo Industrial INGRUP?**



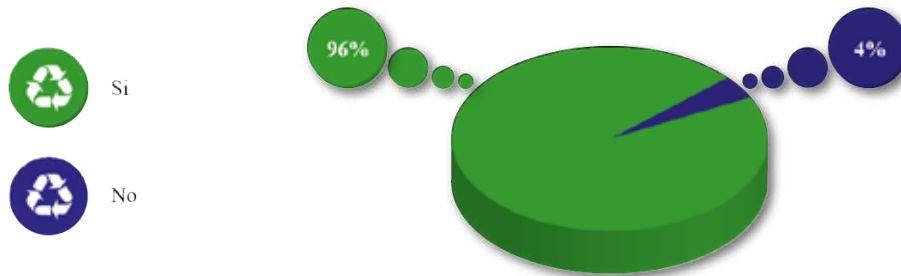
El 100% de la población cree que si es necesario realizar la producción de un material audiovisual para promover la cultura de reciclaje a los colaboradores de INGRUP.

2. **¿Considera necesario recopilar información del Grupo Industrial y sobre reciclaje para la elaboración de un material audiovisual?**



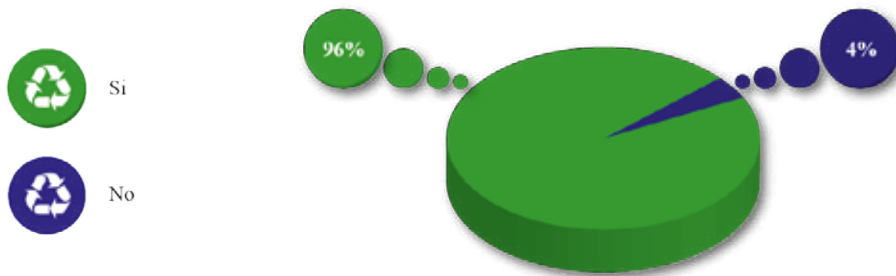
El 100% de la población cree que si es necesario recopilar información del Grupo Industrial y sobre reciclaje para la elaboración de un material audiovisual.

**3. ¿Considera necesario investigar términos, conceptos y tendencias de diseño relacionadas al desarrollo de un material audiovisual que respalden científicamente este proyecto?**



El 96% de la población cree que si es necesario investigar términos, conceptos y tendencias de diseño relacionadas al desarrollo de un material audiovisual que respalden científicamente este proyecto, mientras que el 4% no lo considera necesario.

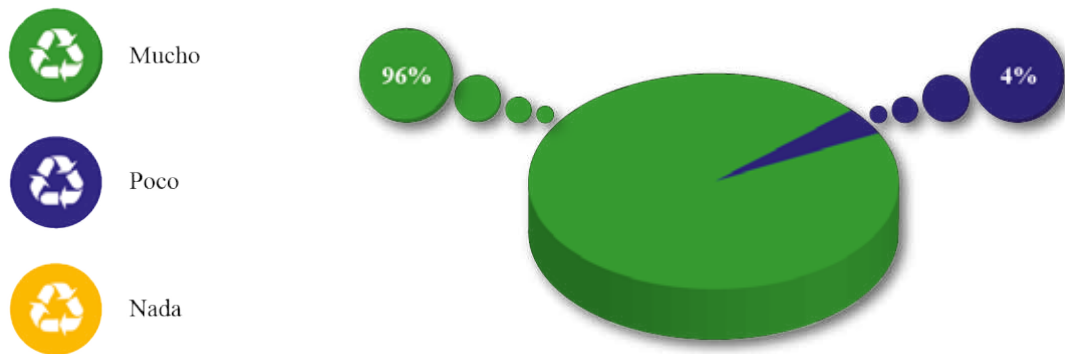
**4. ¿Considera necesario filmar a través de planos cinematográficos las etapas del proceso de reciclaje para mostrar los productos que se logran obtener?**



El 96% de la población cree necesario filmar a través de planos cinematográficos las etapas del proceso de reciclaje para mostrar los productos que se logran obtener, mientras que el 4% no lo considera necesario.

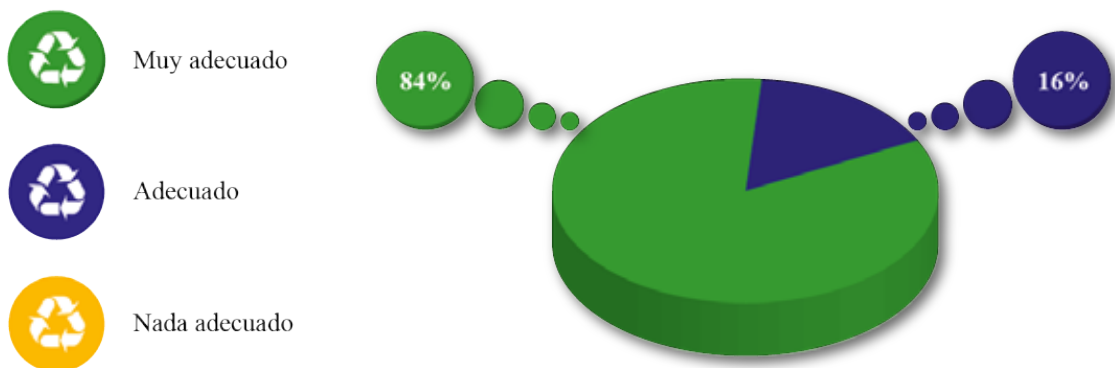
## Parte Semiológica

### 5. ¿Los colores que se muestran en el material audiovisual son atractivos para el usuario?



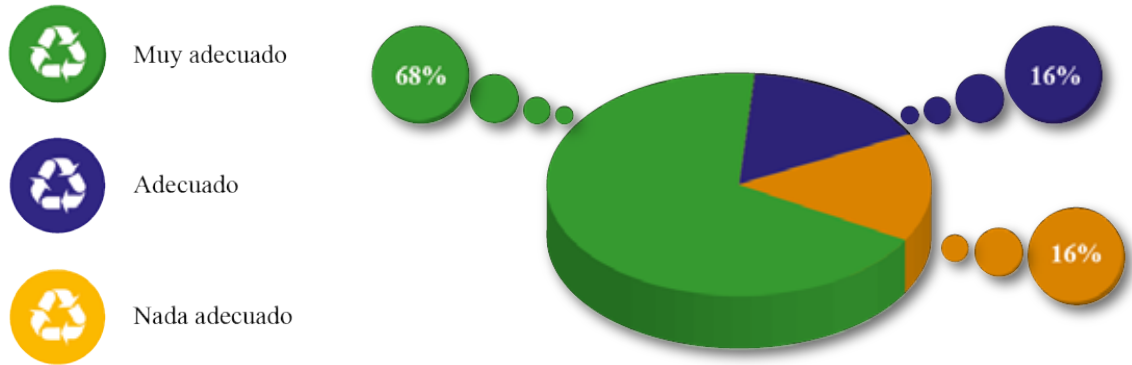
El 96% de la población considera que los colores que se muestran en el material audiovisual son atractivos, mientras que el 4% no los considera atractivos

### 6. ¿La secuencia y orden del material audiovisual le parecen?



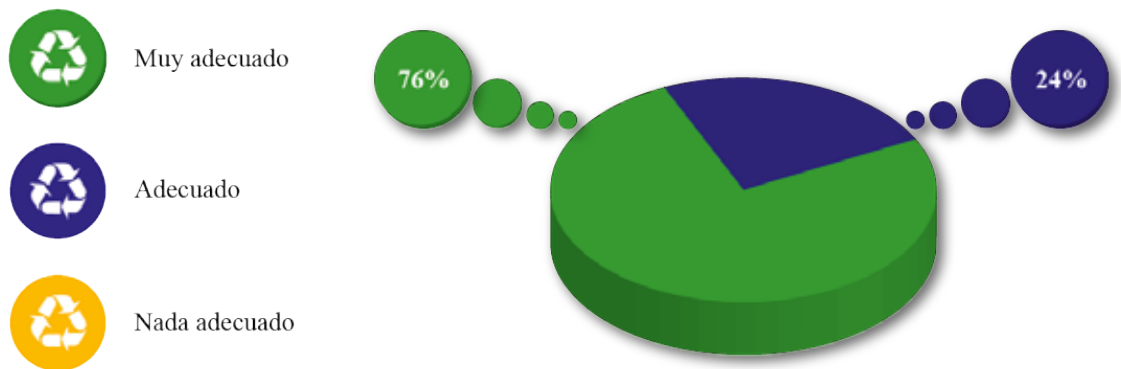
El 84% de la población considera muy adecuada la secuencia y orden del material audiovisual mientras que el 16% lo considera adecuada.

**7. ¿El uso de créditos en el material audiovisual, le parece?**



El 68% de la población considera el uso de créditos en el material audiovisual muy adecuado, mientras que un 16% lo considera adecuado y el otro 16% poco adecuado.

