

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL



ESCUELA DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

INFORME DE SEMINARIO DE GRADUACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN DISEÑO Y PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

TEMA:

DIRECCIÓN DE ARTE DE UN PROGRAMA DE TELEVISIÓN
"¡QUÉ MONADA!"

AUTORES:

MOSQUERA VARGAS OSCAR GUISEPPI
VIZUETE YACILA JOSÉ LUIS
ZAMBRANO MOREIRA JOSÉ CARLOS

DIRECTOR

LCDO. ROBERTO CÓRDOVA ORTIZ

AÑO
2015

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL



ESCUELA DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

INFORME DE SEMINARIO DE GRADUACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN DISEÑO Y PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

TEMA:

DIRECCIÓN DE ARTE DE UN PROGRAMA DE TELEVISIÓN
"¡QUÉ MONADA!"

AUTORES:

MOSQUERA VARGAS OSCAR GUISEPPI
VIZUETE YACILA JOSÉ LUIS
ZAMBRANO MOREIRA JOSÉ CARLOS

DIRECTOR

LCDO. ROBERTO CÓRDOVA ORTIZ

AÑO
2015

AGRADECIMIENTO

Agradezco, a Dios por no haber dejado que me desvíe de la meta que me he trazado.

A mis padres Jenny y Fernando por haberse esforzado para brindarme lo que he necesitado y heredarme lo más valioso, los valores.

A mi tío y tía, Juan Ramón y Silvia, quienes me dejaron claro el camino de la superación y fueron el ejemplo que más influyó en mi vida desde muy pequeño, y por brindarme su apoyo incondicional.

A mis hermanos con quienes compartí muchas experiencias las cuales me convirtieron en la persona que hoy soy.

A todos mis seres queridos, a mis amigos y amigas, porque me enseñaron lo magnífico que es tener su amistad, mostrándome lo importante que ellos son en mi vida y sobre todo por dejarme maravillosos recuerdos los cuales me hicieron sonreír un millón de veces.

A mí universidad y mis profesores, sin ellos no tuviese los conocimientos que hoy me han hecho alcanzar un logro de muchos más que espero tener.

Mosquera Vargas Oscar Guisseppi

AGRADECIMIENTO

A mi padre Jehová.

Esfúrzate y se valiente no temas, ni tengas miedo, porque el Señor tu DIOS es el que va contigo. Dt.31.6

Vizete Yacila José Luis

AGRADECIMIENTO

Principalmente agradezco a Dios por su constante de su confianza en mí, tenerlo en cada momento de este duro camino, cuidándome y dándome el soporte físico y mental para poder progresar.

A mis queridos padres Carlos, y Betty; y a mi hermana Madeleine que de una manera u otra han sido pilares fundamentales en mi vida, quienes están enfocados en mi bienestar y con mucho ímpetu en mi educación, haciéndome entender la importancia de mi formación académica, estando en los buenos y malos momentos. Los amos mucho nunca saldrán de mi vida.

A todos los profesores que tuve en la Universidad, empezando desde el Pre-politécnico 2008, no fue trabajo fácil, pero al final tengo la satisfacción de poder cumplir esta meta gracias a sus enseñanzas.

Zambrano Moreira José Carlos

DEDICATORIA

Dedicado, a mis padres quienes lucharon conmigo cada día y me enseñaron el verdadero valor de una buena educación.

Mosquera Vargas Oscar Guisseppi

DEDICATORIA

Dedicado, a todas las personas que formaron parte en estos diez años, familia, compañeros de trabajo.

Vizúete Yacila José Luis

DEDICATORIA

Todo este esfuerzo va dedicado a las personas que siempre confiaron en mí, y estuvieron todo el tiempo apoyándome.

Zambrano Moreira José Carlos

DECLARACIÓN EXPRESA

La responsabilidad del contenido de este Trabajo Final de Graduación, nos corresponde exclusivamente; y el patrimonio intelectual de la misma a la Escuela Superior Politécnica del Litoral.

**FIRMA DEL DIRECTOR DEL PROYECTO Y MIEMBROS DEL
TRIBUNAL DE GRADO**




Lcdo. ~~Roberto~~ Córdova Ortiz
DIRECTOR DEL PROYECTO



Antonio
DELEGADO

**FIRMA DE LOS AUTORES DEL INFORME DE MATERIA DE
GRADUACIÓN**


Mosquera Vargas Oscar Guisseppi

Vizueté Yacila José Luis


Zambrano Moreira José Carlos

RESUMEN

Según una investigación realizada por la UDLAP¹ referente a la comunicación y medios masivos, para las personas la televisión es una fuente de entretenimiento y diversión representando una de las maneras más aprobadas para pasar tiempo libre y olvidarse de responsabilidades rutinarias.

De acuerdo con Otto Kleppner (1990), con el paso del tiempo la televisión como medio, se ha convertido en parte de la vida social y cultural de la mayoría de los adultos y niños. De hecho, la irrupción de la televisión en la vida cotidiana modificó de manera notable la forma en que la gente invierte su tiempo, incluso según Michael Robinson (1990) señalado por Kleppner la televisión “le robó tiempo a la radio, al cine y a la literatura de ficción”.

Los resultados de la encuesta² que realizamos demuestran que un 20% de personas prefieren que se transmitan más programas de entretenimiento, además su inclinación de gustos indican que prefieren programación de excelente contenido, con buena imagen y un adecuado diseño de set. En el país existen diferentes alternativas en la programación, por ejemplo programas sensacionalistas, reality show, talk show, etc, la mayoría son de patentes extranjeras y las acoplan al medio pero aun así existen proyecciones en donde no cambian absolutamente en nada.

El objetivo es proponer un programa de televisión denominado “¡Qué Monada!” y sobre todo crear su respectiva línea gráfica, dirección de arte y su respectiva escenografía para lograr uno de los propósitos principales, el establecer dicha autenticidad mencionada en el párrafo anterior. Se espera brindar una excelente comunicación visual y llegar a los espectadores de una manera agradable, clara y concisa con la finalidad de obtener la fidelidad de los televidentes.

Siendo el Director de Arte el que maneja el aspecto visual de un programa, se propondrá en este manual la manera exacta de cómo resaltar la identidad de la gente local en un aspecto televisivo.

¹ UDLAP: Universidad de las Américas Puebla

² Ver Anexo - Página 171, Resultados de la encuesta.

ÍNDICE GENERAL

CAPÍTULO 1	1
1 GENERALIDADES DEL PROYECTO	23
1.1 INTRODUCCIÓN.....	23
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	23
1.3 JUSTIFICACIÓN.....	25
1.4 PROCESO DE CREACIÓN DEL MENSAJE VISUAL	25
1.4.1 DISEÑO	26
1.4.2 ALFABETIDAD VISUAL	27
1.4.3 DEFINICIÓN DE MARCA	27
1.4.4 DIRECCIÓN DE ARTE	27
1.5 OBJETIVOS.....	28
1.5.1 OBJETIVO GENERAL.....	28
1.5.2 OBJETIVO ESPECÍFICOS.....	28
1.6 MISIÓN Y VISIÓN	28
1.6.1 MISIÓN.....	28
1.6.2 VISIÓN.....	28
CAPÍTULO 2	29
2 SITUACIÓN ACTUAL.....	30
2.1 PRESENTACIÓN DEL PROYECTO	30
2.2 PLAN ESTRATÉGICO	30
2.3 MOTIVACIÓN	30
2.4 DELIMITACIÓN	31
2.5 JUSTIFICACIÓN.....	31
CAPÍTULO 3	32
3 MARCO CONCEPTUAL.....	33
3.1 CONCEPTO DEL PROGRAMA	33
3.2 DURACIÓN Y HORARIO DEL PROGRAMA	33
3.3 TARGET DEL PROGRAMA	33
3.4 TIPOS DE GÉNEROS	34
3.4.1 FORMATO INFORMATIVO:.....	34
3.4.2 FORMATO FICCIÓN:	35

3.4.3	FORMATO ENTRETENIMIENTO:	35
3.5	GÉNERO DEL PROGRAMA	35
3.6	CONTENIDO DEL PROGRAMA	36
3.7	INVESTIGACIONES DE TENDENCIAS	37
3.7.1	REFERENCIAS	37
3.7.2	COMPETENCIA	40
3.8	REQUERIMIENTOS DEL PROGRAMA	41
3.9	MARCA	44
3.9.1	ISOTIPO	45
3.9.2	LOGOTIPO	46
3.9.3	DESARROLLO DEL IMAGOTIPO	46
3.9.4	VARIACIONES	47
3.10	ESTILO VISUAL Y MOVIMIENTO ARTÍSTICO	49
3.10.1	FUTURISMO	49
3.10.2	ARTE CINÉTICO	50
3.10.3	ARTE POSMODERNISMO	52
3.11	DEFINICIÓN GRÁFICA	53
3.11.1	FORMA	54
3.11.2	TIPOGRAFÍA	54
3.11.3	COLORIMETRÍA	57
CAPÍTULO 4		59
4	DESARROLLO DE ESCENOGRAFÍA	60
4.1	PROCESO DE ELABORACIÓN DE ESCENOGRAFÍA	60
4.1.1	ESPACIO Y MEDIDAS DEL SET DE TELEVISIÓN	60
4.1.2	BOCETO E ILUSTRACIÓN 2D	60
4.1.3	LEVANTAMIENTO 3D	63
4.1.3.1	IMPLEMENTACIÓN DE LA ESCENOGRAFÍA EN 3D	64
4.1.4	ILUMINACIÓN	66
4.1.5	PLANOS SUGERIDOS	67
4.1.6	MATERIALES SUGERIDOS	69
4.1.7	MANO DE OBRA	70
CAPÍTULO 5		71
5	DESARROLLO DE PAQUETE GRÁFICO PARA MEDIOS AUDIOVISUALES	72
5.1	BUMPER IN – OUT	72
5.1.1	IMPLEMENTACIÓN BUMPER EN SOFTWARE	72

5.1.1.1	CREACIÓN DE PERSONAJE PARA EL BUMPER.....	73
5.1.1.2	IMPLEMENTACIÓN DE PERSONAJE EN EL BUMPER.....	83
5.2	SIN FIN.....	89
5.3	SEGMENTOS.....	90
5.3.1	IMPLEMENTACIÓN SEGMENTOS.....	91
5.4	SOBREIMPOSICIONES.....	92
5.4.1	LOWER THIRD.....	92
5.4.1.1	IMPLEMENTACIÓN LOWER THIRD.....	94
5.5	PANTALLAS DIVIDIDAS.....	98
5.5.1	IMPLEMENTACIÓN PANTALLAS DIVIDIDAS.....	99
5.6	ANTI-ZAPPING.....	100
5.6.1	IMPLEMENTACIÓN ANTI-ZAPPING.....	102
CAPÍTULO 6	103
6	ORGANIGRAMA, CRONOGRAMA Y PRESUPUESTO.....	104
6.1	ORGANIGRAMA.....	104
6.1.1	FUNCIONES DELEGADAS DEL ORGANIGRAMA.....	105
6.1.1.1	DIRECTOR DE ARTE.....	105
6.1.1.2	DISEÑADOR GRÁFICO.....	105
6.1.1.3	ILUSTRADOR.....	105
6.1.1.4	MODELADOR / ANIMADOR 3D.....	105
6.1.1.5	POST-PRODUCTOR.....	106
6.1.1.6	DISEÑADOR DE SONIDO.....	106
6.1.1.7	DIRECTOR DE FOTOGRAFÍA.....	106
6.1.1.8	TÉCNICO ILUMINACIÓN.....	106
6.1.1.9	ARQUITECTO.....	107
6.1.1.10	ESCENÓGRAFO.....	107
6.1.1.11	MAESTRO SOLDADOR / ALUMINIO.....	107
6.1.1.12	MAESTRO EBANISTA / PINTOR.....	107
6.1.1.13	ELECTRICISTA / ILUMINADOR.....	107
6.1.1.14	TÉCNICO EN MATERIALES TRASLUCIDOS.....	107
6.1.1.15	ENFIBRADOR.....	108
6.1.1.16	OBRAERO.....	108
6.2	CRONOGRAMA.....	108
6.3	PRESUPUESTO.....	109
6.3.1	PRESUPUESTO POR ETAPAS.....	110
6.3.2	COSTO DE MATERIALES PARA LA ESCENOGRAFÍA.....	112

6.3.3	PRESUPUESTO DE ESCENOGRAFÍA	114
6.3.4	ENTREGABLES DEL PROYECTO	114
CAPÍTULO 7	116
7	DERECHOS DE AUTOR	117
7.1	INTRODUCCIÓN	117
7.2	CLASIFICACIÓN INTERNACIONAL DE PRODUCTOS Y SERVICIOS PARA EL REGISTRO DE LAS MARCAS	117
7.3	SIGNOS DISTINTIVOS	117
7.3.1	PROCESO DE REGISTRO DE SIGNOS DISTINTIVOS	118
7.3.1.1	BÚSQUEDA FONÉTICA	118
7.4	TIPOS DE MARCA A PATENTAR	118
7.4.1	REGISTRO DE LA MARCA POR SU NATURALEZA	118
7.4.2	MARCAS POR SU NATURALEZA	119
7.4.2.1	FIGURATIVO	119
7.4.2.2	DENOMINATIVO	119
7.4.2.3	MIXTO	119
7.5	REGISTRO DE MARCA TRIDIMENSIONAL	120
7.6	REGISTRO DE OBRAS AUDIOVISUALES	121
7.7	REGISTRO DE OBRAS ARTÍSTICAS Y MUSICALES	121
7.7.1	PATENTE DE SONIDO Y MÚSICA	121
7.7.2	PATENTE DE ESCENOGRAFÍA	122
CAPÍTULO 8	123
8	CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIONES	124
8.1	CONCLUSIÓN	124
8.2	RECOMENDACIONES	124
BIBLIOGRAFÍA	125
ANEXOS	129
	PERIÓDICO EL UNIVERSO	129
	PERIÓDICO EL TELÉGRAFO	130
	ESTUDIOS REALIZADOS	131
	STORYBOARD DE BUMPER	133
	ILUSTRACIONES	134
	SOLICITUD BÚSQUEDA FONÉTICA	135
	MARCAS SOLICITUD-SIGNOS DISTINTIVOS	136

TIPOS DE MARCA	138
REGISTRO DE OBRAS LITERARIAS	139
REGISTRO DE OBRAS AUDIOVISUALES	141
SOLICITUD DE TC TELEVISIÓN	143
SOLICITUD DE TELEAMAZONAS	145
PLANOS DE LUCES	148
PLANOS TÉCNICOS DEL SET	149
ENCUESTAS REALIZADAS	170
FACTURAS	175
GLOSARIO	195

ÍNDICE DE FIGURAS

CAPITULO 3

FIGURA 3:1 PROGRAMA OTRO ROLLO CON ADAL RAMONES.....	38
FIGURA 3:2 PROGRAMA LA NOCHE.....	39
FIGURA 3:3 PROGRAMA PURO TEATRO.....	39
FIGURA 3:4 PROGRAMA PHD.....	40
FIGURA 3:5 GRANADOS EN PIJAMA.....	41
FIGURA 3:6 ISOTIPO DE ¡QUE MONADA!.....	45
FIGURA 3:7 LOGOTIPO DE ¡QUE MONADA!.....	46
FIGURA 3:8 LOGOTIPO DE ¡QUE MONADA!.....	47
FIGURA 3:9 IMAGOTIPO APLICACIÓN COLORES LÍNEA GRÁFICA.....	48
FIGURA 3:10 IMAGOTIPO APLICACIÓN B/N SOBRE FONDO POSITIVO Y NEGATIVO.....	49
FIGURA 3:11 CARRÁ CARGA DE LANCERO.....	50
FIGURA 3:12 LONGUE MARCHÉ DE JULIO LE PARC.....	51
FIGURA 3:13 MOVIL CUADRADO PLATEADO SOBRE NEGRO DE JULIO LE PARC.	51
FIGURA 3:14 GRUPO MEMPHIS.....	53
FIGURA 3:15 MONUMENTO AL MONO DE GUAYAQUIL.....	53
FIGURA 3:16 BOCETO CON FORMAS GRÁFICAS.....	54
FIGURA 3:17 TIPOGRAFÍA EN CARTELISMO.....	55
FIGURA 3:18 TIPOGRAFÍA ¡QUÉ MONADA!.....	56
FIGURA 3:19 TIPOGRAFÍA DE LAS ANIMACIONES DE ¡QUÉ MONADA!.....	56
FIGURA 3:20 PALETA DE COLORES DE LÍNEA GRÁFICA, ESCENARIO DE ¡QUÉ MONADA!.....	58

CAPITULO 4

FIGURA 4:1 ESCENOGRAFÍA – BOCETO A LÁPIZ.....	61
FIGURA 4:2 ESCENOGRAFÍA VISTA SUPERIOR – BOCETO A LÁPIZ.....	62
FIGURA 4:3 ESCENOGRAFÍA – ILUSTRACIÓN 2D.....	62

FIGURA 4:4 ESCENOGRAFÍA VISTA SUPERIOR – ILUSTRACIÓN 2D.	62
FIGURA 4:5 ESCENOGRAFÍA – LEVANTAMIENTO 3D.	63
FIGURA 4:6 ESCENOGRAFÍA VISTA SUPERIOR– LEVANTAMIENTO 3D.	64
FIGURA 4:7 ESCENOGRAFÍA VISTA LATERAL DERECHA – LEVANTAMIENTO 3D.	63
FIGURA 4:8 ESCENOGRAFÍA – LEVANTAMIENTO EN CINEMA 4D.	65
FIGURA 4:9 ESCENOGRAFÍA VISTA SUPERIOR – LEVANTAMIENTO EN CINEMA 4D.	65
FIGURA 4:10 ESCENOGRAFÍA, TEXTURIZADA EN CINEMA 4D.	66
FIGURA 4:11 PRESENTADOR – LEVANTAMIENTO EN CINEMA 4D.	67
FIGURA 4:12 BANDA MUSICAL – LEVANTAMIENTO EN CINEMA 4D.	67
FIGURA 4:13 MODELO – LEVANTAMIENTO EN CINEMA 4D	68
FIGURA 4:14 BARMAN – LEVANTAMIENTO EN CINEMA 4D.	68
FIGURA 4:15 ENTRADA DE INVITADOS – LEVANTAMIENTO EN CINEMA 4D.	68
FIGURA 4:16 INVITADOS – LEVANTAMIENTO EN CINEMA 4D.	69

CAPITULO 5

FIGURA 5:1 PERSONAJE EN 2D.	73
FIGURA 5:2 CREACIÓN DEL PERSONAJE EN 3D.	74
FIGURA 5:3 SIMETRÍA DE UN ELEMENTO.	74
FIGURA 5:4 HERRAMIENTA DE HYPERNURBS.	75
FIGURA 5:5 PERSONAJE CON HYPERNURBS.	75
FIGURA 5:6 PERSONAJE CON HYPERNURBS.	76
FIGURA 5:7 CREACIÓN DEL MAPEADO PARA LA TEXTURIZAR EL PERSONAJE. 76	
FIGURA 5:8 TEXTURIZADO DEL PERSONAJE.	77
FIGURA 5:9 ANIMACIÓN DE PERSONAJE- COLOCACIÓN DE JOINTS.	77
FIGURA 5:10 ANIMACIÓN DE PERSONAJE- POSE MORPH – ANIMACIÓN DE GESTOS FACIALES.	78
FIGURA 5:11 ANIMACIÓN DE PERSONAJE, POR SEPARADO – ESCENA DE CORRER.	78
FIGURA 5:12 ANIMACIÓN DE PERSONAJE, CON SU CONTORNO – ESCENA DE CORRER.	79
FIGURA 5:13 ANIMACIÓN DE PERSONAJE, CON SU CONTORNO Y RENDER – ESCENA DE CORRER.	79

FIGURA 5:14 ANIMACIÓN DE PERSONAJE, POR SEPARADO – ESCENA DE CAMINATA.	80
FIGURA 5:15 ANIMACIÓN DE PERSONAJE, CON SU CONTORNO – ESCENA DE CAMINATA.	80
FIGURA 5:16 ANIMACIÓN DE PERSONAJE, CON SU CONTORNO Y RENDER – ESCENA DE CAMINATA.	80
FIGURA 5:17 ANIMACIÓN DE PERSONAJE, POR SEPARADO – ESCENA DE SALTO.	81
FIGURA 5:18 ANIMACIÓN DE PERSONAJE, CON SU CONTORNO – ESCENA DE SALTO.	81
FIGURA 5:19 ANIMACIÓN DE PERSONAJE, CON SU CONTORNO Y RENDER – ESCENA DE SALTO.	81
FIGURA 5:20 ANIMACIÓN DE PERSONAJE, POR SEPARADO – ESCENA DE SUBIR ESCALERA.	82
FIGURA 5:21 ANIMACIÓN DE PERSONAJE, CON SU CONTORNO – ESCENA DE SUBIR ESCALERA.	82
FIGURA 5:22 ANIMACIÓN DE PERSONAJE, CON SU CONTORNO – ESCENA DE SUBIR ESCALERA.	83
FIGURA 5:23 ANIMACIÓN DE PERSONAJE – ESCENA SALIDA DE ALCANTARILLA.	84
FIGURA 5:24 MODELADO CIUDAD DE GUAYAQUIL, SIN RENDER.	84
FIGURA 5:25 MODELADO CIUDAD DE GUAYAQUIL, CON RENDER.	85
FIGURA 5:26 MODELADO CIUDAD DE GUAYAQUIL Y PARTE DE LA METROVÍA, SIN RENDER.	85
FIGURA 5:27 MODELADO CIUDAD DE GUAYAQUIL Y PARTE DE LA METROVÍA, CON RENDER.	85
FIGURA 5:28 APLICACIÓN DE EFECTO, FRACTAL NOISE- – ADOBE AFTER EFFECTS.	86
FIGURA 5:29 APLICACIÓN DE EFECTO, LIGHT BURST – ADOBE AFTER EFFECTS.	86
FIGURA 5:30 APLICACIÓN DE CORRECCIÓN DE COLOR – FINAL CUT.	87
FIGURA 5:31 APLICACIÓN DE CORRECCIÓN DE COLOR – FINAL CUT.	88
FIGURA 5:32 BUMPER OUT SIN RENDER.	88
FIGURA 5:33 BUMPER OUT CON RENDER.	89
FIGURA 5:34 APLICACIÓN DEL SIN FIN.	89
FIGURA 5:35 SEGMENTO DE “PARES O NONES”.	90
FIGURA 5:36 IMPLEMENTACIÓN DE “PARES O NONES”.	91

FIGURA 5:37 CONFIGURACIÓN DE RENDER DE "PARES O NONES"	91
FIGURA 5:38 INICIO DEL LOWER THIRD	92
FIGURA 5:39 FORMACIÓN DE ELEMENTOS DEL LOWER THIRD	93
FIGURA 5:40 INFORMACIÓN EN EL LOWER THIRD	93
FIGURA 5:41 SALIDA DE INFORMACIÓN EN EL LOWER THIRD	93
FIGURA 5:42 SALIDA DEL LOWER THIRD	94
FIGURA 5:43 CREACIÓN DE UNA COMPOSICIÓN, EN AFTER EFFECTS	95
FIGURA 5:44 ANIMACIÓN DEL LOGO 3D, EN AFTER EFFECTS	95
FIGURA 5:45 IMPLEMENTACIÓN DE COMPOSICIONES Y CAPAS EN 3D, EN AFTER EFFECTS	96
FIGURA 5:46 PROCESO DE RENDER, EN AFTER EFFECTS	96
FIGURA 5:47 CONFIGURACIÓN DEL RENDER, EN AFTER EFFECTS	97
FIGURA 5:48 CONFIGURACIÓN DEL RENDER PARTE 2, EN AFTER EFFECTS	97
FIGURA 5:49 TERMINACIÓN DEL RENDER, EN AFTER EFFECTS	97
FIGURA 5:50 PANTALLA DIVIDIDA	98
FIGURA 5:51 PANTALLA DIVIDIDA EN PARTICIONES	99
FIGURA 5:52 PANTALLA DIVIDIDA EN PARTICIONES	100
FIGURA 5:53 PANTALLA DIVIDIDA	101
FIGURA 5:54 PANTALLA DIVIDIDA	101
FIGURA 5:55 IMPLEMENTACIÓN ANTI-ZAPPING	102

CAPITULO 6

FIGURA 6:1 ORGANIGRAMA	104
-------------------------------------	-----

CAPITULO 7

FIGURA 7:1 MARCA FIGURATIVO	119
FIGURA 7:2 MARCA DENOMINATIVO	119
FIGURA 7:3 MARCA MIXTO	119
FIGURA 7:4 MARCA 3D	120

ÍNDICE DE TABLAS

CAPITULO 3

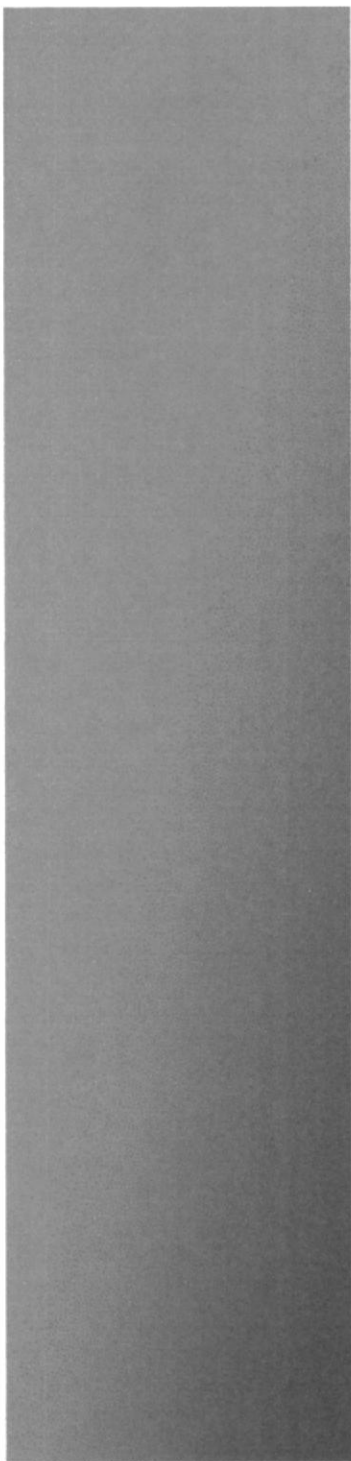
TABLA 3:1 HORARIOS DE PROGRAMACIÓN.....	33
TABLA 3:2 EQUIPO HUMANO.....	42
TABLA 3:3 EQUIPO TÉCNICO Y SUMINISTROS.....	43
TABLA 3:4 REQUERIMIENTOS DE SOFTWARE.....	44

CAPITULO 4

TABLA 4:1 ESCENOGRAFÍA – MATERIALES BÁSICOS.....	69
TABLA 4:2 ESCENOGRAFÍA – EQUIPO DE TRABAJO.....	70

CAPITULO 6

TABLA 6:1 CRONOGRAMA.....	109
TABLA 6:2 TABLA DE PARÁMETROS.....	110
TABLA 6:3 PRESUPUESTO POR ETAPAS.....	111
TABLA 6:4 COSTO MATERIALES ESCENOGRAFÍA.....	113
TABLA 6:5 PRESUPUESTO RESUMEN ESCENOGRAFÍA.....	114
TABLA 6:6 ENTREGABLE DEL PROYECTO.....	115



CAPÍTULO 1
GENERALIDADES
DEL PROYECTO

1 GENERALIDADES DEL PROYECTO

1.1 INTRODUCCIÓN

El objetivo es crear la imagen de un proyecto audiovisual llamado “¡Que Monada!”, ya que naturalmente no cuenta con un contexto visual, ni una línea gráfica definida para atraer la atención de los televidentes. Basándonos en la identidad³ de los guayaquileños intentaremos interpretar, persuadir y también convivir con rutina diaria.

Nuestra propuesta es intentar cambiar e innovar el pensamiento o criterio que tienen los televidentes de la programación y producción ecuatoriana, más aún la guayaquileña.

En este manual reposarán las piezas gráficas, que abarcan la construcción de la marca (identificador o logo), diseño 3D⁴ del Set, presentación de segmento, animación, sobreimposición, promocional, etc.

Se espera que el proyecto “¡Que Monada!” sea un programa de entretenimiento para público adulto en el cual se realizarán monólogo, sketch de aspecto representativo que asemejan a la ciudad de Guayaquil.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La programación televisiva ecuatoriana contiene pocos programas con una temática similar a la planteada en “¡Qué Monada!”, encargada en divertir a las personas mediante la comedia y el Talk Show que contiene el talento nacional. Uno de los que llevo a forjar este tipo de programas fue “ Buenos Muchachos (BM) ”, el cual se produjo a nivel nacional, transmitido por Gamavisión que actualmente es GamaTv que después de ciertas temporadas paso a ser transmitido por Canal 1, en ambos canales se presentaban los domingos por la noche en horario AAA.

³ Ver Periódico *El Universo* – Trilogía animal representa a la urbe. Página 129.

⁴ 3D: Un medio tridimensional, la pantalla, sobre todo un medio cinematográfico gráfico en tres dimensiones.

Teleamazonas transmitió “La Noche” a nivel nacional, con una estructura semejante al programa de “Late Show” conducido por David Letterman, en donde se muestran las facetas de sus invitados mediante una charla con el presentador. Se transmitía los martes por la noche en horario AAA. Su rating fue de 2,0 según Rating Tv Ecuador⁵ en el 2009.

TC Televisión transmitió “Granados en Pijama” con cobertura nacional estrenándose a finales de Enero del 2011, presentándose de lunes a viernes por las noches en horario AAA, durante tres temporadas. Su rating fue de 4,0 según RTE en el 2012.

Actualmente TC televisión transmite “Pinoargotti en HD más conocido como PHD” los domingos en horario AAA. Su rating es de 3,0 según RTE en el 2013.

En el medio, las diferentes empresas televisivas optan por comprar una franquicia extranjera, como las series, novelas, realities, etc., llegan al país para ser adaptados, impidiendo el crecimiento de la creatividad del medio local, motivo por el cual no se pueden implementar las ideas y proyectos de producciones ecuatorianas. De acuerdo con el análisis de rating del Ecuador en el 2011 realizado por IBOPE MEDIA⁶, los programas de contenido humorístico con mayor porcentaje son los de producción nacional.

Si bien son producciones nacionales, tienen un problema muy común que es la denigración hacia las personas (morbo, raza, inclinación sexual, estatus social) incluso han sido demandados por su contenido.⁷

Información General (25 de Abril de 2014). Se suman demandas contra programas de televisión. El Telégrafo, p11.

⁵ RTE: la Empresa de Productores de TV, con MBA en administración de medios.

⁶ IBOPE MEDIA: es la más grande empresa latino-americana de encuesta de medios.

⁷ Ver Periódico El Telégrafo, Se suman demandas contra programas de Televisión - Página 130.

1.3 JUSTIFICACIÓN

Teniendo en cuenta la necesidad de entretenimiento en los televidentes, que hoy en día erróneamente se lo relaciona con actos ofensivos para la sociedad como machismo, racismo y regionalismo que en particular solo benefician los intereses particulares de sus productores. Otro gran problema es la suplantación de producciones extranjeras y al acoplarlas generalmente no representan nuestra verdadera identidad a un nivel adecuado. Se decide elaborar en este proyecto el programa “¡Que Monada!”. Se plantea tener referencias visuales para una correcta dirección de arte, promover una gráfica fuerte, y así aumentar su calidad visual. Además basándonos en el estudio de tendencia donde se evaluó el contenido de programas similares, éste tendrá un nivel más competitivo en producción nacional, mostrando la realidad de la ciudad de Guayaquil y del país, con un carácter alegre y espontáneo para lograr que los televidentes se sientan identificados.

1.4 PROCESO DE CREACIÓN DEL MENSAJE VISUAL

“El ojo ve. La mirada mira. Viendo, el ojo se distrae y se hace vulnerable. La mirada domina.”. Joan Costa. (2003). Diseñar para los ojos. La Paz, Bolivia: Grupo Editorial Design.

Según el libro de Joan Costa *“Diseñar para los ojos”*, El ojo es un receptor de sensaciones luminosas. La mirada es activa: busca, escudriña, exige y contempla; absorbe información, emociones y valores.

Cuando la atención visual es difusa, está ensoñada o distraída, el ojo es pura mecánica óptica, pero inactiva. Es una diana, una presa fácil para su captura. Cuando la atención es activa y la mirada explora el entorno de señales en busca de algo: una información, un dato, entonces la mirada es un radar.

Para lograr que la mirada de los televidentes sea un radar es inevitable pasar por alto la coordinación entre la forma y el contenido, el encargado de realizar este proceso es el Director de Arte, el cual debe poner en práctica los conocimientos de comunicación y no pasar por alto los conceptos básicos en el diseño, ya que dicho procedimiento no debe contemplar gustos personales, más bien realizar una investigación adecuada y así la parte funcional del mensaje sea explorada por el televidente.

Al realizar dicho mensaje visual, es necesario cumplir con una serie de pasos, como analizar tendencias, cumplir con bocetos, seleccionar los mejores, pulirlos estéticamente, y tomar la decisión final. Una vez cumplidos estos pasos, lo ideal es que el aspecto visual sea de manera efectiva.

1.4.1 DISEÑO

“El diseño es la composición completa, de la que la forma es la parte más evidente.”

Wucius Wong. Fundamentos del Diseño Bi y Tri-dimensional. [Recurso Electrónico] Barcelona 1991. [Consulta: 18 Diciembre 2014]. Disponible en: <http://mgmuth.files.wordpress.com/2011/05/wong-wucius-fundamentos-del-disec3b1o-bi-y-tridimensional.pdf>

El significado de diseño está sumiso a una continua serie de interpretaciones. En la actualidad el diseño es en general entendido como el producto físico derivado de la actividad, y dicha actividad es plenamente ignorada.

Mirando a nuestro alrededor, interpretamos que el diseño no es solo un adorno, ya que en sí, adornar algo es solo parte del diseño. Así que aparte de “adornar” tenemos que tener en cuenta que el diseño también es para satisfacer una necesidad natural de las personas, asimismo se podría decir que es un proceso de creación visual con un propósito.

Para que un diseño sea fiel y eficaz a su función, refiriéndonos a su propósito, sea un mensaje o un producto, el diseñador debe de indagar la mejor forma posible para que esa causa pueda ser formada, fabricada, distribuido, usado y relacionado con su ambiente.

1.4.2 ALFABETIDAD VISUAL

El alfabeto visual se refiere a como leer la imagen, es decir son todos los elementos que componen un objeto de comunicación visual, básicamente todo lo que nos rodea que sea o que contenga una imagen o diseño.

Los componentes principales del alfabeto visual son: el punto, la línea y el plano con esto se crea la forma. De aquí parte otros elementos compositivos como son: color, textura, tipografía, tono, iluminación, dirección, ritmo, etc. Estos componentes son los que se conocen como lenguaje visual.

1.4.3 DEFINICIÓN DE MARCA

Marca es un término que cuenta con varios usos y significados. Uno de los más frecuentes está vinculado al manejo de una palabra, frase, imagen o símbolo para identificar un producto o un servicio.

1.4.4 DIRECCIÓN DE ARTE

La dirección de arte consiste dentro del cine, teatro y Tv, en la rama que se encarga de la imagen, esto quiere decir que abarca la escenografía, ambientación, vestuario, utilería, locaciones, etc. Se trabaja esencialmente en la gama de colores que se verá junto con el Director de Fotografía en otras áreas como diseño y publicidad, derivándose a lo visual, y asimismo darle una estética de acuerdo al grupo social con el que buscan identificarse.

1.5 OBJETIVOS

1.5.1 OBJETIVO GENERAL

Proponer la línea gráfica y visual al proyecto televisivo “¡Qué Monada!” con una correcta dirección de arte y así brindar una excelente comunicación visual al televidente.

1.5.2 OBJETIVO ESPECÍFICOS

- Investigar tendencias guayaquileñas para conceptualizar la marca.
- Generar una marca que contribuya a transmitir la ideología del nuevo programa.
- Proponer la línea gráfica y escenografía para el proyecto televisivo.
- Manejar los múltiples elementos visuales, color, forma, textura e implementar técnicas visuales acoplándolos a las tendencias guayaquileñas.
- Presupuestar los materiales propuestos para la elaboración de la escenografía.

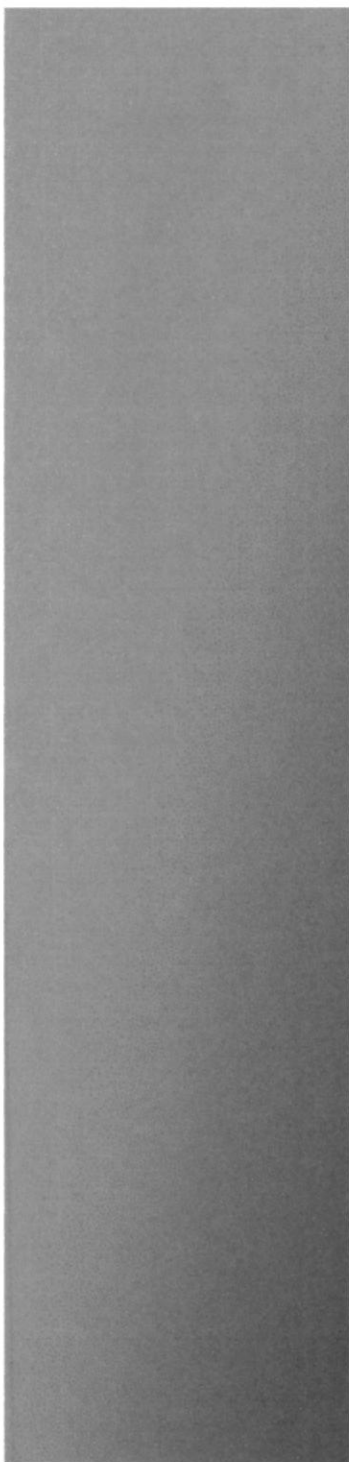
1.6 MISIÓN Y VISIÓN

1.6.1 MISIÓN

Poner en funcionamiento la dirección de arte del proyecto “¡Qué Monada!”, aplicando los métodos necesarios para llevar a cabo el contenido indispensable en base al grupo objetivo al que se busca llegar, implementando un diseño eficaz, fiel con identidad propia.

1.6.2 VISIÓN

Brindar un contenido actual y de entretenimiento. Se pretende que el televidente se identifique y sea nuestro frecuente seguidor.



CAPÍTULO 2

SITUACIÓN ACTUAL

2 SITUACIÓN ACTUAL

2.1 PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

Teniendo en cuenta la competencia a nivel local, con algunos programas de contenido similar donde se realizan monólogos, entrevistas, sketch, etc. Lo primero que se debe de atraer es la atención del televidente para que exista un contacto visual en este espacio.

Al trabajar con la imagen del programa se manejará un adecuado perfil del presentador que pueda representar la algarabía, felicidad y el sentimiento de los guayaquileños asimismo la producción de los personajes y temas que vaya a presentar al espectador deberá ser fresco, innovador y de total importancia para la sociedad de esta forma llegar al público objetivo que se define más adelante en el capítulo 3.

2.2 PLAN ESTRATÉGICO

Para este proyecto incluyendo su nombre y contexto en general, se tomó como referencia los iconos y símbolos representativos de la cultura popular guayaquileña tales como el mono Machín⁸, Malecón 2000, la metrovía, edificios y las calles más representativo de la ciudad, resaltando además todo lo concerniente a una civilización rica en anécdotas, costumbres y creencias.

2.3 MOTIVACIÓN

La motivación, es el entorno, la cultura, el pueblo guayaquileño, sus raíces, el poder identificarse los unos con los otros como un contexto en la sociedad que genere cambio y logre captar al televidente, al transmitir nuevos pensamientos.

Generando en los jóvenes la idea de que se puede realizar proyectos audiovisuales en el Ecuador.