**8. ¿La musicalización del material audiovisual le parece?**

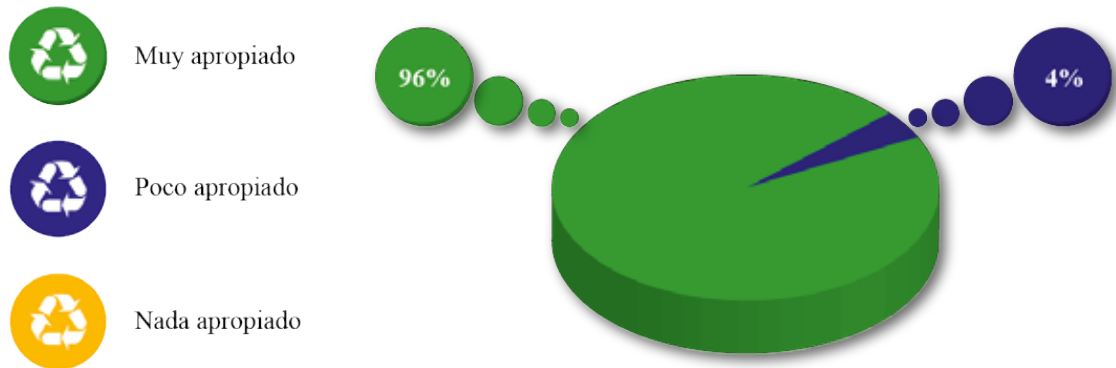


El 76% de la población considera que la musicalización del material audiovisual le parece muy adecuado, mientras que el 24% la considera adecuada.



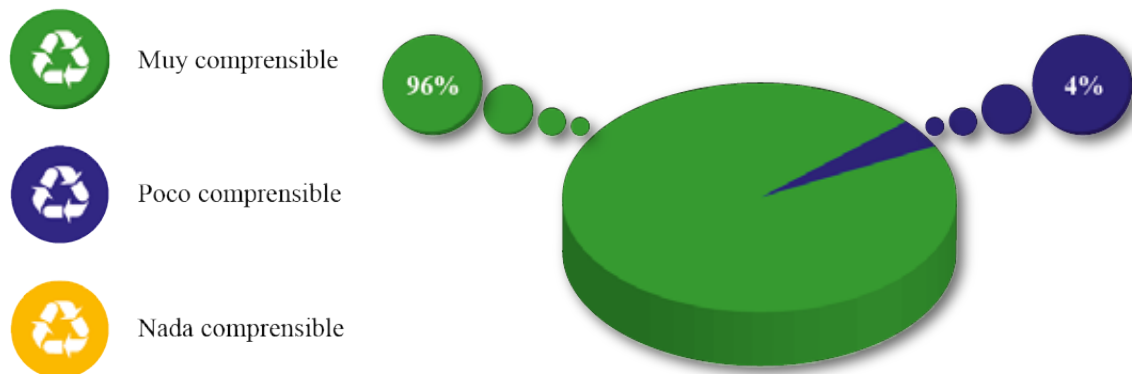
## Parte Operativa

### 9. ¿Considera apropiada la información que se muestra en el material audiovisual?



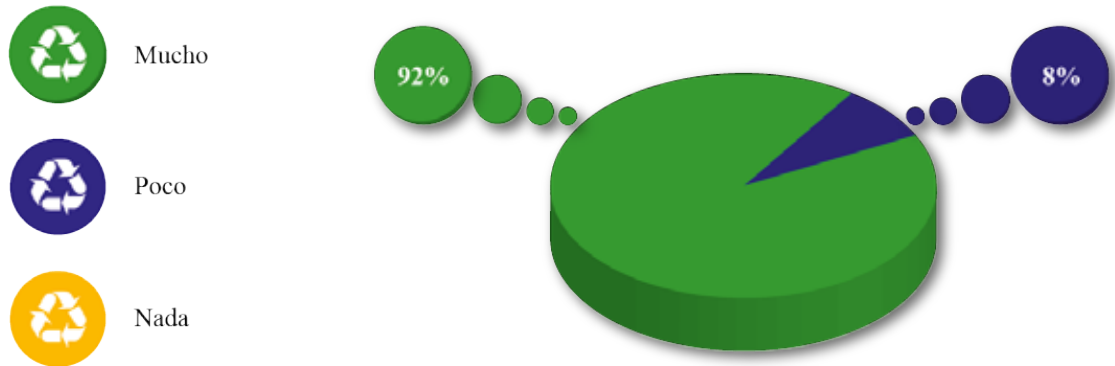
El 96% de la población considera apropiada la información que se muestra en el material audiovisual, mientras que el 4% lo considera poco apropiada.

### 10. ¿Considera comprensible el material audiovisual?



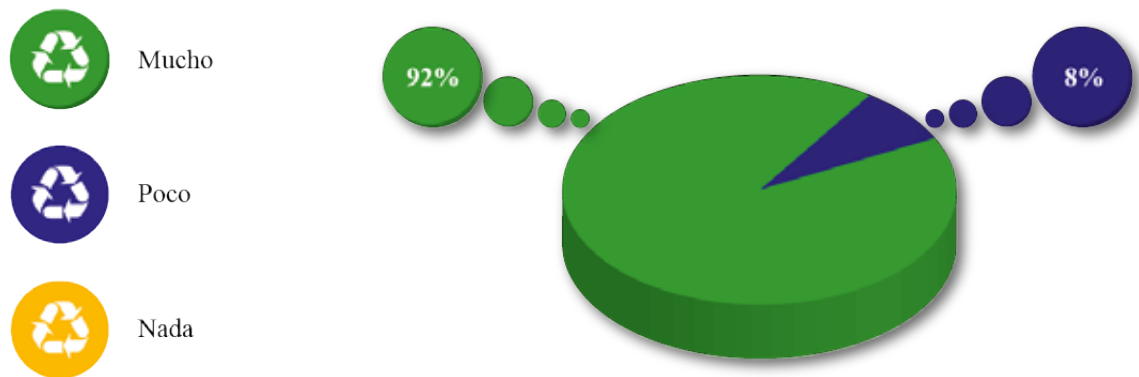
El 96% de la población considera comprensible el material audiovisual, mientras que el 4% lo considera poco comprensible.

**11. ¿Considera el tipo de letra utilizado es acorde y legible?**



El 92% de la población considera que el tipo de letra utilizado es acorde y legible, mientras que el 8% lo considera poco acorde y legible.

**12. ¿Considera útiles los productos reciclados que se presentan material audiovisual?**



El 92% de la población considera útiles los productos reciclados que se presentan material audiovisual, mientras que el 8% lo considera poco útiles

## 8.4 Cambios con base a los resultados

Antes:

Material audiovisual sin logotipo en la esquina superior derecha.



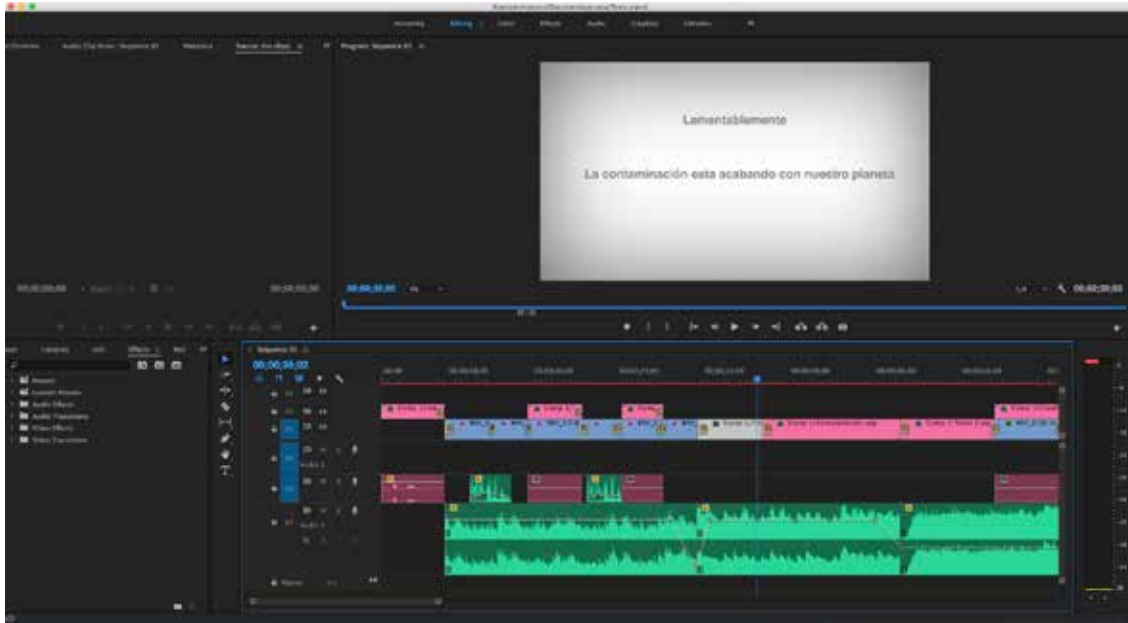
Después:

Material audiovisual con logotipo en la esquina superior derecha. El aporte es posicionar a cada cierto tiempo en el video el logotipo del programa “Súmale al planeta.”