⁸ *Mono Machín: Cebus Capucinus, es un mono del nuevo mundo de tamaño medio perteneciente a la familia Cebidae.*

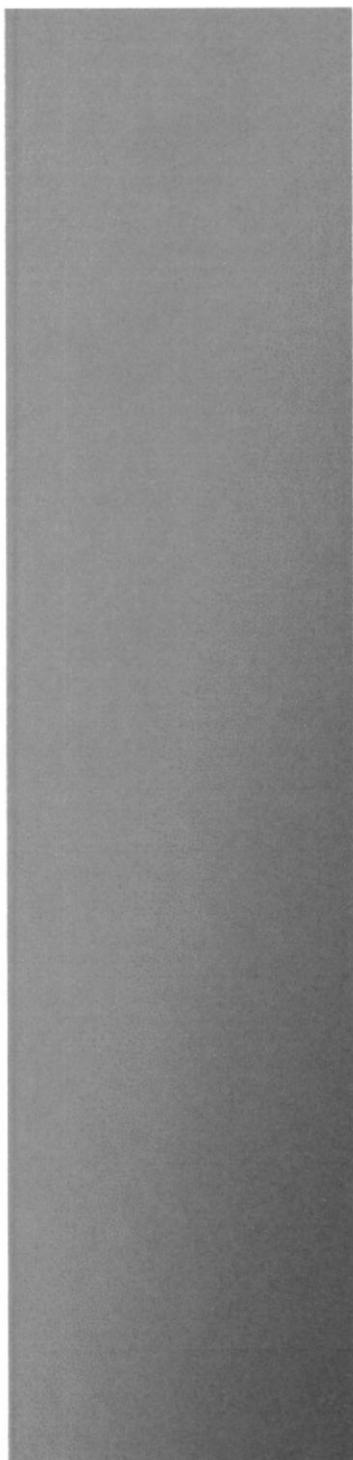
2.4 DELIMITACIÓN

Tc Televisión “Mi Canal”, es un canal de televisión con señal nacional, en donde se espera que el proyecto “ ¡Qué Monada! ” tenga su target específico, personas que prefieren el horario nocturno y principalmente está dirigido a la población guayaquileña debido a que su producción se propone en la ciudad de Guayaquil.

2.5 JUSTIFICACIÓN

“¡Qué Monada!” se propone como un programa de entretenimiento con identidad propia utilizando referencias visuales en su línea gráfica que logren denotar parte de la identificación guayaca absorbiendo costumbres típicas de la ciudad.

Teniendo en cuenta las características propuestas para el programa, mediante una adecuada dirección de arte se puede lograr permanecer en la memoria colectiva de los televidentes y así generar un producto entretenido y necesario.



CAPÍTULO 3
MARCO CONCEPTUAL

3 MARCO CONCEPTUAL

3.1 CONCEPTO DEL PROGRAMA

Antiguamente en la trasmisión ecuatoriana se conocieron programas de conceptos de entretenimiento con monólogos, sketch, juegos, invitados y música en vivo, sin embargo enfocados a otro tipo de cultura.

En el proyecto de ¡Qué Monada!, se plantea representar la identidad de los guayaquileños mediante un entretenimiento característico de su cultura y cuidad. Además de usar una implementación de línea gráfica acorde al género del programa logrando obtener un impacto positivo en el televidente.

3.2 DURACIÓN Y HORARIO DEL PROGRAMA

¡Qué Monada! se propone como un programa de producción en vivo, con una hora de duración con comerciales, a televisar los jueves, al término del horario estelar (AAA) y a inicios del Late, de 22:30 a 23:30 en TC televisión que cuenta con tecnología satelital y en HD para transmitir en vivo.

A:	06h00a 12h59	<i>Horario Dirigido para Amas de Casa.</i>
AA:	13h00 a 18h59	<i>Horario Dirigido para Amas de Casa, Niños y Jóvenes.</i>
AAA:	19h00 a 22h59	<i>Prime Time o Horario Estelar, Dirigido para todo Público.</i>
LATE:	23h00 a 05h59	<i>Horario Dirigido Público Adulto.</i>

Tabla:1 Horarios de programación.

3.3 TARGET DEL PROGRAMA

El público objetivo al que apunta es de ámbito nacional, con lo cual el nivel socioeconómico que va dirigido el proyecto “¡Qué Monada!”, es hacia hombres y mujeres mayores de 18 años apasionadas a este género de programas, de clase social media y media baja que frecuenta más televisión nacional de señal publica, debido a que

la clase media alta y alta prefieren contratar televisión por cable según un estudio⁹ realizado por el INEC.

INEC - Resultados del Censo 2010 de población y vivienda en el Ecuador [en línea]. Lugar: Ecuador 2012. [Consulta: 18 Diciembre 2014]. Disponible en: http://www.inec.gob.ec/cpv/descargables/fasciculo_nacional_final.pdf

3.4 TIPOS DE GÉNEROS

La televisión es un medio muy competitivo y por tanto extraordinariamente dinámico. Los géneros de la televisión se dividen en tres: ficción, informativo, entretenimiento.

3.4.1 FORMATO INFORMATIVO:

Tienen como referencia hechos que han sucedido realmente, además de cubrir necesidades locales. Por su temática pueden ser:

- *Informativo diario o telediario:* Combina grabación en estudio, grabación de redactor y noticia elaborada.
- *Reportaje:* Profundiza en temática de actualidad con libertad formal, organización creativa del tiempo y presencia de los sujeto de la enunciación y recepción.
- *Documental:* Con temática atemporal¹⁰, composición narrativa y estructura sujeta a temas, que pueden ser: geográfico o viaje, etnográfico, histórico, artístico, científico, y de naturaleza, etc.
- *Debate:* Que puede ser electoral, especialista y temas de actualidad.
- *Entrevista:* Diferido o grabado y editado. El entrevistador puede ser el público.

⁹ Ver Estudios Realizados por el INEC, Página 131, 132.

¹⁰ Atemporal: Que no hace referencia a un tiempo específico.

3.4.2 FORMATO FICCIÓN:

Cuenta una historia inventada, relatada de forma serial, con una trama en su totalidad en un solo capítulo. Micro episódico, con varios mini relatos con trama y personaje distinto en cada episodio. Por su temática pueden ser:

- *Comedia de situación*: Doméstica, pareja, niño, personaje fantástico, grupo de amigos.
- *Teledrama*: Serie dramática y de acción; melodrama para amas de casa; telenovela romántica o rosa.
- *Miniseries*: Con composición serial limitada y cerrada.
- *TV-movies o telefilmes*: Películas para la televisión.

3.4.3 FORMATO ENTRETENIMIENTO:

La exhibición o el humor. Por su temática pueden ser:

- *Concursos*: De conocimiento, habilidades.
- *Magazine*: Caracterizado por la fragmentación, puede ser matinal (audiencia femenina y de mayor edad), tarde (para toda la familia) o nocturno, late show, (sensacionalista, y escandaloso).
- *Humor*: Adopta el formato de programa de sketch comedia en vivo, de cámara oculta, vídeos caseros, retos o pregunta.

3.5 GÉNERO DEL PROGRAMA

Anteriormente se especificó con exactitud lo que podrá representar “¡Qué Monada!”, sabemos que es una propuesta de un programa cómico, ubicado en el género de entretenimiento nocturno además de ser representativo de una nación. El motivo es que sea un producto innovador, además que el programa compita con otros que sean de géneros parecidos.

Entretenimiento

- Más fácil de adaptar a los gustos de cada país, versión local de un formato.
- La estructura de secciones aporta variedad y dinamismo¹¹.

¹¹ *Dinamismo*: Es la agresividad o cambios frecuentes de un objeto, efecto o personaje en una animación.

- También facilita una visión por segmento, en donde los televidentes no pierden el interés y esto a su vez evita que el espectador cambie de programa.

Late Show

Programa de Medianoche, una mesa para el conductor, un sillón para el invitado y un par de tazas de café.

- Monólogo de introducción, entrevista a famosos o personajes curiosos, humor y una actuación musical.
- Presentador: característico en muchos programas alrededor de todo el mundo es que el presentador ponga en práctica su personalidad al momento de conducir dichos segmentos del programa. Tomando como referencia, podemos contar con buenos presentadores como Jaime Bayly en “La Noche es Virgen”, Johnny Carson en “The Tonight Show” que después lo condujo Jay Leno.
- La hora permite incluir temas habitualmente vetados en horario familiar como el humor, debates, sexo, polémicas y exclusivas, etc.

3.6 CONTENIDO DEL PROGRAMA

Su contenido sería 100% de entretenimiento además apto para público adulto, su transmisión será en vivo y en directo, en donde se desarrollaran monólogos, juegos, entrevista con sus respectivos invitados. El programa se dividirá en 4 bloques que estarán presentes durante la hora establecida.

Los bloques son los siguientes:

- **Bloque 1:**

El bloque principal en donde se tendrá de referencia la presentación de sus integrantes, en los cuales presentador, barman, banda musical, modelo.

Su segmento se lo denominará como “*Vaya y pregunte*” en el cual se pondrá en práctica el monologo del presentador.

- **Bloque 2:**

Conllevará el segmento denominado "Los más malcriaditos" en donde se propone presentar a sus dos invitados, se les hará preguntas a cargo del presentador.

- **Bloque 3:**

En este bloque contendrá un segmento llamado "Lo que me sucedió un día", se presentará un sketch grabado, con lugares frecuentes de Guayaquil, también se pedirán opiniones de los invitados con respecto a este.

- **Bloque 4:**

En el último bloque se lo denomino "Pares o Nones¹²", y pondrá en práctica un juego con los invitados, este podría ser "fútbolín", canastas etc., y para concluir se despedirá el programa con la banda musical en vivo.

3.7 INVESTIGACIONES DE TENDENCIAS

Para desarrollo de este proyecto se tomó en cuenta diferentes programas televisivos a nivel nacional e internacional, vigentes y programas que ya no se estén produciendo.

3.7.1 REFERENCIAS

Los tipos de programas que se tomaron en cuenta para el proyecto de ¡Qué Monada!, tienen en común el género de entretenimiento, sus horarios, su contenido, su trasmisión.

Dichos programas son los siguientes:

¹² Nones: termino urbanamente utilizado en Ecuador que representa a los números impares.

- OTRO ROLLO (MÉXICO)

Era transmitido en vivo desde los estudios de Televisa los martes por la noche, conducido por Adal Ramones. El contenido del programa tiene monólogo, sketch, presentaciones musicales en vivo de reconocidos artistas en el ámbito nacional (mexicano), como internacional. Duraba entre 2 hasta 5 horas al aire. Se puso fin a Otro Rollo tras casi 12 años de transmisiones ininterrumpidas.

Se esperaba su regreso en marzo 2013, con un nuevo equipo. Sin embargo su retraso se debe a la coordinación con los directivos de Televisa, faltar talentos.

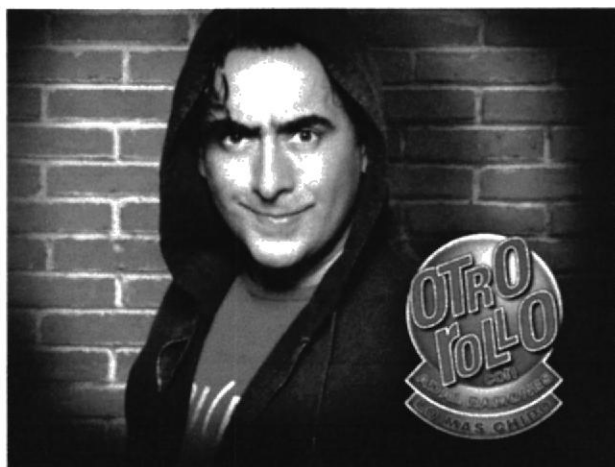


Figura 3:1 Programa Otro Rollo con Adal Ramones.

- LA NOCHE (ECUADOR)

Era transmitido por la señal de Teleamazonas. Todos los martes a las 22h30 en Guayaquil y a las 23h00 en Quito, por un período de 3 años. Conducido por Xavier Pimentel desde el 6 de julio de 2007, luego que el mismo espacio fuera animado por el uruguayo Roberto Angelelli.

Una simulación del programa de David Letterman late show, con invitados especiales y música en vivo, formato que fue emulado en su totalidad por La Noche con Pimentel. Han pasado por el set artistas y personalidades de la talla de: Chenoa, Charlie Zaa, Danilo Rosero entre otros.



Figura 3:2 Programa La Noche.

- PURO TEATRO (ECUADOR)

Espacio transmitido por la señal de Gama tv. Un espacio cómico semanal de una hora de duración en el cual podremos ver a nuestros personajes enfrentando diversos problemas y situaciones, con un toque de humor. Entre el Staff tenemos a Martín Calle, Pamela Palacios y Ricardo González. Presenta una estructura exactamente igual a una obra escénica.



Figura 3:3 Programa Puro Teatro.

3.7.2 COMPETENCIA

- PHD (ECUADOR)

Francisco Pinoargotti "Buen Muchacho", el proyecto mantiene segmentos de su anterior programa, entre los que destacó los sketch, parodia y los errores de la televisión ecuatoriana. El programa cuenta con músicos, bailarinas y actores. Comparte escena junto a Silvia Ponce, Miguel Martín Ycaza y Andrea "La Fresa" Ortiz. Es transmitido todos los domingos a las 22:30.



Figura 3:4 Programa PHD.

- GRANADOS EN PIJAMA (ECUADOR)

Pablo Granados con el Night show "GRANADOS EN PIJAMAS", programa busca hacer cada noche divertida para quedarse en casa, en esta oportunidad su contenido humorístico está basado en la actualidad del deporte, farándula y noticia relevante del mundo. Entre los segmentos se destacan: Las cámara oculta, parodia musical, sketch en vivo, invitado del medio artístico.

Entre el Staff tenemos a Pablo Granados, José María Peña "Pachu", Sofía Caiche y la participación especial del imitador caracterizador Argentino Fernando Ramírez, junto a un gran elenco de actores nacionales de renombre.

Cabe recordar que este programa, solo está en transmisión a principios de año en temporadas playeras o vacacionales en término costa.



Figura 3:5 Granados en Pijama

3.8 REQUERIMIENTOS DEL PROGRAMA

A continuación para poner en práctica la realización del proyecto son necesarios ciertos requerimientos, desde sus fases primarias, bocetos, línea gráfica, levantamientos 2D, 3D, producción, post-producción, construcción, montaje y acabado del set.

EQUIPO HUMANO		
Cantidad	Cargo	Descripción
1	Arquitecto	Desarrollar la línea gráfica.
3	Camarógrafos	Maneja las cámaras del set.
1	Director de Arte	Responsable de elegir, supervisar y guiar al equipo de trabajo.
1	Director de fotografía	Determina la apariencia visual.
1	Diseñador Gráfico	Maneja el sonido en directo.
3	Ebanistas	Maestro en madera.
1	Editor	Manipula sonido e imagen.
1	Escenógrafo	Dirige el montaje y desmontaje del set.
1	Generador de caracteres	Encargado de proporcionar información adicional en vivo.
1	Luminotécnicos	Elige la iluminación que se requiere.
2	Maquillistas	Encargado del aspecto del presentador y maquillaje.
1	Modelador 3D	Elabora los diseños y animaciones en 3D.
1	Post- Productor	Editor de material audiovisual.
1	Presentador	Conduce el programa.
1	Productor	Maneja el presupuesto y contactos.
1	Reportero	Realiza los reportajes.
1	Sonidista	Manipula el sonido ambiental.
1	Técnico Acabado	Elabora los acabados de la obra.
2	Técnico de luces	Manipula la parte técnica de las luces.
1	Técnico Pintura	Especialista en pigmentos y materiales para superficies.
1	Vestuarista	Encargado de la vestimenta del elenco.

Tabla 3:2 Equipo Humano.

EQUIPO TÉCNICO Y SUMINISTROS		
Cantidad	Equipo	Descripción
2	Audífonos	Escuchar grabaciones y para Post-Producción.
2	Cámara fotográfica	Canon t3, Nikon d3000.
4	Cámaras de Video	Marca Sony Profesional.
2	Disco Duro Externo	Samsung, almacena Información (capacidad 1Tb).
3	DVD (50 unidades)	Grabar Información.
3	Extensiones Eléctricas	Proveen energía.
2	Imac	Procesador Core i7/ S.O. Mac OSX Lion / Memoria RAM 4Gb.
1	Impresora	Impresora HP Officejet 4575.
Varias	Luces	Fresnel, Softlight, Robóticas.
1	Micrófonos	Micrófono Inalámbrico para entrevistas externas.
4	Micrófonos Corbateros	Para el elenco.
2	Pc	Procesador Core i7/ S.O. Windows 7 / Memoria RAM 4Gb.
1	Pluma Tv	Permite realizar toma abierta, Travelling.
2	Regulador	Regular el voltaje.
2	Resma de Papel	Impresiones, bocetos, presupuesto.
1	Teleprompter	Herramienta de lectura.
2	Trípodes	Estabilizador y soporte de las cámaras.

Tabla 3:3 Equipo Técnico y Suministros.

SOFTWARE		
Cantidad	Software	Descripción
1	Cinema 4D Versión 13	Modelar y Animación 3D.
1	Adobe After Effects CS6	Creación de Efectos Visuales.
1	Adobe Illustrator CS6	Creación de gráficos vectoriales, ilustraciones.
1	Adobe Photoshop CS6	Edición de imágenes digitales.
1	Final Cut Pro	Edición de videos.
1	Soundtrack Pro	Edición de audio, inserción de efectos de sonido.
1	Pro Tools 10	Grabación de Audio.

Tabla 3:4 Requerimientos de Software.

3.9 MARCA

“La marca es una condensación de realidades complejas en una afirmación simple, en una declaración que puede ser controlada, modificada, desarrollada y madurada en el curso del tiempo”.

John Murphy / Michael Rowe. (1989). *Como Diseñar Marcas y Logotipos*. Barcelona, España: Gustavo Gili, S.A.

Los nombres de marca tan sólo son denominados “*marcas*” y las imágenes de las marcas, sobre todo las bidimensionales, “*logotipos*”. Las marcas se han convertido en mucho más que simples recursos para distinguir productos: se han convertido en avales e indicadores de calidad, de valor de fiabilidad y de origen.

Las marcas comerciales se han producido en el curso de los últimos 50 años. La televisión tiene mucho que ver con ello, así como el rápido auge de las industrias secundarias y de los servicios.

Para desarrollar la creación de la marca, es necesario tener en cuenta ciertos aspectos como la identificación, la diferenciación, la comunicación, sin olvidar las habilidades necesarias de diseño como lo Conceptual, lo Analítico, lo Modeladora/creativa, la Técnica/ interpersonal, y además incluyendo los elementos visuales de un diseño siendo lo que vemos y apreciamos.

3.9.1 ISOTIPO

Se refiere a la parte que más simbólica en un logotipo o marca, generalmente el proceso de creación del Isotipo varia, ya que en ciertas ocasiones este puede ser de manera abstracta o a su vez todo lo contrario de manera realista y estilizada.

En el procedimiento de la creación de un Isotipo de manera abstracta, se resalta la eliminación de sus detalles realistas, figurativos y significativos para así poder reducir, simplificar gráficamente el objeto y convertirlo en simbólico.

En este caso la simplificación de los detalles del mono, hace que el Isotipo de “¡Qué Monada!” se transforme en forma figurativa ya que aún se reconoce su forma esencial, accediendo así que sea reconocible y efectivo a simple vista para el espectador.

Su abstracción atribuye al televidente una forma lógica y humorista del concepto que se quiere dar, ayudándose de su respectivo logotipo que veremos más adelante, tendremos una conceptualización final a cual llegar, que es la representación gráfica del programa además de interpretar una de las características principales del público al que va dirigido, siendo la simpatía de la gente Guayaquileña. Además incluyendo en su parte superior nos damos cuenta de la silueta que representa a la ciudad cosmopolita que es Guayaquil.



Figura 3:6 Isotipo de ¡Que Monada!

3.9.2 LOGOTIPO

En la actualidad el término logotipo está mal utilizado en esta sociedad, generalmente las personas piensan que el logotipo es una marca o técnicamente dicho piensan que es el Imagotipo.

Realmente logo significa palabra, esto quiere decir que el logotipo es la parte tipográfica de un Imagotipo. Aclarando, no son logotipos todas aquellas marcas formadas por iconos y símbolos conjuntos a una tipografía.

El logotipo de "¡Qué Monada!" es la representación tipográfica, en este caso es la frase "Qué Monada" que hace la similitud de la sonrisa del mono abstracto usado en el Isotipo. En este caso la tipografía de "¡Qué Monada!" es asimétrica pero aun así se juega con formas geométricas haciendo similitud de los dientes del mono sonriente.

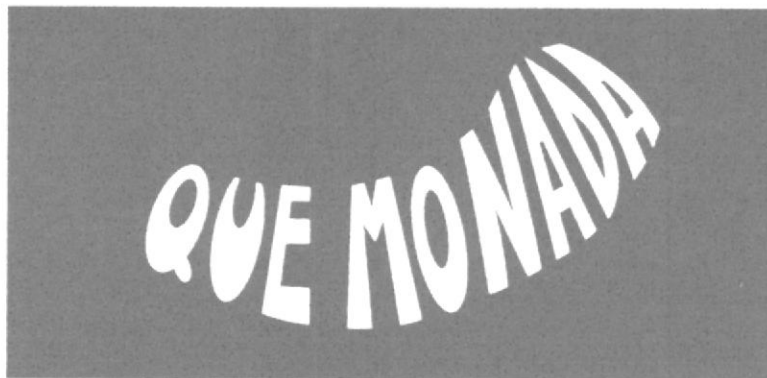


Figura 3:7 Logotipo de ¡Que Monada!

3.9.3 DESARROLLO DEL IMAGOTIPO

De acuerdo a lo anteriormente expuesto, la unión del Isotipo con el Logotipo formaría o daría lugar al Imagotipo o marca.

La idea del Imagotipo es ser una herramienta básica de comunicación o de representación tanto como audiencia interna como en externa la cual serian nuestros espectadores.

Una función del Imagotipo es que sea de fácil identificación y memorización, en el caso de "¡Qué Monada!", se jugó con partes esenciales y representativas, se tomó muy en cuenta la asimetría, las formas curvas, colores planos y la abstracción.

La tipografía con forma curva indica, fluidez, rapidez y dinamismo, esa es la idea del programa ser totalmente entretenido tratando de mantener siempre la atención del televidente.



Figura 3:8 Logotipo de ¡Que Monada!

3.9.4 VARIACIONES

A continuación se muestra las variaciones del Imagotipo que van acorde a su utilización, este se aplicaría en publicaciones, papelería, premios, artículo y promociones del programa.

Siempre se tomó en cuenta los colores de casas emblemáticas de Guayaquil como en el sector de las peñas.



Figura 3:9 Imagotipo aplicación colores línea gráfica.

Adicionalmente, este Imagotipo solo podrá tener como fondo los colores utilizados en la línea gráfica. Además mostramos sus incorporaciones en blanco y negro, teniendo su fondo positivo y negativo.

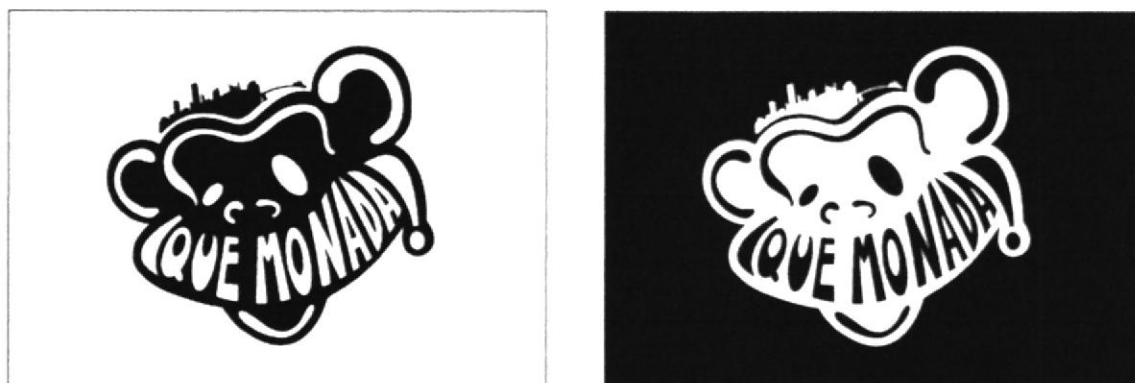


Figura 3.10 Imagen aplicación b/n sobre fondo positivo y negativo

3.10 ESTILO VISUAL Y MOVIMIENTO ARTÍSTICO

“Se deben distinguir los elementos básicos, es decir, aquellos sin los cuales un género artístico no podría existir”.

Kandinsky Wassily. (1996). *Punto y Línea en El Plano*. España: Ediciones Paidós Ibérica SA.

Se debe tener en cuenta los antecedentes, tendencias y movimientos artísticos (Color, Textura, Forma), la idea de cómo podría ser el set, y que el paquete gráfico sea un conjunto. La tendencia Artística que sirvió de base para la creación de la línea gráfica y escenografía del programa “¡Que Monada!”. Es una combinación de movimientos artísticos como, Futurismo, Arte Cinético, Posmodernismo.

3.10.1 FUTURISMO

El futurismo surgió en un momento difícil de ajuste social y político en una Italia atrapada entre las estructuras obsoletas del pasado y desafío de la moderación.

ORÍGENES E INFLUENCIA

En su manifiesto fundacional, publicado en la primera página del diario francés Le Figaro en 1909, la glorificación de la tecnología, velocidad, el dinamismo y la guerra de

Filippo Marinetti señaló el nacimiento de uno de los movimientos de vanguardia más ruidosa y agresiva.

La llamada a las armas consistente en <<Arte + Acción + Vida = Futurismo>> atrajo a un núcleo de pintores, entre ellos Boccioni, Balla, Severini, Carrá y Russolo, que inspirados por las ideas del filósofo francés Henri Bergson, veían en el dinamismo la principal fuerza que lo movía todo.



Figura 3:11 Carrá Carga de Lancero.

3.10.2 ARTE CINÉTICO

La obra está dotada de movimiento real, y juega con efecto óptico, le provoca al espectador que experimente distintas interpretaciones.

ORÍGENES E INFLUENCIA

Se desarrolló entre 1913 y 1920, cuando Duchamp, Gabo y Tatlin empezaron a enfatizar el movimiento mecánico en sus obras. Rodchenko y Man Ray fueron en realizar movimientos colgantes, y años después miembros de la Bauhaus exploraron técnica de proyección para desarrollar luz y movimiento.

Según Naum Gabo y Antoine Pevsner (1920) emplearon por primera vez el término << Cinético >> para referirse al arte, pero fue la cronología del arte cinético publicada en 1960 por el cineasta Wolfgang Ramsbott la que definió el movimiento como tal.

Su evolución durante la década de 1960. Resulta ser diverso pues emplean tubo floreciente, superficie reflectante, material reciclado. El estilo entro en declive en década de 1980.

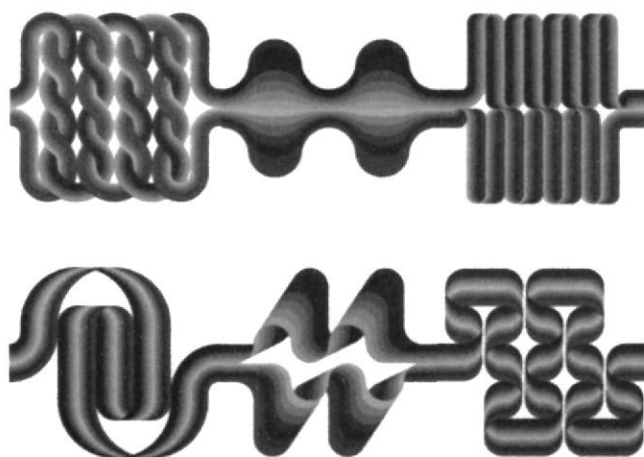


Figura 3: 12 Longue Marche de Julio Le Parc.

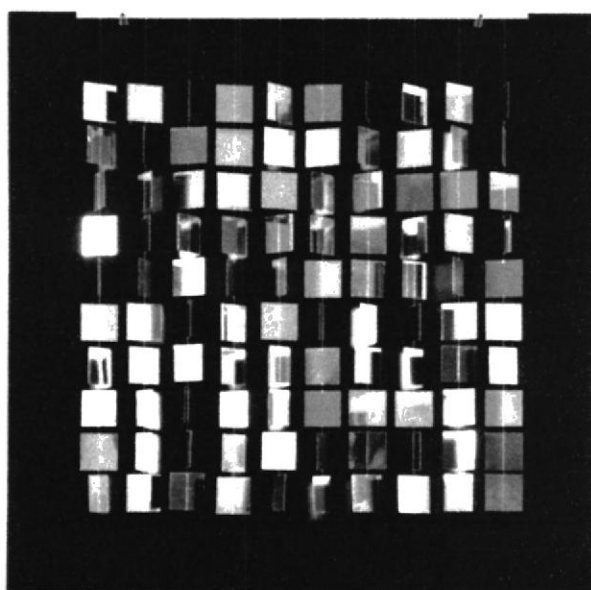


Figura 3: 13 Móvil Cuadrado Plateado Sobre Negro de Julio Le Parc.

3.10.3 ARTE POSMODERNISMO

Una corriente desde los años 1960, hasta la actualidad. El retomar cosas de ciertos artistas, argumentos y obras, muchas veces o alterándolas dándole otra connotación diferente.

ORÍGENES E INFLUENCIA

El diseño se remonta a la década de los 60, cuando emerge el Pop, el anti diseño y la crítica de la esfera intelectual y artística, sobre diversos aspectos de la modernidad.

Los primeros defensores del postmodernismo argumentaban que la adhesión del anterior movimiento moderno a la abstracción geométrica (que negaba el ornamento¹³ y el simbolismo) había deshumanizado al diseño, dado que en éste primaba entonces el funcionalismo y el racionalismo.

A mediados del '70, El arquitecto americano Michael Graves empieza a introducir motivo decorativo en sus diseño, que a menudo hacían referencia al antiguo estilo y que solían ser irónico en su contenido. El grupo Memphis¹⁴, integrado por diseñadores italianos militantes del diseño radical, la vanguardia y de otro equipo de diseño como Studio Alchimia¹⁵, produjeron monumental y vistoso diseño "neo pop" que causaron gran sensación a nivel mundial desde 1981.

La obra de Memphis recibía una serie de influencia muy ecléctica, y con motivo atrevido y forma estrafalaria, se burlaba de la noción de "buen gusto". Contribuyó durante los años ochenta a la comprensión del Postmodernismo como estilo internacional

¹³ *Ornamento: figuras geométricas con formas curvas, parecido a las ramificaciones de las plantas*

¹⁴ *El Grupo Memphis fue un movimiento de arquitectura y diseño industrial con mucha influencia de los años 1980s.*

¹⁵ *Studio Alchimia: un estudio en Milán, fundada en 1976 por el arquitecto Alessandro Guerriero.*



Figura 3:14 Grupo Memphis.

3.11 DEFINICIÓN GRÁFICA

Una vez analizada las tendencias, estilos y movimientos artísticos, se ajustaran al formato planteado del programa "¡Qué Monada!", teniendo en cuenta el objetivo principal el apelativo "MONO" con el que se lo denomina a los guayaquileños, se creará un concepto utilizando las formas, colores del Neo Pop, relacionándolas con las formas geométricas minimalistas, para la construcción de la escenografía y además para su respectiva línea gráfica que ayudara al espectador a identificarse con esta nueva propuesta.



Figura 3:15 Monumento al Mono de Guayaquil.

3.11.1 FORMA

Para la creación de la línea gráfica del programa, se establecieron varios puntos con respecto a su forma, unas de ellas es la interpretación de fluidez y dinamismo. Para lograr este objetivo se tomó en cuenta las formas asimétricas, curvas, oblicuas, y ovaladas.

Estas formas son necesarias para la creación del rostro abstracto del Mono, dándole dinamismo en la parte esencial que es el lugar en donde va la tipografía con el nombre del programa, cada letra tiene forma asimétrica y curvadas dándole forma de dientes para así conseguir la sonrisa deseada.



Figura 3:16 Boceto con formas gráficas.

3.11.2 TIPOGRAFÍA

Según Jules Chéret (1836-1932) *Lo importante no es lo que se dice, sino como se dice.*

Padre del cartelismo moderno. Creador de carteles para teatro o cabaret, sus creaciones se colgaron del Folies Bergere, el Teatro de la Ópera o Moulin Rouge. Después realizó trabajos para promocionar perfume, licor, cosmético o producto farmacéutico.



Figura 3:17 Tipografía en Cartelismo.

Fue el primer artista moderno de carteles y revolucionó su apariencia dando el papel preponderante a la ilustración, que hasta entonces estaba subordinada al texto, y dejando para éste una función explicativa del mismo. Tenían una estructura básica, predominaba la imagen sobre el texto, la figura principal era una mujer promocionando los productos o los eventos, y su texto estaba fuertemente vinculado a la imagen.

Jules Chéret logró influir en el movimiento artístico del Art Nouveau¹⁶ en toda Europa y América con su rótulo teatral.

La tipografía usada para la marca de “¡Qué Monada!”, es realizada a mano alzada incluyendo su forma básica triangular en cada carácter y además su estructura conjunta en formas de curvas indicando la representación del movimiento.

¹⁶ *Art Nouveau: Denominación que recibió en Francia el movimiento artístico de finales del s. XIX y principios del XX que en España se denominó Modernismo. Relativo a este movimiento artístico.*



Figura 3:18 Tipografía ¡Qué Monada!

Asimismo, para las animaciones del programa se tomó en cuenta la implementación de otra tipografía, fue necesario buscar una con los requerimientos del programa. La escogida es “Dimbo”.

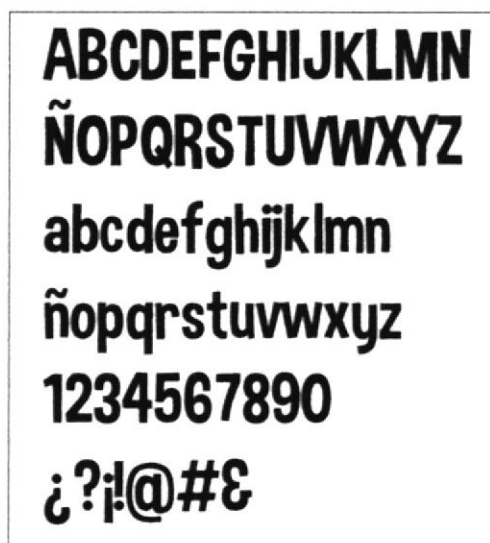


Figura 3:19 Tipografía de las animaciones de ¡Qué Monada!

3.11.3 COLORIMETRÍA

La colorimetría es la ciencia que estudia la medida de los colores y que desarrolla métodos para la cuantificación del color, es decir la obtención de valores numéricos del color.

Existe una necesidad de estandarizar el color para poderlo clasificar y reproducir. El procedimiento utilizado en la medida del color consiste sustancialmente en sumar la respuesta de estímulos de colores y su normalización a la curva espectral de respuesta de la foto receptor sensible al color.

Como referencia, se utiliza la curva espectral codificada de la Comisión Internacional de Iluminación, la llamada función colorimétrica.

Debe notarse que el color es una característica subjetiva, pues solo existe en el ojo y en el cerebro del observador humano, no siendo una característica propia de un objeto. Los fotorreceptores del ojo humano son los conos de retina, de los que existen diferentes tipos, con sensibilidades diferentes a las distintas partes del espectro luminoso.



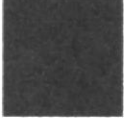

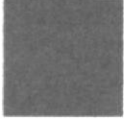



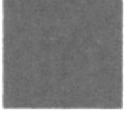

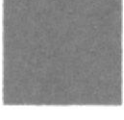
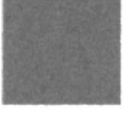



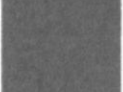
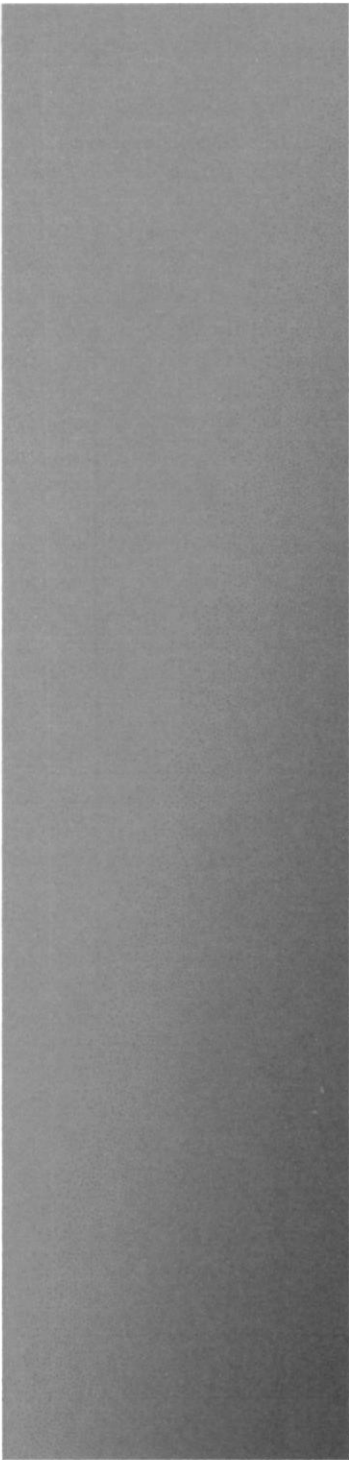
Pantone # 163861 	CMYK C: 100 M: 83 Y: 35 K: 25	RGB R: 22 G: 56 B: 97	LAB L: 23 A: 0 B: -29	Pantone # 5E3B19 	CMYK C: 43 M: 68 Y: 95 K: 49	RGB R: 94 G: 59 B: 25	LAB L: 29 A: 13 B: 27
Pantone # 054C7E 	CMYK C: 100 M: 75 Y: 26 K: 9	RGB R: 5 G: 76 B: 126	LAB L: 31 A: -5 B: -35	Pantone # 754D24 	CMYK C: 39 M: 63 Y: 94 K: 35	RGB R: 117 G: 77 B: 36	LAB L: 37 A: 14 B: 31
Pantone # 0678A5 	CMYK C: 67 M: 45 Y: 18 K: 1	RGB R: 8 G: 120 B: 165	LAB L: 47 A: -16 B: -33	Pantone # 8D6339 	CMYK C: 36 M: 57 Y: 84 K: 22	RGB R: 141 G: 99 B: 57	LAB L: 46 A: 13 B: 31
Pantone # 0356A3 	CMYK C: 97 M: 74 Y: 2 K: 0	RGB R: 3 G: 66 B: 163	LAB L: 36 A: 3 B: -49	Pantone # A77D52 	CMYK C: 31 M: 49 Y: 74 K: 10	RGB R: 167 G: 125 B: 82	LAB L: 56 A: 12 B: 31
Pantone # 0972B9 	CMYK C: 67 M: 52 Y: 0 K: 0	RGB R: 9 G: 114 B: 185	LAB L: 46 A: -6 B: -46	Pantone # C69C6C 	CMYK C: 22 M: 38 Y: 64 K: 1	RGB R: 196 G: 156 B: 108	LAB L: 66 A: 12 B: 31
Pantone # 428BCA 	CMYK C: 72 M: 36 Y: 0 K: 0	RGB R: 66 G: 139 B: 202	LAB L: 56 A: -8 B: -40	Pantone # 996676 	CMYK C: 40 M: 42 Y: 52 K: 7	RGB R: 153 G: 134 B: 118	LAB L: 58 A: 5 B: 12
Pantone # 301549 	CMYK C: 66 M: 100 Y: 34 K: 41	RGB R: 48 G: 21 B: 73	LAB L: 13 A: 23 B: -26	Pantone # C7B299 	CMYK C: 23 M: 27 Y: 40 K: 0	RGB R: 119 G: 178 B: 153	LAB L: 74 A: 5 B: 16
Pantone # 9C1D20 	CMYK C: 25 M: 100 Y: 99 K: 22	RGB R: 156 G: 29 B: 32	LAB L: 35 A: 51 B: 33	Pantone # E92329 	CMYK C: 1 M: 99 Y: 95 K: 0	RGB R: 233 G: 35 B: 41	LAB L: 52 A: 73 B: 51

Figura 3: 20 Paleta de colores de línea gráfica, escenario de ¡Qué Monada!



CAPÍTULO 4
DESARROLLO DE
ESCENOGRAFÍA

4 DESARROLLO DE ESCENOGRAFÍA

4.1 PROCESO DE ELABORACIÓN DE ESCENOGRAFÍA

Este proceso consiste primeramente en una planificación de construcción hecha por el Director de Arte, que prevé el tiempo necesario para que el proyecto esté terminado, una vez ya aprobado las propuestas de escenografías, se pone en marcha la construcción.

Es necesario incluir un equipo de trabajo para que realice el levantamiento de la escenografía, en los cuales se encuentra profesiones en su cargo tales como Arquitectos, luminotécnicos, obreros, etc.

4.1.1 ESPACIO Y MEDIDAS DEL SET DE TELEVISIÓN

El tamaño del set¹⁷ propuesto para “¡Qué Monada!”, que hace referencia al que fue utilizado por “Granados en Pijama” en ciertas temporadas del año, dicho set mide 14 metros de ancho por 14 metros de profundidad adicional posee una altura de 6 metros y la parrilla de luces se encuentra a 4.25 metros.

4.1.2 BOCETO E ILUSTRACIÓN 2D

Tomando en cuenta la lógica y el entendimiento del programa, y además basándonos en las medidas del set, notamos que debe ser 100% funcional con respecto a lo que va suceder en todo el programa.

¹⁷ Ver Solicitud de Tc Televisión - Fotos del set y permisos de ingreso a Tc , página 143 – 144.

La escenografía de “¡Qué Monada!” estará compuesta, por un módulo central en donde se pondrá el logo del programa y una pared en forma de trapecio isósceles¹⁸ invertido, en donde la mayoría de las veces el presentador se ubicara en dicho sector, una tarima de 3 niveles todas con la forma abstracta del logo, en cada esquina estará un módulo ambas servirán de entrada, una en forma de tuvo con luces led por donde entrara el presentador, la otra por su parte tiene la similitud al transporte que ya es tradicional en Guayaquil la Metrovía¹⁹ por donde entraran los invitados.

Las otras dos esquinas estarán ocupadas, por el sector del “Barman” y la esquina restante por la banda que tocara en vivo.

La parte decorativa contara con dos muebles con forma de orejas, uno personal y otro para dos o tres personas, también tendrá dos asientos alrededor de la mesa del barman, un semáforo, una señalética del tránsito y formas cuadradas en el patrón de fondo detrás de la banda.

Una vez aprobado el boceto a lápiz o lineal, se procede a realizarlo en el Software 2D, en dicha ilustración podremos obsérvala con colores, efectos y con apariencia más real.

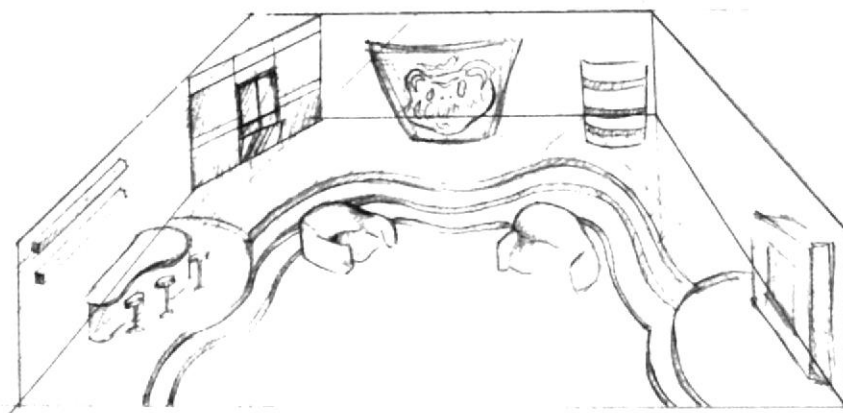


Figura 4:1 Escenografía – Boceto a lápiz.

¹⁸ Trapecio Isósceles :tiene dos lados no paralelos iguales.

¹⁹ Metrovía: medio de transporte masivo de la ciudad de Guayaquil.

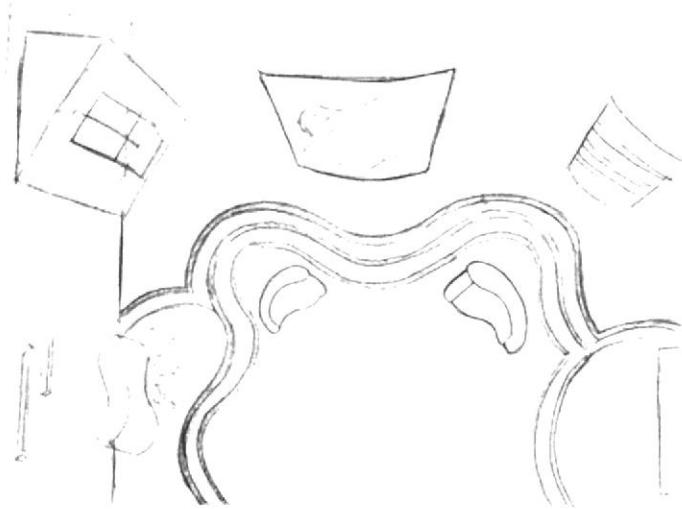


Figura 4:2 Escenografía Vista Superior – Boceto a lápiz.



Figura 4:3 Escenografía – Ilustración 2D.

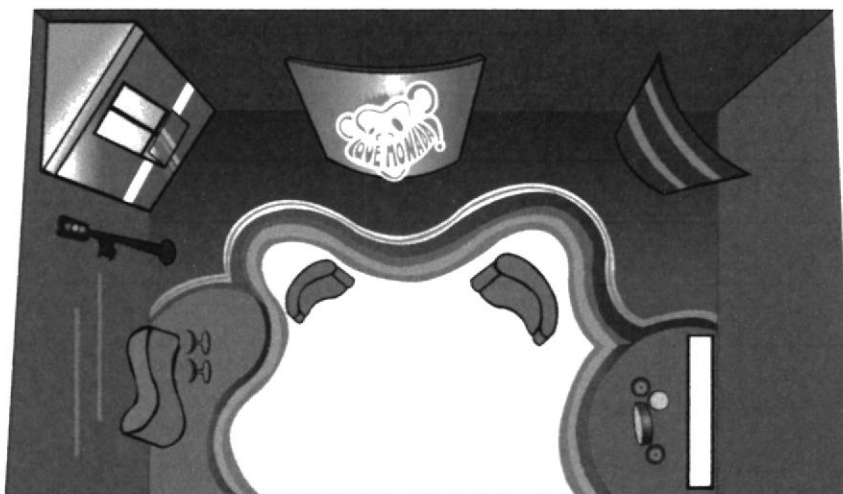


Figura4:4 Escenografía Vista Superior – Ilustración 2D.

4.1.3 LEVANTAMIENTO 3D

Como último paso al proceso de elaboración de la escenografía de manera virtual, se realiza el levantamiento en 3D, podemos tomar en cuenta de que es clave para la aprobación del diseño. En esta fase se la trabaja con medidas reales a las del set original, se utilizan tiros de cámaras, composición de la iluminación, modelos de personas, simulaciones de texturas, etc. Esto nos sirve para saber si la distribución fue la adecuada de lo contrario se tendría que realizar modificaciones.

El Director de Arte es uno más de los que se beneficia del levantamiento 3D, ya le sirve como base para las cotizaciones y presupuestos, así mismo para el arquitecto, el luminotécnico y los camarógrafos.

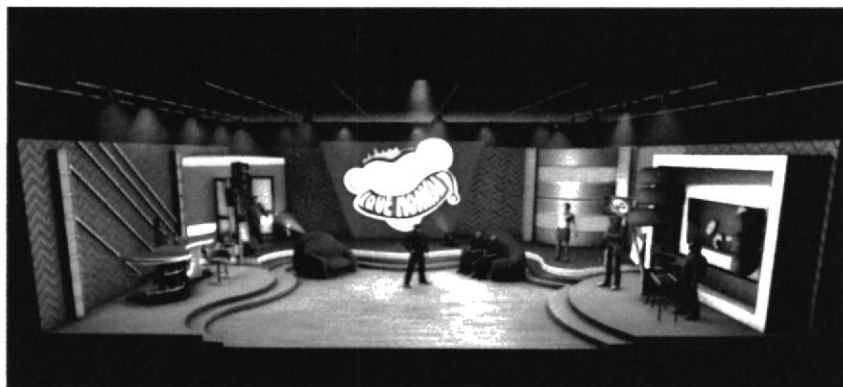


Figura 4:5 Escenografía – Levantamiento 3D.

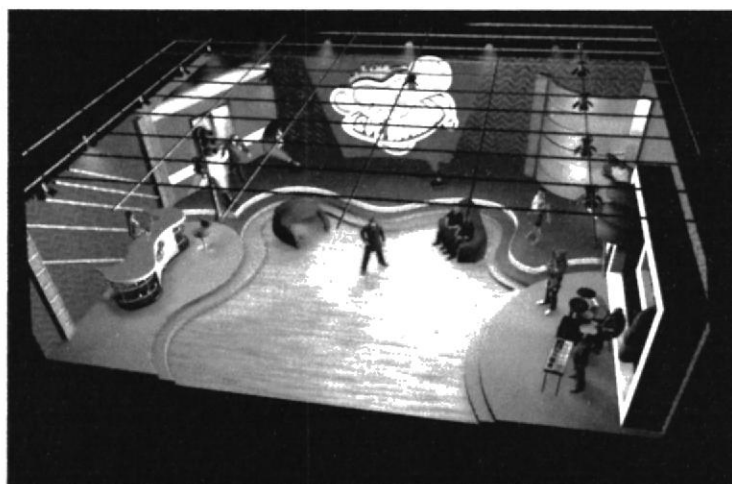


Figura 4:6 Escenografía Vista Lateral Derecha – Levantamiento 3D.

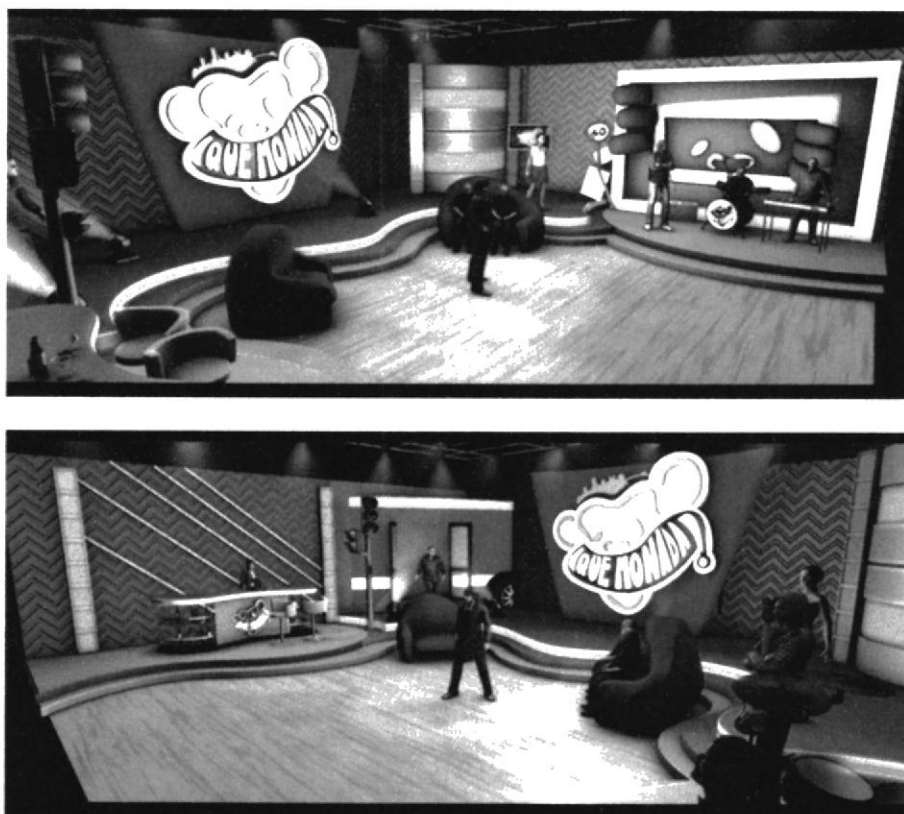


Figura 4:7 Escenografía Vista Superior- Levantamiento 3D.

4.1.3.1 IMPLEMENTACIÓN DE LA ESCENOGRAFÍA EN 3D

El software 3D, el que se selecciono fue Cinema 4D, primeramente debemos de tener en cuenta que para el proceso del levantamiento de la escenografía es necesario ubicar un espacio físico real del set de televisión que fue escogido, a continuación se procede al levantamiento de las paredes con su respectiva altura lo mismo el piso con el ancho y profundidad.

Dentro de ese espacio empezamos a levantar las paredes de la escenografía, también comenzamos a ubicar pilares, paneles, pisos, tarimas, módulos y demás objetos que la

conforman, sin texturas esto quiere decir en objetos primitivos²⁰ y editados, nos facilitara la comprobación que las proporciones sean las adecuadas.

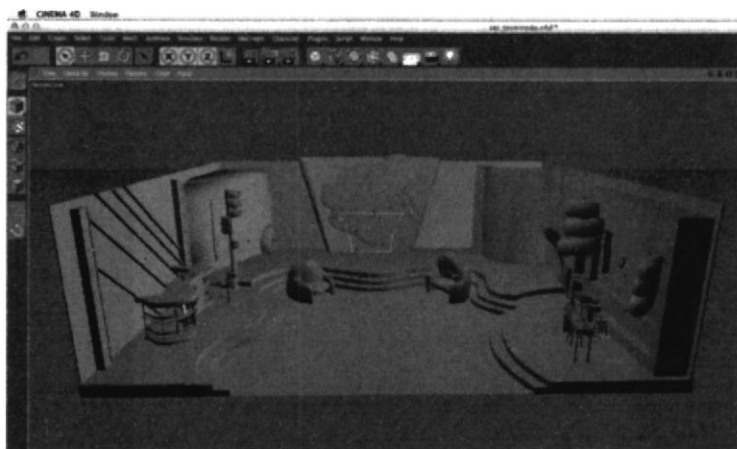


Figura 4:8 Escenografía – Levantamiento en Cinema 4D.

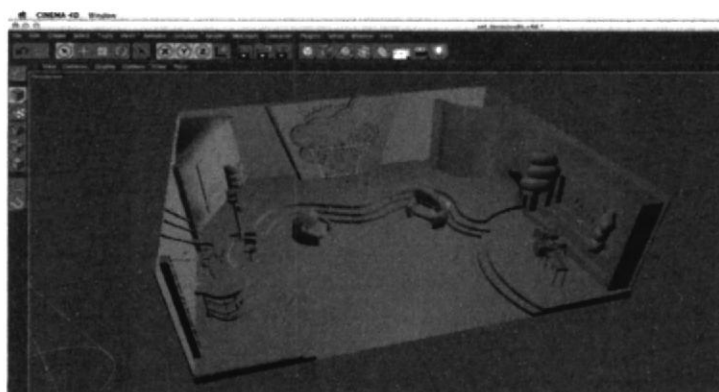


Figura 4:9 Escenografía Vista Superior – Levantamiento en Cinema 4D.

Una vez terminado el set, el siguiente paso que es el de texturizar. En este paso decidimos las opciones de materiales que vamos a utilizar y a su vez se le da la apariencia necesaria, como son los objetos metálicos, translucidos, luminosos, etc.

Cada elemento tiene diferente tipo de texturación, se les modifica specular²¹, aspecto reflectivo, transparencia, relieves, canales alpha que es para quitarle secciones al elemento, todo esto nos sirve para poder darle un aspecto más realista.

²⁰ *Objetos primitivos: término utilizado para representar un elemento de 3D, que no ha sido convertido desde su creación.*

²¹ *Specular: función de Cinema 4D para crear brillo en un material.*

Si se llega a utilizar alguna imagen para implementar a la texturación es recomendable adjuntarla a la carpeta del archivo.

El prosigue a iluminar la escenografía, en base a los parámetros de la psicología del color que incide mucho en los estados de ánimo, también con la composición armoniosa entre los objetos que permite crear atmósferas, dimensiona a los personajes, crea profundidades, etc.



Figura 4:10 Escenografía, texturizada en Cinema 4D.

4.1.4 ILUMINACIÓN

La iluminación es considerada como un atractivo de sensaciones y sentimientos, esta pueda hacer variar el ánimo a una persona, como ejemplo se puede considerar las luces naturales es decir luz del sol, luna etc.

La escenografía de “¡Qué Monada!” desde su boceto hasta la elaboración en 3D tiene un objetivo claro y conciso que crear ambientes apropiados para que el espectador se sienta cómodo y a la vez ayude a la estimulación de tener un buen ánimo, que pase una noche cómoda, divertida y a gusto.

Dejando a un lado las luces impuestas²² en el escenario, como luces leds, luces de tungsteno, que son luces blancas pero con ayuda de otros elementos como el acrílico nos ayuda a darle color a estas luces.

²² Ver Plano de luces, Página. 148

Esta escenografía deriva de atmósferas, esto quiere decir que puede ser cálida o fría, jugando con los colores del set, también se necesita de luces spot al momento de iluminar la entrada del presentador y de invitados. Para la asimilación de profundidad se utiliza luces robóticas detrás de las partes principales del set además estas pueden crear dinamismo al espectador.

4.1.5 PLANOS SUGERIDOS

A continuación se muestra, los diferentes tiros de cámara y planos que son necesarios acorde a la escenografía de "¡Qué Monada!", es necesario concordar entre el Director de Arte, el Director de Fotografía y sugerírselos a los Camarógrafos.



Figura 4:11 Presentador – Levantamiento en Cinema 4D.



Figura 4:12 Banda Musical – Levantamiento en Cinema 4D.



Figura 4:13 Modelo – Levantamiento en Cinema 4D



Figura 4:14 Barman – Levantamiento en Cinema 4D.



Figura 4:15 Entrada de Invitados – Levantamiento en Cinema 4D.



Figura 4:16 Invitados – Levantamiento en Cinema 4D.

4.1.6 MATERIALES SUGERIDOS

Son los materiales con los cuales se va a poner en construcción la escenografía, teniendo en cuenta que al moldear, texturizar o crear formas, se sugirió los tipos de materiales que son apropiados para la calidad, durabilidad y precio necesario para el espacio designado de la escenografía.

MATERIALES BÁSICOS	
Material	Detalle
Aluminio	Material Ligero y flexible.
Mdf	Tablero fibra de madera.
Vinil	Adhesivo decorativo.
Metal	Varia de espesor, pesado difícil de moldear.
Acrílico	Polímero muy resistente.
Led	Luces de dos módulos.
Linóleo	Polímero de baja densidad, sirve para simular textura de madera.
Acero transmisión	Es una de las alineaciones más utilizadas en la industria automotriz, construcción.

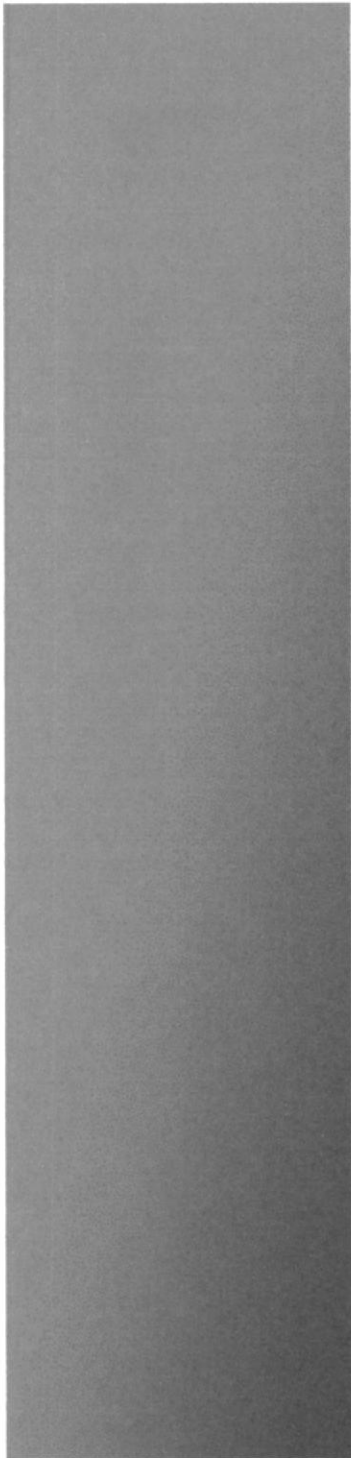
Tabla 4:1 Escenografía – Materiales Básicos.

4.1.7 MANO DE OBRA

Compone al equipo humano quienes están encargados de poner en pie el levantamiento y construcción física de la escenografía. Este grupo de trabajo está bajo el cargo del Arquitecto, que trabaja acorde a las disposiciones, planos e información delegada por el Director de Arte, quien supervisa la obra durante su desarrollo.

EQUIPO DE TRABAJO	
Cargo	Descripción
Arquitecto	Encargado en realizar los planos de la obra y supervisa su construcción.
Escenógrafo	Encargado de dirigir el montaje del trabajo.
Ebanistas	Maestro en madera, se encarga de la construcción de lo mobiliario.
Maestro en Materiales Traslúcidos	Delegado en la colocación de Acrílicos.
Maestro Enfibrador	Encargado de trabajar con fibras de vidrio.
Pintor	Maestro especialista en pigmentos y texturas en superficies.
Luminotécnico	Monta la iluminación requerida.
Electricista	Encargado de las conexiones eléctricas.
Técnico Acabado	Realiza los acabados finales de la obra.

Tabla 4:2 Escenografía – Equipo de Trabajo.



CAPÍTULO 5
DESARROLLO DE PAQUETE
GRÁFICO PARA MEDIOS

5 DESARROLLO DE PAQUETE GRÁFICO PARA MEDIOS AUDIOVISUALES

En el transcurso de la creación de la imagen de “¡Qué Monada!”, también se recurre a la creación de las piezas gráficas para la parte audiovisual del programa.

Primeramente se trabaja en la idea, y se la plasma textualmente hasta obtener su aprobación, una vez terminado este paso se comienza con las creaciones de los storyboard y bocetos, también se plantea hacer ilustraciones acorde a lo necesario del programa, y se pasa a la implementación de software en 3D. Y finalmente inicia el proceso de post-producción, en donde se realizan la sincronización de escenas, colores y efectos audiovisuales.

5.1 BUMPER IN – OUT

5.1.1 IMPLEMENTACIÓN BUMPER EN SOFTWARE

Inicialmente para la creación del bumper²³ se trabajó en plataformas o formatos necesarios, en este caso se utilizó el formato de televisión que por el momento se sigue utilizando en el Ecuador, el “NTSC” National Television System Committee (Comisión Nacional de Sistemas de Televisión), sus medidas son 720x480 a 29.9fps²⁴.

La implementación del bumper se basó totalmente al storyboard y para crearlo se requirió algunos software como son: Cinema 4D, Adobe Photoshop CS6, Adobe After Effects CS6, Soundtrack Pro y Final Cut.

²³ *Bumper: denominación a las animaciones o intro de un programa.*

²⁴ *Fps: denominación de frame o cada cuadro de un video.*

5.1.1.1 CREACIÓN DE PERSONAJE PARA EL BUMPER

Un elemento muy importante para el bumper de "¡Qué Monada!" es la creación del personaje, se creó un boceto en 2D.

Luchin es el nombre del personaje, es la representación de un mono perdido en la ciudad de Guayaquil.

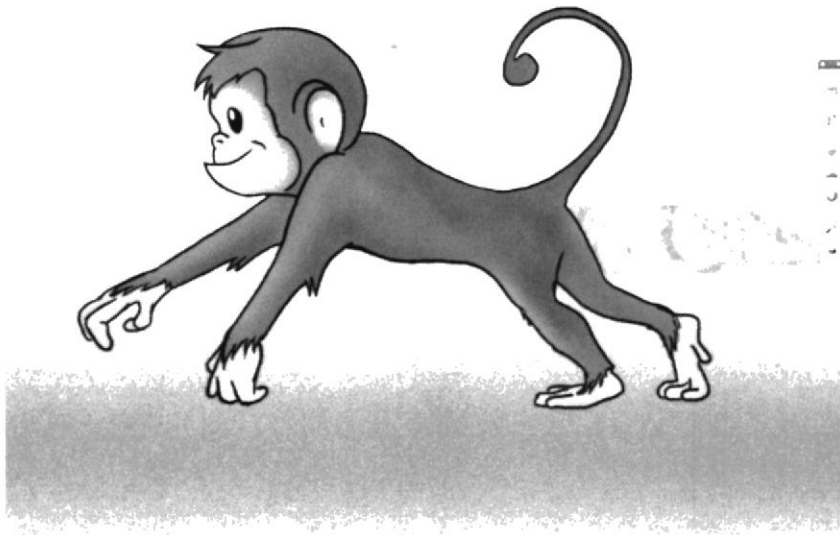


Figura 5:1 Personaje en 2D.

Una vez aprobada la propuesta en 2D, se lo procede a diseñar su forma en 3D, en este caso el Software a utilizar es Cinema 4D.

El procedimiento consiste en empezar desde un primitivo, en este caso sería un cubo. Se lo divide en la mitad y se procede a moldear o darle forma a la parte izquierda del personaje, sin usar demasiadas divisiones solo usando las necesarias, el resultado será una parte del modelado con un terminado un tanto rustico.



Figura 5:2 Creación del personaje en 3D.

Se utiliza herramientas necesarias predeterminadas en el Software, como lo es la simetría, esta herramienta consiste en crear a manera de espejo un modelado reflejo de su lado opuesto.

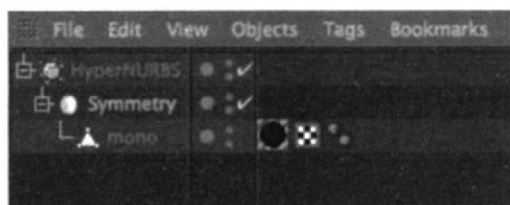


Figura 5:3 Simetría de un elemento.

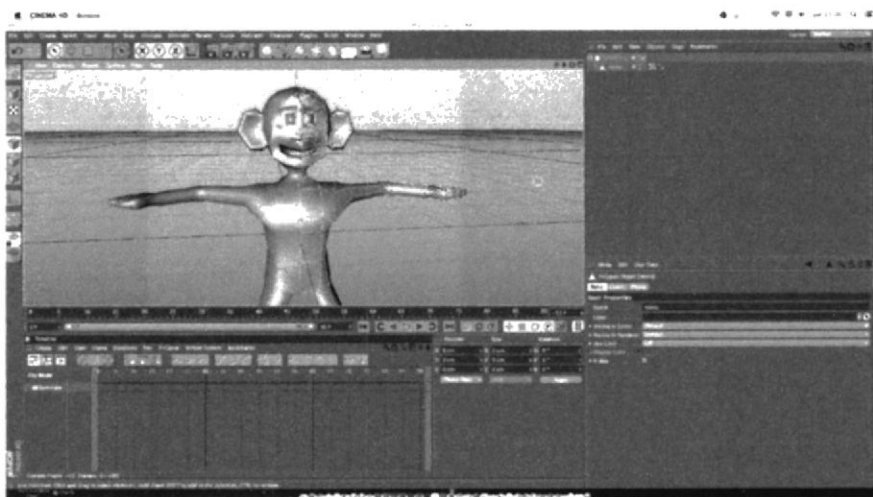


Figura 5-4: Simetría del personaje.

Para poder reducir los rasgos rústicos, es predeterminante usar la herramienta de hypernurbs²⁵, la función de dicha herramienta es suavizar las partes del modelado subdividiéndolas y redondeándolas, así poder obtener un elemento más realista. El hypernurbs se lo encuentra en el sector de herramientas de "Nurbs".

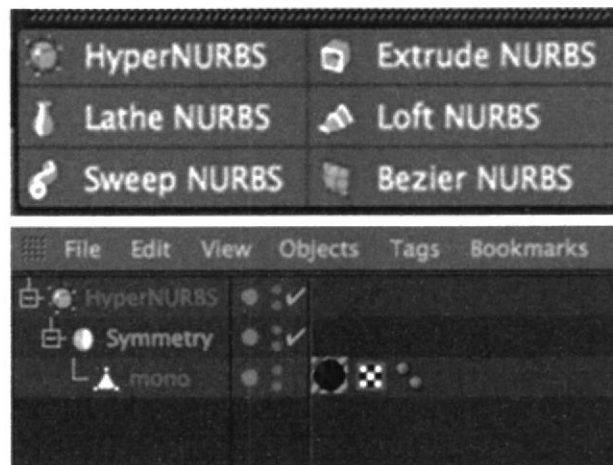


Figura 5:4 Herramienta de HyperNURBS.

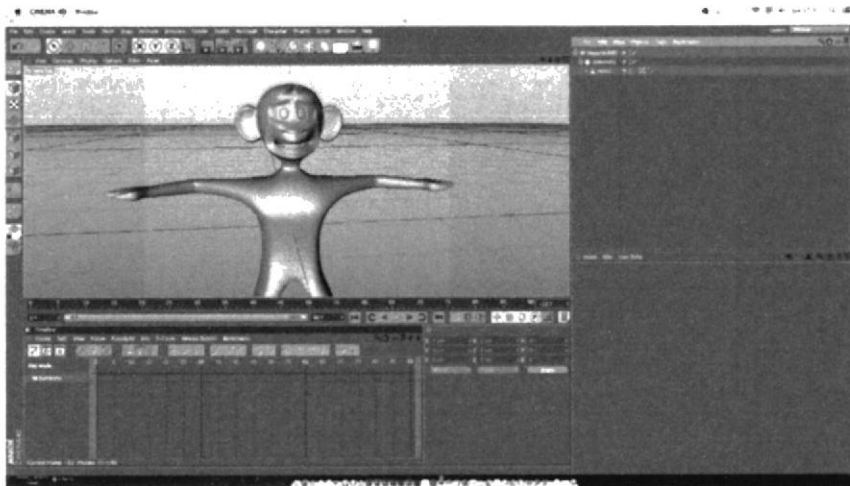


Figura 5:5 Personaje con HyperNURBS.

²⁵ Hypernurbs: herramienta de Cinema 4D.

El siguiente paso es texturizar al personaje, se procede a crearle sus respectivos colores y texturas, es necesario para que el acabado sea más realista. Además crearle una textura mapeada, esto quiere decir que se puede pintar el personaje de una manera directa mediante los pinceles predeterminados.

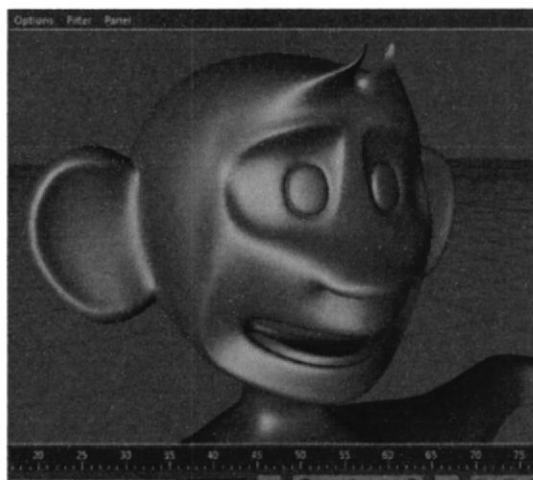


Figura 5:6 Personaje con HyperNURBS.



Figura 5:7 Creación del Mapeado para la texturizar el personaje.

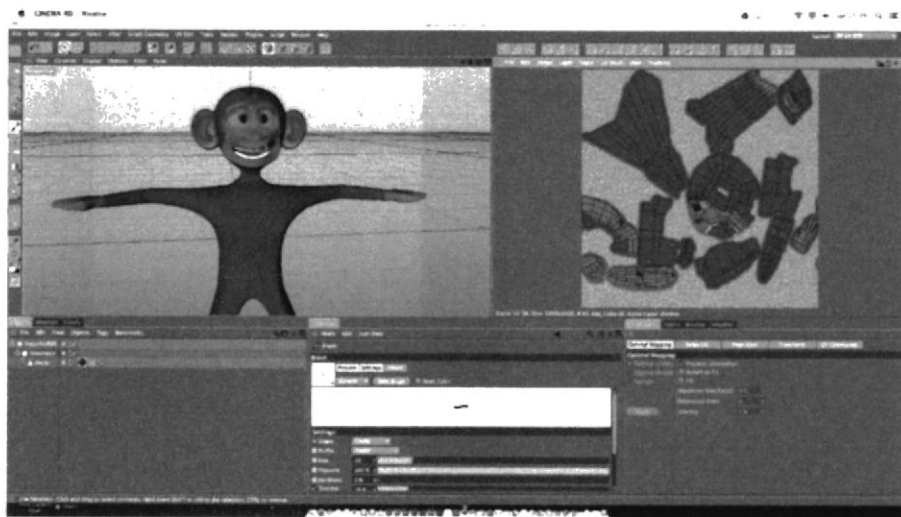


Figura 5:8 Texturizado del personaje.

Cinema 4D también es plataforma para animación de objetos 3D, por consecuencia se trabajó en la animación del personaje, usando joints²⁶, controladores, Pose Morph.

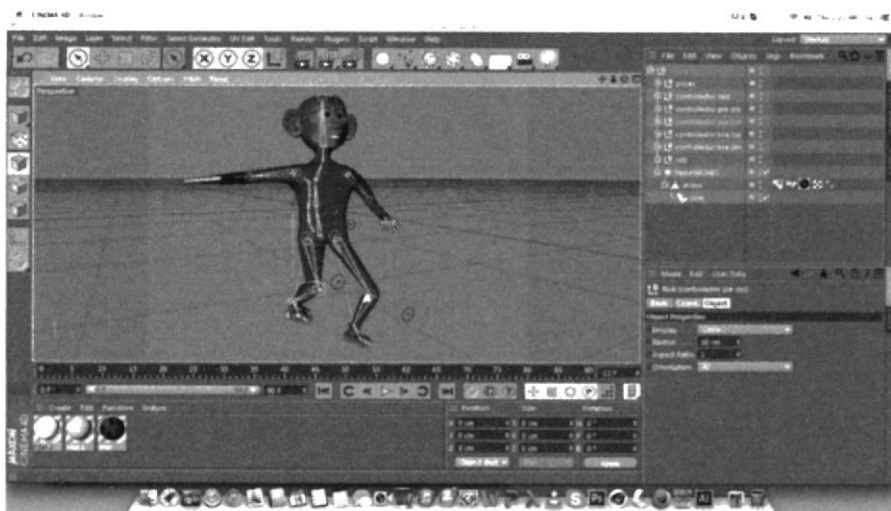


Figura 5:9 Animación de personaje- Colocación de Joints.

²⁶ Joints: herramienta usada en Cinema 4D para poder animar un personaje.

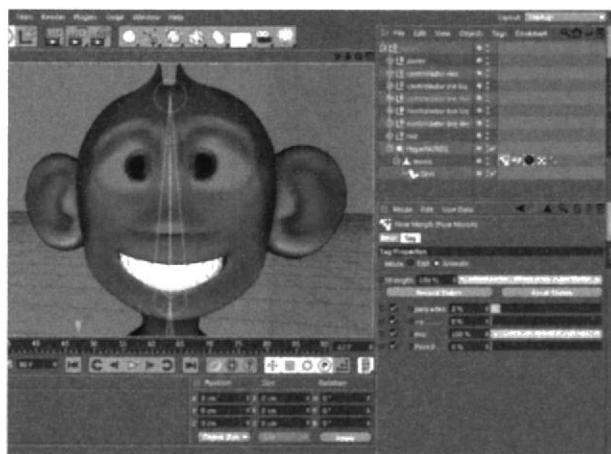


Figura 5:10 Animación de personaje- Pose Morph – Animación de gestos faciales.

Luchin es el personaje principal del bumper, su aparición es muy continua, se evaluó la manera de animar por escenas, de este modo se evita menos recursos y tiempo al momento de realizar los render²⁷.

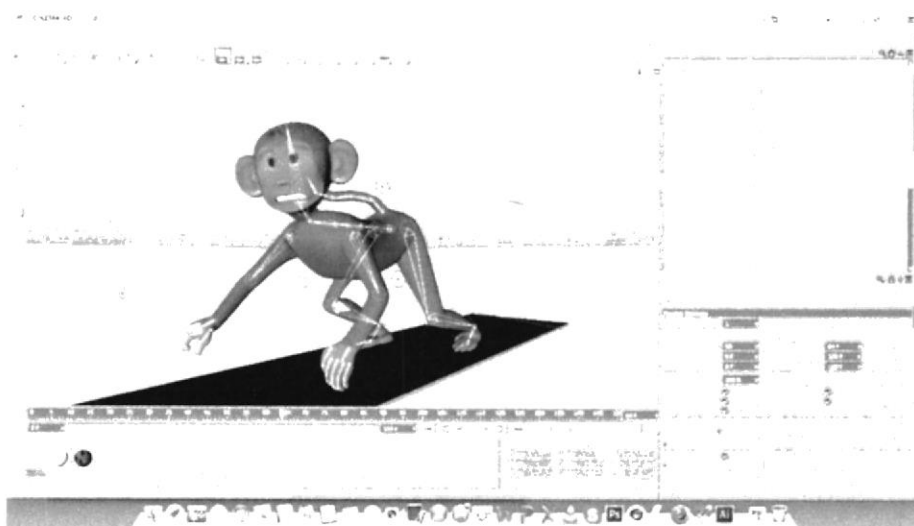


Figura 5:11 Animación de personaje, por separado – Escena de correr.

²⁷ Render: función de procesamiento de un video.

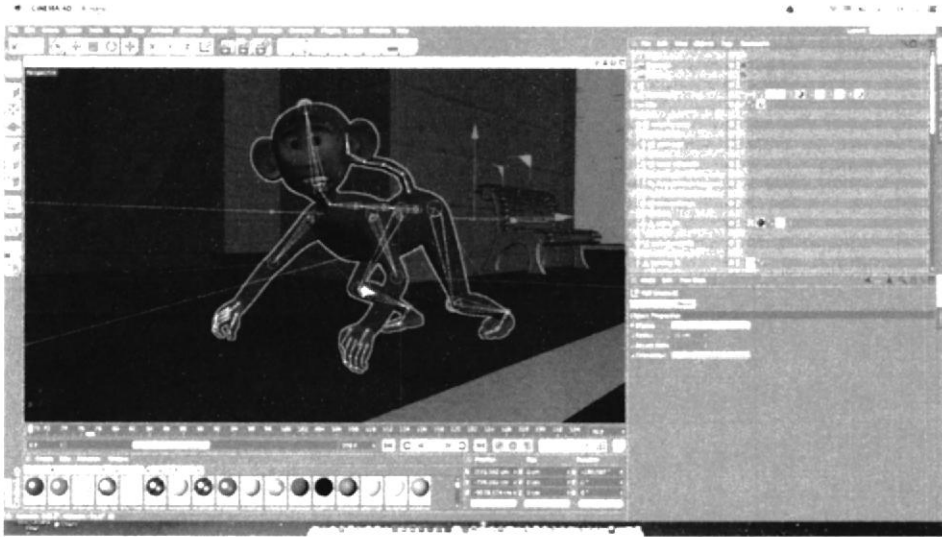


Figura 5:12 Animación de personaje, con su contorno – Escena de correr.