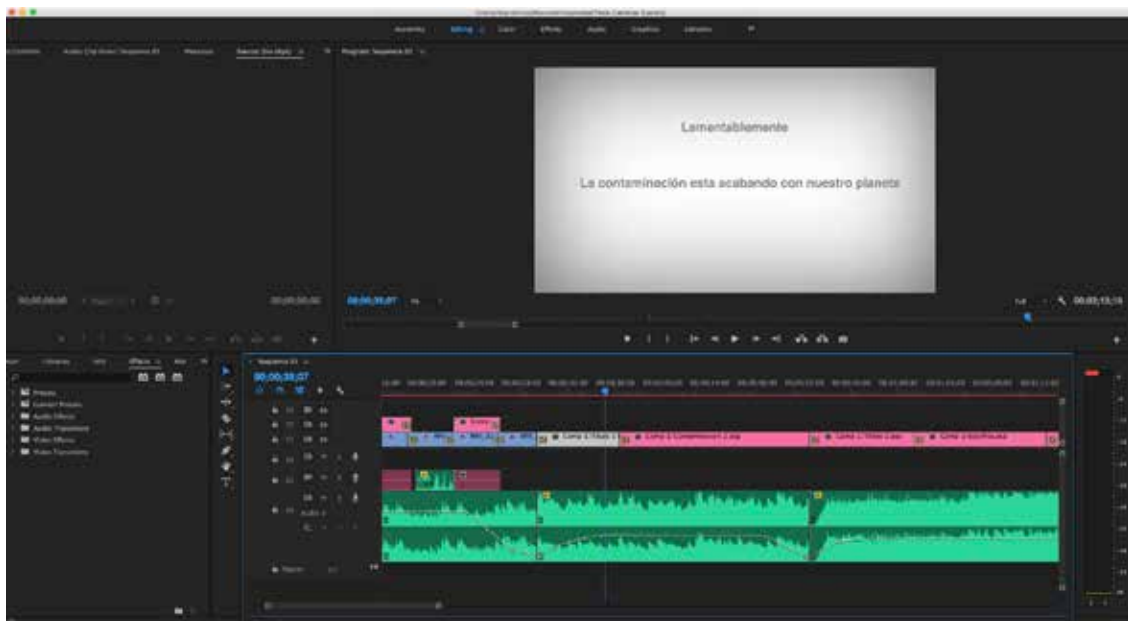
Antes:

Transiciones de música muy cortadas entre escenas.



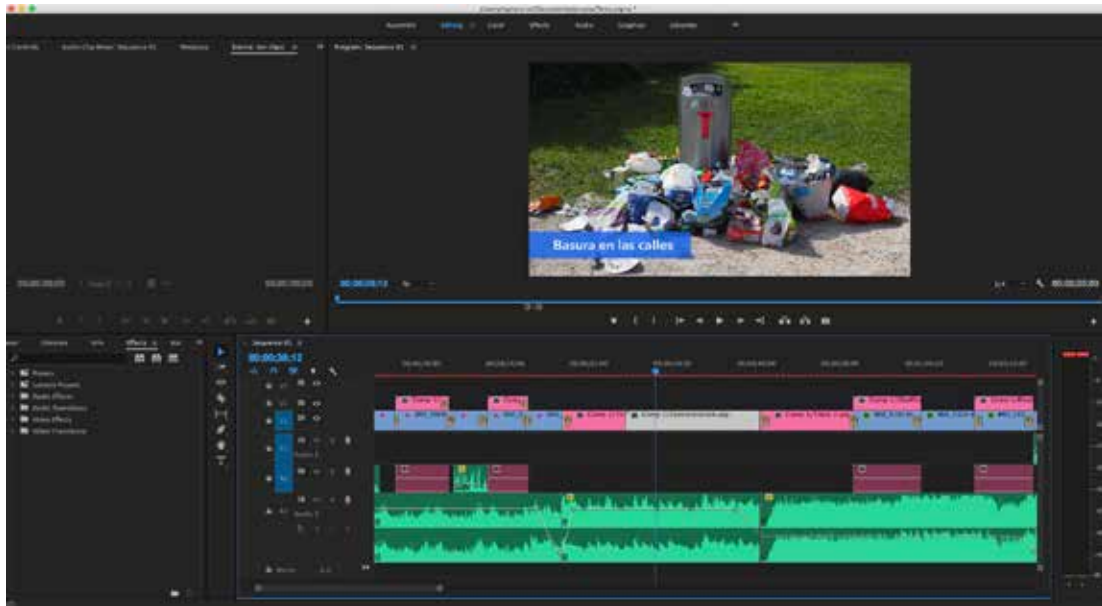
Después:

Se amplio la curva de las transiciones de música. Este aporte permite escuchar la música de una manera mas agradable al público objetivo.



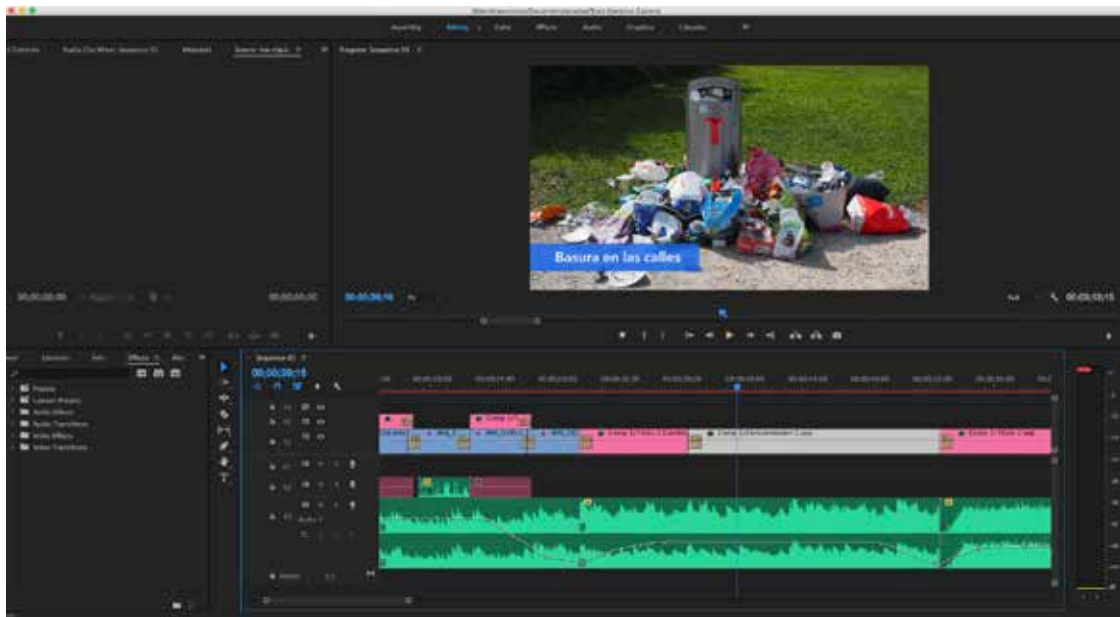
Antes:

Transiciones de video entre escenas muy cortadas.



Después:

Se agregaron efecto de transición de video “Cross Dissolve” para suavizar las transiciones entre escenas. El aporte es un material audiovisual mas agradable a la vista del consumidor.



Antes:

Escena de contaminación con la palabra “Humo”.



Después:

Se cambio la palabra “Humo” por la frase “ Gases contaminantes”. El aporte de este cambio es una mejor compresión de texto en relación a la escena de contaminación.



Antes:

Escena de gente botando botellas de plástico en los basureros.



Después:

Se agrego una animación en donde se observan los basureros y sus diferentes significados de color. Esto aporta que el espectador se informe en que color de basurero debe de depositar y clasificar el tipo de basura.



Antes:

Testimoniales de personas diciendo “Yo reciclo”.

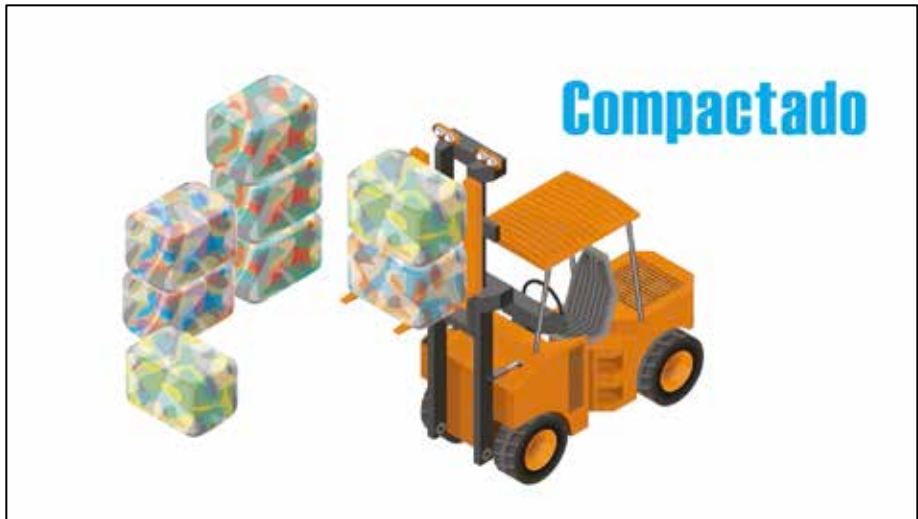
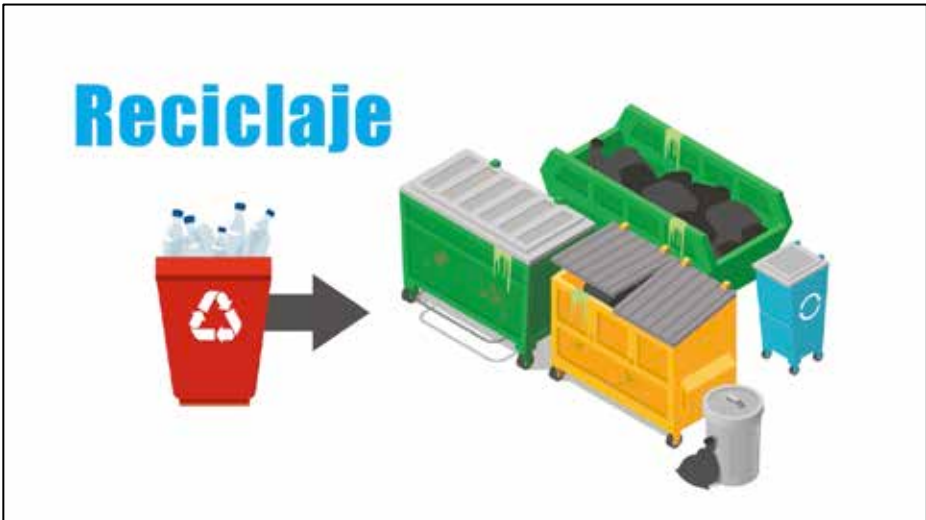


Después:

Se eliminaron los testimoniales y se reemplazo por una infografía que explica el proceso de reciclaje del plástico, desde su recolección hasta los productos finales. Este aporte brindará una mejor información a los colaboradores de cómo funciona el reciclaje.

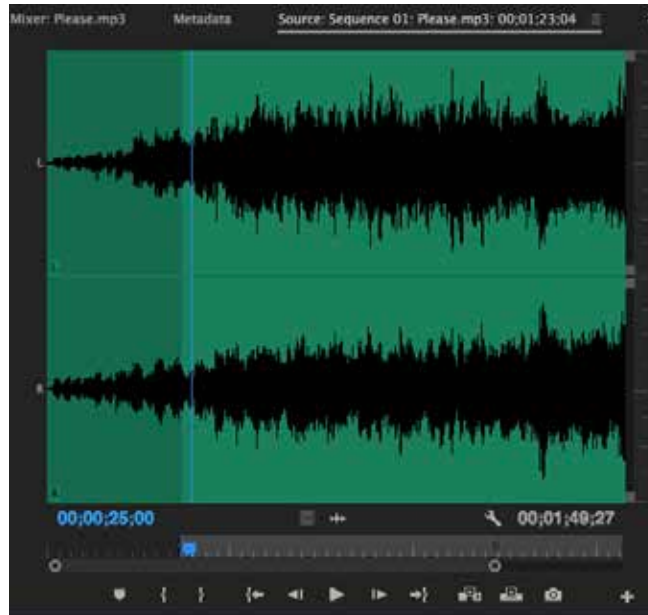
# Proceso de Reciclaje





Antes:

Solo existían dos pistas musicales para todo el video.



Después:

Se agrego una tercer pista musical y redefinieron los tiempos de los tracks. Este aporte permitirá hacer más agradable el sonido del video al colaborador.



Antes:

Primera escena de productos fabricados es “Hilos”.



Después:

Se cambio la primera escena de productos fabricados por “botellas plásticas” ya que este es uno de los productos principales que se pueden fabricar para la industria de empaques.



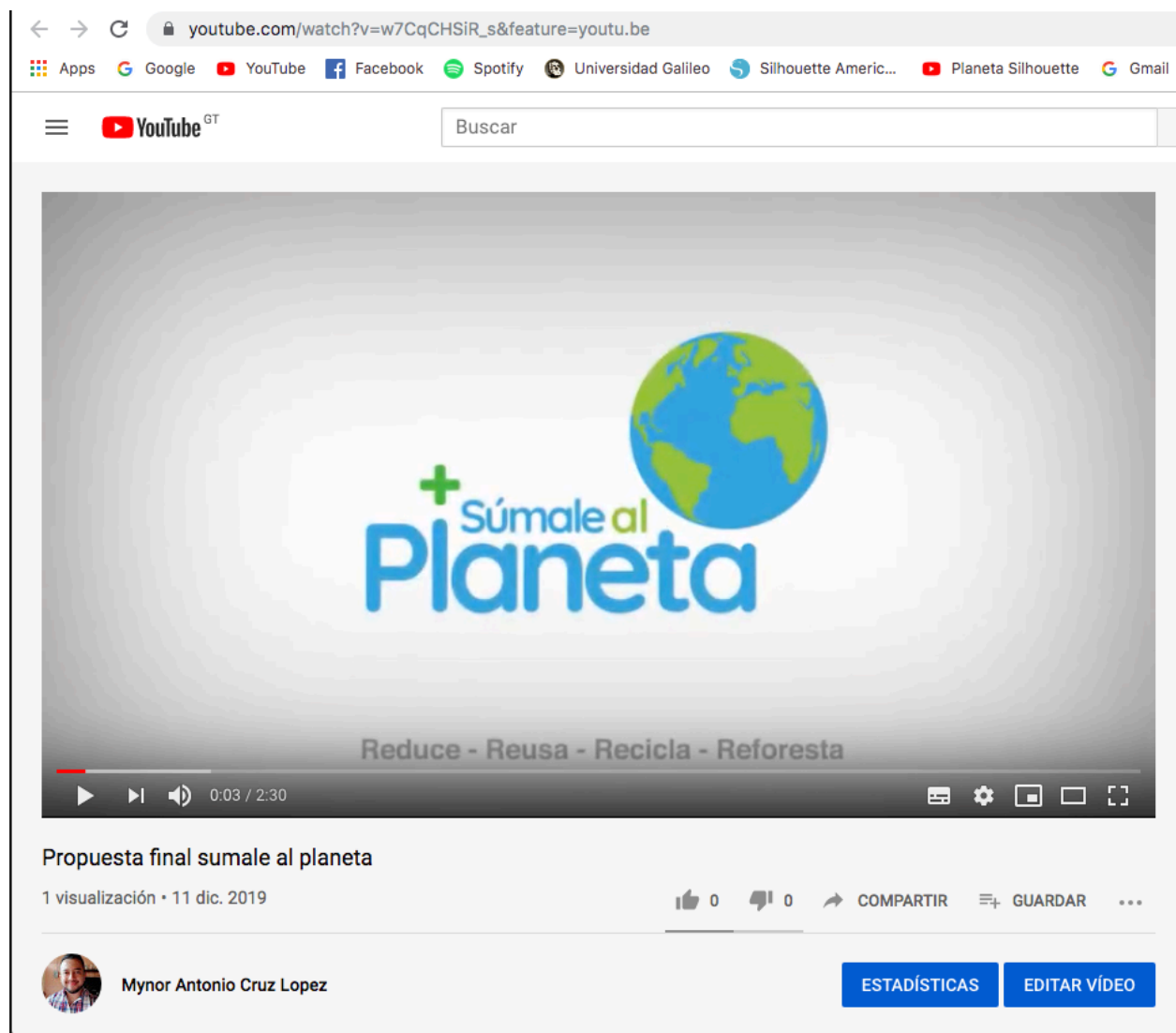
## CAPÍTULO IX

# PROPUESTA GRÁFICA FINAL



## Capítulo IX: Propuesta Grafica Final

Para una mejor visualización, la propuesta grafica final fue subida a un canal de YouTube. En esta se pueden observar los cambios realizados que llevaron a la propuesta final del material audiovisual. Se adjunta captura de pantalla y link de acceso.