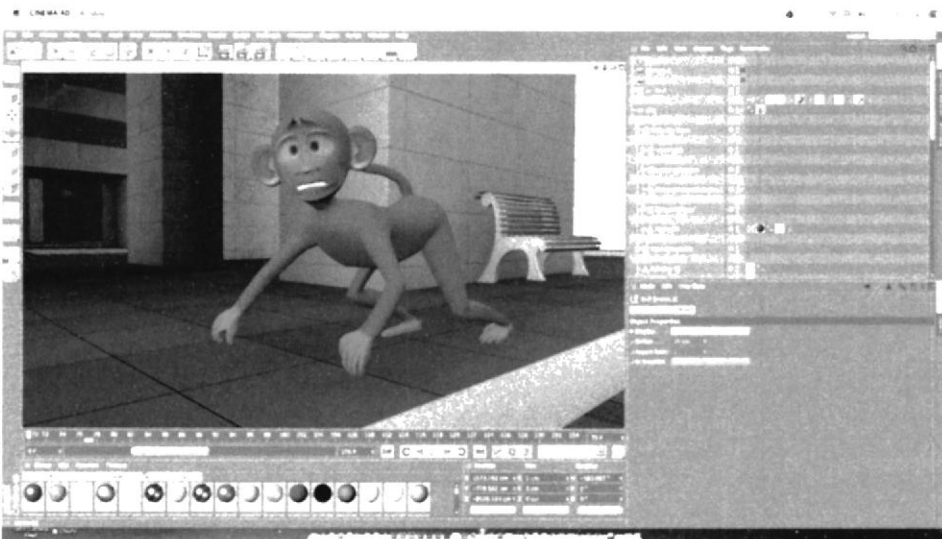


Figura 5:13 Animación de personaje, con su contorno y render – Escena de correr.

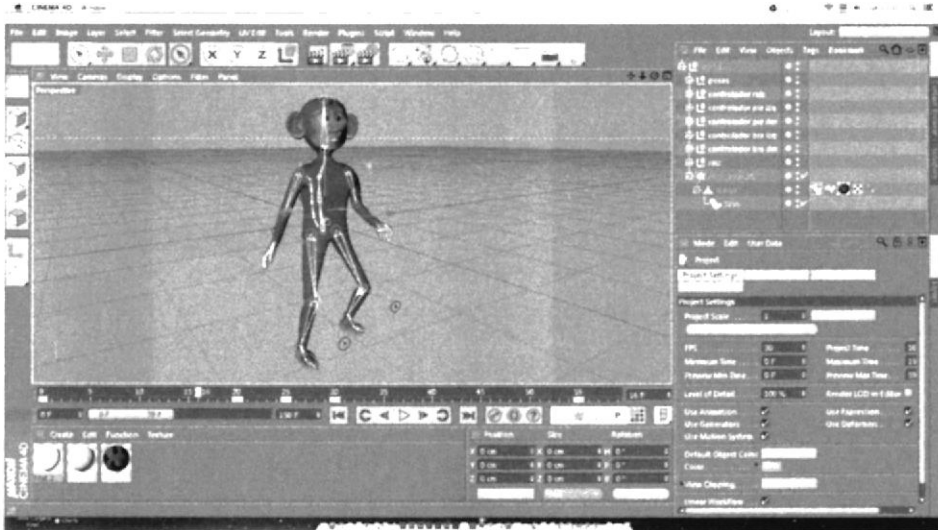


Figura 5:14 Animación de personaje, por separado – Escena de caminata.

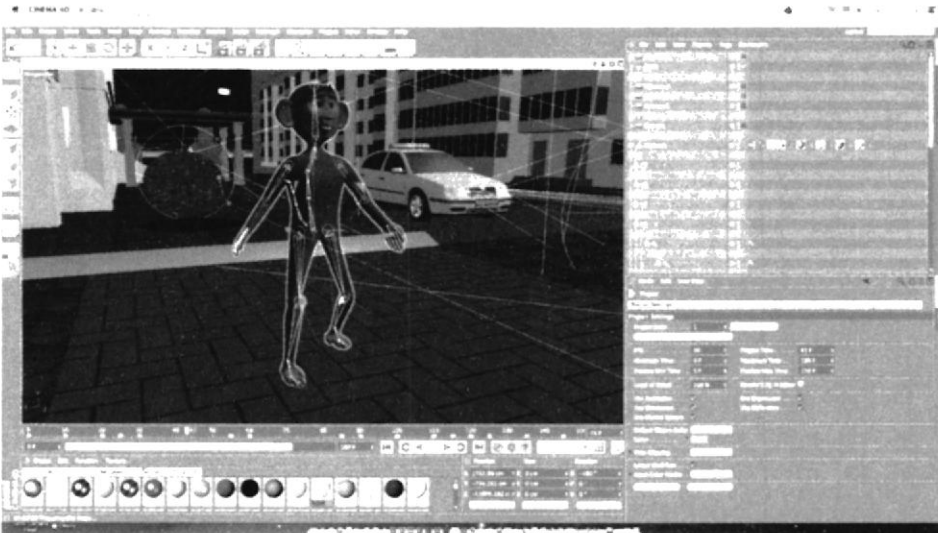


Figura 5:15 Animación de personaje, con su contorno – Escena de caminata.



Figura 5:16 Animación de personaje, con su contorno y render – Escena de caminata.

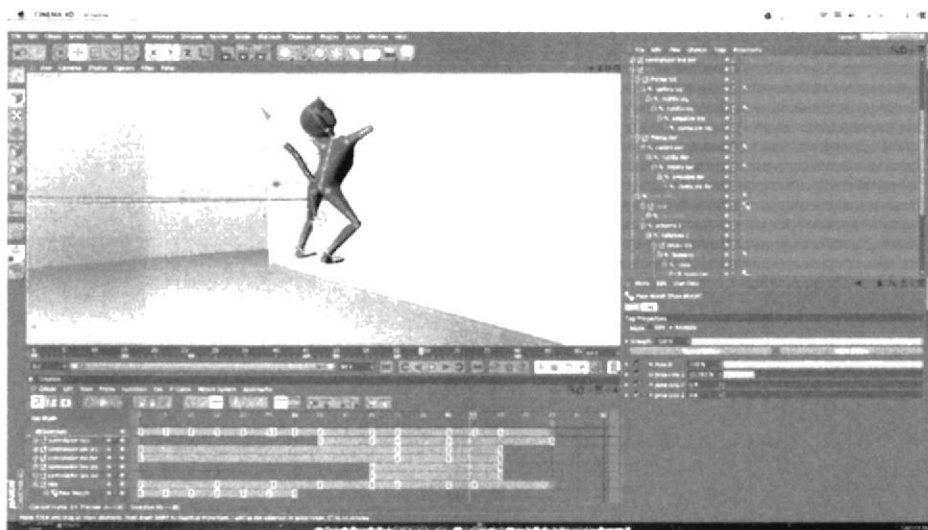


Figura 5:17 Animación de personaje, por separado – Escena de salto.

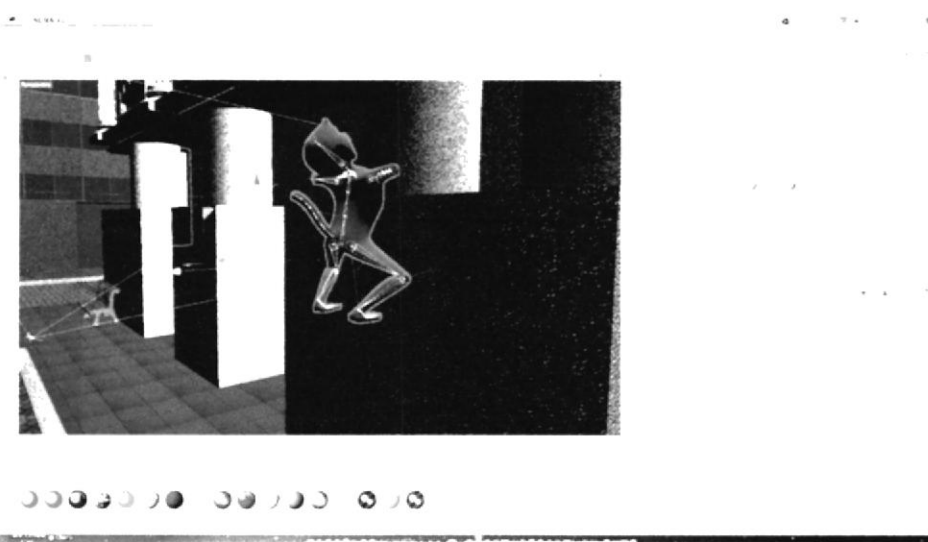


Figura 5:18 Animación de personaje, con su contorno – Escena de salto.

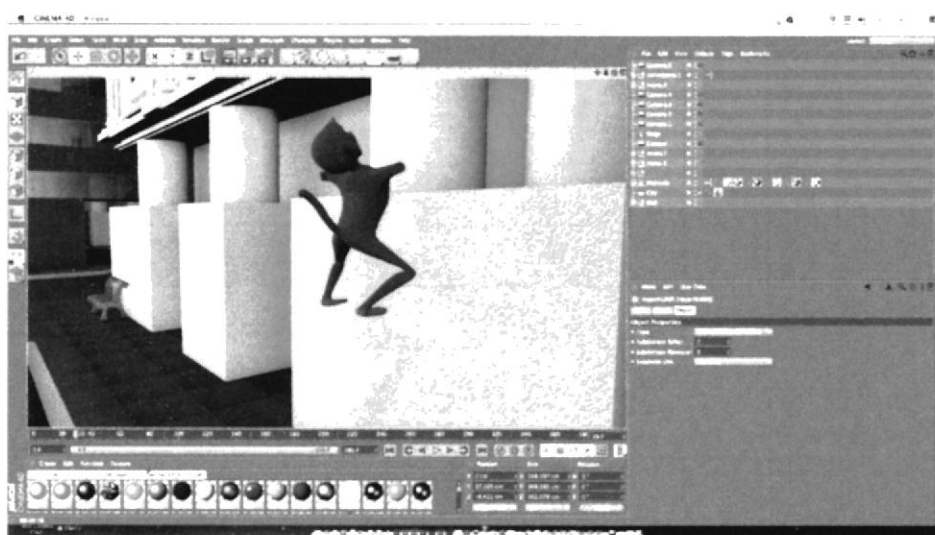


Figura 5:19 Animación de personaje, con su contorno y render – Escena de salto.

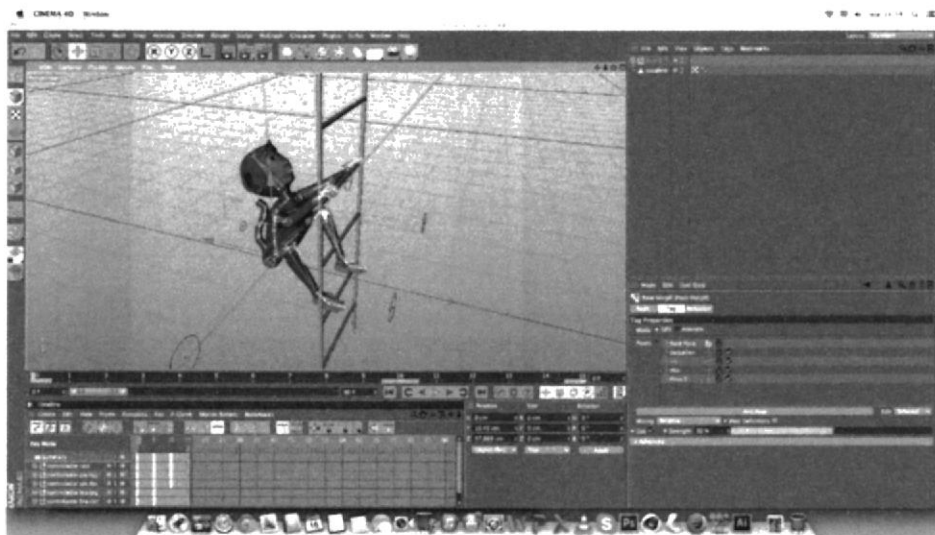


Figura 5:20 Animación de personaje, por separado – Escena de subir escalera.



Figura 5:21 Animación de personaje, con su contorno – Escena de subir escalera.

5.1.1.2 IMPLEMENTACIÓN DE PERSONAJE EN EL BUMPER

Para crear una atmósfera realista a los requerimientos del storyboard, es necesario que la implementación de las otras piezas gráficas también se las realice en Cinema 4D, como ejemplo la propuesta de uno de los lugares más frecuentes de la ciudad de Guayaquil, su parte central, la avenida 9 de Octubre, lugar en donde el personaje principal el mono efectuara diferentes actividades.

Todos los elementos usados en el área designada del bumper están realizados en 3D, el propósito es proyectar dinamismo y un pequeño ecosistema en el cual "Luchin" se desempeña.

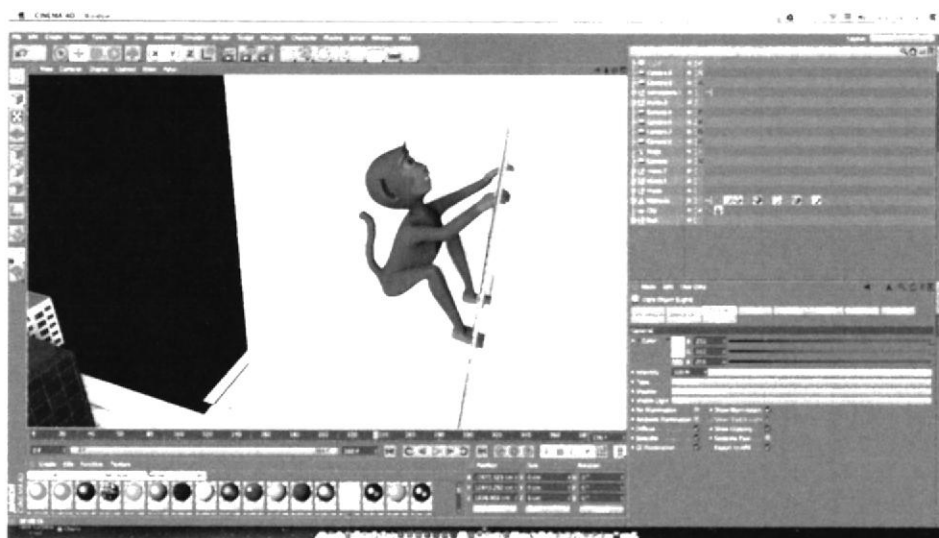


Figura 5:22 Animación de personaje, con su contorno – Escena de subir escalera.

Al proyectar una estructura en 3D es necesario que tenga sus debidas texturas, en este caso se procedió a usar fotografías de los mismos lugares de la ciudad de Guayaquil. Otro aspecto importante es la iluminación necesaria para crear atmosferas y darle más realce al contorno y al personaje.

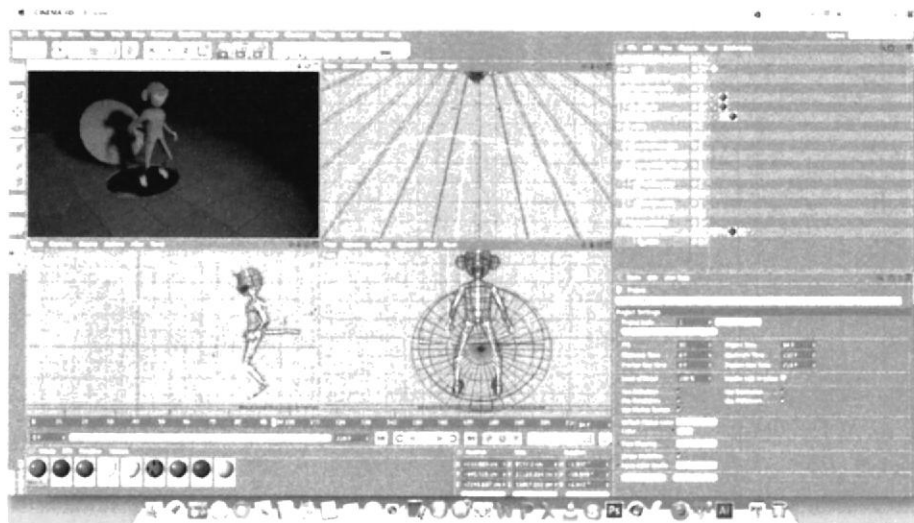


Figura 5:23 Animación de personaje – Escena salida de Alcantarilla.



Figura 5:24 Modelado ciudad de Guayaquil, sin render.

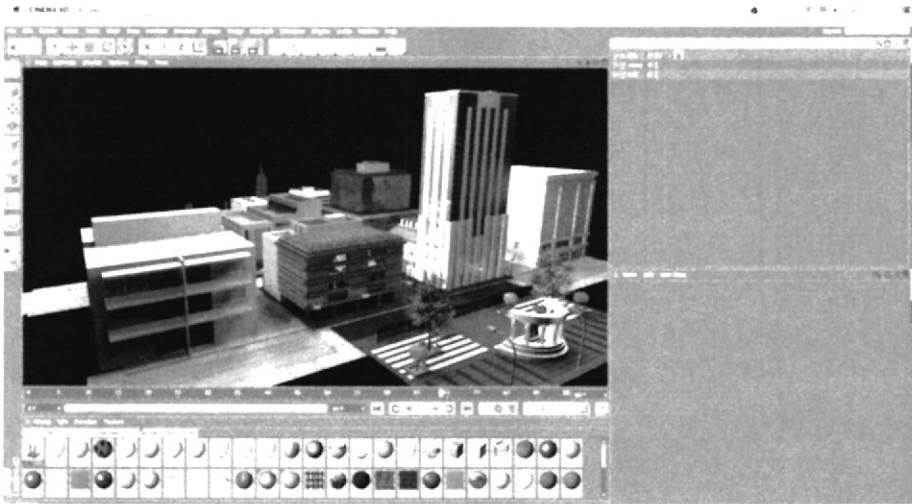


Figura 5:25 Modelado ciudad de Guayaquil, con render.

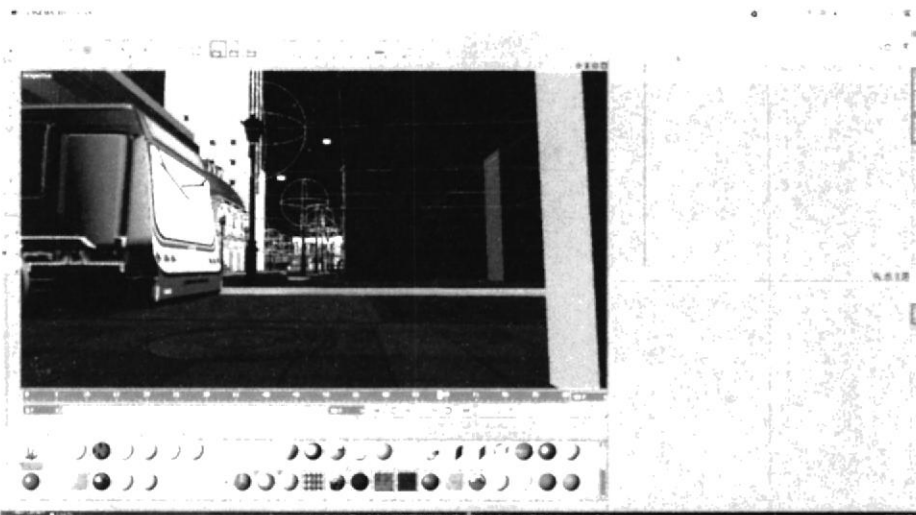


Figura 5:26 Modelado ciudad de Guayaquil y parte de la Metrovía, sin render.

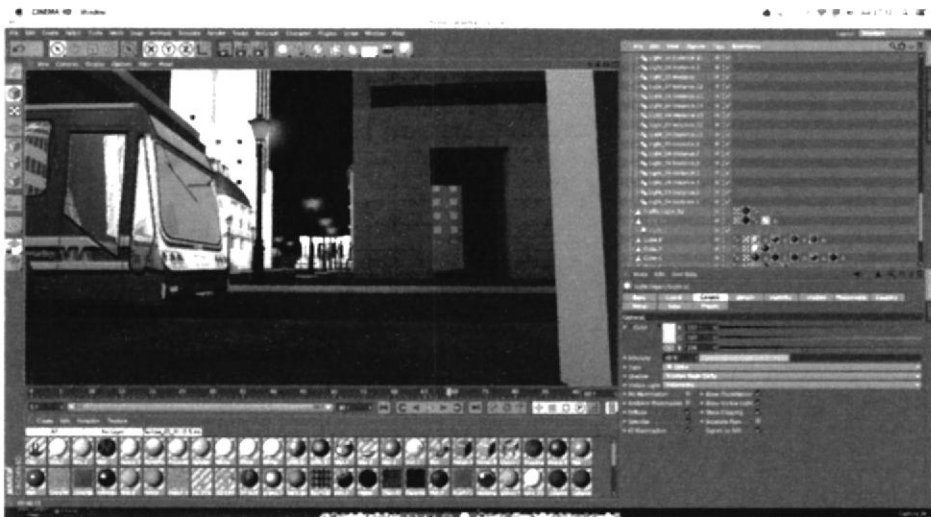


Figura 5:27 Modelado ciudad de Guayaquil y parte de la Metrovía, con render.

Ya terminada la implementación de bumper en el software de 3D, esto deriva al siguiente paso que es la implementación de efectos especiales en los videos.

El software requerido es Adobe After Effects, en el bumper de “¡Qué Monada!” se puso en práctica efectos como “Light Burst” para crear efectos de transiciones luminosas y “Fractal Noise” para crear efectos de humo.

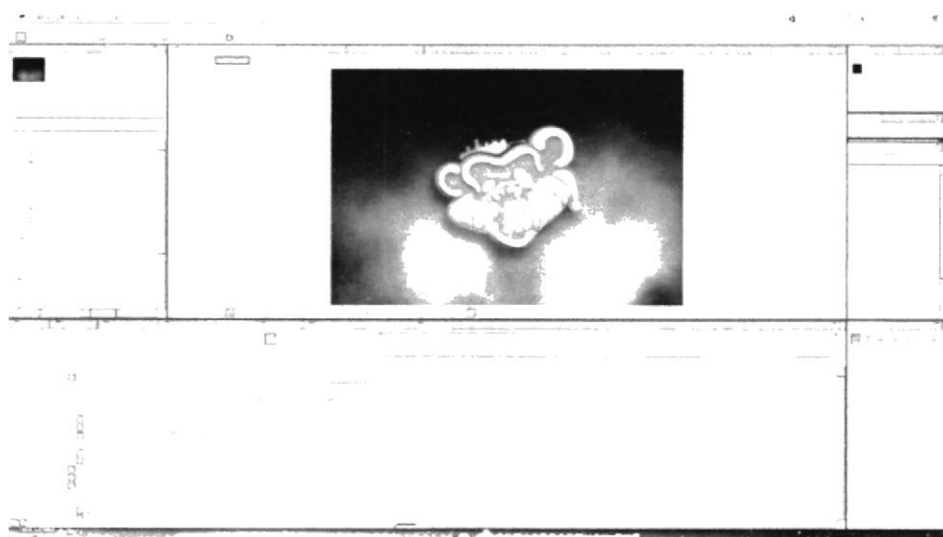


Figura 5:28 Aplicación de efecto, Fractal Noise- – Adobe After Effects.

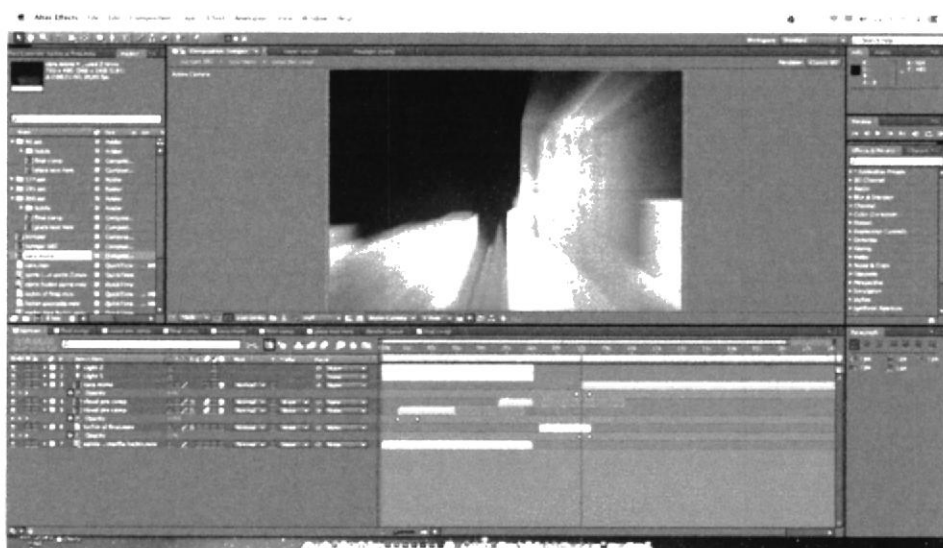


Figura 5:29 Aplicación de efecto, Light Burst – Adobe After Effects.

Es necesario unir todas las partes editadas, esto nos ayuda al momento de crear una continuidad al crear el render final incluso también se corrige el color además de inferir

en el exceso de luminancia²⁸ y crominancia²⁹. El software que se requiere usar es “Final Cut”.



Figura 5:30 Aplicación de corrección de color - Final Cut.

Toda animación siempre tiene que contar con su respectivo sonido, esto ayuda al espectador el poder interpretar mejor la idea del clip.

En el transcurso de la creación del bumper de “¡Qué Monada!” se necesitó de la ayuda del software “Sountrack Pro”, este programa ayuda a la creación, inserción y grabación de sonidos, que se necesitan para una animación.

Los sonidos escogidos van de acuerdo a la funcionalidad del video, como el bumper de “¡Qué Monada!” representa cambios repentinos de movimientos, cambios de cámara, movilidad de medios de transporte y piezas metálicas, se buscó los sonidos adecuados en la librería del software ya que estos no contienen “Copyright”, asimismo se necesitó de la ayuda del “Foley” para la creación de algunos sonidos.

²⁸ Luminancia: Es un componente que contiene información de luz o brillo de un producto visual.

²⁹ Cromancia: Es un componente que contiene información del color y saturación de un material en video.

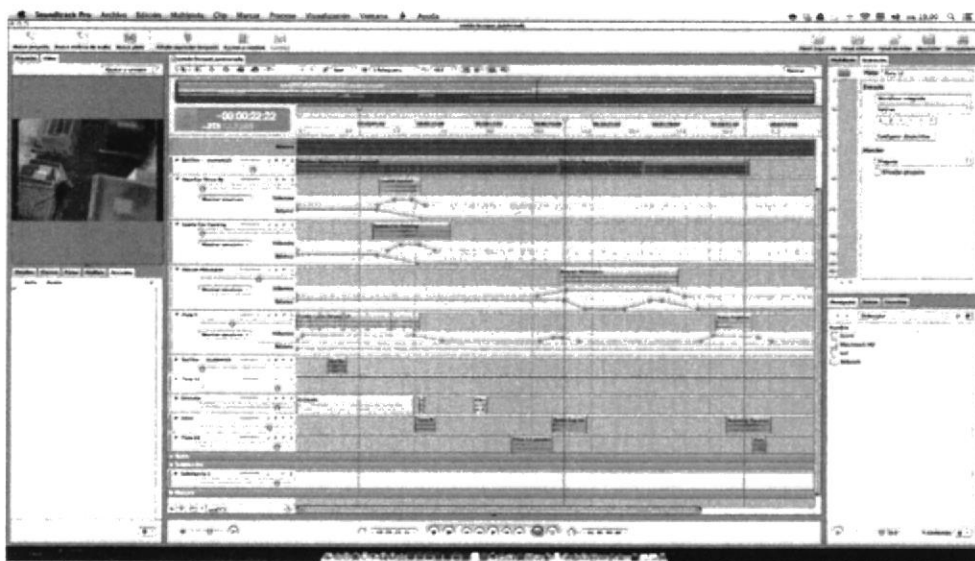


Figura 5:31 Aplicación de corrección de color - Final Cut.

Para la implementación del Bumper-Out, se requirió de los mismos elementos del bumper-In, pero en este caso no usamos a “Luchin”, sino que se utilizó juegos de cámara en la ciudad modelada, los mismos sonidos y en la parte final se puso el mismo efecto de Light Burst.



Figura 5:32 Bumper Out sin render.

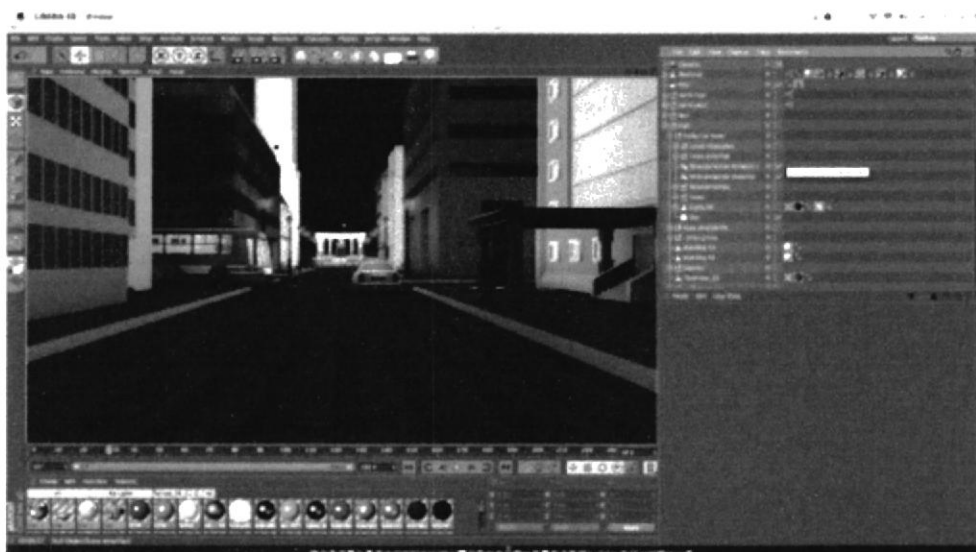


Figura 5:33 Bumper Out con render.

5.2 SIN FIN

Es una pieza gráfica de mucha importancia para el programa, motivo por el cual se lo utilizara en el plasma ubicado en la escenografía. Este sin fin tiene una trayectoria continua que no termina, a esto se lo denomina loop³⁰.

Las propuestas de “Sin Fin”, cumplen con los requerimientos antes planteados asimismo su temática va acorde a las condiciones de la escenografía como son los colores, iluminación y también su animación.

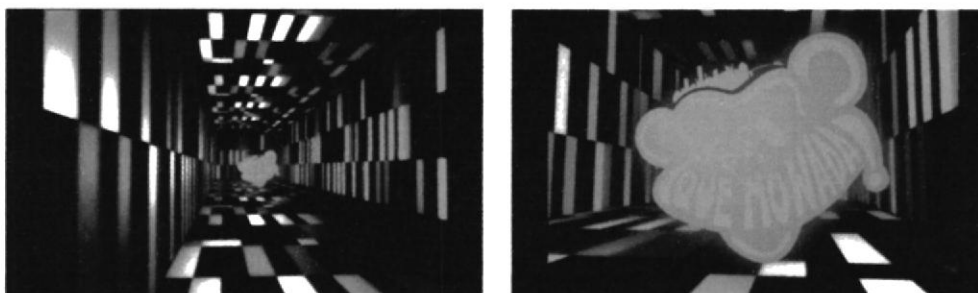


Figura 5:34 Aplicación del Sin Fin.

³⁰ Loop: Es una animación que no cuenta con un inicio ni un final y se repite.

5.3 SEGMENTOS

Como se mencionó antes el programa contará con cuatro bloques que contienen cuatro segmentos. Para cada segmento consta con una animación, esta cuenta con la animación del nombre del segmento por encima de las tomas del bumper-out.

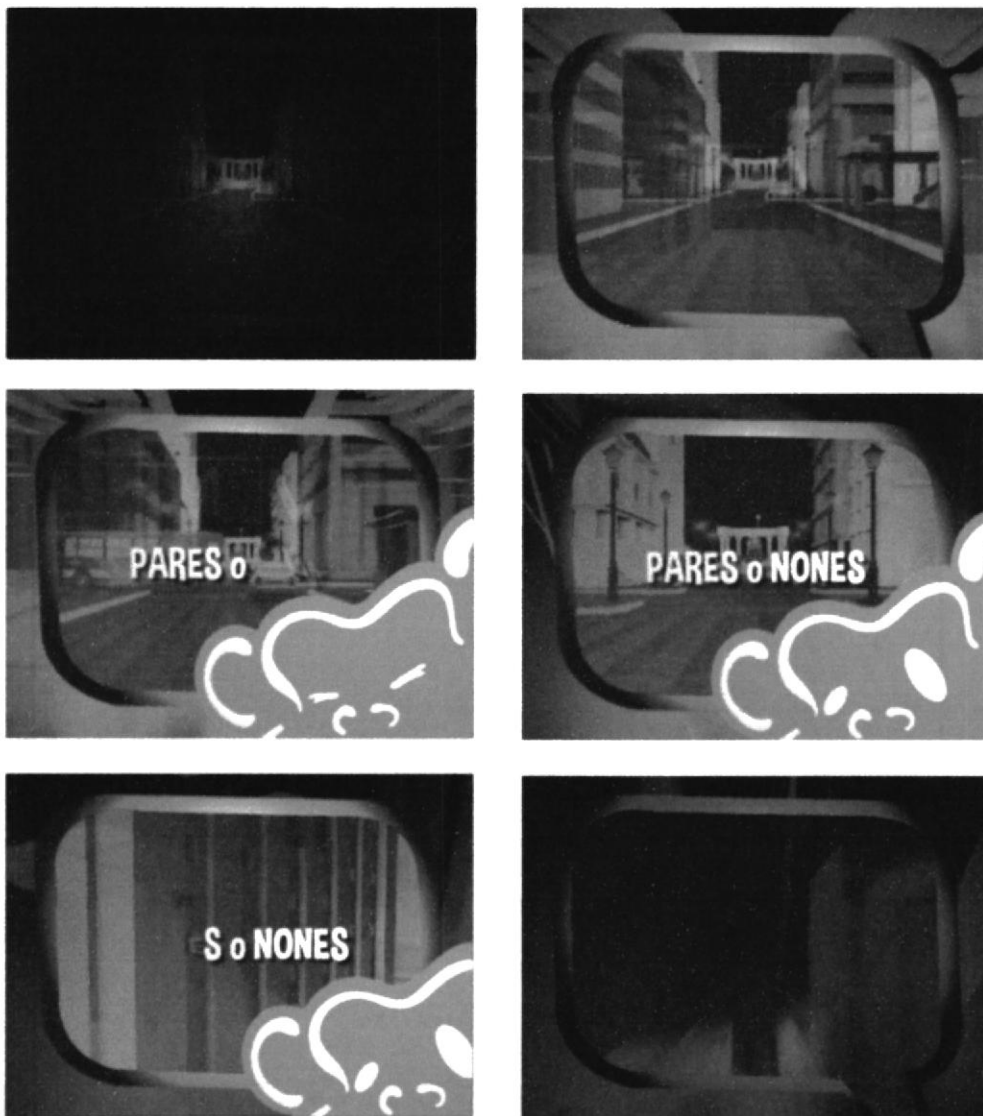


Figura 5:35 Segmento de "Pares o Nones".

5.3.1 IMPLEMENTACIÓN SEGMENTOS

Se utilizó el mismo software de edición de las demás piezas gráficas “Adobe After Effects”, con el elemento del mono utilizado del logo, y una nube que indica un pensamiento del tal. Se utilizaron los juegos de cámara del bumper-out y se le pone un sólido de los colores de la línea gráfica, para crear un filtro rosa.

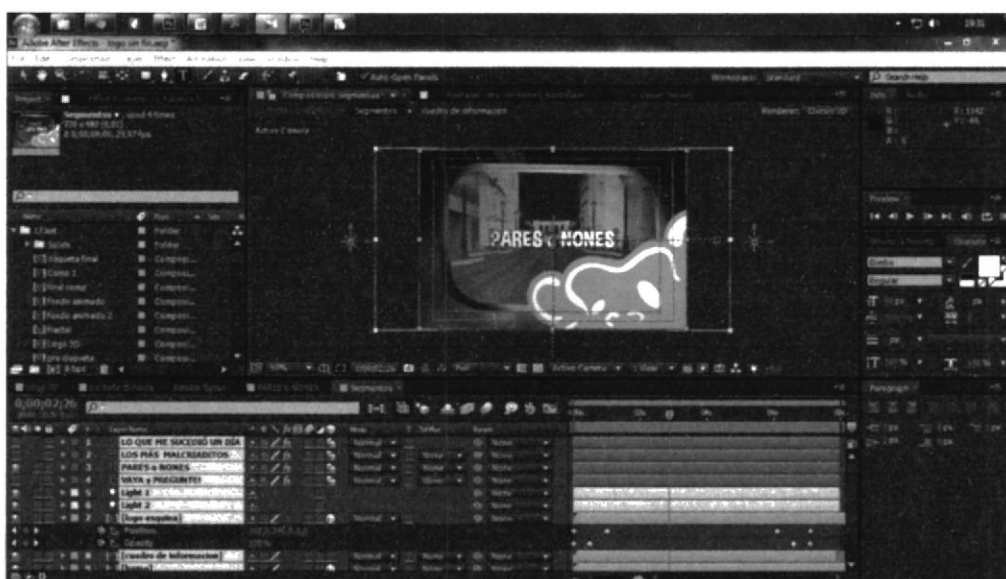


Figura 5:36 Implementación de “Pares o Nones”.

Al momento de exportar o hacer render, en sus opciones se coloca en formato H.264 con extensión .mp4.

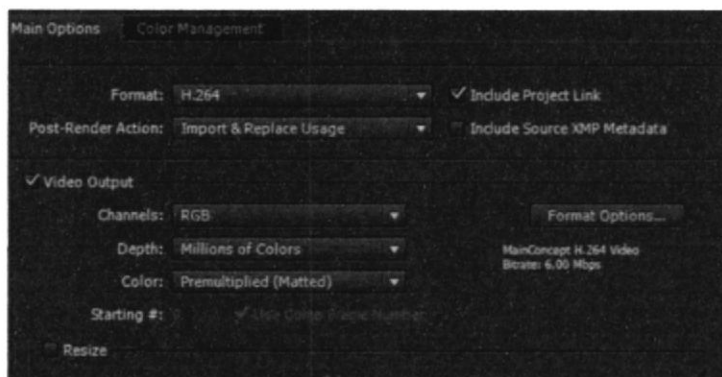


Figura 5:37 Configuración de render de “Pares o Nones”.

5.4 SOBREIMPOSICIONES

5.4.1 LOWER THIRD

También conocida como sobreimposición, es una pieza gráfica realizada en la post-producción, una vez terminada se procede a ubicarla sobre los demás componentes gráficos del programa que salen en la pantalla.

La sobreimposición tiene que ir de acuerdo a la línea gráfica para que no pase desapercibida, inclusive contrastando con el encuadre pero armonizando con la escenografía y así no causar un ruido visual en el espectador, su contenido es informativo esto quiere decir que tendrá texto o referencia de las cosas que sucedan en el programa como son nombres del segmento, números, nombre de los invitados, nombre del personal del programa, como barman, modelo, presentador y nombre de la banda musical.



Figura 5:38 Inicio del Lower Third.



Figura 5:39 Formación de elementos del Lower Third.



Figura 5:40 Información en el Lower Third.



Figura 5:41 Salida de información en el Lower Third.



Figura 5:42 Salida del Lower Third.

5.4.1.1 IMPLEMENTACIÓN LOWER THIRD

Para cada pieza gráfica se necesita de diferente software para su creación, en este caso se empleó el "Lower Third" desde la plataforma de Adobe After Effects, añadiendo que se utilizaron elementos exportados desde cinema e illustrator.

En la manera de poder formar la animación, se profundizó en la creación de composiciones, cada composición contiene animaciones individuales de los elementos.

Se efectuó la exportación del logo animado en 3D desde cinema 4D con canales Alpha³¹, esto quiere decir que se exporta el video solo con el logo y con transparencia a su alrededor, para así importarlo al After Effects, y crear la composición.

³¹ Canal Alpha: es un canal en donde se le quita el fondo del video, dejando así solo al componente principal.