Link de acceso:

[https://youtu.be/3E4\\_k7nQIoo](https://youtu.be/3E4_k7nQIoo)

Escena No. 1 Toma No. 1.1



Plano: General

Angulación: Normal

Movimiento de cámara: - - - - -

Audio: Efectos de sonido introducción

Escena No. 2 Toma No. 2.1



Plano: Medio

Angulación: Contrapicado

Movimiento de cámara: Tilt Up

Audio: Música ambiental. Pista: Meditating Beat

Escena No. 3 Toma No. 3.1



Plano: Entero

Angulación: Normal

Movimiento de cámara: Travelling

Audio: Música ambiental. Pista: Meditating Beat

Escena No. 4 Toma No. 4.1



Plano: Medio

Angulación: Contrapicado

Movimiento de cámara: Tilt Up

Audio: Música ambiental. Pista: Meditating Beat

Escena No. 5 Toma No. 5.1



Plano: Entero

Angulación: Contrapicado

Movimiento de cámara: Travelling

Audio: Música ambiental. Pista: Meditating Beat

Escena No. 6 Toma No. 6.1



Plano: Entero

Angulación: Normal

Movimiento de cámara: Travelling

Audio: Música ambiental. Pista: Meditating Beat

Escena No. 7 Toma No. 7.1

1080 px



1920 px

Plano: Medio

Angulación: Normal

Movimiento de cámara: Travelling

Audio: Música ambiental. Pista: Meditating Beat

Escena No. 8 Toma No. 8.1

1080 px



1920 px

Plano: General

Angulación: Normal

Movimiento de cámara: - - - - -

Audio: Música ambiental. Pista: In Rememberance

Escena No. 9 Toma No. 9.1

1080 px



1920 px

Plano: General

Angulación: Normal

Movimiento de cámara: - - - - -

Audio: Música ambiental. Pista: In Rememberance

Escena No. 10 Toma No. 10.1

1080 px



1920 px

Plano: General

Angulación: Normal

Movimiento de cámara: - - - - -

Audio: Música ambiental. Pista: In Rememberance

Escena No. 11 Toma No. 11.1

1080 px



1920 px

Plano: Medio

Angulación: Contrapicado

Movimiento de cámara: - - - - -

Audio: Música ambiental. Pista: In Rememberance

Escena No. 12 Toma No. 12.1

1080 px



1920 px

Plano: General

Angulación: Normal

Movimiento de cámara: - - - - -

Audio: Música ambiental. Pista: In Rememberance

Escena No. 13 Toma No. 13.1



Plano: General

Angulación: Normal

Movimiento de cámara: - - - - -

Audio: Música ambiental. Pista: Grand Strings

Escena No. 14 Toma No. 14.1



Plano: General

Angulación: Normal

Movimiento de cámara: - - - - -

Audio: Música ambiental. Pista: Grand Strings

Escena No. 15 Toma No. 15.1



Plano: General

Angulación: Normal

Movimiento de cámara: - - - - -

Audio: Música ambiental. Pista: Grand Strings

Escena No. 16 Toma No. 16.1



Plano: General

Angulación: Normal

Movimiento de cámara: - - - - -

Audio: Música ambiental. Pista: Grand Strings

Escena No. 17 Toma No. 17.1



Plano: General

Angulación: Normal

Movimiento de cámara: - - - - -

Audio: Música ambiental. Pista: Grand Strings

Escena No. 18 Toma No. 18.1



Plano: General

Angulación: Normal

Movimiento de cámara: - - - - -

Audio: Música ambiental. Pista: Grand Strings



Escena No. 19 Toma No. 19.1



Plano: General

Angulación: Normal

Movimiento de cámara: - - - - -

Audio: Música ambiental. Pista: Grand Strings

Escena No. 20 Toma No. 20.1



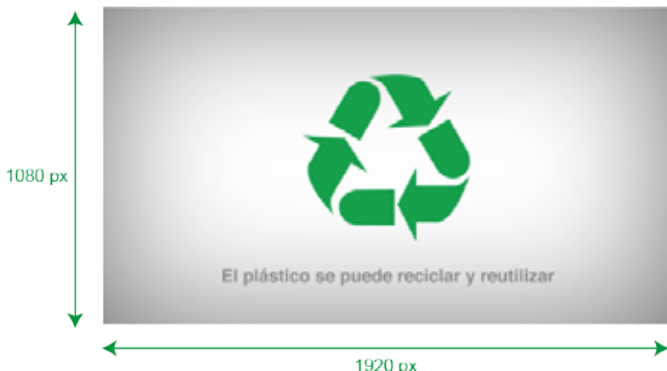
Plano: General

Angulación: Normal

Movimiento de cámara: - - - - -

Audio: Música ambiental. Pista: Grand Strings

Escena No. 21 Toma No. 21.1



Plano: General

Angulación: Normal

Movimiento de cámara: - - - - -

Audio: Música ambiental: Pista: Please

Escena No. 22 Toma No. 22.1



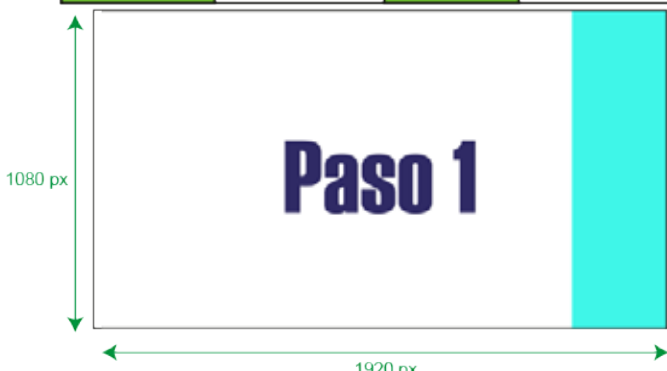
Plano: Gneral

Angulación: Normal

Movimiento de cámara: - - - - -

Audio: Música ambiental: Pista: Please

Escena No. 23 Toma No. 23.1



Plano: General

Angulación: Normal

Movimiento de cámara: - - - - -

Audio: Música ambiental: Pista: Please

Escena No. 24 Toma No. 24.1



Plano: General

Angulación: Normal

Movimiento de cámara: - - - - -

Audio: Música ambiental: Pista: Please

Escena No. 25 Toma No. 25.1



Plano: General

Angulación: Normal

Movimiento de cámara: - - - - -

Audio: Música ambiental: Pista: Please

Escena No. 26 Toma No. 26.1



Plano: General

Angulación: Normal

Movimiento de cámara: - - - - -

Audio: Música ambiental: Pista: Please

Escena No. 27 Toma No. 27.1



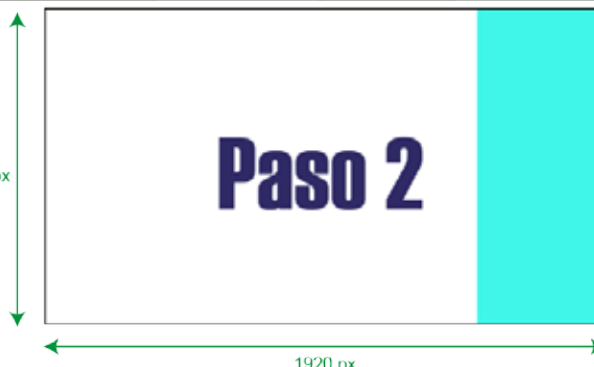
Plano: General

Angulación: Normal

Movimiento de cámara: - - - - -

Audio: Música ambiental: Pista: Please

Escena No. 28 Toma No. 28.1



Plano: General

Angulación: Normal

Movimiento de cámara: - - - - -

Audio: Música ambiental: Pista: Please

Escena No. 29 Toma No. 29.1



Plano: General

Angulación: Normal

Movimiento de cámara: - - - - -

Audio: Música ambiental: Pista: Please

Escena No. 30 Toma No. 30.1



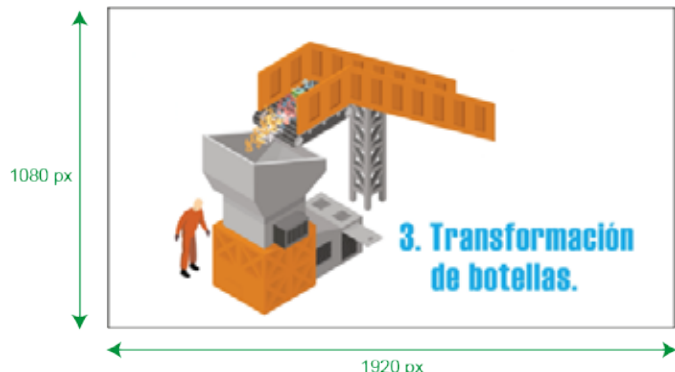
Plano: General

Angulación: Normal

Movimiento de cámara: - - - - -

Audio: Música ambiental: Pista: Please

Escena No. 31 Toma No. 31.1



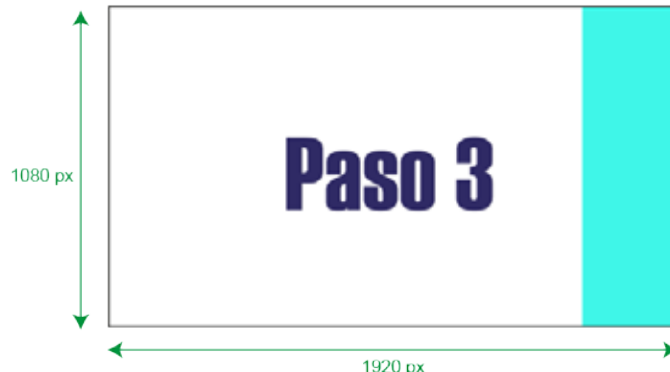
Plano: General

Angulación: Normal

Movimiento de cámara: - - - - -

Audio: Música ambiental: Pista: Please

Escena No. 32 Toma No. 32.1



Plano: General

Angulación: Normal

Movimiento de cámara: - - - - -

Audio: Música ambiental: Pista: Please

Escena No. 33 Toma No. 33.1



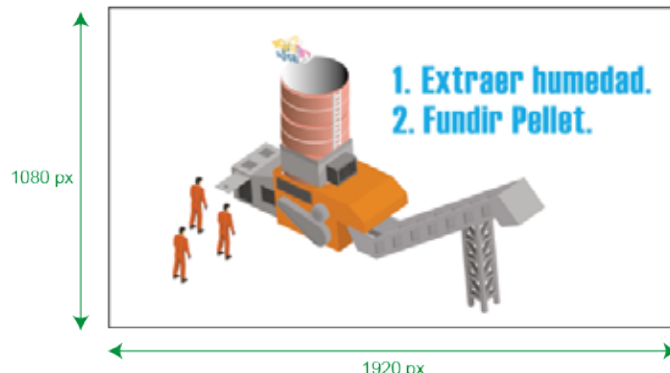
Plano: General

Angulación: Normal

Movimiento de cámara: - - - - -

Audio: Música ambiental: Pista: Please

Escena No. 34 Toma No. 34.1



Plano: General

Angulación: Normal

Movimiento de cámara: - - - - -

Audio: Música ambiental: Pista: Please

Escena No. 35 Toma No. 35.1



Plano: General

Angulación: Normal

Movimiento de cámara: - - - - -

Audio: Música ambiental: Pista: Please

Escena No. 36 Toma No. 36.1



Plano: General

Angulación: Normal

Movimiento de cámara: - - - - -

Audio: Música ambiental: Pista: Please

Escena No. 37 Toma No. 37.1



Plano: Medio

Angulación: Contrapicado

Movimiento de cámara: - - - - -

Audio: Música ambiental: Pista: Please

Escena No. 38 Toma No. 38.1



Plano: General

Angulación: Normal

Movimiento de cámara: - - - - -

Audio: Música ambiental: Pista: Please

Escena No. 39 Toma No. 39.1



Plano: General

Angulación: Contrapicado

Movimiento de cámara: - - - - -

Audio: Música ambiental: Pista: Please

Escena No. 40 Toma No. 40.1



Plano: Medio

Angulación: Normal

Movimiento de cámara: - - - - -

Audio: Música ambiental: Pista: Please

Escena No. 41 Toma No. 41.1



Plano: General