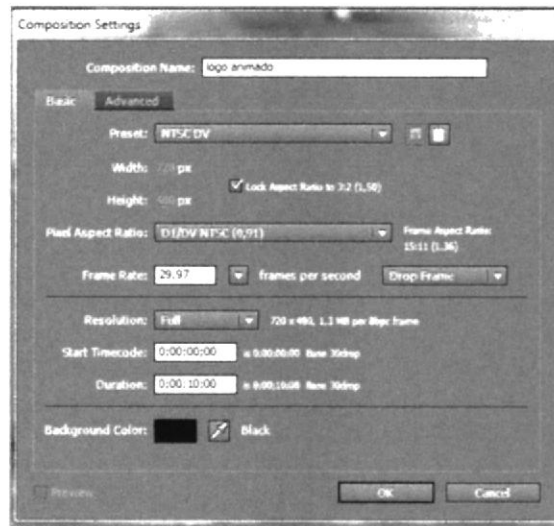


Figura 5:43 Creación de una composición, en After Effects.



Ya realizada todas sus composiciones en donde están sus componentes, se procede a activar la opción de 3D en las capas, estos influye mucho al momento de iluminar un elemento.



Figura 5:45 Implementación de composiciones y capas en 3D, en After Effects.

Terminado el proceso de animación, el siguiente paso es realizar el render, se escoge la ruta en donde guardar el archivo con su respectivo nombre, además de seleccionar que tipo de calidad se necesita para la exportación.



Figura 5:46 proceso de render, en After Effects.

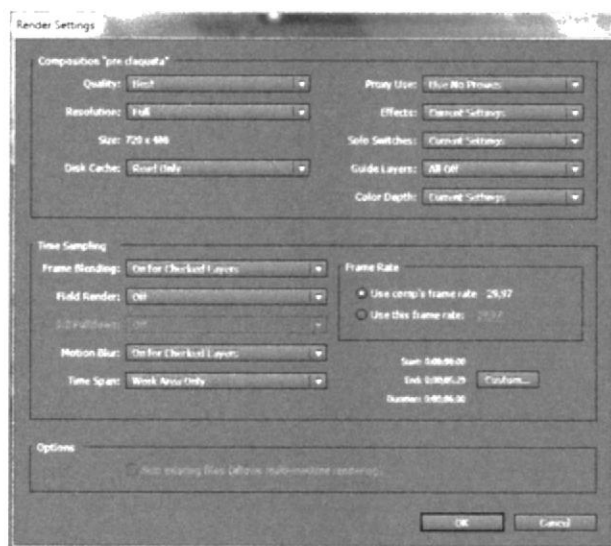


Figura 5:47 Configuración del render parte 2, en After Effects.



Figura 5:48 Configuración del render, en After Effects.



Figura 5:49 Terminación del render, en After Effects.

5.5 PANTALLAS DIVIDIDAS

La creación de pantallas divididas beneficia tanto programa como al televidente en el momento de crear atmósferas en el programa que permite al espectador experimentar sensaciones como por ejemplo, enfrentamientos, unidad, asimismo poder tener diferentes vistas del programa en una misma pantalla, lo cual permite establecer conversaciones entre los personajes y tener una apreciación más alta de lo que está ocurriendo en el set.



Figura 5:50 Pantalla dividida.

Para no desperdiciar espacio en la composición, es necesario implementar otros recursos, uno de ellos es el logo de la Red Social twitter, con el hasta “#QueMonada”, para que los televidentes puedan mencionar dicho hashtag³² en sus tweets.

En la parte inferior se colocara una “Barra Scroll³³”, la que contiene una barra en transparencia con un soporte textual en donde saldrán los tweets de los televidentes en vivo y además estará en constante aparición en todo el programa.

³² Hashtag: Frase utilizada en twitter para sobresaltar algo.

³³ Barra Scroll: una barra animada en donde se puede escribir información en tiempo real.



Figura 5:51 Pantalla dividida en particiones.

5.5.1 IMPLEMENTACIÓN PANTALLAS DIVIDIDAS

En esta implementación de pantallas divididas se necesitó de un software de edición de video, en este caso es "Adobe After Effects" y además de "Adobe Illustrator" para la vectorización de algunos elementos de la animación, como el logo del "twitter" y las nubes de texto, que sirven como pantallas.

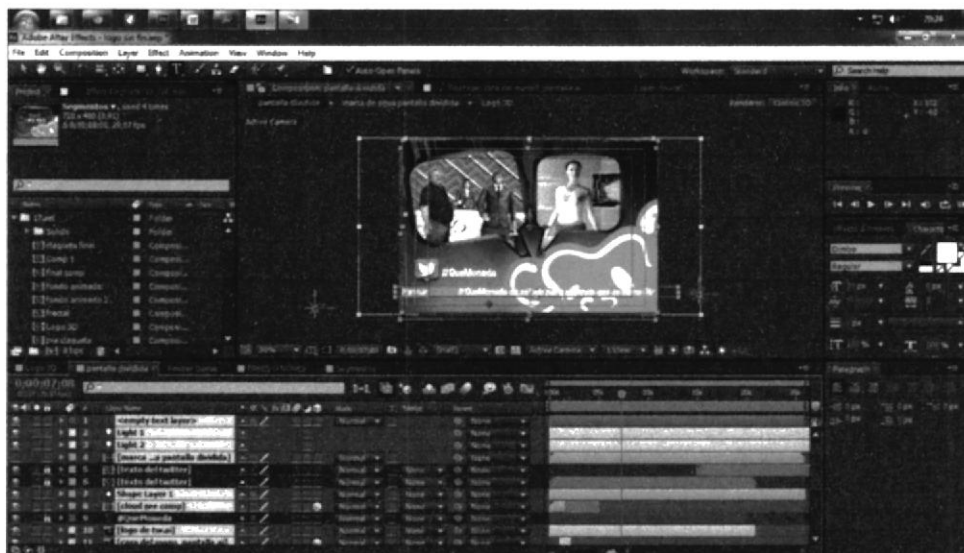


Figura 5:52 Pantalla dividida en particiones.

5.6 ANTI-ZAPPING

Para tener un buen concepto de Anti-Zapping, primeramente debemos saber que significa Zapping o zapeo.

Zapping se le denomina a la acción que hace el televidente de saltar, cambiar de programación o de canales de televisión. En inglés también se los denomina “Flip Channels, Channel-Hopping o Channel Surfing”.

El Anti-Zapping es todo lo contrario, esto quiere decir que su función es evitar que los televidentes, intenten cambiar de canales al momento de la transmisión del programa, para cumplir esta función es necesario crear algo que mantenga la atención del televidente, en este caso son animaciones mostrando que es lo que vienen en el siguiente segmento.



Figura 5:53 Anti-zapping.

En esta animación se utilizó la frase "Más ADELANTE..." esperando así, poder tener intrigada a la teleaudiencia, y evitar que cambien de canal.



Figura 5:54 Anti-zapping completo.

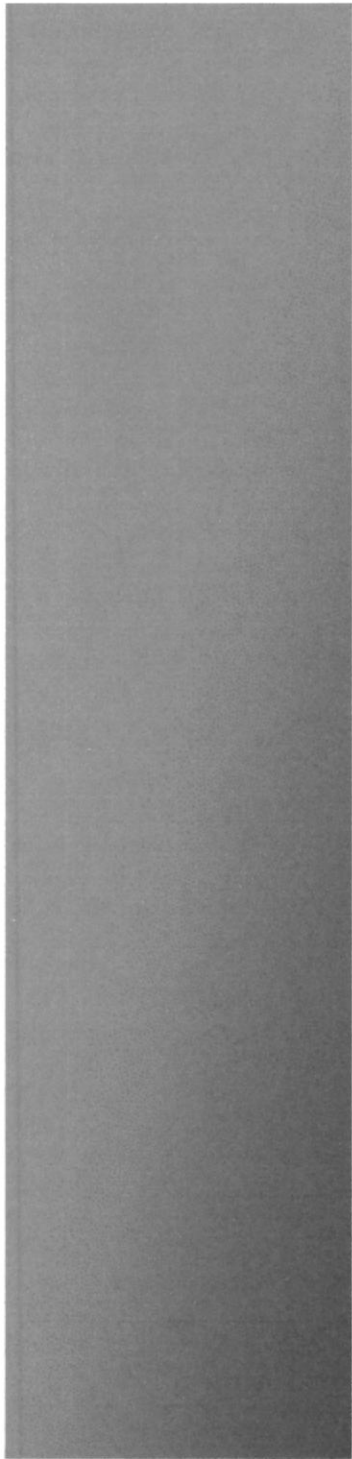
5.6.1 IMPLEMENTACIÓN ANTI-ZAPPING

Tuvo de referencia parte de la estructura de las pantallas divididas, su fondo, el recuadro se lo hizo más grande para poder crear una especie de ventana la cual mostrara avances del programa, seguido del texto con su frase "Más ADELANTE.."

Su frase aparece en dos ocasiones, se lo animo para la parte de entrada y de salida, ambas se mantienen por algunos segundos mientras en la toma siguen secuencias de los avances.



Figura 5:55 Implementación Anti-zapping.



CAPÍTULO 6
ORGANIGRAMA, CRONOGRAMA Y
PRESUPUESTO

6 ORGANIGRAMA, CRONOGRAMA Y PRESUPUESTO

6.1 ORGANIGRAMA

Para el progreso de este proyecto, el cual se encuentra bajo la tutela del Director de Arte, es indispensable contar con un grupo de trabajo, dicho equipo debe estar totalmente capacitado para ejecutar sus designaciones de la manera correcta, en el plazo establecido desde la concepción, el diseño hasta la producción y post-producción del mismo.

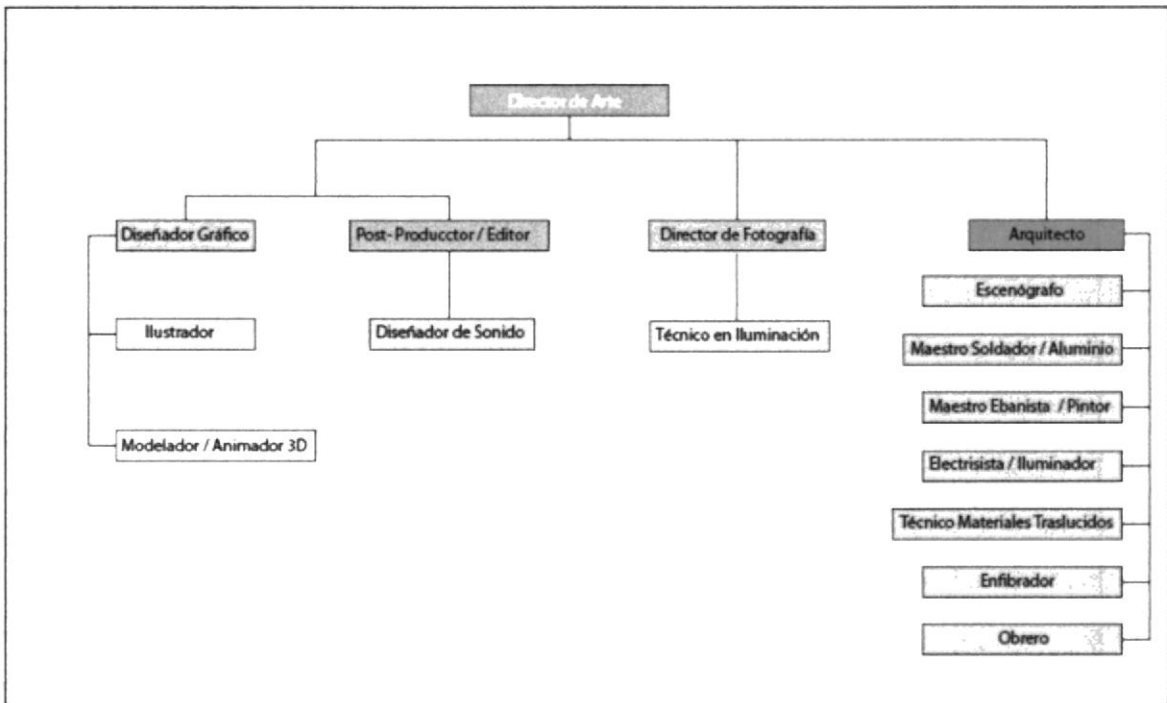


Figura 6:1 Organigrama.

6.1.1 FUNCIONES DELEGADAS DEL ORGANIGRAMA

6.1.1.1 DIRECTOR DE ARTE

Persona capacitada para poder comunicar el sentido y el motivo del programa. Trabaja de manera artística, esto quiere decir que primeramente trabaja a papel y lápiz, después a la manera digital obteniendo así la línea gráfica y escenografía. También cumpliendo la supervisión las respectivas necesidades del set, desde la conceptualización hasta la propia producción.

Responsable de seleccionar el talento humano acorde a la necesidad del proyecto desde su gestación, bocetos, pre-producción, Producción, post-producción, la elaboración del presupuesto.

6.1.1.2 DISEÑADOR GRÁFICO

Persona encargada de plasmar las ideas del Director de Arte en los software correspondientes, colaborador participe en la creación de la línea gráfica.

6.1.1.3 ILUSTRADOR

Es artista plástico, aplicando sus conocimientos en diseño gráfico, historia del arte, anatomía humana, perspectiva, color, textura e iluminación, etc. Responsable de plasmar y ampliar el concepto visual del director de arte, bocetos de la escenografía, marca y piezas gráficas, etc. Producción de storyboards donde se puede visualizar una historia visual de personaje o secuencias animadas.

6.1.1.4 MODELADOR / ANIMADOR 3D

Persona que domina a la perfección los gráficos tridimensionales, modela, ilumina, texturiza. En este proyecto su objetivo consiste en el levantamiento de la escenografía con medidas reales, software a utilizar Cinema 4D.

Capacitada en animación y movimiento de personajes, efectos especiales, luces, etc. compone las piezas audiovisuales necesarias para el programa, software a utilizar, cinema 4D y Adobe After Effects.

6.1.1.5 POST-PRODUCTOR

Ya realizada todas las piezas gráficas, el Post-Productor se encarga de acomodarlas para todos los medios necesarios que requiera el Director de Arte, además es el encargado de supervisar a todo su equipo de Post-Producción que se encargan de la edición, diseño de sonidos, etc.

6.1.1.6 DISEÑADOR DE SONIDO

Profesional encargado del sonido, crea, modifica y acopla sonidos a las diferentes piezas gráficas y así poder crear ambientes sonoros para la escenografía.

6.1.1.7 DIRECTOR DE FOTOGRAFÍA

Su trabajo se realiza bajo el mando del Director de Arte, encargado del tipo de imagen que se requiere dar del programa, con aspectos como la iluminación, composición, movimientos de cámara además supervisa a los luminotécnicos.

6.1.1.8 TÉCNICO ILUMINACIÓN

Responsable de alcanzar los efectos indicado por el Director de Arte y Fotografía, escoge y ubica los equipos necesarios basándose en un plano de luces. Aspecto técnico configura los diferentes tipos de luces.

6.1.1.9 ARQUITECTO

Conoce diversos procedimientos de construcción y materiales, técnicas en acabado para sugerir al cliente. Elaboración de planos, controla la construcción de set.

6.1.1.10 ESCENÓGRAFO

Persona especializada en temas de escenografía, supervisa la construcción, pintura, instalación mobiliaria y los demás elementos necesarios para el set junto con el Director de Arte.

6.1.1.11 MAESTRO SOLDADOR / ALUMINIO

Encargado de la elaboración de la estructura de metal y aluminio. Sugiere la pintura para que se conserve y no se desgaste en poco tiempo.

6.1.1.12 MAESTRO EBANISTA / PINTOR

Es un artesano con noción en diferentes tipos de material, madera, metal, acrílico, cartón etc. Encargado de construir mueble "counter", set utilizando ergonomía para su funcionalidad, recubrir la estructura de metal "paredes" con madera, Encargado de dar pintura "color", creando textura para determinadas piezas dentro de la escenografía. Sugiriendo materiales idóneos para protección y durabilidad.

6.1.1.13 ELECTRICISTA / ILUMINADOR

Persona encargada de las instalaciones y mantenimiento de estructuras eléctricas, trabaja también en coordinación con el maestro ebanista, para procesos de cableados, enchufes, adaptadores que van dentro de la escenografía.

6.1.1.14 TÉCNICO EN MATERIALES TRASLUCIDOS

Personal encargado de la realización y colocación de paneles y muebles con formas traslúcidas, los materiales más frecuentes son policarbonato, vinil, vidrio, plástico, acrílico, papel, etc.

6.1.1.15 ENFIBRADOR

Encargado en formar y moldear estructuras a base de fibras de vidrio.

6.1.1.16 OBRERO

El quehacer de un trabajo manual que requiere de un esfuerzo físico, corta madera, ensamblar, lijar, corta fierro, pulir. Las piezas o accesorios que forma parte del set.

6.2 CRONOGRAMA

Importante para la gestión del proyecto, elaboración de secuencias y el perfeccionamiento de la dirección de arte de un programa televisivo, se dividen en tres etapas:

Preproducción, etapa inicial, Se contrata al talento humano para la realización del proyecto. Investigación de la imagen del programa que sea funcional, de acuerdo al tipo de programa basándose target, tendencias, que indique a la necesidad del medio. En esta etapa se construyen los primeros bocetos, se plantea la línea gráfica y la escenografía. Para ser aprobada y realización de la misma.

Etapa intermedia, Producción, Es la fase de ejecución se procede al levantamiento en 3D de la escenario, se sugiere los materiales adecuados, inmediatamente a la cotización de materiales, para construcción de escenografía. Desarrollo de la imagen del programa y piezas audiovisuales.

Etapa final, Post-producción, Empieza cuando se contempla la grabación hasta que el programa esté listo para que el canal lo emita. Etapa donde se edita, anima, se agregan efectos especiales y se sonoriza la línea gráfica, para su correcta aplicación. Además se supervisa los acabados del set, realiza las pruebas de luces.

Se sugiere que se realice en tiempo adecuado y bajo la responsabilidad del director de arte.



Tabla 6:1 Cronograma.

6.3 PRESUPUESTO

Es planificación anticipada de las actividades, reflejadas en cantidad monetaria para la producción del proyecto. El responsable de la elaboración es director de arte, gasto total de la parte operativa el talento humano, cotización de materiales. Los costó son calculado por las diferente etapas del proyecto, acorde a la necesidad. El total o parcial será asumido por el canal, según disponga el Productor. Tres formas de ofrecer un programa de televisión.

1. Idea, Es ofrecimiento directamente a la cadena de televisión, el concepto sin haber elaborado el producto audiovisual. Entregable la sinopsis y contenido del programa, guion, storyboard.
2. Co-Producción, La estación televisiva asume costos bajo la línea "set, luces, cámara, tecnología, personal técnico y operadores" y Productor asume costos sobre la línea, talento humano, idea, formula y creatividad influye realización del programa.

3. Producción, Productor asume el costo total, responsable de realización del producto audiovisual, entrega el proyecto concluido al canal para la reproducción

La elaboración del proyecto se necesario un anticipo el 50%, para elaboración del set, anticipo de sueldo utiliza el pago contra-entrega.

6.3.1 PRESUPUESTO POR ETAPAS

El presupuesto se encuentra detallado por fases Pre, Producción, Post Producción e incluye valor relacionado talento humano, materiales, imprevisto. Se muestra valores por pago mensual o por obra y servicios prestados.

PARÁMETROS	
CANTIDAD	UNIDAD
0,25	1 Semana
0,50	2 Semana
0,70	3 Semana
1	Mes

Tabla 6:2 Tabla de Parámetros.

COD	CATEGORÍA	CONCEPTO	VALOR UNITARIO		PRE-PRODUCCIÓN		PRODUCCIÓN		POST-PRODUCCIÓN		TOTAL
			UNIDAD	PARCIALES	UNIDAD	PARCIALES	UNIDAD	PARCIALES			
1	Bocetos \ Marca \ Línea Gráfica										2.162,50
0.1.1	Ilustrador	Bocetos	40,00		10	400,00	0,00	0,00	0,00	0,00	400,00
0.1.2	Modelador 3D / Animador	Escenografía/Paquete Gráfico	800,00		0,25	200,00	0,00	0,00	0,50	400,00	600,00
0.1.3	Diseñador Gráfico / Marca	Identidad Visual/Línea Gráfica	750,00		0,50	375,00	0,50	375,00	0,00	0,00	750,00
0.1.4	Post-Productor / Editor	Mensual	900,00		0,00	0,00	0,00	0,00	0,25	225,00	225,00
0.1.5	Diseñador de Sonido	Servicios Prestados	750,00		0,00	0,00	0	0,00	0,25	187,50	187,50
2	Dirección de Arte										6.360,00
0.2.1	Director de Arte	Mensual	1.450,00		1	1.450,00	1	1.450,00	1	1.450,00	4.350,00
0.2.2	Director de Fotografía	Mensual	1.000,00		0,00	0,00	0,75	750,00	0,25	250,00	1.000,00
3	Levantamiento del Set										6.365,00
0.3.1	Arquitecto	Obra	1.200,00		0,25	300,00	0,00	0,00	0,00	0,00	300,00
0.3.2	Escenógrafo	Mensual	650,00		0,00	0,00	1	650,00	0,25	212,50	1.062,50
0.3.3	Técnico de Iluminación	Mensual	750,00		0,00	0,00	0,00	0,00	0,25	187,50	187,50
0.3.4	Maestro Soldador / Aluminio	Obra	750,00		0,00	0,00	0,50	375,00	0,00	0,00	375,00
0.3.5	Maestro Ebanista / Pintor	Obra	740,00		0,00	0,00	1	740,00	0,00	0,00	740,00
0.3.6	Electricista / Iluminador	Obra	175,00		0,00	0,00	1	175,00	0,00	0,00	175,00
0.3.7	Enfibrador	Obra	275,00		0,00	0,00	1	275,00	0,00	0,00	275,00
0.3.8	Técnico Materiales Traslucidos	Obra	250,00		0,00	0,00	1	250,00	0,00	0,00	250,00
0.3.9	Obrero * 6, Oficial *	Obra	340,00		0,00	0,00	1	2040,00	0,00	0,00	2.040,00
0.3.10	Viajes / Transporte	Mobilización	300,00		0,00	0,00	1	300,00	0,00	0,00	300,00
0.3.11	Montaje	Obra Total	650,00		0,00	0,00	1	650,00	0,00	0,00	650,00
4	Materiales										11.705,24
0.4.1	Madera	Temporada 1	0,00		0,00	0,00	0,00	4.199,97	0,00	0,00	4.199,97
0.4.2	Metal	Temporada 1	0,00		0,00	0,00	0,00	527,99	0,00	0,00	527,99
0.4.3	Pintura	Temporada 1	0,00		0,00	0,00	0,00	842,97	0,00	0,00	842,97
0.4.4	Enfibrador	Temporada 1	0,00		0,00	0,00	0,00	115,50	0,00	0,00	115,50
0.4.5	Traslucidos	Temporada 1	0,00		0,00	0,00	0,00	1.005,78	0,00	0,00	1.005,78
0.4.6	Impresiones	Temporada 1	0,00		0,00	0,00	0,00	1.913,19	0,00	0,00	1.913,19
0.4.7	Eléctrico/Luces	Temporada 1	0,00		0,00	0,00	0,00	494,90	0,00	0,00	494,90
0.4.8	Accesorios	Temporada 1	0,00		0,00	0,00	0,00	617,74	0,00	0,00	617,74
0.4.9	Mueble	Temporada 1	0,00		0,00	0,00	0,00	1.177,00	0,00	0,00	1.177,00
0.4.10	Varios	Temporada 1	0,00		0,00	0,00	0,00	810,20	0,00	0,00	810,20
5	Impuestos \ Permisos										2.000,00
0.5.1	*IEPI	Propiedad Intelectual	0,00		0,00	15.000,00	0,00	0,00	0,00	500,00	2.000,00
6	Subtotal										27.672,74
0.6.1	Plan de Contingencia 10%										2.757,27
		TOTAL									30.330,01

Tabla 6:3 Presupuesto por etapas.

Emitido por el Ministerio de Relaciones laborales, por el cual se fija US\$ 340,00, lo que representa un incremento del 6,83% equivalente a US\$ 22,00 al salario del 2013. El incremento salarial de USD 22 se da en base a la inflación y productividad.

Ecuador-Lugar Online [en línea]. Lugar Ecuador [Consulta: 4 Mayo 2014]. Disponible en <http://www.ecuadorlegislacion.com/contratistas/ano-basico-2014/>

Alcántara, P. (2014). *Arquitectura (en línea)*. Lugar Ecuador [Consulta: 0 Julio 2014]. Disponible en: <http://www.arquitecturaydiseño.com/contratistas.html>

6.3.2 COSTO DE MATERIALES PARA LA ESCENOGRAFÍA

Especifican los valores de los diferentes materiales para la elaboración del set, cálculo de acuerdo a su medida y forma de presentación.

PRESUPUESTO - MATERIALES ESCENOGRAFÍA PROGRAMA ¡QUE MONADA! DESGLOSE POR RUBROS					
CODIGO	MATERIA PRIMA	UNIDAD PRESENTACIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	SUBTOTAL
1	MADERA				
	MDF 3mm	Sábana	8	18,63	133,04
	MDF 5 5mm	Sábana	30	28,15	844,50
	MDF 9mm	Sábana	17	34,25	582,25
	MDF 12mm	Sábana	9	41,56	374,04
	MDF 15mm	Sábana	2	50,12	100,24
	RH 12mm	Sábana	36	50,70	1 825,20
	Cuartones	Unidad	107	2,50	267,50
	Tiras de maderas "Semiduras"	Unidad	20	1,50	30,00
	Tiras de Madera 2x3	Unidad	24	1,80	43,20
SUBTOTAL RUBRO 1					4.199,97
2	METAL				
	Tubo Cuadrado 1" x 1,2 mm	Unidad	40	5,56	223,60
	Barra Redonda Acero de Transmisión ¾ x 1,50	Unidad	1	9,98	9,98
	Canal Aluminio 3" x 1"C	Unidad	1	5,01	5,01
	Discos Corte 4 ½	Unidad	3	1,15	3,45
	Discos Pulir 4 ½	Unidad	3	1,07	3,21
	Junquillo Triángulo Espaldar 1 1/2"	Unidad	1	5,55	5,55
	Junquillo Triángulo Tapa 1 1/2"	Unidad	1	23,31	23,31
	Mallas Electrodoadas	Metro Lineal	8	4,28	34,24
	Platina Hierro 2" x 1/8	Unidad	3	7,70	23,10
	Platinas Hierro 3/8" x 1 1/2"	Unidad	3	5,00	15,00
	Servicios del Torno	Unidad	12	8,00	96,00
	Soldadura AGA 8011	Caja	1	21,23	21,23
	Tubo Aluminio 2" x 1 ½"	Unidad	1	26,30	26,30
	Tubo Aluminio 3" x 1 ½"	Unidad	1	9,11	9,11
	Tubo Redondo 2" x 1 8 mm	Unidad	1	7,50	7,50
	Vini V/F 26/06	Unidad	1	3,40	3,40
	Wipe "Blanco"	Libra	10	1,80	18,00
SUBTOTAL RUBRO 2					527,99
3	PINTURA				
	Anticorrosivos - Wash Primer	Caneca	1	96,00	96,00
	Diluyente Laca	Caneca	2	29,00	58,00
	Fondo Blanco	Galón	3	44,00	132,00
	Fondo Gris	Galón	2	44,00	88,00
	Maderol	Galón	3	12,99	38,97
	Masilla Plástica Automotriz "Poliéster"	Galón	1	22,00	22,00
	Pintura Sintética-Secado Extra Rápido	Galón	15	23,00	345,00
	Sellador Catalizado	Caneca	1	83,00	83,00
SUBTOTAL RUBRO 3					842,97
4	TRASLUCIDOS				
	Acrílico Blanco 2 mm	Plancha	8	71,00	568,00
	Acrílico Transparente 2 mm	Plancha	3	75,28	225,78
	Acrílico Transparente 6 mm	Plancha	1	212,00	212,00
SUBTOTAL RUBRO 4					1.005,78
5	ENFIBRADOR				
	Resina	Galón	5	15,50	77,50
	Fibra de Vidrio	Metro Lineal	10	2,00	20,00
	Acelerador "Cobalto"	1/8 Litro	1	3,00	3,00
	Estireno	Galón	1	12,50	12,50
	Catalizador "Peróxido"	1/4 Litro	1	2,50	2,50
SUBTOTAL RUBRO 5					115,50

6 IMPRESIONES				
Vinil Impreso y Laminado mate	Metro Lineal	112,8	15,00	1 692,00
Rbtulación de Logo "En vinilo"	Unidad	5	0,90	4,50
Laminas de PVC	Plancha	1	21,89	21,89
Plantilla del Pso "Papel"	Unidad	5	10,00	50,00
Plantilla varias piezas "Papel"	Unidad	4	7,50	30,00
Servicio corte Laser "Logo Q'Monada"	Unidad	1	40,00	40,00
Vinil Translúcido Azul	Metro Lineal	13	3,40	44,20
Vinil Translúcido Rosado	Metro Lineal	6	3,40	20,40
Vinil Translúcido Amarillo	Metro Lineal	1	3,40	3,40
Vinil Translúcido Rojo	Metro Lineal	1	3,40	3,40
Vinil Translúcido Verde	Metro Lineal	1	3,40	3,40
			SUBTOTAL RUBRO 6	1.913,19
7 ELÉCTRICO/LUCES				
3 Led x módulo	Caja	150	1,75	262,50
Balastro 3x32 120v	Unidad	5	13,00	65,00
Cable concéntrico	Metro Lineal	20	1,75	35,00
Cable para fluorescente	Metro Lineal	10	0,25	2,50
Cinta Aislante	Unidad	2	1,00	2,00
Enchufes	Unidad	10	2,50	25,00
Fuentes de Poder	Unidad	2	15,00	30,00
Base+Tubo Fluorescente T5 21W, 85 cm	Unidad	18	2,70	48,60
Base+Tubo Fluorescente T8 17W, 60 cm	Unidad	2	2,70	5,40
Tubo Fluorescente T8 32W, 1 20cm	Unidad	10	1,89	18,90
			SUBTOTAL RUBRO 7	494,90
8 ACCESORIOS				
Led Smart Tv 32"	Unidad	1	617,74	617,74
			SUBTOTAL RUBRO 8	617,74
9 MUEBLE				
Sofá modelo nube 200 cm x 136 cm	Unidad	1	450,00	450,00
Sofá modelo nube 120 cm x 136 cm	Unidad	1	355,00	355,00
Silla PBar	Unidad	3	124,00	372,00
			SUBTOTAL RUBRO 9	1.177,00
10 VARIOS				
Agujeta	Unidad	2	0,15	0,30
Alambre	Rollo	1	3,00	3,00
Bisagras 1 1/2	Caja	4	0,89	3,56
Bisagras 3"	Caja	1	3,50	3,50
Borneras B4 "Plásticas"	Paquete	10	0,90	9,00
Botones	Unidad	2	2,50	5,00
Cemento de Contato	Caneca	1	51,80	51,80
Cintas 24mm	Unidad	2	1,00	2,00
Cintas/Doble faz	Unidad	3	4,50	13,50
Clavos PMadera 3/4	Libra	2	1,83	3,66
Clavos PMadera 1"	Libra	2	0,98	1,96
Clavos PMadera 2"	Libra	2	0,66	1,32
Goma Carpintería - Blanca	Galón	2	35,00	70,00
Lija Nb 60	Metro Lineal	1	3,00	3,00
Lijas Fandelí: Nb A0150, A0240, A0360	Unidad	24	0,50	12,00
Linóleo	Rollo	1	565,00	565,00
Broca 1/4 Metal	Caja	10	1,30	13,00
Perno Cabeza de Coco 3" con Tuerca	Caja	100	0,07	7,00
Pola "Blanca"	Rollo	1	4,00	4,00
Silicón Frio	Unidad	3	3,00	9,00
Tornillos 1" 1/2	Caja	1000	0,02	20,00
Tornillos 2"	Caja	100	0,02	2,00
Tornillos Punta de Broca Avellanado 1"	Caja	300	0,02	6,00
			SUBTOTAL RUBRO 10	810,20
			TOTAL	\$11.705,24

Tabla 6:4 Costo materiales Escenografía.

6.3.3 PRESUPUESTO DE ESCENOGRAFÍA

A continuación, se detalla un resumen del presupuesto solo para realización de escenografía, incluyendo talento humano e imprevisto. No consta el desarrollo de la línea gráfica.

PRESUPUESTO - IMPLEMENTACIÓN		
ESCENOGRAFÍA PROGRAMA ¡QUE MONADA!		
CODIGO	CATEGORÍA	SUBTOTAL
1	MATERIALES	
0.1.1	Madera	4.199,97
0.1.2	Metal	527,99
0.1.3	Pintura	842,97
0.1.4	Enfibrador	115,50
0.1.5	Traslucidos	1.005,78
0.1.6	Impresiones	1.913,19
0.1.7	Eléctrico/Luces	494,90
0.1.8	Accesorios	617,74
0.1.9	Mueble	1.177,00
0.1.10	Varios	810,20
SUBTOTAL RUBRO		11.705,24
2	EQUIPO HUMANO	
0.2.1	Maestro Soldador/Aluminio	375,00
0.2.2	Maestro Ebanista/Pintor	740,00
0.2.3	Electricista /Iluminador	175,00
0.2.4	Enfibrador	275,00
0.2.5	Técnico Materiales Traslucidos	250,00
0.2.6	Obrero	2040,00
SUBTOTAL RUBRO		3.855,00
TOTAL		15.560,24

Tabla 6:5 Presupuesto resumen Escenografía.

6.3.4 ENTREGABLES DEL PROYECTO

Se detallan en esta tabla las partes que forman el producto audiovisual, piezas gráfica, manual, para el desarrollo del este proyecto. Entregado en un CD los artes finales.

MANUAL - PROYECTO ¡QUE MONADA!		
COO	ENTREGABLE	ESTADO FINAL
1	ESCENOGRAFÍA	
0.1.1	Movimiento de Cámara.	
0.1.2	Planos de Técnicos.	APROBADO
0.1.3	Plano de Luces.	
2	PIEZAS GRAFICAS	
0.2.1	Anti zapping.	
0.2.2	Bumper (in-out).	
0.2.3	Pantallas divididas.	
0.2.4	Segmentos.	
0.2.5	Sin fin.	APROBADO
0.2.6	Sobreimposiciones o claquetas.	
0.2.7	Marca de agua.	
0.2.8	Promociones.	
0.2.9	Pantalla informativa.	
0.2.10	Transiciones.	

Tabla 6:6 Entregable del Proyecto.



CAPÍTULO 7

DERECHOS DE AUTOR

7 DERECHOS DE AUTOR

7.1 INTRODUCCIÓN

El derecho de autor reconoce personas natural o jurídica que realizan una actividad creativa. Al autor, creador e inventor, el derecho de ser titular de la obra o creación, el único que puede explotar o permitir la explotación de su obra, ejercer acciones para impedir que terceros exploten su trabajo sin autorización.

Protege diferentes tipos de industria en el país. Incluyen las obras literarias y artísticas, como novelas, poemas, obras de teatro, películas, coreografías, fotografía, esculturas, música, pintura, arquitectura, base de datos y software.

El derecho de autor tiene una vigencia de 70 años después de la muerte del autor. El uso puede ser castigado con prisión. El registro de una obra, patente, signo distintivo se realiza en el IEPI (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual), por medio de formulario la búsqueda fonética.

7.2 CLASIFICACIÓN INTERNACIONAL DE PRODUCTOS Y SERVICIOS PARA EL REGISTRO DE LAS MARCAS.

Es un tratado internacional multilateral, sirve para la clasificación productos o servicios para el registro de las marcas de fábrica, comercio, servicios.

7.3 SIGNOS DISTINTIVOS

Un signo distintivo de un servicio o producto puede estar representado por una palabra, símbolo, diseño de logotipo, isotopo o una combinación de estos, diferenciar un producto de otro de su misma clase.

7.3.1 PROCESO DE REGISTRO DE SIGNOS DISTINTIVOS

7.3.1.1 BÚSQUEDA FONÉTICA

Es un trámite previo al registro de la marca, nombre o lema comercial. Este trámite es recomendable pero no obligatorio por ley. La búsqueda le permite tener conocimiento si una marca, nombre o lema comercial no ha sido previamente registrado o su registro está siendo tramitado. La documentación a presentar es la siguiente:

- Formulario (Solicitud de Búsqueda Fonética), más 1 copia.
- Papeleta de depósito por US. \$ 16,00, más 1 copia.
- Nombre de la marca.
- Slogan de la Marca.

7.4 TIPOS DE MARCA A PATENTAR

Es signo que va representar al programa por todos los medios, se clasifican por su naturaleza y elementos distintivos.

7.4.1 REGISTRO DE LA MARCA POR SU NATURALEZA

Para la inscripción deben presentar la siguiente documentación:

- Formulario (Solicitud de registro de signo Distintivo), más 3 copia.
- Firmado del Abogado patrocinador.
- Papeleta de depósito US. \$ 116,00.
- Si el solicitante es persona natural, dos copias de cedula.
- Si persona jurídica, una copia notariada del nombramiento del representante legal.
- Si la marca es figurativo o mixta; Seis artes a color tamaño 5x5cm, impresos en papel adhesivo.

7.4.2 MARCAS POR SU NATURALEZA

7.4.2.1 FIGURATIVO



Figura 7:1 Marca Figurativo.

7.4.2.2 DENOMINATIVO



Figura 7:2 Marca Denominativo.

7.4.2.3 MIXTO



Figura 7:3 Marca Mixto.

7.5 REGISTRO DE MARCA TRIDIMENSIONAL

La percepción, signo tridimensional, forma del producto o envase sin necesidad de elementos gráficos. La representación característica en sus tres dimensiones (alto, ancho, profundidad). Para la inscripción deben presentar la siguiente documentación:

- Formulario (Solicitud de registro de signo Distintivo), más 3 copia.
- Firmado del Abogado patrocinador.
- Papeleta de depósito US. \$ 336,00.
- Si el solicitante es persona natural, dos copias de cedula.
- Si persona jurídica, una copia notariada del nombramiento del representante legal.
- Seis artes a color tamaño 5x5cm, impresos en papel adhesivo.

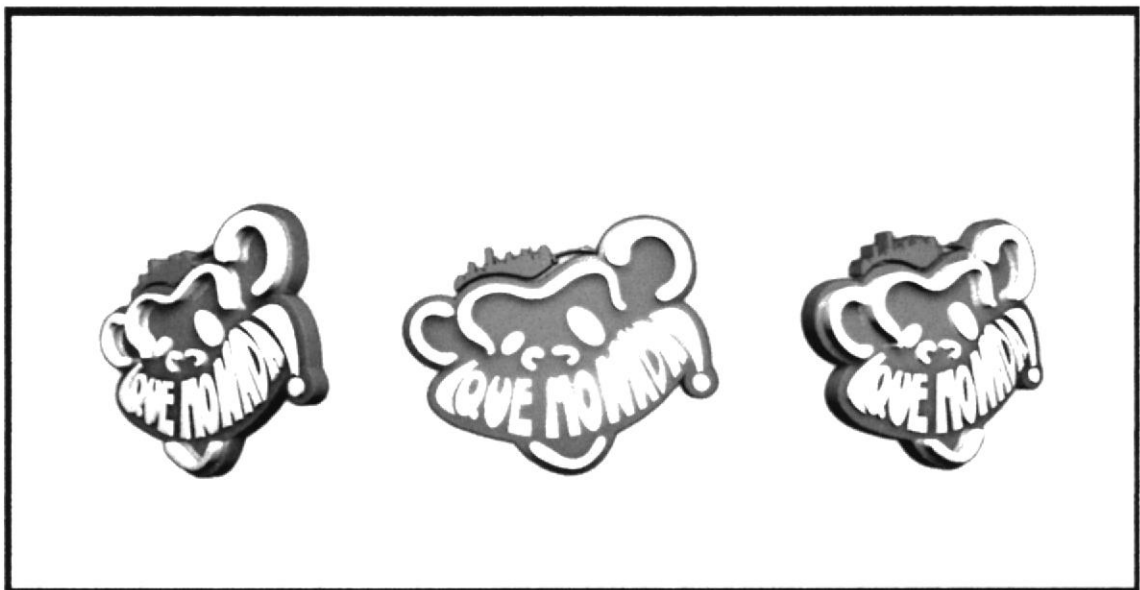


Figura 7:4 Marca 3D.