Angulación: Normal

Movimiento de cámara: - - - - -

Audio: Música ambiental: Pista: Please

Escena No. 42 Toma No. 42.1



Plano: Detalle

Angulación: Normal

Movimiento de cámara: - - - - -

Audio: Música ambiental: Pista: Please

Escena No. 43 Toma No. 43.1



Plano: General

Angulación: Normal

Movimiento de cámara: - - - - -

Audio: Música ambiental; Pista: Please

Escena No. 44 Toma No. 44.1



Plano: Primer plano

Angulación: Normal

Movimiento de cámara: - - - - -

Audio: Música ambiental; Pista: Please

Escena No. 45 Toma No. 45.1



Plano: General

Angulación: Normal

Movimiento de cámara: - - - - -

Audio: Música ambiental; Pista: Please

Escena No. 46 Toma No. 46.1



Plano: General

Angulación: Normal

Movimiento de cámara: - - - - -

Audio: Música ambiental; Pista: Please

Escena No. 47 Toma No. 47.1



Plano: General

Angulación: Normal

Movimiento de cámara: - - - - -

Audio: Música ambiental; Pista: Please

Escena No. 48 Toma No. 48.1



Plano: General

Angulación: Normal

Movimiento de cámara: - - - - -

Audio: Efectos de sonido

<b>Escena No.</b>	49	<b>Toma No.</b>	49.1
-------------------	----	-----------------	------



Plano: General

Angulación: Normal

Movimiento de cámara: - - - - -

Audio: Música ambiental: Pista: Please

<b>Escena No.</b>	50	<b>Toma No.</b>	50.1
-------------------	----	-----------------	------



Plano: General

Angulación: Normal

Movimiento de cámara: - - - - -

Audio: Música ambiental: Pista: Please

<b>Escena No.</b>	51	<b>Toma No.</b>	51.1
-------------------	----	-----------------	------



Plano: General

Angulación: Normal

Movimiento de cámara: - - - - -

Audio: Música ambiental: Pista: Please

## CAPÍTULO X

# PRODUCCIÓN, REPRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN



## **Capítulo X: Producción, reproducción y distribución**

Para la elaboración de cualquier proyecto audiovisual es importante contar con ciertos recursos necesarios para la producción del mismo. Es por ello que se procede a realizar un presupuesto con el fin de establecer el tiempo de planificación, preproducción, producción y postproducción del mismo.

En este presupuesto se muestran las semanas, los días y horas trabajadas, así como el costo por hora y el total de dinero por cada etapa.

Para respaldar económicamente el proyecto se tomarán en cuenta los siguientes elementos:

Plan de costos de elaboración: Será útil para establecer las bases del proceso de elaboración como lo son las propuestas y el bocetaje.

Plan de costos de producción: Esta servirá para establecer el costo final de la edición y producción del material audiovisual.

Plan de costos de reproducción: Este plan sirve para establecer si la reproducción del video tendrán algún costo.

Plan de costos de distribución: Este ayudará a establecer los costos necesarios para que el material audiovisual sea observado por el espectador final.

Margen de utilidad: Mostrará el porcentaje de utilidad en base al subtotal del plan de costos de elaboración, plan de costos de producción y plan de costos de distribución.

IVA: Este impuesto que es del 12% se calculará sobre el subtotal del plan de costos de elaboración, plan de costos de producción y plan de costos de distribución.

Cuadro de resumen general de costos: Muestra el costo total de la elaboración, producción y distribución material audiovisual.



### 10.1 Plan de Costos de Elaboración

El detalle del plan de costos de elaboración corresponde a las propuestas iniciales que se presentarán al cliente para establecer un guión escrito y una guía sobre la cual se basará la propuesta preliminar del material audiovisual

<b>Costo Elaboración:</b>	
Total de semanas laboradas	8 semanas
Total de días laborados	40 días (5 días a la semana)
Total de horas de laboradas	200 horas (5 horas diarias)
Valor de la hora	Q 25.00
<b>Total del costo de elaboración</b>	<b>Q 5,000.00</b>

### 10.2 Plan de Costos de Producción

El detalle del plan de costos de producción corresponde a las realizaciones de la propuesta final del material audiovisual.

<b>Costo Producción</b>	
Total de semanas laboradas	3 semanas
Total de días laborados	15 días (5 días a la semana)
Total de horas de laboradas	75 horas (5 horas diarias)
Valor de la hora	Q 25.00
<b>Total del costo de elaboración</b>	<b>Q 1,875.00</b>

### 10.3 Plan de Costos de Reproducción

El detalle del plan de costos de reproducción que es de Q 0.00 no tendrá costo debido a que la reproducción del material audiovisual se realizará dentro de un circuito cerrado de televisión que ya posee la empresa.

<b>Costo Reproducción</b>	
<b>Total del costo de reproducción</b>	<b>Q 0.00</b>

### 10.4 Plan de Costos de Distribución

El detalle del plan de costos de distribución que es de Q 0.00 no tendrá costo debido a que la distribución del material audiovisual se realizará digitalmente dentro de un circuito cerrado de televisión que ya posee la empresa.

<b>Costo Distribución</b>	
<b>Total del costo de distribución</b>	<b>Q 0.00</b>

### 10.5 Margen de Utilidad

El margen de utilidad es del 20% sobre el subtotal del plan de elaboración, producción, reproducción y distribución de costos.

<b>Margen de utilidad</b>	
Sub Total	Q 6,875.00
<b>TOTAL MARGEN DE UTILIDAD</b>	<b>Q 1,375.00</b>

## 10.6 IVA

El impuesto del valor agregado es del 12% sobre el subtotal del plan de elaboración, producción, reproducción, distribución de costos y margen de utilidad.

IVA	
Sub-Total	Q. 8,250.00
<b>TOTAL IVA</b>	<b>Q 990.00</b>

## 10.7 Cuadro con resumen general de costos

Muestra el resumen general, donde se detallan todos costos que intervienen en la realización de la producción del material audiovisual.

Detalle	
Plan de elaboración de costo	Q 5,000.00
Plan de costos de producción	Q 1,875.00
Plan de costos de reproducción	Q. 0.00
Plan de costos de distribución	Q. 0.00
Subtotal	Q. 6,875.00
Margen de utilidad (20 %)	Q. 1,375.00
Subtotal	Q. 8,250.00
IVA (12%)	Q 990.00
<b>GRAN TOTAL</b>	<b>Q 9,240.00</b>

## CAPÍTULO XI

# CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES



## **Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones**

### **11.1 Conclusiones**

Se logró producir un material audiovisual para promover la cultura de reciclaje a los colaboradores de Grupo Industrial INGRUP.