7.6 REGISTRO DE OBRAS AUDIOVISUALES

Certificar idea, contenido del programa ¡Que Monada!, se elabora un piloto donde constara toda línea gráfica, talento, para la inscripción deben presentar la siguiente documentación:

- Formulario (Solicitud de registro de Obras Audiovisual).
- Papeleta de depósito US. \$ 20,00.
- Firma del Abogado patrocinador.
- En un CD, el piloto del programa.

El sonido diseñado tiene que contar en el formulario obras artísticas y musicales.

7.7 REGISTRO DE OBRAS ARTÍSTICAS Y MUSICALES

Deben estar los datos del autor y el título, si son propias del inventor (inéditas), adaptación, librería de sonido, si es de otro artista deben constar con el permiso del autor.

7.7.1 PATENTE DE SONIDO Y MÚSICA

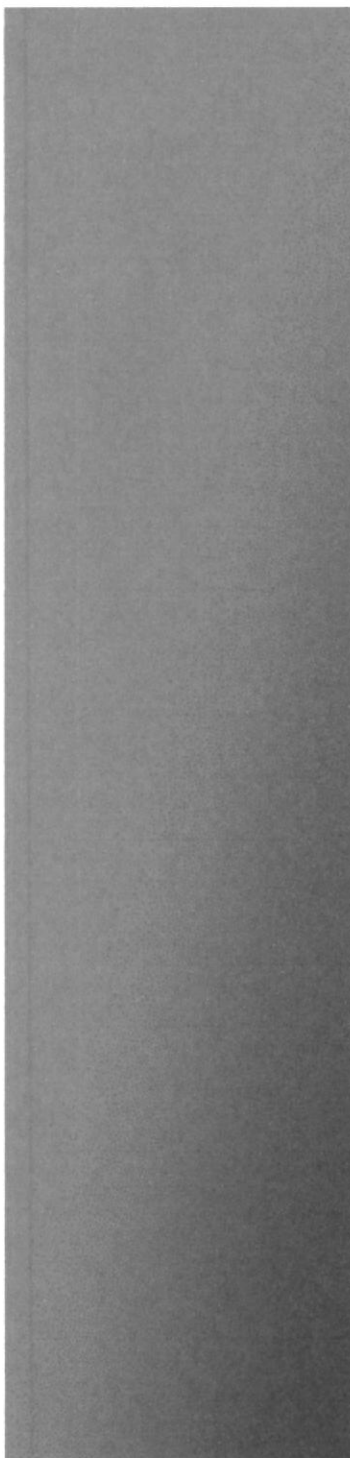
Para la inscripción deben presentar la siguiente documentación:

- Formulario (Solicitud de registro de Obras Artística y Musical).
- Papeleta de depósito US. \$ 20,00.
- Librerías o música descargada de la web o comprado, adjuntar permiso del titular de obra.
- Copias de cedula del autor o autores, a color.
- Firma del Abogado patrocinador.

7.7.2 PATENTE DE ESCENOGRAFÍA

En el rubro (registro de Obras Artística y Musical), hay una opción para registrar la estructura del programa, para la inscripción deben presentar la siguiente documentación:

- Formulario (Solicitud de registro de Obras Artística y Musical).
- Papeleta de depósito US. \$ 20,00.
- Copias de cedula de los autores, a color.
- Firma del Abogado patrocinador.
- En el formulario seleccionar la opción Datos de la Obra, otros especificar "Diseño de escenografía".
- En un CD, adjuntar fotos del set.
- En el caso registro de planos, medidas, luces, ubicación de elementos del set, hágalo constar en una hoja adicional.



CAPÍTULO 8
CONCLUSIÓN Y
RECOMENDACIONES

8 CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIONES

8.1 CONCLUSIÓN

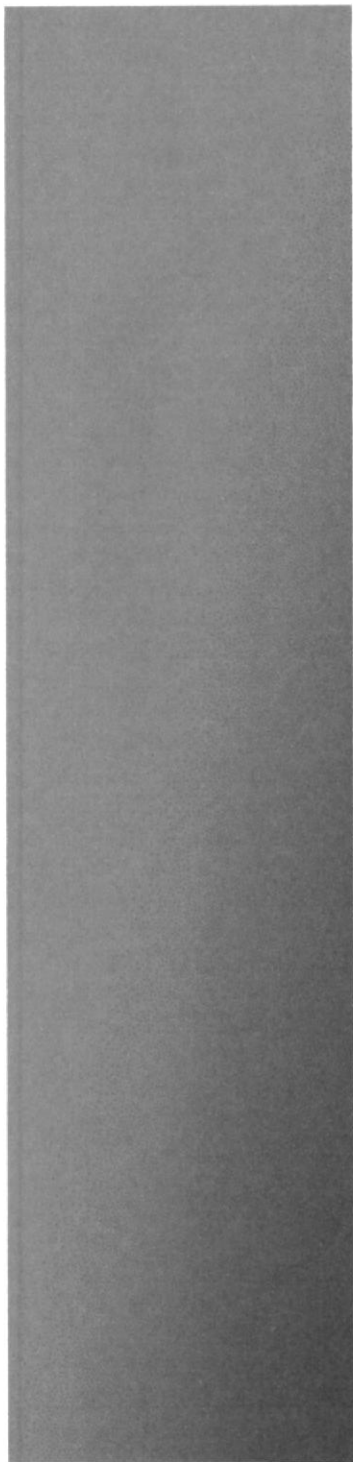
El objetivó primordial de este proyecto es desarrollar la imagen del producto audiovisual, estética, marca, escenografía que sea aplicable y su línea grafica sea funcional para el medio televisivo, el cual será reproducido.

Toda la idea o concepto tiene que tener un fundamentó "*el por qué, de las cosas*", desde su concepción, pre-producción, producción del set, post-producción de piezas audiovisual.

Este proyecto tiene de duración de cuatro meses, con un costo total U.S 30.330,014. La fabricación de la escenografía de U.S 15.560,24. Este proyecto se estableció en el espacio físico de set de "Granados en Pijamas" de TC Televisión.

8.2 RECOMENDACIONES

Implementar de forma correcta y coherente este producto audiovisual, es necesario seguir las instrucciones para la elaboración de este proyecto, sugiere registrar la idea, marca, contenido del programa, para que no sea plagiado. Se indica trabajar con el equipo idóneo para el desarrollo de este proyecto.



BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA

- John Murphy/ Michael Rowe (1988).
How to Design Trademarks and Logos. (Como diseñar marcas y logotipos).
Editorial: Gustavo Gili, S.A., Barcelona 87-89. (ISBN: 84-252-1406-8)

- D.A. Dondis. (1973).
A Primer of Visual Literacy (La sintaxis de la imagen).
Editorial: The Massachusetts Institute of Technology, 1973 y para edición castellana, Editorial Gustavo Gili, S.A., Barcelona 1976. (ISBN: 84-252-0609-X)

- Joan Costa (2003).
Diseñar para los ojos.
Editorial: Grupo Editorial Design. La Paz – Bolivia 2003.

- Wucius Wong - Fundamentos del diseño Bi- y Tri-dimensional.
Link de visualización: <http://mgmuth.files.wordpress.com/2011/05/wong-wucius-fundamentos-del-disec3blo-bi-y-tridimensional.pdf>

- Art Nouvean, Paris, 1880-1910.
Link de visualización:
<http://www.portaldearte.cl/educacion/basica/7to/movimientos.htm>

- PHD (ECUADOR).
Link de visualización:
<http://www.tctelevision.com/phd>

- Granados en Pijama (ECUADOR).

Link de visualización:

<http://www.tctelelevision.com/granados>

<http://www.telegrafo.com.ec/tele-mix/item/pablo-granados-alista-la-tercera-temporada-de-granados-en-pijamas.html>

- Formas Asimétricas.

Link de visualización:

<http://www.fotonostra.com/grafico/equilibriosimetrico.htm>

- Descarga de Tipografía.

Link de visualización:

<http://www.dafont.com/es/search.php?q=dimbo>

- Descarga de Monumento del Mono, al norte de Guayaquil.

Link de visualización:

<http://suitesguayaquil.com/guayaquil-fotos.html>

- Concepto de Zapeo o Zapping

Link de visualización:

<http://es.wikipedia.org/wiki/Zapeo>

- INEC

Link de visualización:

<http://www.inec.gob.ec/>



ANEXOS

ANEXOS

1.- PERIÓDICO EL UNIVERSO

Trilogía animal
 representa
 a la urbe



Habla en los troncos de la alhagüeta, copia de las vías. Desde mundicia, manglar. Su alimentación es de frutos secos, semillas y también de aves pequeñas. Su escultura se inauguró el 1 de octubre y está ubicada en el lado norte de los cerros, Santa Ana y del Carmen.

Las esculturas
 son de las especies
 nativas que antes
 habitaban entre los
 moradores.

En uno de los viajes de expedición y conquista que los cerrosanos del rey de España, Carlos II, realizaron a América en los años 1700 capturaron por orden real algunos monos machones y se los llevaron a su majestad. Pues, lo pidió para agregarlos a su colección de animales exóticos y así tratar de aliviar sus males, ya que creía ser víctima de apariciones demoníacas y maleficios.

El Hertzka, como también se lo conocía al momento, había escuchado que estas especies se encontraban en Guayaquil y se distinguían por ser inquietos, traviesos y muy paguetos.

Desde que los primates llegaron a Madrid, Carlos II se encantó con ellos, les daba de comer en la boca y los portaba a cualquier lugar al que iba, señalando ciertos escritos históricos.

Es así que desde aquella época nace el apelativo mono para denominar a los guayaquileños y, algunos de ellos, consideran que esa es la razón por la cual se construyó la escultura del primata en el lado norte de los cerros Santa Ana y del Carmen, inaugurada el 1 de octubre.

El historiador y director de la Biblioteca municipal, Melvin Hoyos, asegura que no existe ninguna relación, aunque dice, es un orgullo que se unice este apodo para llamar a los cerrosanos. Es un animal que se caracteriza por su curiosidad, inteligencia, la facilidad que tiene para crear herramientas de trabajo y de esta manera ganarse el sustento y en ese sentido, entonces, si somos muy monos.

El Municipio portobueno escogió a esta especie junto al papagayo de Guayaquil y la iguana verde, por ser endémicas de la ciudad y a través de los monumentos incrementar su conservación, ya que las dos primeras están en peligro de extinción.



IGUANA VERDE

Vive en las zonas húmedas y en el bosque seco. Se alimenta de manglares, pasturas, en las rocas de los ríos entre otros. Su monumento fue el primero en construirse en la Las Morlas. Carlos Julio Invernizzi en el centro comercial Nueva Plaza.



PAPAGAYO DE GUAYAQUIL

Vive en bosques húmedos, semihúmedos y húmedos. Se alimenta de semillas de cereales, frutas y legumbres. Su escultura es la segunda en construirse en el Monumento de la Av. Benjamín Cevallos. Inaugurada por el señor Juan Carlos Invernizzi en la vida Abogado.

Hoyos evoca el siglo 1700 cuando Guayaquil era una pequeña aldea y pocos tres animales habitaban entre sus moradores. En las casas del centro dice, la gente acostumbraba a tener un papagayo como mascota, los monos saltaban de árbol en árbol y las iguanas recorrían las calles de tierra y se escondían entre los matorrales.

Debido al crecimiento urbano se desplazaron hacia el oeste y el sur de la urbe y su hábitat quedó deshecho de tal forma que se empezó a reducir su población, a excepción de las iguanas que tienen mayor reproducción en comparación a las otras dos especies. Pues al año ponen aproximadamente 30 huevos, explica la bióloga y docente de la Facultad de Ciencias Ambientales de la Universidad de Especialidades Espiritu Santo (U.E.S.E), Nancy Hilgert.

Sin embargo, estas también se vieron amenazadas entre los años 1950 y 1960 debido a que los campesinos las cazaban para su consumo y también la ofertaban a algunos restaurantes de comida china, señala.

Actualmente la población de las iguanas se encuentra con trabada porque la Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora silvestre, prohibió su venta a otros países.

En el caso del mono machón y del papagayo de Guayaquil la situación es más crítica por su escasa reproducción. Al año tienen unas dos crías y de los pichones solo sobrevive uno ya que entre ellos compiten por la poca alimentación (frutos y nueces de árboles nativos) que cae el director de la Fundación Pro Bosque, Eric Horstman.

A esto se suma la deforestación y el tráfico de especies. Pese a que no existen estadísticas exactas de cuántos habitan en el país, los ambientalistas estiman que de los primates hay unos 60 y de las aves entre 30 y 40, ubicándolas en estado crítico de peligro. Conforme un inventario que se hizo el año pasado según Horstman, hay

unas 10 o 15 en la cordillera Colón Colónche, iniciando en Cerro Blanco, con clima seco.

En un congreso desarrollado en Costa Rica en el 2009 se determinó que en ese país existen unos 400 papagayos o guacamayo verde mayor como también se lo conoce y en Panamá unos 1.000. Es así que el Ecuador es uno de los territorios de Hispanoamérica que tiene menos papagayos de Guayaquil (antiguamente guayaquilensis), pese a que fue declarada ave símbolo de la ciudad mediante ordenanza publicada el 29 de julio del 2005.

Con la creación de las esculturas, los guayaquileños y turistas se han interesado por conocer sobre el origen de estas especies y conservarlas. Aunque algunos reniegan que su ubicación no sea la adecuada para tomar fotos junto a ellas.

No obstante, el jefe municipal de Urbanismo Avalos y Registro, Gino Mera, explica que para erigirlas se escogieron lugares donde haya gran afluencia vehicular. “No son hechas para tomarse fotos sino para tomarles fotos”, dice Melvin Hoyos.

En el caso del mono su posición inclinada, y su mano en símbolo de reverencia da la bienvenida a los conductores que ingresan hacia el centro de la ciudad, casco comercial y en donde se fundó a Guayaquil el 15 de agosto de 1534.



Melvin Hoyos (6 de Octubre de 2011). Trilogía animal representa Guayaquil. El Universo, p1.

PERIÓDICO EL TELÉGRAFO

12:35:53 am (GMT-5)
Sistema actualizado: 10/07

Seguir a El telegrafo

EL TELÉGRAFO
www.eltelfgrafo.com.ec

SUSCRÍBASE!

Buscar

Portada Política **Noticias** Opinión **Fenómeno** Mundo Justicia Economía Cultura Sociedad Regionales Portafolio Tele Mix

25 ABR 2014 INFORMACIÓN GENERAL VISITAS: 917

CONSEJOS DE IGUALDAD CUESTIONAN LOS CONTENIDOS

Se suman demandas contra programas de televisión

Los activistas argumentan que existe manipulación, discriminación, identificación negativa, entre otros aspectos, de ciertos programas de humor.



Más colectivos se suman a las demandas contra los contenidos de algunos programas de comedia que se transmiten en televisión. Esta vez fueron los Consejos Nacionales para la Igualdad, los que denunciaron ante el Consejo de Regulación de la Información y a Comunicación (Cordicom) a los programas La Pareja Feliz, Mi Recinto y Los Compartidos.

La semana pasada a Asociación Silueta X, a nombre de 49 organizaciones e individuos, interpuso una queja ante la Defensora del Pueblo y a Superintendencia de Comunicación (Supercom) contra los programas La Pareja Feliz, Vivos y Mi Recinto. En el escrito solicitaron una regulación porque, según indicaron, estos programas presentan contenidos sexistas, machistas y de discriminación. Los Consejos de Igualdad explican que la invisibilización, manipulación, discriminación, notación e identificación negativa que llega a la ciudadanía por parte de ciertos programas, publicidades y productos comunicacionales, obstaculiza la creación de una sociedad equitativa y de buen vivir.

"La ciudadanía debe estar consciente de que es su derecho trabajar contra la discriminación", señala el documento, por lo que exhortaron a la ciudadanía a denunciar ante las instituciones respectivas estos actos que se registran en varios medios de comunicación a través de sus contenidos y programación.

Por su parte, el titular de la Supercom, Carlos Ochoa, mencionó que hasta el momento no ha recibido en su despacho la demanda de la Asociación Silueta X, pero que en caso de que así sea, la remitirá de inmediato al Cordicom, que deberá analizarlo y, luego de lo cual actuará. Sin embargo, advirtió que no puede emitir criterio alguno sobre el tema, porque estaría previncando, no obstante señaló como positivo el hecho de que estas demandas están generando una especie de debate en la sociedad.

Mientras tanto, el actor y director del programa Vivos, David Reinoso, anunció que estudiarán acciones legales contra la titular de la Asociación Silueta X, Diane Rodríguez, según dijo, por utilizar imágenes de personajes que ellos caracterizan para desprestigiar.

"Más allá de la queja que han interpuesto, que me parece bien que todos tengamos derecho de quejarnos y de exigir, no me parece el uso de la imagen nuestra para desprestigiarla, después de muchos años de aceptación en el público", manifestó Reinoso.

Etiquetas: Asociación Silueta X, cordicom

ÚLTIMAS NOTICIAS

- 16/06/14 - Gobierno Guayaquil: Se...
- 16/06/14 - La Fiscalía General del Ecuador...
- 16/06/14 - MEXI: el gobierno de Calderón...
- 16/06/14 - El presidente de Ecuador...

LEYES

PDF LEY DE MINERÍA

GIS Electrónica S.A.
giselectronica.com
Fabricante de barreras automáticas Control de acceso a estacionamiento

Teléfono – Información General [en línea]. Lugar: Ecuador 25 Abril 2014. [Consulta: 18 Diciembre 2014]. Disponible en: <http://www.eltelfgrafo.com.ec/noticias/informacion-general/item/se-suman-demandas-contra-programas-de-television.html>

ESTUDIOS REALIZADOS

www.ecuadorencifras.gob.ec

ENCUESTA ESPECÍFICA DEL USO DEL TIEMPO 2012
CUADRO N° 38: TIEMPO PROMEDIO A LA SEMANA QUE DEDICA LA POBLACION DE 12 AÑOS Y MAS, EN VER LA TELEVISION POR SEXO, SEGUN REGIONES NATURALES Y PROVINCIA

INDICE

REGIONES NATURALES Y PROVINCIAS	TIEMPO QUE LE DEDICÓ EXCLUSIVAMENTE A VER TELEVISIÓN								
	Total			Hombre			Mujer		
	Tiempo	Población	Suma	Tiempo	Población	Suma	Tiempo	Población	Suma
Nacional	10:14	9.336.443	95.661.078	10:18	4.538.784	46.814.587	10:10	4.797.659	48.846.491
Regiones Naturales	9:34	4.143.932	39.655.971	9:40	1.970.746	19.071.243	9:28	2.173.186	20.584.728
Costa	10:57	4.798.589	52.550.872	10:58	2.368.308	25.969.946	10:55	2.430.282	26.580.926
Amazonía	8:39	372.300	3.224.385	8:38	187.453	1.618.424	8:41	184.847	1.605.962
Total	10:14	9.336.443	95.661.078	10:18	4.538.784	46.814.587	10:10	4.797.659	48.846.491
Azuay	9:10	426.618	3.917.421	9:13	203.114	1.873.100	9:08	223.504	2.044.320
Bolívar	10:22	84.352	875.667	10:25	41.414	431.502	10:20	42.939	444.165
Cañar	8:46	137.544	1.206.548	9:06	60.174	547.771	8:30	77.370	658.777
Carchi	9:06	109.094	992.882	8:52	52.513	485.979	9:16	56.581	528.903
Cotacachi	10:04	235.497	2.374.202	10:09	110.821	1.125.359	10:01	124.676	1.248.843
Chimborazo	9:43	213.901	2.078.669	9:50	102.063	1.004.431	9:36	111.818	1.074.178
El Oro	11:10	423.067	4.796.946	11:18	210.181	2.378.299	11:02	218.886	2.418.647
Esmeraldas	8:39	336.474	2.914.927	8:33	170.012	1.455.654	8:45	166.462	1.453.272
Guayas	11:33	2.366.450	27.348.986	11:30	1.163.752	13.399.701	11:35	1.202.698	13.949.285
Imbabura	9:10	292.288	2.680.181	9:15	136.117	1.259.219	9:05	156.171	1.420.962
Loja	9:31	253.931	2.419.678	9:43	124.388	1.208.912	9:20	129.543	1.210.764
Los Rios	11:12	534.943	5.998.585	11:14	263.104	2.957.377	11:11	271.839	3.041.208
Manabí	10:12	927.803	9.478.931	10:27	459.391	4.803.023	9:58	468.412	4.673.908
Morona Santiago	9:30	54.382	517.467	9:33	26.215	250.485	9:28	28.167	266.981
Napo	7:32	55.368	417.614	7:40	27.710	212.839	7:24	27.657	204.775
Pastaza	9:55	44.138	438.384	9:45	22.128	215.768	10:06	22.010	222.816
Pichincha	9:42	1.815.673	17.627.611	9:52	884.707	8.533.524	9:33	950.967	9.094.087
Tungurahua	9:03	317.057	2.905.312	9:12	151.876	1.399.638	9:06	165.161	1.505.674
Zamora Chinchipe	8:13	45.937	377.602	8:19	23.388	194.823	8:06	22.550	182.779
Sucumbios	8:46	97.357	854.796	8:45	49.398	432.381	8:48	47.959	422.415
Orellana	8:14	75.119	618.522	8:05	38.613	312.127	8:23	36.505	306.395
Santo Domingo de los Tsáchilas	9:59	257.976	2.577.803	9:53	123.539	1.221.748	10:05	134.437	1.258.055
Santa Elena	9:52	203.852	2.014.498	9:46	101.868	995.891	9:59	101.984	1.018.607

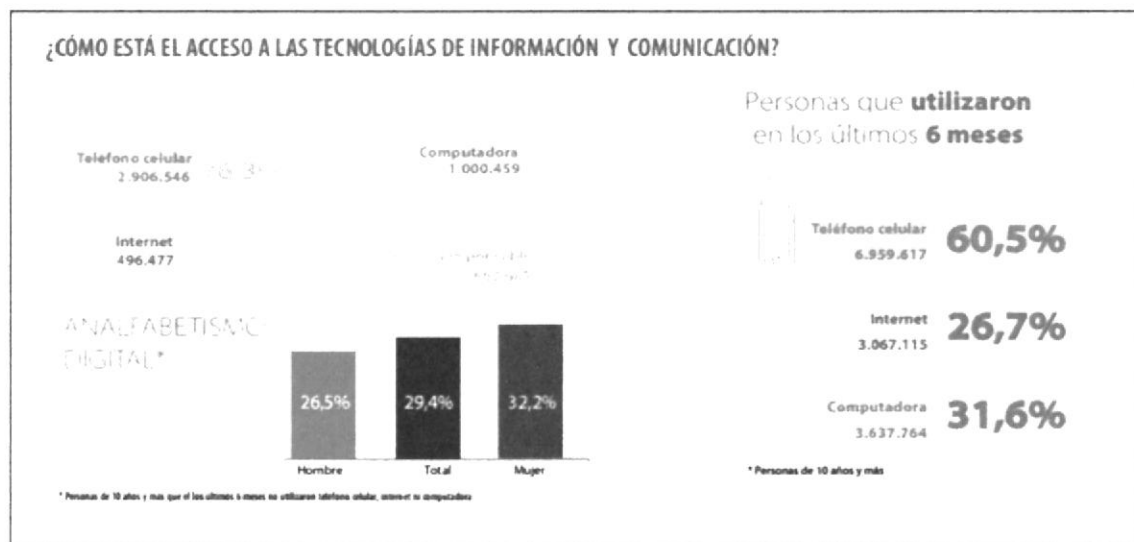
Fuente: Encuesta de Uso del Tiempo - EUT noviembre-diciembre 2012
Instituto Nacional de Estadística y Censos - INEC

ENCUESTA ESPECÍFICA DEL USO DEL TIEMPO 2012
CUADRO N° 37: TIEMPO PROMEDIO A LA SEMANA QUE DEDICA LA POBLACION DE 12 AÑOS Y MAS, EN VER LA TELEVISION POR SEXO, SEGUN AREA, ETNIA, ESTADO CIVIL, NIVEL DE INSTRUCCION, GRUPOS DE EDAD Y RELACION DE PARENTESCO

INDICE

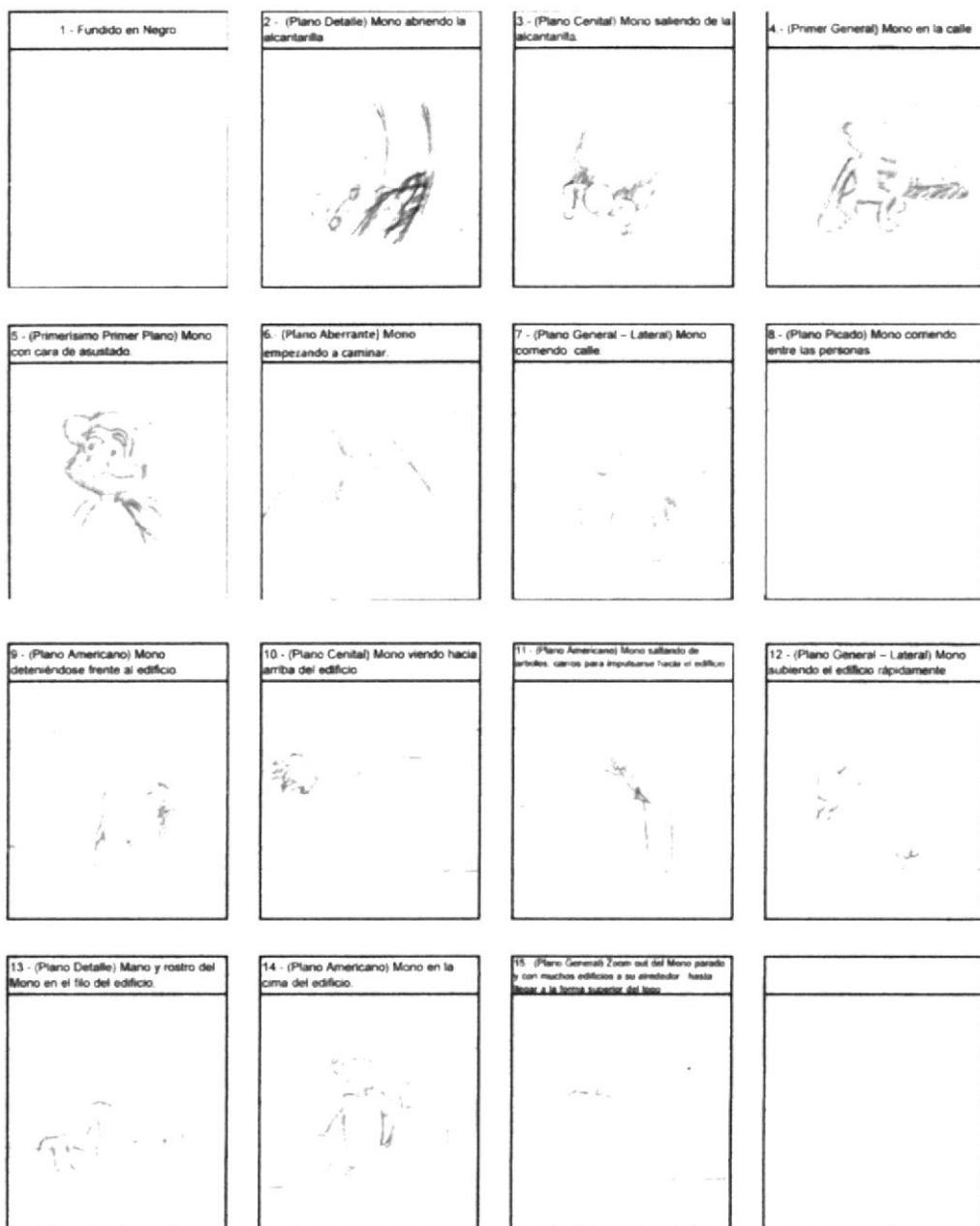
ÁREA, ETNIA, ESTADO CIVIL, NIVEL DE INSTRUCCIÓN, GRUPOS DE EDAD Y RELACION DE PARENTESCO	TIEMPO QUE LE DEDICÓ EXCLUSIVAMENTE A VER TELEVISIÓN								
	Total			Hombre			Mujer		
	Tiempo	Población	Suma tiempo	Tiempo	Población	Suma tiempo	Tiempo	Población	Suma tiempo
Área	10:14	9.336.443	95.661.078	10:18	4.538.784	46.814.587	10:10	4.797.659	48.846.491
Nacional	10:35	6.487.062	68.712.255	10:38	3.112.833	33.143.494	10:32	3.374.229	35.568.761
Urbana	9:27	2.943.381	26.948.823	9:35	1.425.951	13.671.093	9:19	1.423.430	13.277.730
Rural	10:14	3.336.443	35.661.078	10:18	4.538.784	46.814.587	10:10	4.797.659	48.846.491
Indígena	8:37	385.119	3.324.143	8:54	191.605	1.707.047	8:21	193.514	1.617.096
Autodescendiente	10:00	455.892	4.563.911	9:58	218.822	2.182.722	10:02	237.070	2.381.169
Monnubiala	10:45	526.341	5.662.531	10:37	273.708	2.907.890	10:54	252.633	2.754.641
Mestizaje	10:17	7.718.113	79.377.173	10:22	3.742.094	38.802.310	10:12	3.978.019	40.574.862
Blanco	11:04	228.466	2.508.806	11:00	101.413	1.117.055	11:07	125.053	1.391.751
Ochalo	9:09	24.512	224.514	8:45	11.142	97.563	9:29	13.370	126.951
Estado Civil	10:14	9.336.443	95.661.078	10:18	4.538.784	46.814.587	10:10	4.797.659	48.846.491
Casado(a)	9:21	2.954.736	27.637.328	9:16	1.454.384	13.528.421	9:24	1.500.353	14.106.907
Separado(a)	10:18	489.347	5.046.304	10:37	171.021	1.816.044	10:08	318.326	3.230.260
Divorciado(a)	10:02	152.787	1.533.533	10:54	47.948	523.400	9:38	104.819	1.010.132
Viudo(a)	10:26	334.850	3.498.393	10:21	75.671	783.207	10:28	253.178	2.715.198
Unión libre	10:16	1.625.685	18.755.138	10:00	894.712	8.949.003	10:32	930.973	9.808.136
Soltero(a)	10:57	3.579.058	39.190.383	11:11	1.895.048	21.214.512	10:40	1.694.009	17.975.871
Nivel de Instrucción	10:14	9.336.443	95.661.078	10:18	4.538.784	46.814.587	10:10	4.797.659	48.846.491
Ninguno	8:43	343.530	3.047.394	9:05	150.417	1.368.050	8:26	199.112	1.679.343
Educación Básica	10:13	4.808.770	49.208.251	10:15	2.350.341	24.103.230	10:12	2.458.429	25.106.021
Educación Tiempo Superior	10:23	2.731.553	28.392.706	10:26	1.333.517	13.925.869	10:20	1.398.037	14.468.837
Superior	10:22	1.446.590	15.012.728	10:31	704.509	7.417.438	10:14	742.080	7.595.289
Grupos de edad	10:14	9.336.443	95.661.078	10:18	4.538.784	46.814.587	10:10	4.797.659	48.846.491
12 - 19 años	11:24	2.154.373	24.571.225	11:35	1.086.285	12.589.775	11:13	1.068.088	11.981.450
20 - 29 años	10:23	1.887.005	19.593.899	10:18	941.455	9.711.450	10:27	945.550	9.882.449
30 - 44 años	9:36	2.357.445	22.864.280	9:45	1.121.122	10.935.919	9:29	1.236.322	11.728.361
45 - 64 años	9:32	2.153.230	20.545.925	9:28	1.005.019	9.518.360	9:36	1.148.211	11.027.585
65 y más	10:33	784.390	8.265.750	10:32	384.303	4.053.083	10:34	399.487	4.226.687
Relación de parentesco con jefe del hogar	10:14	9.336.443	95.661.078	10:18	4.538.784	46.814.587	10:10	4.797.659	48.846.491
Jefe(a)	9:45	3.137.744	30.601.105	9:39	2.382.402	23.029.407	10:01	755.341	7.571.898
Cónyuge o conviviente	9:45	2.177.539	21.261.652	11:25	59.790	682.937	9:43	2.117.746	20.578.715
Hijo(a)	10:54	3.125.113	34.104.443	11:04	1.673.324	18.520.467	10:44	1.451.789	15.583.976
Otros parientes y no parientes	10:49	896.047	9.693.878	10:49	423.267	4.581.776	10:48	472.780	5.112.102

Fuente: Encuesta de Uso del Tiempo - EUT noviembre-diciembre 2012

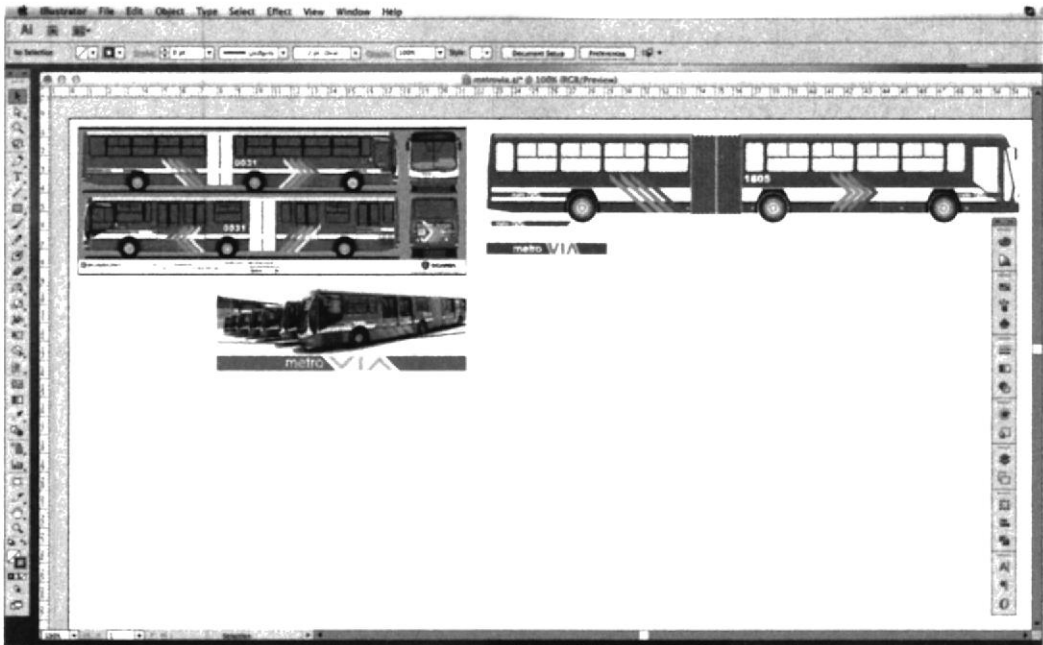
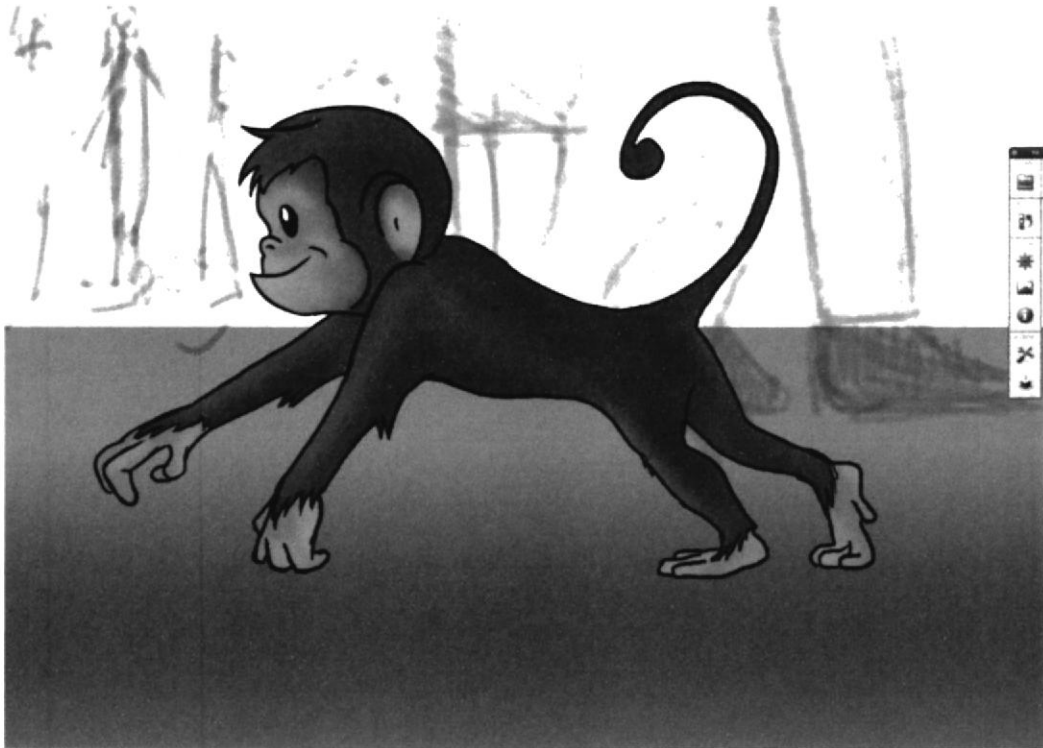


INEC - Resultados del Censo 2010 de población y vivienda en el Ecuador [en línea]. Lugar: Ecuador 2012. [Consulta: 18 Diciembre 2014]. Disponible en: http://www.inec.gob.ec/cpv/descargables/fasciculo_nacional_final.pdf

STORYBOARD DE BUMPER





ILUSTRACIONES



SOLICITUD BÚSQUEDA FONÉTICA

SOLICITUD DE BÚSQUEDA FONÉTICA

 <p><i>República del Ecuador</i> Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual – IEPI – <i>Dirección de Documentación y Estadística</i></p>	 <p>IEPI <small>INSTITUTO ECUATORIANO DE PROPIEDAD INTELECTUAL</small></p>	<p>* Fe de presentación</p> <p>Solicitud N°:</p>
<p>A. Director de Documentación y Estadística. Solicito se me certifique si en la base de signos distintivos consta lo que a continuación detallo.</p>		
<p>Solicitante _____</p>		
<p>Abogado patrocinador _____</p>		<p>Matrícula N°: _____</p>
Tipo de signo		
<p>Marca de fábrica <input type="checkbox"/></p> <p>Nombre Comercial <input type="checkbox"/></p>	<p>Marca de servicios <input type="checkbox"/></p> <p>Lema Comercial <input type="checkbox"/></p>	
<p>Registrada <input type="checkbox"/> En trámite de registro <input type="checkbox"/></p>		
<p>Clase Internacional N°: _____ y sus clases relacionadas según el caso</p>		
<p>Denominación _____</p>		
<p>Recaudos anexos:</p> <p><input type="checkbox"/> Comprobantes pago N° _____</p> <p>Otro si _____</p>	<p>_____ Firma solicitante</p> <p>_____ Firma abogado patrocinador</p> <p>Casillero IEPI Casillero judicial Estudio jurídico Teléfonos _____ Correo electrónico: _____</p>	

Favor llenar el presente formulario a máquina o con letra legible

* Para uso IEPI

Formato N° 05-2005-DNPI-IEPI

Video Instructivo:

YouTube: Canal de IEPI - Formulario de Búsqueda Fonética [en línea]. Lugar: Ecuador 5 Enero 2012. [Consulta: 5 Mayo 2013]. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=OKSLERSH3Ew>