Se recopiló información acerca de la cultura de reciclaje y los productos que se obtienen por medio de este proceso, a través de información que el cliente proporciono por medio del brief, que sirvió de fundamento para establecer el contenido del mismo y la realización de este material audiovisual.

Se investigó información, términos y conceptos fundamentales de comunicación, diseño y tendencias de producción audiovisual, a través de fuentes bibliográficas que respaldan científicamente la propuesta del material audiovisual, que luego será difundido dentro de los colaboradores de la organización.

Se filmo a través de planos cinematográficos las etapas del proceso de reciclaje para mostrar los productos que se logran obtener, que posteriormente se muestran en el material audiovisual y así fomentar dentro de los colaboradores la cultura del reciclaje.

## **11.2 Recomendaciones**

Que el material audiovisual para promover la cultura de reciclaje a los colaboradores de Grupo Industrial INGRUP este disponible y accesible en todos los medios digitales posibles, con el fin que los colaboradores conozcan más sobre el proceso del reciclaje y sus productos.

Que la información que se recopiló relacionada al tema del reciclaje sea actualizada cada cierto tiempo para contar con las últimas noticias y novedades relacionadas con los productos que se pueden obtener a través de este proceso.

Que la información que se investigó y recolecto relacionada a diseño y tendencias de producción audiovisual sea actualizada cada cierto tiempo, para que el material audiovisual sea renovado y agradable a los colaboradores de INGRUP, esto para que muestre la información adecuada.

Que la filmación de las etapas de reciclaje se renueve cada cierto tiempo para mostrar nuevos procesos del reciclaje y los nuevos productos que se pueden obtener a través de este proceso.

Como un acompañamiento a la producción de este material audiovisual se recomienda realizar pequeñas capsulas de video, por ejemplo micro historias en redes sociales como Instagram y Facebook, para posicionar en la mente de los colaboradores de una manera más gráfica la cultura del reciclaje.

## CAPÍTULO XII

# CONOCIMIENTO GENERAL



## Capítulo XII: Conocimiento General

### 12.1 Demostración de conocimientos

#### PROYECTO

##### Diseño

Base importante para la realización de la producción de este material audiovisual, ya que con los conocimientos adquiridos se logró crear una secuencia armónica de escenas, títulos y colores, con un orden lógico y agradable, que dieron como resultado un video visualmente atractivo que capta la atención del espectador final.

##### Comunicación

Área importante y de base fundamental para este proyecto, ya que con lo aprendido en las clases de comunicación se logró establecer los pasos para realizar el material audiovisual. Dentro de los pasos aplicados se encuentran: establecer la problemática, recopilar la información, elaborar la comunicación, producir la comunicación y la administración de medios.

##### Comunicación Audiovisual

Los conocimientos adquiridos en el área de comunicación audiovisual lograron ser una herramienta importante para la producción de este video, ya que, con ellos se logró desarrollar el guión escrito y técnico, el storyboard y el uso de los movimientos, planos, e inclinaciones de la cámara con los cuales se produjo este material audiovisual.

##### Taller IV / Producción y edición audiovisual

Lo aprendido en Taller IV fue parte importante para la edición y producción de este material audiovisual ya que se puso en práctica el programa de edición de video Adobe Premier Pro el cual sirvió para importar las escenas filmadas, realizar transiciones de video agradables y colocar la musicalización para dar como resultado el video final y la exportación a una plataforma digital.

##### Proyecto IV / After Effects

Con los conocimientos adquiridos en Proyecto IV, donde se aprendió el software After Effects, se logró la realización de la animación introductoria, importante para captar de inicio la atención del espectador. También se realizaron las escenas donde hay títulos de secciones, y las animaciones vectoriales que aparecen en el material audiovisual.



## CAPÍTULO XIII

# REFERENCIAS



## Capítulo XIII: Referencias

### 13.1 Referencias Libros

#### B

Bustos Rojo, G. (2012) Teorías del diseño (1ª. Edición) México: Red Tercer Milenio.

#### M

Mutis Durán, J. (2018) Introducción a la producción audiovisual (1ª. Edición)

Colombia: Editorial UMB.

Murani, B. (2016) Diseño y comunicación visual (2ª. Edición) España: Editorial Gustavo Gili SA.

#### O

Ortíz, María J. (2018) Producción y realización en medios audiovisuales. (1ª. Edición) RUA:

Universidad de Alicante.

#### R

Ramos García-Serrano, C. y Sánchez Maldonado, V. (2013) Manual de medio ambiente. Retos ambientales y cooperación al desarrollo. (1ª. Edición) Madrid: Alianza por la Solidaridad y AECID.

#### S

Santos García, D. (2012) Fundamentos de la comunicación (1ª. Edición) México:

Red Tercer Milenio.

Samara, T. (2007) Los elementos del diseño. Manual de estilo para diseñadores gráficos

(Edición reimpresa) España: Editorial Gustavo Gili, SA.

#### W

Wong, W. (2001) Fundamentos del diseño (4ª. Edición) Barcelona: Editorial Gustavo Gili,

SA.

## 13.2 Referencias Biblioweb

### C

Conceptodefinicion.de (S.F.) *Tecnología*. Recuperado de

<https://conceptodefinicion.de/tecnologia/>

Concepto.de, (S.F.) *Industria*. Recuperado de

<https://concepto.de/industria/>

Concepto.de, (S.F.) *Medio ambiente*. Recuperado de

<https://concepto.de/medio-ambiente/>

Concepto.de, (S.F.) *Medios de comunicación*. Recuperado de

<https://concepto.de/que-son-y-cuales-son-los-medios-de-comunicacion/>

### D

Definición.de (201e). *Plástico*. Recuperado de

<https://definicion.de/plastico/>

Definición MX. (2016). *Producción*. Recuperado de

<https://definicion.mx/?s=Producci%C3%B3n>

Definición MX. (2014). *Recursos*. Recuperado de

<https://definicion.mx/recursos/>

## N

Neuronilla (2018). *Mapa Mental*. Neuronilla. Recuperado de

<https://www.neuronilla.com/mapas/>

## S

Significados.com (S.F.) *Recursos*. Recuperado de

<https://www.significados.com/recursos/>

## CAPÍTULO XIV

# ANEXOS



## Capítulo XIV: Anexos

### 14.1 Brief



# BRIEF

**BRIEF:** Es un documento escrito que debe contener toda la información necesaria para el desarrollo del proyecto de graduación. Es un instrumento de mercadeo que sirve como la plataforma el cual define los objetivos de mercadeo y de comunicación de la organización.

#### DATOS DEL ESTUDIANTE

Nombre del estudiante:	<u>Mynor Antonio Cruz López</u>		
No. de Carné:	<u>2007-3268</u>	Celular:	<u>5699-4717</u>
Email:	<u>mynor@galileo.edu</u>		
Proyecto:	<u>Producción de material audiovisual para promover la cultura de reciclaje a los colaboradores de Grupo Industrial INGRUP.</u>		

#### DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

Nombre del cliente (empresa):	<u>INGRUP</u>		
Dirección:	<u>Av. Petapa y 56 Calle, Zona 12 Ciudad de Guatemala, Guatemala.</u>		
Email:	<u>info@ingruplatam.com</u>	Tel:	<u>(502) 2326-5600</u>
Contacto:	_____	Celular:	_____
Antecedentes:	_____		
	<u>Desde hace varios años, Guatemala y resto del mundo enfrenta una grave crisis ambiental provocada por la contaminación que genera el ser humano, debido al consumo excesivo de productos y al mal manejo de los desechos que se producen. Basura tirada en las calles, en los ríos y lagos; automóviles y fabricas generando humo, son algunos de las causas por las cuales la crisis ambiental se agrava día con día.</u>		
	<u>Ante tal situación, muchas organizaciones han puesto en marcha programas de acción que ataquen esta problemática y que contribuyan a reducir la contaminación, a través de fomentar el reciclaje, particularmente del plástico.</u>		
	_____		
Oportunidad identificada:	_____		
	<u>El Grupo Industrial INGRUP, por medio del programa “Súmame al Planeta” se propone crear un material audiovisual que fomente el reciclaje del plástico, y así contribuir con un mundo libre de contaminación.</u>		

# BRIEF

## DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

Misión: Su misión es proveer soluciones de empaque a nivel regional, mediante tecnología de punta y un equipo humano competente y comprometido, generando beneficios para sus clientes, inversionistas y colaboradores.

Visión: Ser el proveedor más confiable e innovador de empaques.

Delimitación geográfica: Municipio de Guatemala, Ciudad de Guatemala.

Grupo objetivo: Jóvenes y mujeres comprendidos entre las edades de 20 a 50 años

Principal beneficio al grupo objetivo: Fomentar el reciclaje del plástico

Competencia: Polytec: Ubicados en 1ª. Calle 2-68 Zona 2, Colonia San José Villa Nueva, Guatemala.