MARCAS SOLICITUD-SIGNOS DISTINTIVOS


INSTITUTO ECUATORIANO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL IEPI
FORMATO UNICO DE REGISTRO DE SIGNOS DISTINTIVOS

1 Nº. de Solicitud		2 Fecha de Presentación	
3 Denominación del Signo			
4 Naturaleza del signo		5 Tipo de signo	
Denominativo	<input type="checkbox"/>	Marca de Producto	<input type="checkbox"/>
Figurativo	<input type="checkbox"/>	Marca de Servicios	<input type="checkbox"/>
Mixto	<input type="checkbox"/>	Nombre Comercial	<input type="checkbox"/>
Tridimensional	<input type="checkbox"/>	Lema Comercial	<input type="checkbox"/>
Sonoro	<input type="checkbox"/>	Indica Geografía/indicación origen	<input type="checkbox"/>
Olfativo	<input type="checkbox"/>	Apariencia Distintiva	<input type="checkbox"/>
Táctil	<input type="checkbox"/>	Marca Colectiva	<input type="checkbox"/>
		Marca de Certificación	<input type="checkbox"/>
		Rótulo Enseña	<input type="checkbox"/>
6 Identificación del(los) solicitante(s)			
Nombre(s)			
Dirección			
Ciudad		E-mail	
Teléfono		Fax	
Nacionalidad del Signo			
Nacionalidad del Solicitante			
7 Quien(es) actúa(n) a través de			
Representante	<input type="checkbox"/>	Apellido	<input type="checkbox"/>
Nombre			
Dirección			
Teléfono		E-mail	
Registro de poder N°		Fax	
8 Interés real para oposición Andina Art.- 147 - Decisión 486 CAN (llenar solo de ser el caso)			
Esta solicitud se presenta para acreditar el interés real en el Expediente N°			
9 Espacio reservado para la reproducción del signo mixto o figurativo (*)		10 Descripción clara y completa del signo	

*Clasificación del elemento figurativo

13 Enumeración detallada de los productos, servicios o actividades					
14 Clasificación Internacional N°.					
15 Signo que acompaña al lema comercial					
Denominación					
Registro N°		Año h		Vigente hasta	
Solicitud N°			Fecha y Año		
Clase Internacional de la solicitud o registro al que acompaña al lema comercial					
16 Prioridad					
Solicitud N°		Fecha		País	
17 Abogado patrocinador					
Nombre					
Casillero I.P.I.		Quito		Guayaquil	
				Cuenca Casillero Judicial	
18 Anexos					
<input type="checkbox"/> Comprobante pago tasa N° _____ <input type="checkbox"/> 10 etiquetas en papel adhesivo 5x5 c. m. <input type="checkbox"/> Copia cédula ciudadanía para personas naturales <input type="checkbox"/> Copia de la primera solicitud si se solicita prioridad <input type="checkbox"/> Poder <input type="checkbox"/> Nombramiento de representante legal <input type="checkbox"/> Reglamento de uso, (marcas de certificación, colectivas) <input type="checkbox"/> Designación de zona geográfica, (indicación geográfica/denominación de origen) <input type="checkbox"/> Reseña de calidades, reputación y características de los productos (indicación geográfica/denominación de origen) <input type="checkbox"/> Documento en el que se demuestre el legítimo interés, (indicación geográfica/denominación de origen) <input type="checkbox"/> Copia de estatutos de solicitante, (marcas colectivas, certificación, indicación geográfica/denominación de origen) <input type="checkbox"/> Lista de integrantes, (marcas colectivas o de certificación)					
17				19	
_____ Firma Solicitante (s)				_____ Abogado patrocinador	
				Matrícula:	
				E. mun:	

Los campos en los que se usen fechas, deberán especificarse en dd/mm/aaaa

Formato único, PROHIBIDA SU ALTERACIÓN O MODIFICACIÓN

En caso de alterarse o modificarse este FORMATO, no se aceptará a trámite la solicitud

El presente formulario debe ser llenado a máquina de escribir o computadora, no se recibirán peticiones elaboradas a mano

Video Instructivo:

YouTube: Canal de IEPI - Formulario Signo Distintivo [en línea]. Lugar: Ecuador 6 Enero 2012. [Consulta: 5 Mayo 2013]. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=k26SB2YCBKA>


TIPOS DE MARCA

<p>Figurativos</p>	<p>Denominativos</p>	<p>Mixto</p>
	<p>Colgate Nestlé Deja</p>	
<p>Tridimensionales</p>	<p>Sonoros</p>	<p>Olfativos</p>
 <p>Formas</p>	 <p>El rugido del león de M&M</p>	 <p>Olor de hierba cortada para identificar pelotas de tenis.</p>
<p>Táctiles</p>	<p>Marcas de productos</p>	<p>Marcas de Servicios</p>
 <p>Textura de la botella</p>		 <p>corporación nacional de telecomunicaciones</p>
<p>Apariencias Distintivas</p>	<p>Lemas comerciales</p>	<p>Nombres comerciales</p>
	 <p>Orgullosamente ecuatoriana Destacada y reconocida</p>	
<p>Denominación de origen</p>	<p>Certificación o garantía</p>	<p>Colectivas</p>
<p>Denominación:</p>  <p>Producto: Sombreros de paja toquilla</p>	 <p>American Diabetes Association.</p>	 <p>Helados de Salcedo</p>

- Clasificación dependiendo de la Naturaleza de cada uno de ellos
- Signos distintivos que se reconocen o registran

REGISTRO DE OBRAS LITERARIAS

REGISTRO DE OBRAS LITERARIAS

 INSTITUTO ECUATORIANO DE LA PROPIEDAD INTELLECTUAL -IEPI- DIRECCIÓN NACIONAL DE DERECHO DE AUTOR Y DERECHOS CONEXOS	Número de solicitud (Para uso del IEPI)
	Fecha de presentación (Para uso del IEPI)
DATOS DEL AUTOR O AUTORES	
a Nombre: _____	Nacionalidad: _____
Domicilio _____ Ciudad: _____	País: _____
Fecha de nacimiento _____ Fecha de defunción _____	Seudónimo: _____
b Nombre: _____	Nacionalidad: _____
Domicilio _____ Ciudad: _____	País: _____
Fecha de nacimiento _____ Fecha de defunción _____	Seudónimo: _____
c Nombre: _____	Nacionalidad: _____
Domicilio _____ Ciudad: _____	País: _____
Fecha de nacimiento _____ Fecha de defunción _____	Seudónimo: _____
TITULAR DE LA OBRA	
Nombre _____	
Domicilio _____ Ciudad: _____	País: _____
DATOS DE LA OBRA	
Título: _____	
Fecha publicación: _____	Inédita <input type="checkbox"/> Anónima <input type="checkbox"/> En colaboración <input type="checkbox"/> Publicada <input type="checkbox"/> Seudónima <input type="checkbox"/> Traducción <input type="checkbox"/> Por publicarse <input type="checkbox"/> Póstuma <input type="checkbox"/> Compilación <input type="checkbox"/> Por encargo <input type="checkbox"/> Otras: _____
Observaciones generales: Edición: _____	Páginas: _____ Ejemplares: _____
DATOS DEL EDITOR	
Nombre _____	
Domicilio _____ Ciudad: _____	País: _____
DATOS DEL IMPRESOR	
Nombre _____	
Domicilio _____ Ciudad: _____	País: _____
DATOS DEL SOLICITANTE	
Nombre _____	
Domicilio _____ Ciudad: _____	Teléfono: _____
En representación de: _____ Dirección: _____	País: _____
_____ Firma Abogado Patrocinador	_____ Firma solicitante

Video Instructivo:

YouTube: Canal de IEPI - Formulario de Registro de Obras Literarias [en línea]. Lugar: Ecuador 6 Enero 2012. [Consulta: 5 Mayo 2013]. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=EcTChFv3ruo>

I N S T R U C T I V O

Llenar la solicitud a máquina o en computadora.

DATOS DEL AUTOR O AUTORES

1. Indicar los nombres y más datos del autor o autores. Si hay más de tres autores, adjuntar los nombres en una hoja adicional.
2. Si la obra a registrar es póstuma, deberá mencionarse y en este caso el registro podrá hacerse a nombre del autor o autores o de los herederos reconocidos por la ley.

DATOS DEL TITULAR DE LA OBRA

1. Indicar el nombre de la persona natural o jurídica que aparezca indicado en la obra. En la obra colectiva, salvo pacto en contrario, es la persona natural o jurídica que haya organizado, coordinado y dirigido la obra.

DATOS DE LA OBRA

1. Indicar de manera exacta y completa el título identificativo de la obra a registrar.
2. Mencionar la fecha en que por primera vez la obra ha sido accesible al público en forma masiva (fecha de publicación).
3. Indicar si la obra es inédita o si ya a ha sido puesta al alcance del público en forma masiva (publicada).
4. Observaciones generales: Indicar las principales características de la obra que contribuyan a identificarla. En caso de obras impresas mencionar el número de edición, las páginas de la obra y el número de ejemplares.

DATOS DEL EDITOR

Indicar el nombre de la persona natural o jurídica responsable de la edición de la obra.

DATOS DEL IMPRESOR

Indicar el nombre de la persona natural o jurídica responsable de la impresión de la obra.

DATOS DEL SOLICITANTE

1. Indicar el nombre y más datos de la persona que hace la solicitud, conjuntamente con la firma del Abogado Patrocinador, que es recomendable, pero no obligatoria.
2. Los datos correspondientes del representado si es el caso. De ser persona jurídica, deberá acompañarse además el documento que legitime su representación.

REQUISITOS ADICIONALES

1. Para obras inéditas adjuntar un ejemplar de la obra; para obras editadas adjuntar dos ejemplares de la obra y en caso de los editores tres ejemplares para depósito legal.
2. Adjuntar el recibo de pago de la tasa correspondiente (original y copia).
3. Anexar la fotocopia legible, a blanco y negro de la cédula de ciudadanía del autor y/o autores.
4. El patrocinio del abogado es recomendado pero no obligatorio.
5. Cuando la obra se va a publicar, adjuntar la certificación de la imprenta (debe contener: el título exacto del libro, el tiraje, fecha en la cual se entregarán los libros impresos al autor y/o titular y el número de páginas de la obra) y la copia de la portada del libro o la página donde conste el nombre del libro.
6. De contar la obra con más datos de los contenidos en el formulario, hágalos constar en una hoja adicional.

NOTA: La atención al público es ininterrumpida de lunes a viernes. El valor de la tasa es de \$ 12 a ser depositados en el Banco del Pacífico Cta Cte. N° 742852 9, a nombre del IEPI, a excepción de la base de datos, que el valor de la tasa es de \$20.

Pag. web: www.iepi.gob.ec

REGISTRO DE OBRAS AUDIOVISUALES**REGISTRO DE OBRAS AUDIOVISUALES
(Cinematográficas, Videogramas, Programas de Televisión y Similares)**

 INSTITUTO ECUATORIANO DE LA PROPIEDAD INTELLECTUAL -IEPI- DIRECCIÓN NACIONAL DE DERECHO DE AUTOR Y DERECHOS CONEXOS	Número de solicitud: <i>(Para uso del IEPI)</i>
	Fecha de presentación: <i>(Para uso del IEPI)</i>
AUTORES DE LA OBRA a. Director: _____ b. Autor del guión: _____ c. Autor de la música: _____ d. Autor de los dibujos: _____	Domicilio y ciudad a. _____ b. _____ c. _____ d. _____
PRODUCTOR AUDIOVISUAL Nombre: _____ Representado por _____ Domicilio y Ciudad _____	
ARTISTAS PRINCIPALES A _____ B _____ C _____ D _____ E _____	
DATOS DE LA OBRA A. Título original: _____ B. Nacionalidad: _____ C. Título en español: _____ D. Género: _____ E. Fecha de terminación: _____ F. Metraje: _____ G. Duración: _____ H. Formato: _____ I. Otros datos: _____	
SINOPSIS DE LA OBRA _____ _____ _____ _____	
DATOS DEL SOLICITANTE Nombre: _____ Domicilio: _____ Ciudad: _____ Teléfono: _____ En representación de: _____ Domicilio: _____ País: _____	
<p style="text-align: center;">_____</p> Firma Abogado Patrocinador Firma solicitante	

INSTRUCTIVO

Llenar la solicitud a máquina o en computadora.

DATOS DEL AUTOR O AUTORES

1. Indicar los nombres y más datos del productor o realizador de la obra cinematográfica.
2. Indicar los datos correspondientes del autor de guión o libreto cinematográfico, es decir el texto escrito de la obra.
3. Indicar los datos correspondientes al autor o autores de la música.
4. Indicar los datos correspondientes del dibujante o dibujantes, si se trata de un diseño animado.

DATOS DEL PRODUCTOR AUDIOVISUAL

Indicar los nombres y más datos de la persona natural o jurídica responsable de los contratos con todas las personas y entidades que intervienen en la realización de la obra audiovisual.

DATOS DE LA OBRA

1. Indicar el título original de la obra audiovisual.
2. Indicar el formato (VHS).
3. Mencionar cualquier otro dato que sea de importancia y que permita identificar la obra perfectamente.

SINOPSIS DE LA OBRA

Indicar una breve sinopsis de la obra, en la que conste de manera integral el tema sobre el cual se desarrolla la producción de la obra audiovisual.

DATOS DEL SOLICITANTE

1. Indicar el nombre y más datos de la persona que hace la solicitud, conjuntamente con la firma del Abogado Patrocinador, que es recomendable, pero no obligatoria.
2. Los datos correspondientes del representado si es el caso. De ser persona jurídica, deberá acompañarse además el documento que legitime su representación.

REQUISITOS ADICIONALES

1. Para el registro de videogramas, adjuntar un ejemplar del CD, DVD u otros soportes.
2. Adjuntar el recibo de pago de la tasa correspondiente.
3. Anexar la fotocopia de la cédula de ciudadanía del autor y /o autores.
4. El patrocinio del abogado es recomendado pero no obligatorio.
5. De contar la obra con más datos de los contenidos en el formulario, hágalos constar en una hoja adicional.

NOTA: La atención al público es ininterrumpida de lunes a viernes. El valor de la tasa es de \$ 20 a ser depositados en el Banco del Pacífico Cta.Cte. N° 742852-9, a nombre del IEPI.

Pag. web: www.iepi.gob.ec

Video Instructivo:

YouTube: Canal de IEPI - Formulario de Registro de Obras Audiovisuales [en línea]. Lugar: Ecuador 6 Enero 2012. [Consulta: 5 Mayo 2013]. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=G5DXW08x-V0>

SOLICITUD DE TC TELEVISIÓN



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA
DEL LITORAL

"Impulsando la Sociedad del Conocimiento"

www.espol.edu.ec

EDCOM-CPG-005-2013

Marzo, 25 del 2013

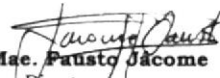
Srta.
BLANCA UGARTE
Gerente de Producción
TC TELEVISIÓN
Ciudad

De mi consideración:

La Escuela de Diseño y Comunicación Visual (EDCOM), de la ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL (ESPOL), en búsqueda de fomentar la cultura y valores, solicita a usted autorizar el ingreso a sus instalaciones al señor JOSÉ LUIS VIZUETE YACILA, estudiante de la carrera de Licenciatura en Diseño y Producción Audiovisual, quien desea realizar una entrevista y hacer un levantamiento de información, dado que está realizando su proyecto de graduación, el mismo que está bajo la dirección del Lcdo. Roberto Córdova, docente de la unidad.

Esperando contar con su autorización, quedo de usted.

Atentamente,


Msc. Fausto Jácome
Director
EDCOM - ESPOL

Michelle C.



SOLICITUD DE TELEAMAZONAS



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA
DEL LITORAL
“Impulsando la Sociedad del Conocimiento”

www.espol.edu.ec

EDCOM-CPG-003-2013

Marzo, 25 del 2013

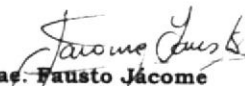
Abg.
MARÍA JOSEFA CORONEL INTRIAGO
Gerente General
TELEAMAZONAS
Ciudad

De mi consideración:

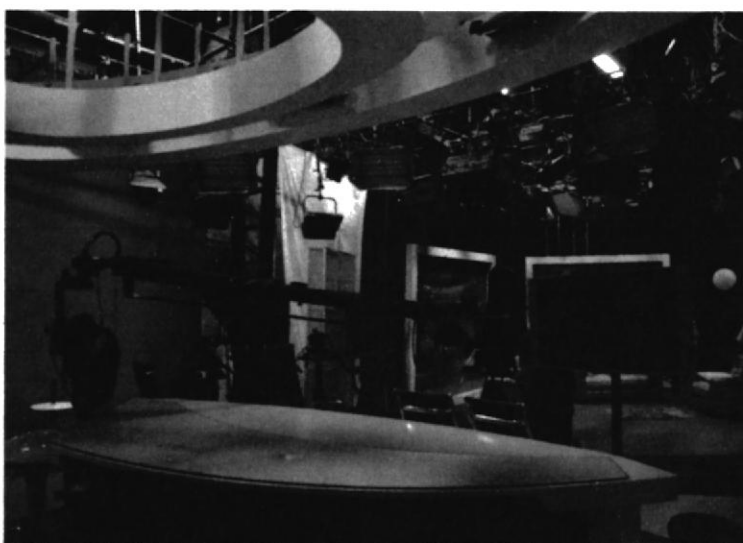
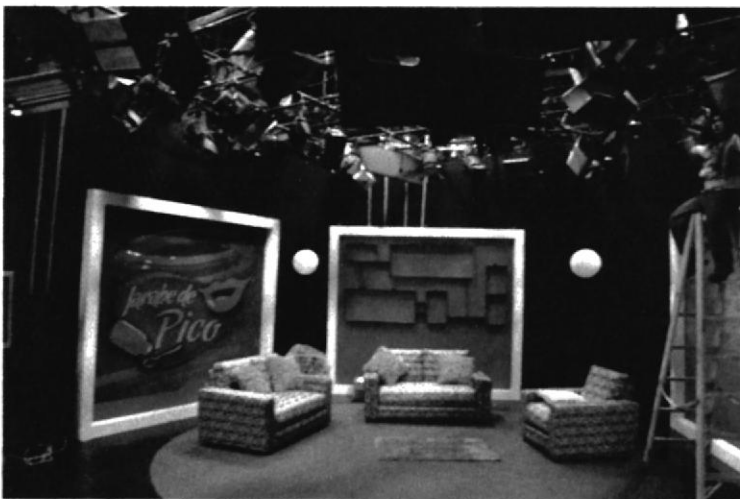
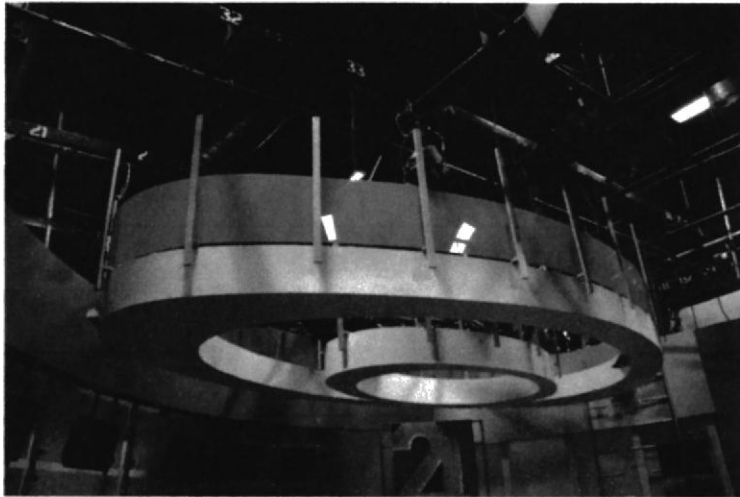
La Escuela de Diseño y Comunicación Visual (EDCOM), de la ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL (ESPOL), en búsqueda de fomentar la cultura y valores, solicita a usted autorizar el ingreso a sus instalaciones al señor JOSÉ LUIS VIZUETE YACILA, estudiante de la carrera de Licenciatura en Diseño y Producción Audiovisual, quien desea realizar una entrevista y hacer un levantamiento de información, dado que está realizando su proyecto de graduación, el mismo que está bajo la dirección del Lcdo. Roberto Córdova, docente de la unidad.

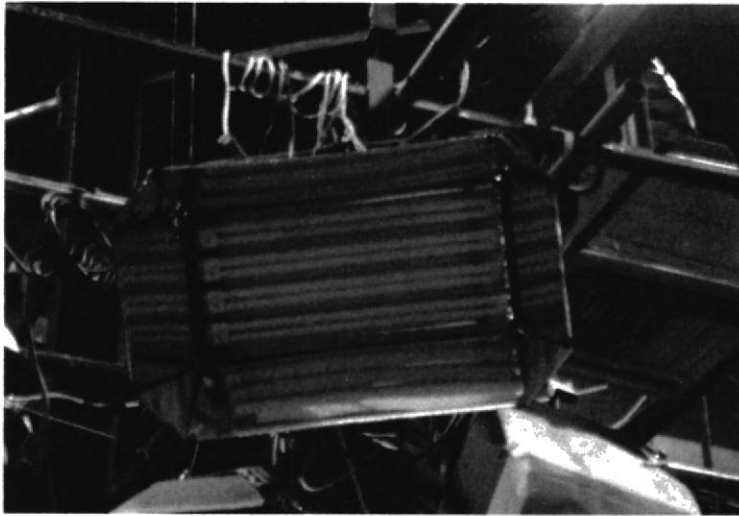
Esperando contar con su autorización, quedo de usted.

Atentamente,

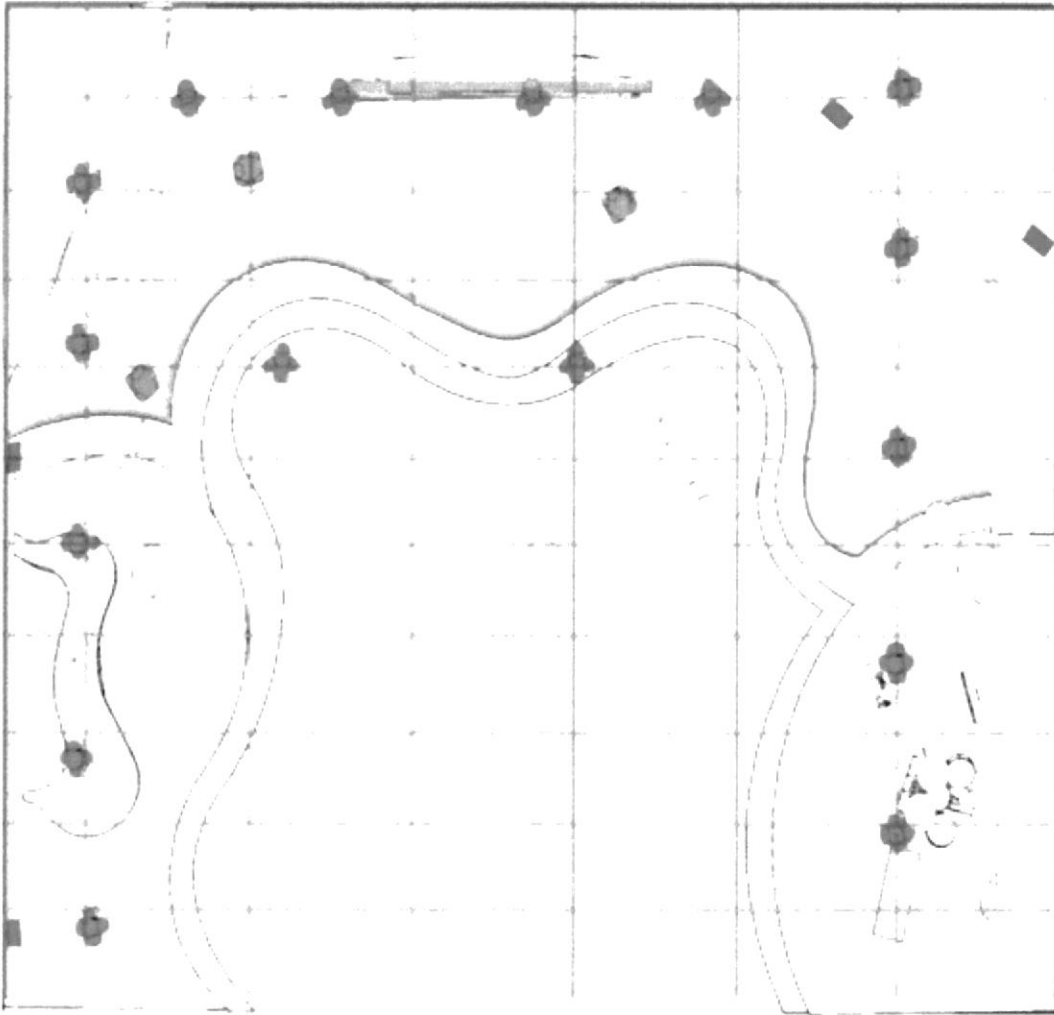

Msc. Fausto Jácome
Director
EDCOM - ESPOL

Michelle C.





PLANOS DE LUCES



SPOT



LED - 3 MÓDULOS

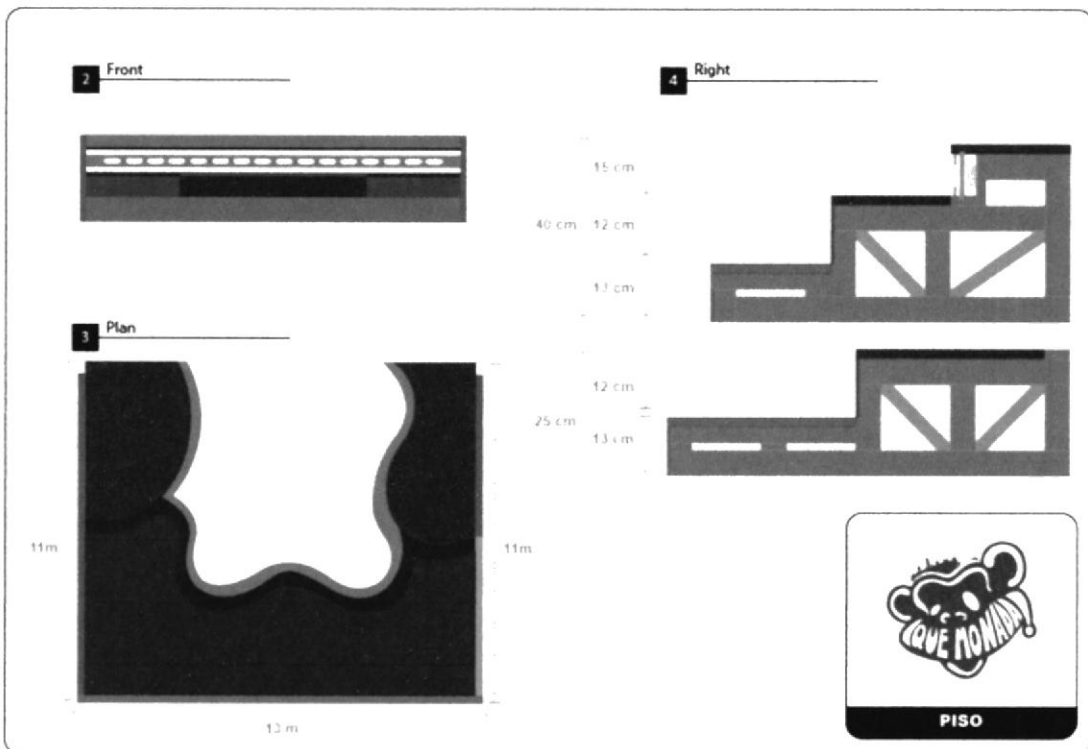
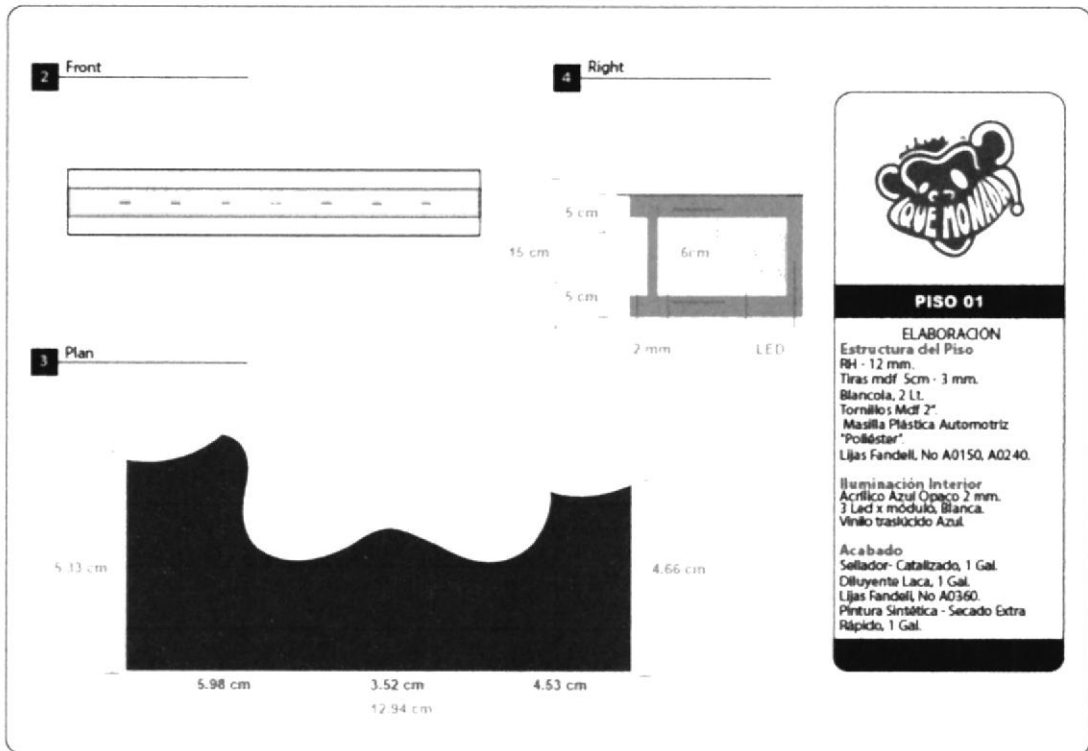


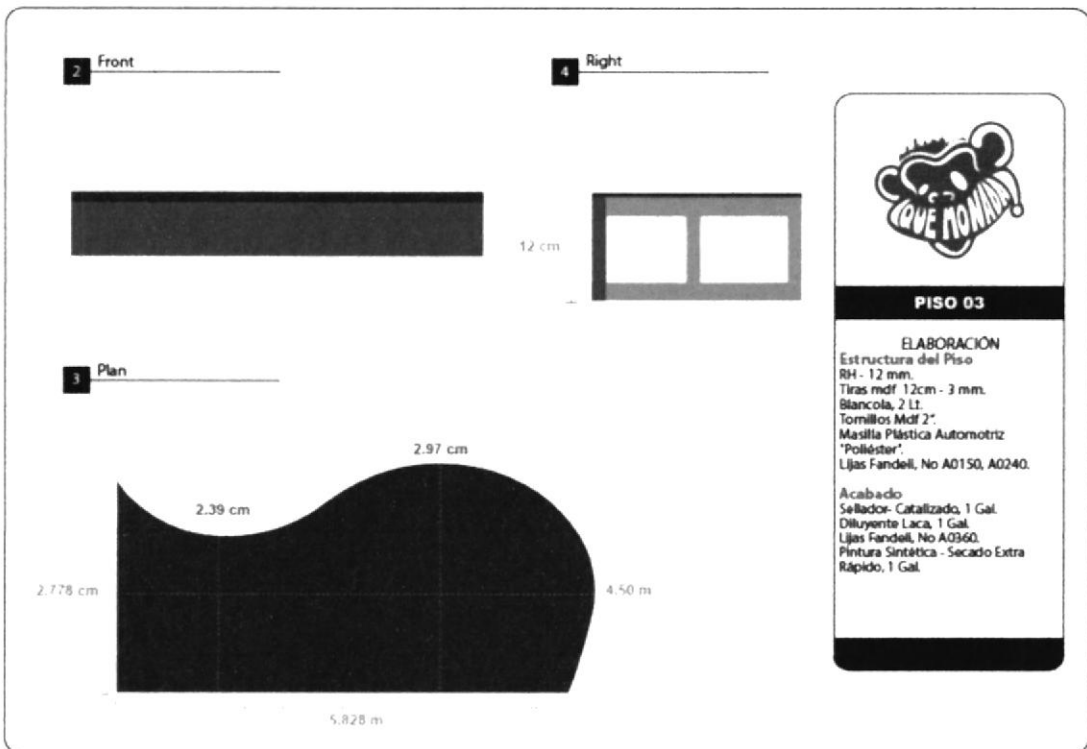
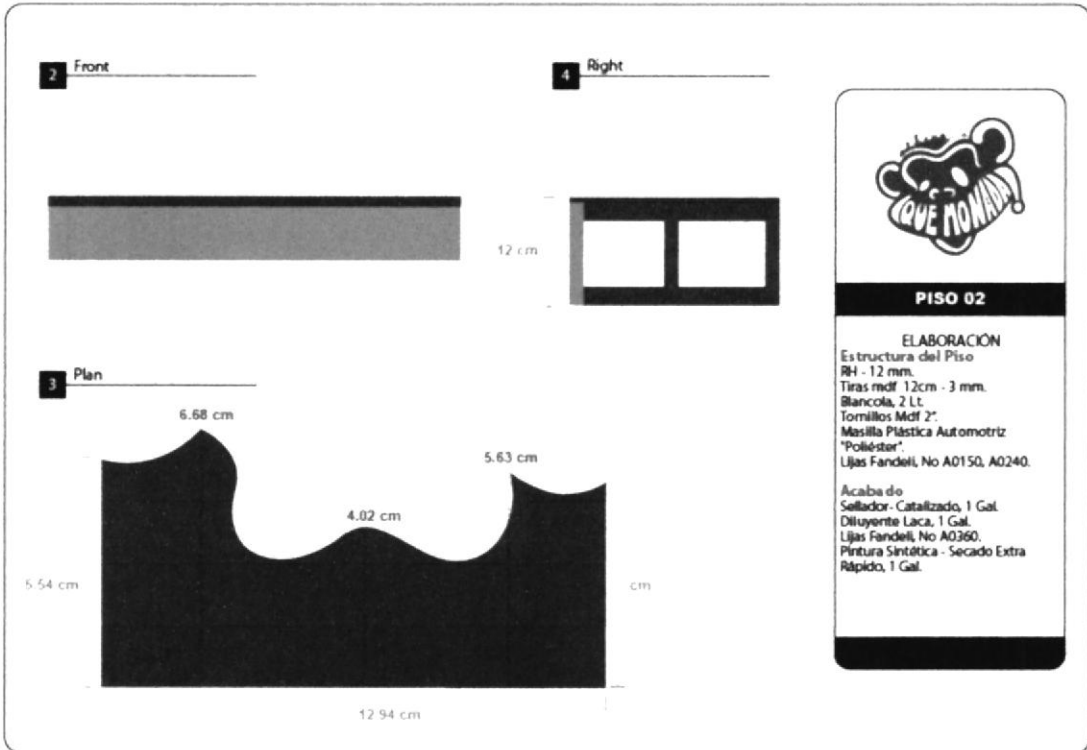
ROBÓTICA

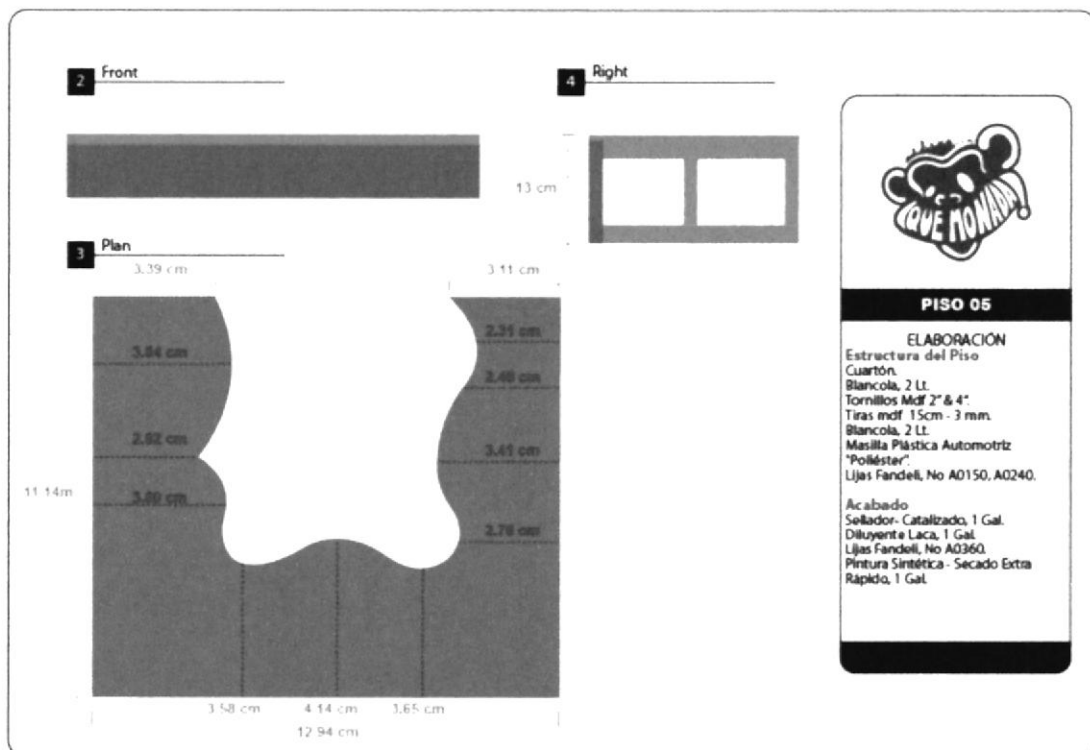
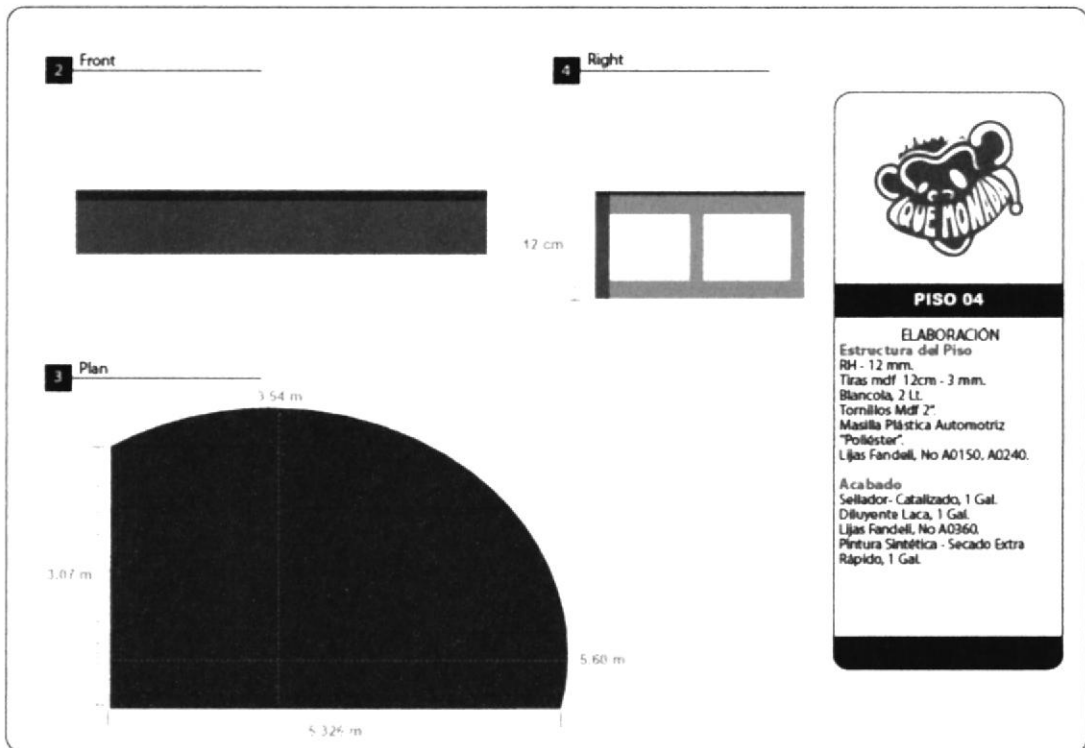


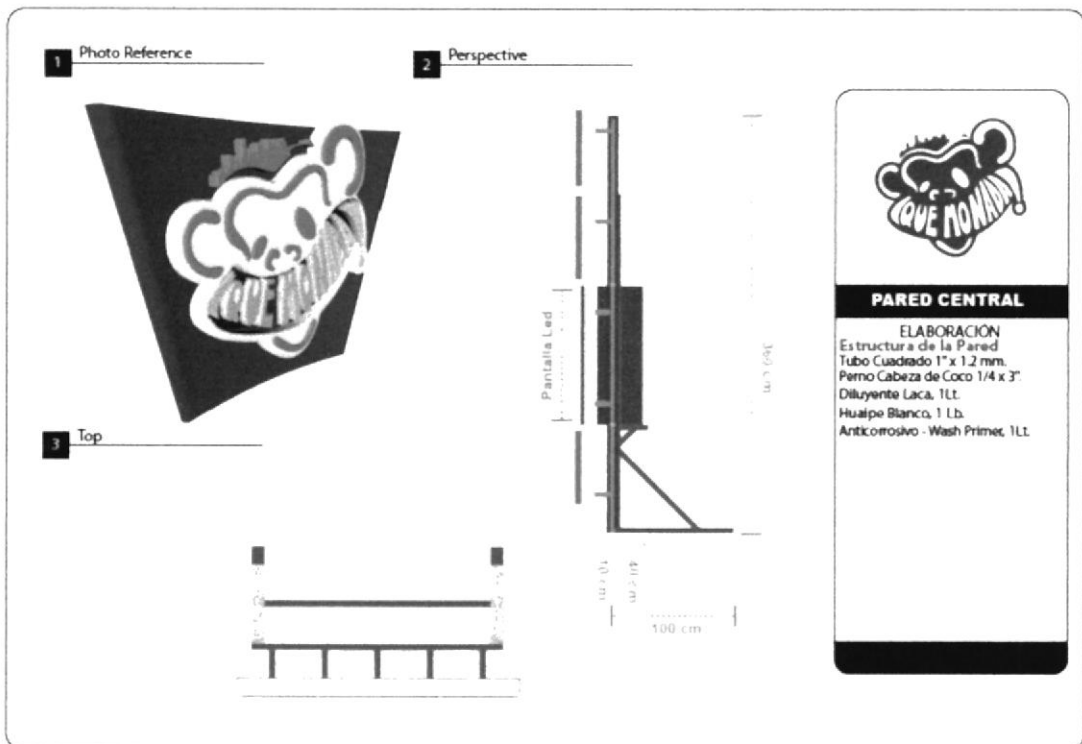
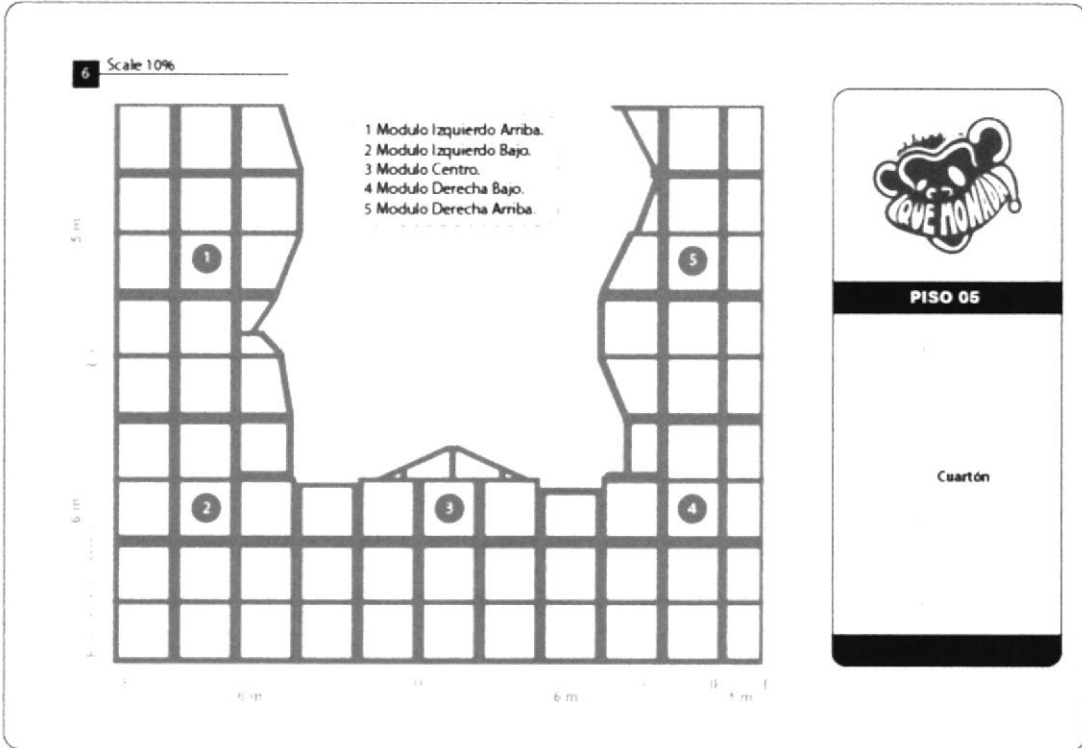
TUBOS DE
FLUORESCENTES

PLANOS TÉCNICOS DEL SET









4 Front

555 cm

120 cm

120 cm

120 cm

2 m

360 cm

PARED CENTRAL

ELABORACION

Estructura del Madera
Mdf 3mm.
Mdf 9mm.
Tiras de Madera 2x2.
Blancola, 1 Lt.
Tornillos Mdf 1 1/2"
Tornillos Punta de Broca Avellanado 1"
Masilla Plástica Automotriz
"Poliéstar".
Lijas Fandeli, No A0150, A0240.