Posicionamiento: Se desea continuar el posicionamiento del programa "Súmale al Planeta"

Factores de diferenciación: INGRUP muestra su compromiso con el medio ambiente y un planeta mejor.

Objetivo de mercadeo: Fomentar la cultura del reciclaje dentro de los colaboradores de INGRUP

Objetivo de comunicación: Lograr que los colaboradores de INGRUP conozcan los beneficios el proceso del reciclaje y los productos que se puede obtener a través del mismo

Mensajes claves a comunicar: Que el grupo objetivo conozca mas las cultura del reciclaje y sus beneficios

Estrategia de comunicación: Posicionar el programa "Súmale al Planeta"

Reto del diseño y trascendencia: Producir un material audiovisual que fomente el reciclaje del plástico a los colabores de INGRUP

# BRIEF

Materiales a realizar: Producción de material audiovisual para promover la cultura de reciclaje a los  
colaboradores de Grupo Industrial INGRUP.

Presupuesto: \_\_\_\_\_

## DATOS DEL LOGOTIPO

Colores: Cyan y Gris

Tipografía: Myriad Pro

Forma: Rectangular

## LOGOTIPO



Fecha: 31 de julio 2019



## 14.2 Tabla de Niveles Socioeconómicos

CARACTERÍSTICAS	NIVEL A	NIVEL B	NIVEL C1	NIVEL C2	NIVEL C3	NIVEL D1	NIVEL D2	NIVEL E
Ingresos	+ de Q100.000.00	Q61.200.00	Q25.600.00	Q17.500.00	Q11.900.00	Q7.200.00	Q3.400.00	- de Q1.00.00
Educación padres	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura,	Superior, Licenciatura,	Licenciatura	Media completa	Primaria completa	Sin estudios
Educación hijos	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U del extranjero	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U local, post grado extranjero	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas y post grado extranjero con beca	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas o estatal	Hijos menores escuelas, mayores en U estatal	Hijos en escuela	Hijos en escuela	Sin estudios
Desempeño	Propietario, Director Profesional exitoso	Empresario, Ejecutivos de alto nivel, Profesional, Comerciantes	Ejecutivo medio, comerciante, vendedor	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente	Comerciante, vendedor, dependiente	Obrero, dependiente	Obrero, dependiente	Dependiente o sujeto de caridad
Vivienda	Casa/departamento de lujo, en propiedad, 5-6 recámaras, 4 a 6 baños, 3-4 salas, pantry, alacena, estudios area de servicio separada, garage para 5-6 vehículos	Casa/departamento de lujo, en propiedad, financiado, 3-4 recámaras 2-3 baños, 2 salas, pantry, alacena, 1 estudio area de servicio separada, garage para 2-4 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio area de servicio, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala, garage para 2 veh/culos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala,	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1 baños, sala	Casa/cuarto rentado, 1-2 recámaras, 1 baños, sala-comedor	Casa improvisada o sin hogar
Otras propiedades	Finca, casas de descanso en lagos, mar, Antigua, con comodidades	Sitios/terrenos condominios cerca de costas	Sitios/terrenos interior por herencias					
Personal de servicio	Personal de planta, en el hogar, limpieza, cocina, jardín, seguridad y chofer	1-2 personas de tiempo completo, chofer	Por día	Por día, eventual	Eventual			
Servicios financieros	3-4 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US\$	2-3 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US\$	1-2 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, 1-2 TC intl, Seguro colectivo salud	1 cta Q monetarios y ahorro, 1 TC local	1 cta Q ahorro, TC local	cta Q ahorro		
Posesiones	Autos del año, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, Lancha, moto acuatica, moto, helicóptero-avion-avioneta	Autos de 2-3 años, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, moto	Autos compactos de 3-5 años, asegurados por Financiera	Auto compacto de 4-5 años, sin seguro	Auto compacto de 8-10 años, sin seguro	moto, por trabajo		
Bienes de comodidad	3 tel mínimo, cel cada miembro de la familia, Tv satelital, Internet de alta velocidad, 2 o + equipos de audio, 3-5 TV, maquinas de lavar y secar platos, ropa, computadoras/miembro, seguridad domiciliar, todos los electrodomesticos. Todos los servicios de Internet.	2 tel mínimo, cel cada miembro de la familia, TV satelital, internet de alta velocidad, 2 equipos de audio, 3 TV, maquinas de lavar y secar platos ropa, computadora, internet porton eléctrico y todos los electrodomesticos. Todos los servicios de Internet.	1 teléfono, 1-2 celulares, cable, internet, equipo de audio, más de 2 TV, maquina de lavar ropa, computadora/miembro electrodomesticos básicos.	1 teléfono fijo, mínimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomesticos básicos	1 teléfono fijo, celular cada miembro mayor, cable, equipo de audio, TV, electrodomesticos básicos	1 cel, cable, radio, TV, electrodomesticos básicos	1 cel, radio, TV, estufa	Radio, cocina de leña.
Diversión	Clubes privados, vacaciones en el exterior.	Clubes privados, vacaciones en el interior o exterior	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine eventual, CC, parques, estadio	CC, parques, estadio	Parques	

## 14.3 Instrumento de Validación

### 14.3.1 Encuesta Grupo Objetivo, Profesionales y Cliente



Facultad de Ciencias de la Comunicación  
(FACOM)  
Licenciatura en Comunicación y Diseño  
Proyecto de tesis

Género: F  Experto:   
M  Cliente:   
Edad:  Grupo Objetivo:

Nombre:

Profesión:

Puesto:

Años de experiencia en el mercado

#### Tema

Producción de material audiovisual para promover la cultura de reciclaje a los colaboradores de Grupo Industrial INGRUP.

#### Encuesta de validación de proyecto

##### Antecedentes

Desde hace varios años, Guatemala y resto del mundo enfrenta una grave crisis ambiental provocada por la contaminación que genera el ser humano, debido al consumo excesivo de productos y al mal manejo de los desechos que se producen. Basura tirada en las calles, en los ríos y lagos; automóviles y fabricas generando humo, son algunos de las causas por las cuales la crisis ambiental se agrava día con día.

Ante tal situación, muchas organizaciones han puesto en marcha programas de acción que ataquen esta problemática y que contribuyan a reducir la contaminación, a través de fomentar el reciclaje, particularmente del plástico.

Es por ello que el Grupo Industrial INGRUP, por medio del programa “Súmame al Planeta” se propone crear un material audiovisual que fomente el reciclaje del plástico, y así contribuir con un mundo libre de contaminación.

##### Objetivo

El propósito de la encuesta es evaluar el diseño y producción de un material audiovisual el cual busca motivar al personal del Grupo Industrial INGRUP y los clientes externos relacionados con el Grupo, a contribuir con un mundo mejor, a través de fomentar el reciclaje del plástico. A continuación se le invita a ver la siguiente propuesta y llenar la presente encuesta.

### **Instrucciones**

En base a la información anterior conteste las siguientes preguntas de validación, colocando una “X” en los espacios designados.

### **Parte Objetiva**

¿Cree necesario la producción de un material para promover la cultura de reciclaje a los colaboradores del Grupo Industrial INGRUP?

Si  No

¿Considera necesario recopilar información del Grupo Industrial y sobre reciclaje para la elaboración de un material audiovisual?

Si  No

¿Considera necesario investigar términos, conceptos y tendencias de diseño relacionadas al desarrollo de un material audiovisual que respalden científicamente este proyecto?

Si  No

¿Considera necesario filmar a través de planos cinematográficos las etapas del proceso de reciclaje para mostrar los productos que se logran obtener?

Si  No

### **Parte Semiológica**

¿Los colores que se muestran en el material audiovisual son atractivos para el usuario?

Mucho  Poco  Nada

¿La secuencia y orden del material audiovisual le parecen?

Muy adecuado  Adecuado  Nada adecuado

¿El uso de créditos en el material audiovisual, le parece?

**Muy adecuado**       **Adecuado**       **Nada adecuado**

¿La musicalización del material audiovisual le parece?

**Muy agradable**       **Agradable**       **Poco agradable**

**Parte Operativa**

¿Considera apropiada la información que se muestra en el material audiovisual?

**Muy apropiada**       **Poco apropiada**       **Nada apropiada**

¿Considera comprensible el material audiovisual?

**Muy comprensible**       **Poco comprensible**       **Nada comprensible**

¿Considera el tipo de letra utilizado es acorde y legible?

**Mucho**       **Poco**       **Nada**

¿Considera útiles los productos reciclados que se presentan material audiovisual?

**Mucho**       **Poco**       **Nada**

De antemano se agradece la atención y el tiempo brindado a esta encuesta. Si en dado caso usted tiene alguna sugerencia, comentario o critica puede hacerlo en el siguiente espacio.

**Observaciones:**

---

---

---

---

---

---

---

---

## 14.4 Fotografías de Validación

### 14.4.1 Expertos



Licenciada Lourdes Donis



Licenciado David Castillo



Licenciado Guillermo García



Licenciado Rolando Barahona

#### 14.4.2 Grupo Objetivo