Acabado
Sellador- Catalizado.
Diluyente Laca.
Lijas Fandeli, No A0360.
Fondo Blanco, 1 Gal.
Pintura Sintética - Secado Extra Rápido.

1 Photo Reference

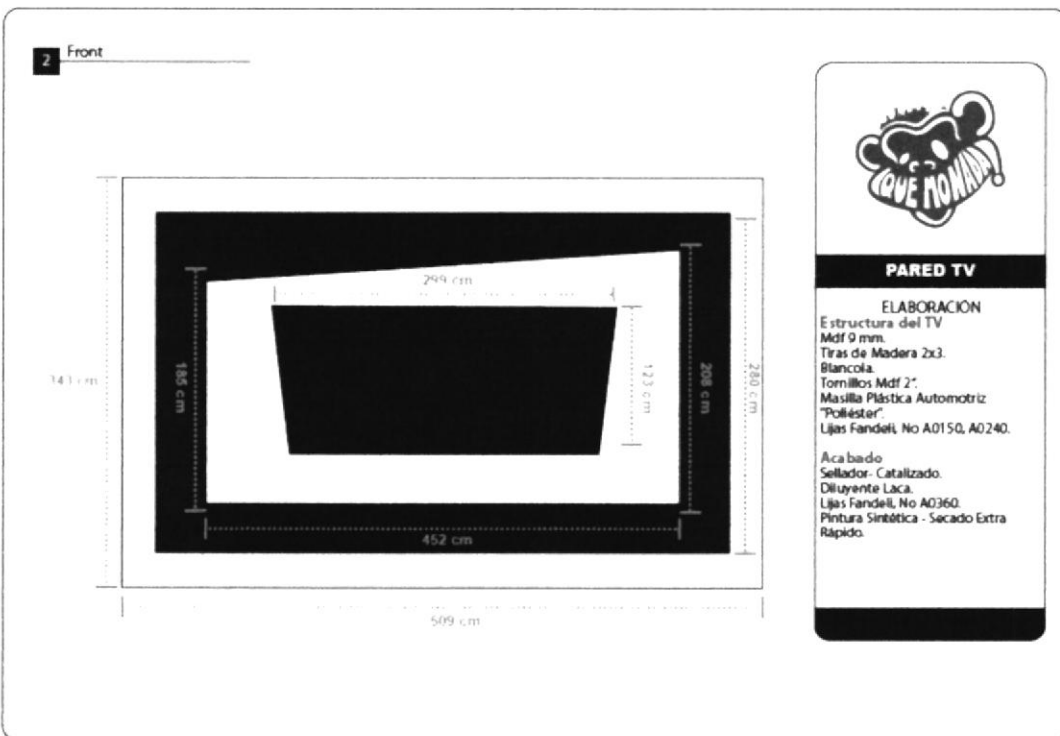
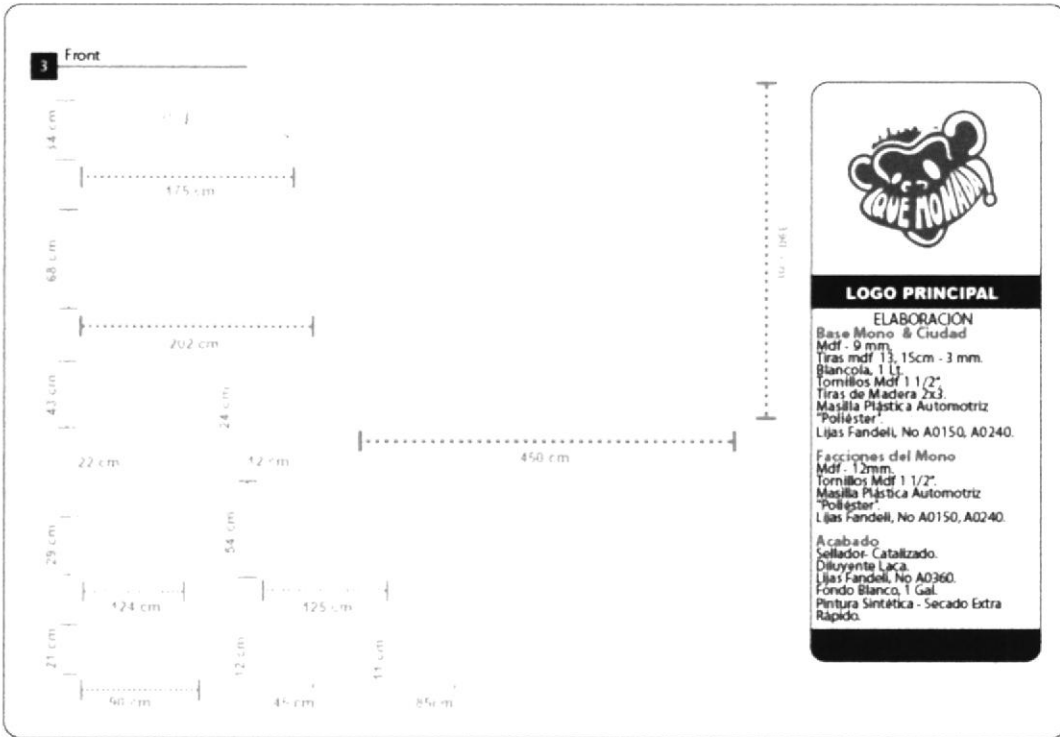
2 Top

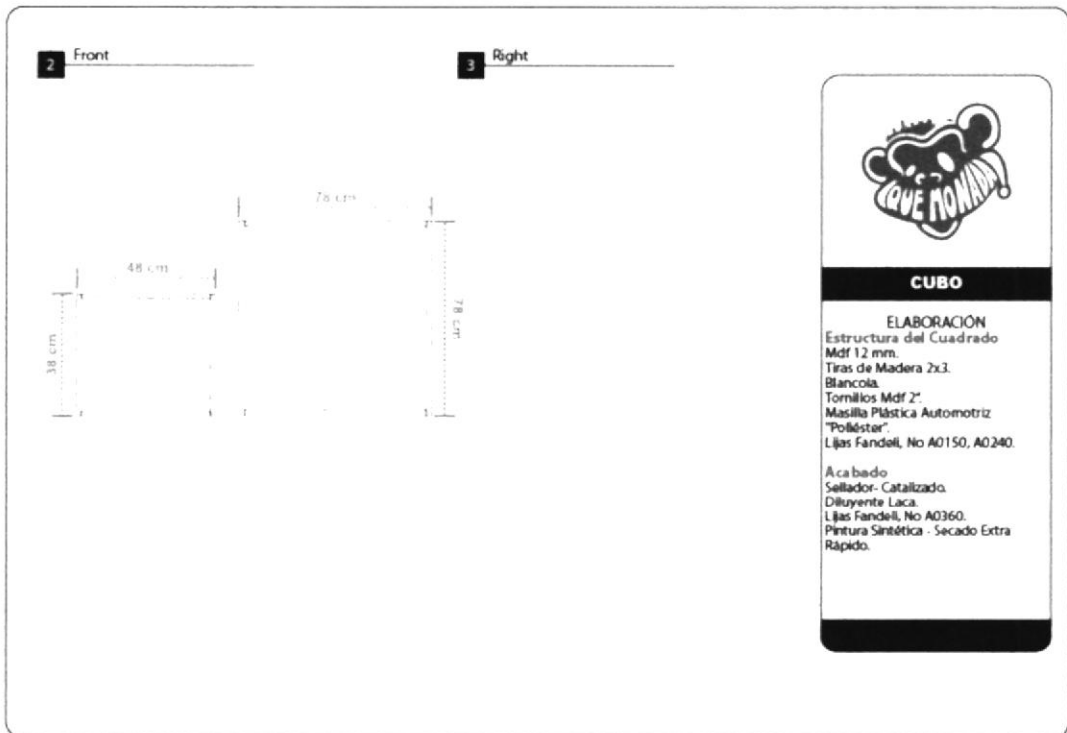
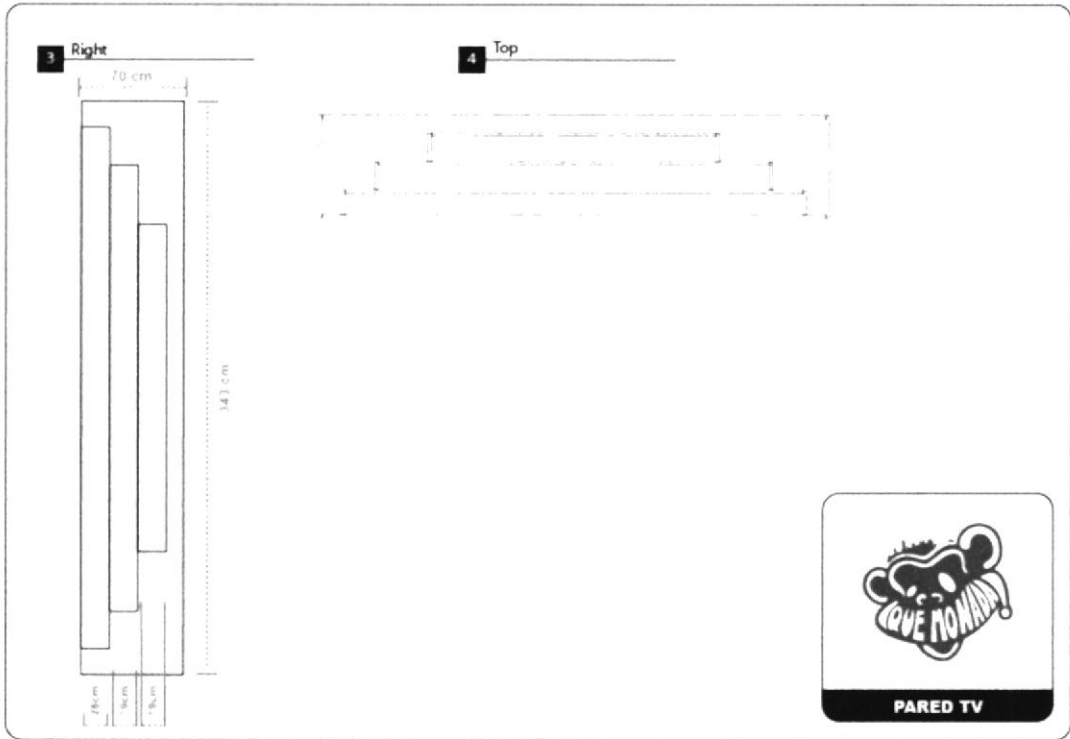
13.5 cm

12 mm

13 cm

LOGO PRINCIPAL





2 Front

3 Right

DEDO MONO

ELABORACIÓN
 Estructura de la Mano
 Fibras de Vidrio.
 Resina.
 Cobalto.
 Secante o Retardante.
 Mallas Electrosoldadas.
 Placa Hierro 2" x 1/8".
 Alambre.
 Piola
 Agujeta.

Anticorrosivo - Wash Primer.
 Masilla Plástica Automotriz "Poliéstar".
 Lijas Fandeli, A080, A0150, A0240.

Acabado
 Fondo Blanco, 1 Gal.
 Lijas Fandeli, A0360.
 Pintura Sintética - Secado Extra Rápido.

1 Photo Reference

Plantilla Logo

2 Front

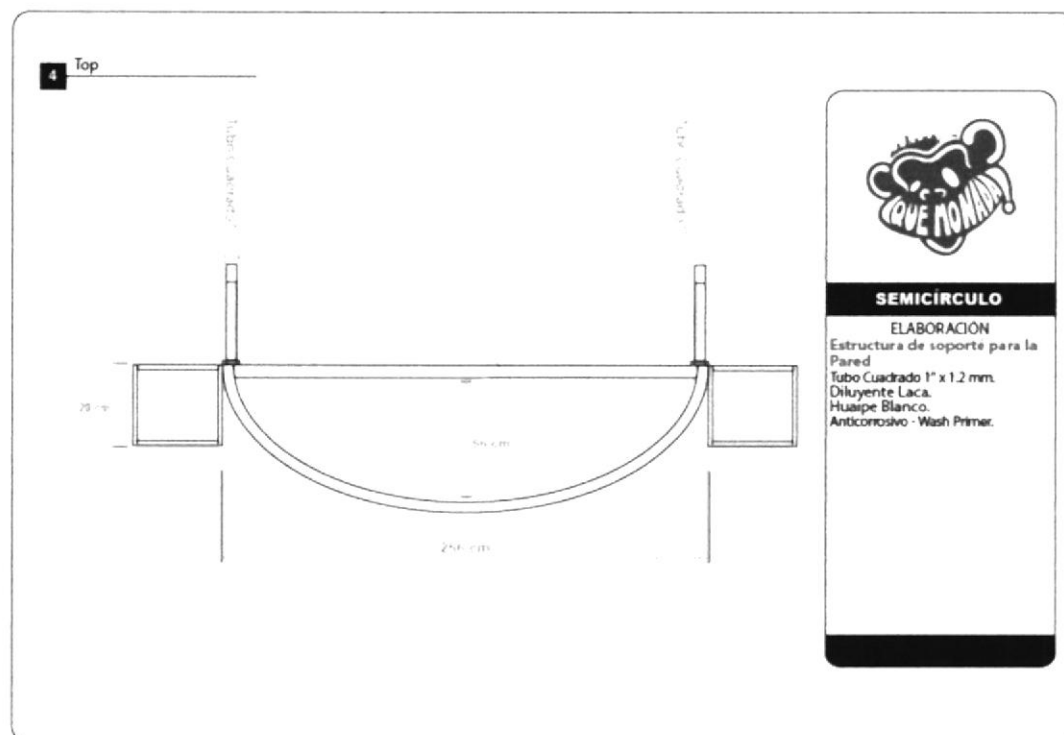
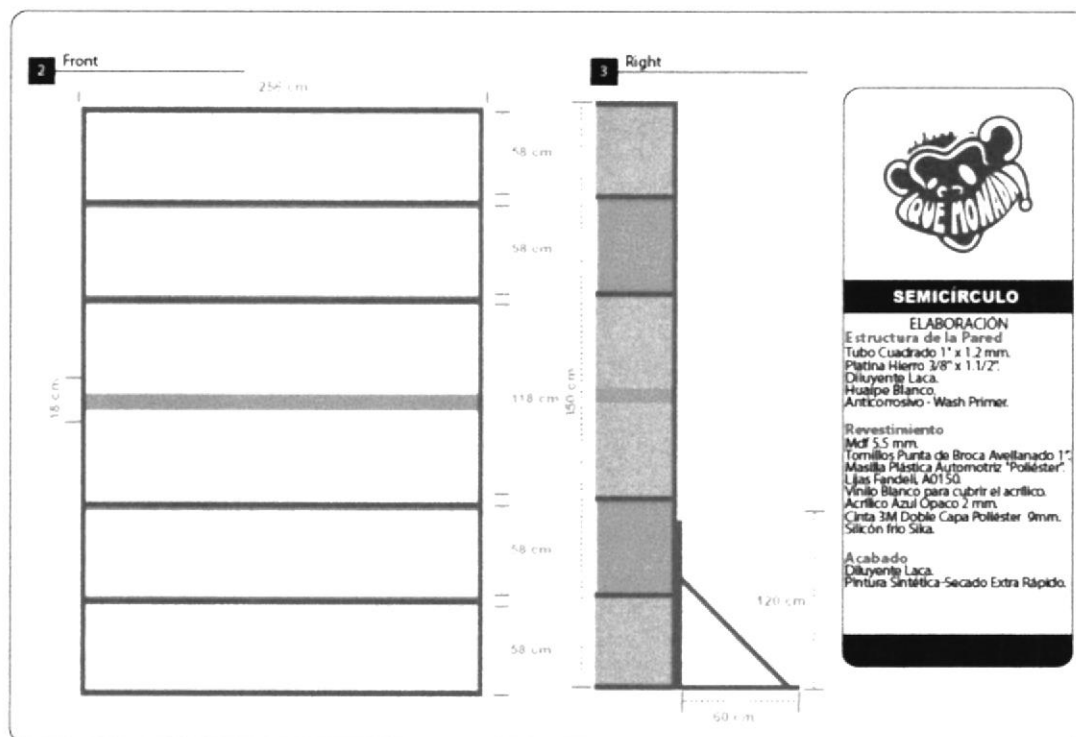
3 Scale 10%

ELABORACIÓN

Logo
 Mdf 15 mm.
 Lijas Fandeli, No A080, A0240.

Acabado
 Sellador - Catalizado.
 Diluyente Laca.
 Lijas Fandeli, No A0360.
 Fondo Blanco, 1 Gal.
 Pintura Sintética - Secado Extra Rápido.

Cinta Doble faz.



1 Front

34 cm

355 cm

5 cm

45 cm

Acabado Blanco

2 Top

35.5 cm

2 mm

Fluorescente

PILARES LUZ-MEDIANO

ELABORACION
 Estructura del Madera
 Mdf 12 mm.
 Blancos, 1 Lt.
 Tornillos Mdf 1 1/2".
 Masilla Plástica Automotriz "Poliéster"
 Lijas Fandeli, No A0150, A0240.

Acabado
 Sellador - Catalizado
 Diluyente Laca
 Lijas Fandeli, No A0360.
 Fondo Blanco, 1 Gal.
 Pintura Sintética - Secado Extra Rápido.

Iluminación Interior
 Tubo Fluorescente.
 Balastro
 Acrílico Blanco 2 mm.
 Vinilo traslucido rosado.
 Silicón frío Silca.

1 Photo Reference

2 Perspective

300 cm

150 cm

1.5 m

METROVIA

ELABORACION
 Estructura Metro
 Tubo Cuadrado 1" x 1.2 mm.
 Diluyente Laca, 1 Lt.
 Hualpe Blanco, 1 Lt.
 Anticorrosivo - Wash Primer, 1 Lt.

Mdf 5.5 mm.
 Tornillos Punta de Broca Avellanado 1".
 Masilla Plástica Automotriz "Poliéster".
 Lijas Fandeli, A0150.

Acabado
 Sellador - Catalizado.
 Lijas Fandeli, A0360.

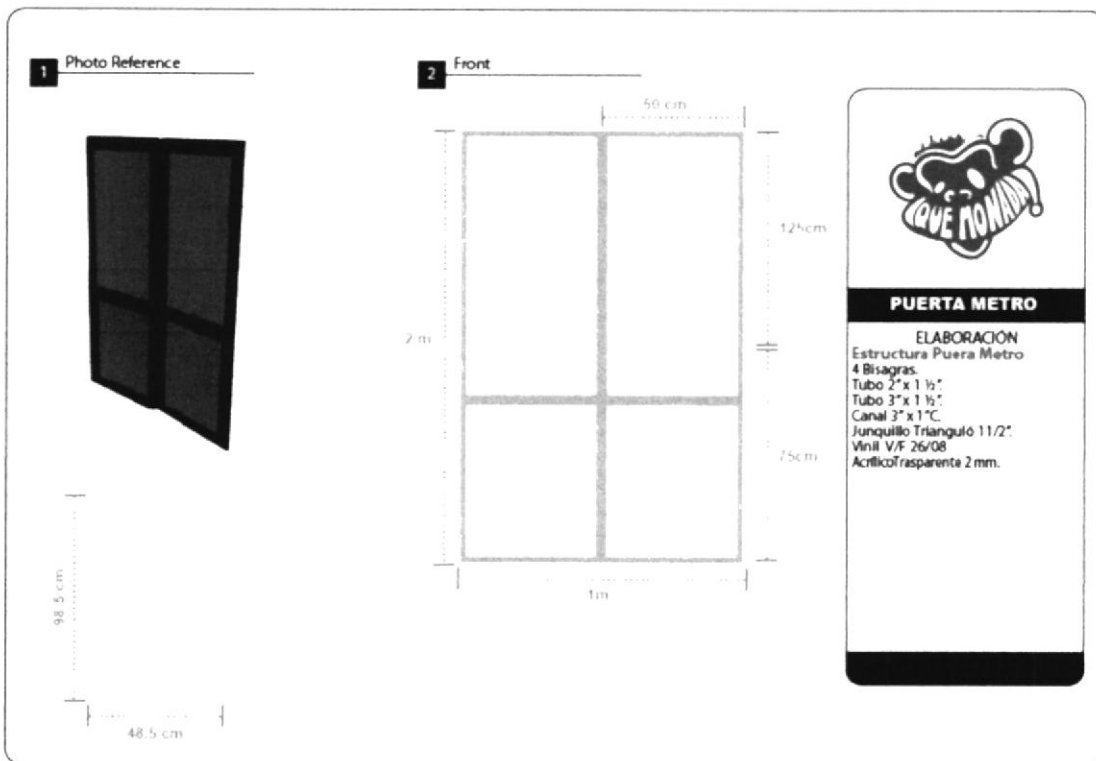
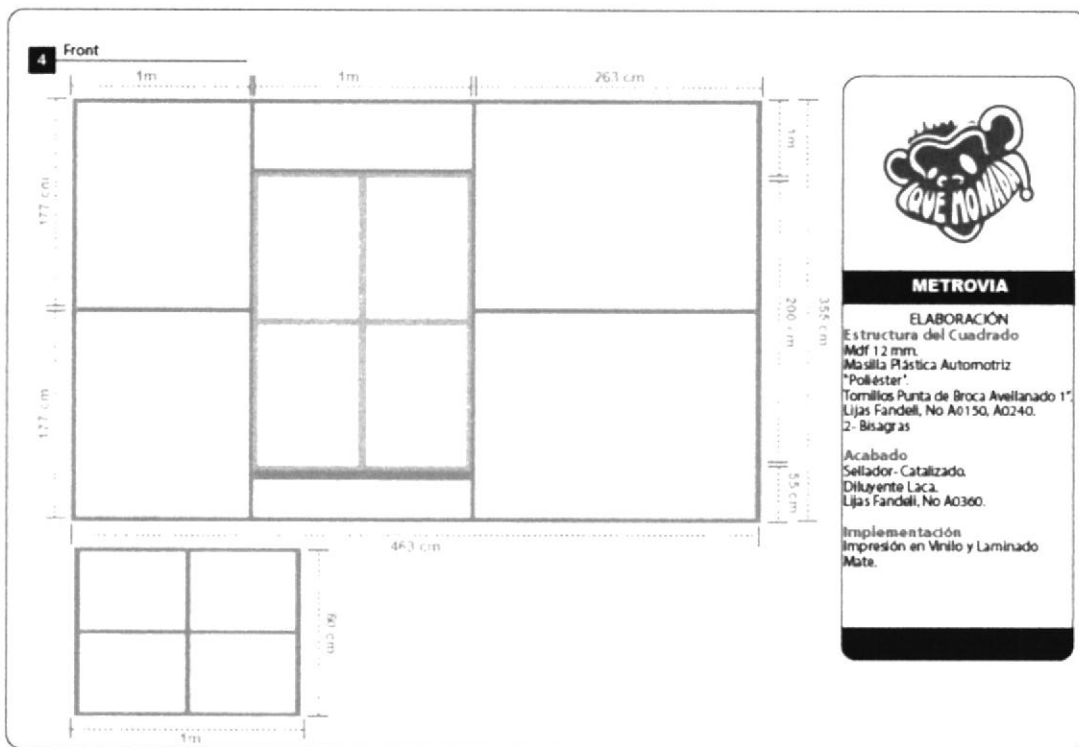
Implementación
 Impresión en Vinilo y Laminado
 Mate.

3 Top


300 cm

150 cm

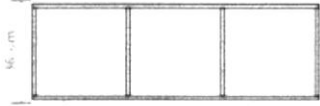
1.5 m




1 Photo Reference



3 Front





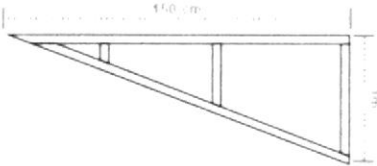
BASE METROVIA

ELABORACION

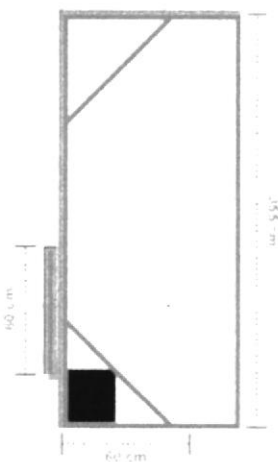
Piso Falso
 Mdf 12 mm.
 Tiras de Madera 2x3.
 Blancola,
 Tornillos Mdf 1".
 Masilla Plástica Automotriz
 "Poliéstar".
 Lijas Fandell, No A0150, A0240.


Acabado
 Sellador- Catalizado.
 Diluyente Laca.
 Lijas Fandell, No A0360.
 Pintura Sintética - Secado Extra
 Rápido.

2 Top



5 Right






METROVIA

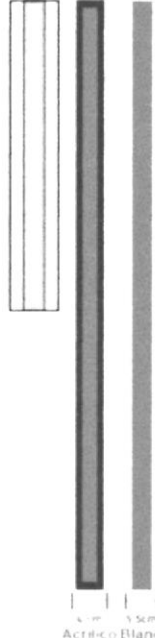
ELABORACION

Estructura de Soporté para la
 Pared & Techo Metro
 Tubo Cuadrado 1" x 1.2 mm.
 Diluyente Laca, 1Lt.
 Huaípe Blanco, 1 Lb.
 Anticorrosivo - Wash Primer, 1Lt.


1 Photo Reference



3 Front



4 cm 3.5 cm
Acrílico Blanco

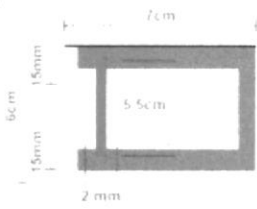


ELABORACIÓN
 Tubo Led
 Tiras de Mdf 12 mm.
 Blancola, 1 Lt.
 Tornillos Mdf 1"
 Masilla Plástica Automotriz "Poliéster".
 Lijas Fandell, No A0150, A0240.

Iluminación Interior
 Acrílico Blanco 2 mm.
 Tubo Fluorescente.

Acabado
 Sellador - Catalizado, 1 Gal.
 Diluyente Laca, 1 Gal.
 Lijas Fandell, No A0360.
 Fondo Blanco, 1 Gal.
 Pintura Sintética - Secado Extra Rápido, 1 Gal.
 Vinilo traslúcido Azul.

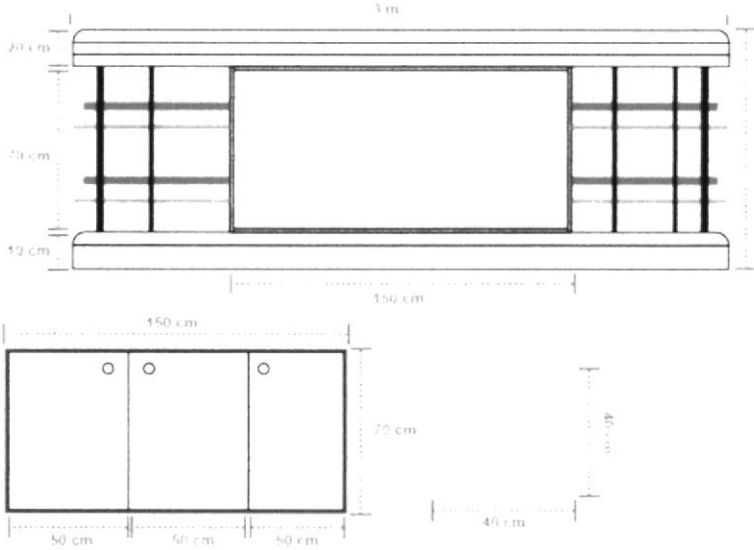
2 Top




7 cm
6 cm
5.5 cm
1.5 cm
2 mm

NOTA: 5 Elemento
 1.- 6 cm x 350 cm.
 1.- 6 cm x 400 cm.
 1.- 6 cm x 450 cm.
 1.- 6 cm x 500 cm.
 1.- 6 cm x 520 cm.

4 Front



3 m
20 cm
70 cm
10 cm
150 cm
150 cm
150 cm
50 cm 50 cm 50 cm
20 cm
40 cm



BARMEN

ELABORACIÓN
 Logo
 Mdf - 15mm.
 Masilla Plástica Automotriz "Poliéster".
 Lijas Fandell, No A0150, A0240.

Acabado
 Sellador - Catalizado.
 Diluyente Laca.
 Lijas Fandell, No A0360.
 Fondo Blanco, 1 Gal.
 Pintura Sintética - Secado Extra Rápido.

Accesorios para Barman
 6 Bisagras.
 3 Botones.

3 Top

BARMEN

ELABORACIÓN

Estructura de Soporte Tapa & Base
 Mdf - 12 mm.
 Tiras de Mdf 5.5mm.
 Tiras de Madera 2x3.
 Blancaola, 1 Lt.
 Tornillos Mdf 1 1/2".
 Masilla Plástica Automotriz "Poliéster"
 Lijas Fandelé, No A0150, A0240.

Estructura del Barman & Pijetas
 Mdf - 15mm.
 Mdf - 5.5mm.

Acabado
 Sellador - Catalizado.
 Diluyente Laca.
 Lijas Fandelé, No A0360
 Fondo Blanco, 1 Gal.
 Pintura Sintética - Secado Extra Rápido.

Plantilla Barman

Plantilla Acrílico


Barras Redondas Acero Transmisión 1/4

BARMEN


ELABORACIÓN

SopORTE ó Repisa
 Acrílico transparente 6 mm.
 Sujetador de vidrio media luna.
 Barras redondas acero transmisión 1/4.
 Tiras de acrílico Transparente 2 mm.

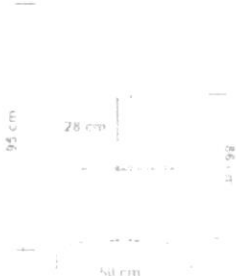
1 Photo Reference




3 Plan




2 Front



4 Perspective






ELABORACIÓN
 Estructura Mueble
 Tiras de madera 2x3.
 Mdf - 12 mm.
 Biancola, 1 Lt.
 Tornillos Mdf 1 1/2".
 Esponja 2 x 1 m 10 cm.


Estructura Base
 Tubo Redondo 2" x 1.8 mm.
 Tubo Redondo 1" x 1.8 mm.

Acabado
 Cuerina Azul marino.

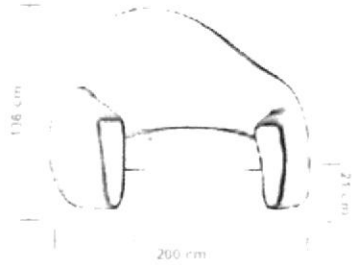
1 Photo Reference




3 Plan




2 Front



4 Perspective






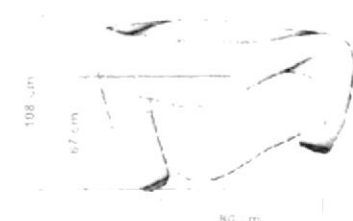
ELABORACIÓN
 Estructura Mueble Grande
 Tiras de madera 2x3.
 Cuartones.
 Biancola, 1 Lt.
 Tornillos Mdf 1 1/2".
 Esponja 2 x 1 m 10 cm.


Acabado
 Cuerina Rojo.

1 Photo Reference



3 Plan

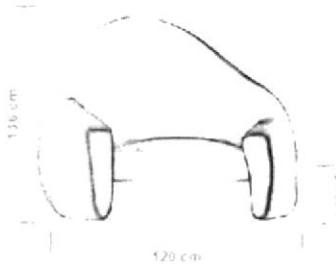





ELABORACIÓN
 Estructura Mueble Pequeño
 Tiras de madera 2x3.
 Cuartones
 Blancaola, 1 Lt.
 Tornillos Mdf 1 1/2".
 Esponja 2 x 1 m 10 cm.

Acabado
 Cuerna Rojo.

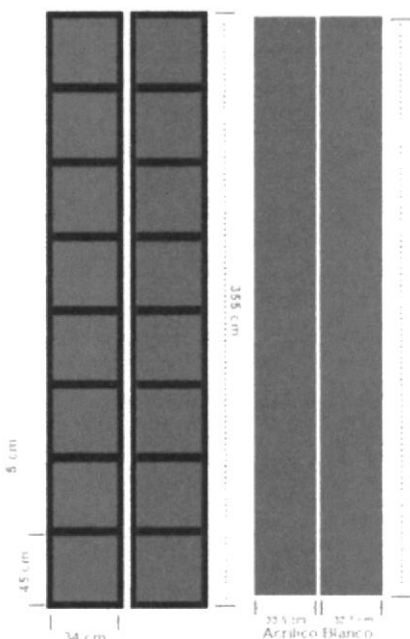
2 Front




4 Perspective




2 Front



3 Top






PILARES LUZ-GRANDE

ELABORACIÓN
 Estructura del Madera
 Mdf - 12 mm.
 Blancaola, 1 Lt.
 Tornillos Mdf 1 1/2".
 Masilla Plástica Automotriz
 Polyester
 Lijas Fandell, No A0150, A0240.


Acabado
 Sellador - Catalizado
 Diluyente Laca
 Ujas Fandell, No A0360.
 Fondo Blanco, 1 Gal.
 Pintura Sintética - Secado Extra
 Rápido.


Iluminación Interior
 Acrílico Blanco 2 mm.
 Vinilo traslucido azul rosado.
 Tubo Fluorescente
 Silicon Frio Sika
 Balastro.

1 Photo Reference



3 Front






DISCO

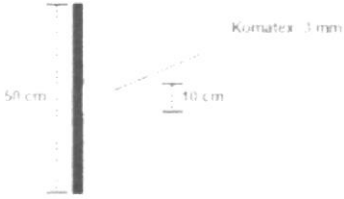
ELABORACIÓN
 Tubo disco 40
 Tubo Redondo 2" x 1.8 mm.
 Mdf - 15 mm.
 Blancota, 1 Lt.
 Tornillos Mdf 1 1/2".
 Masilla Plástica Automotriz
 "Poliéster".
 Lijas Fandeli, No A0150, A0240.


Acabado:
 Sellador- Catalizado.
 Diluyente Laca.
 Lijas Fandeli, No A0360.
 Pintura Sintética - Secado Extra
 Rápido.

2 Top



4 Right






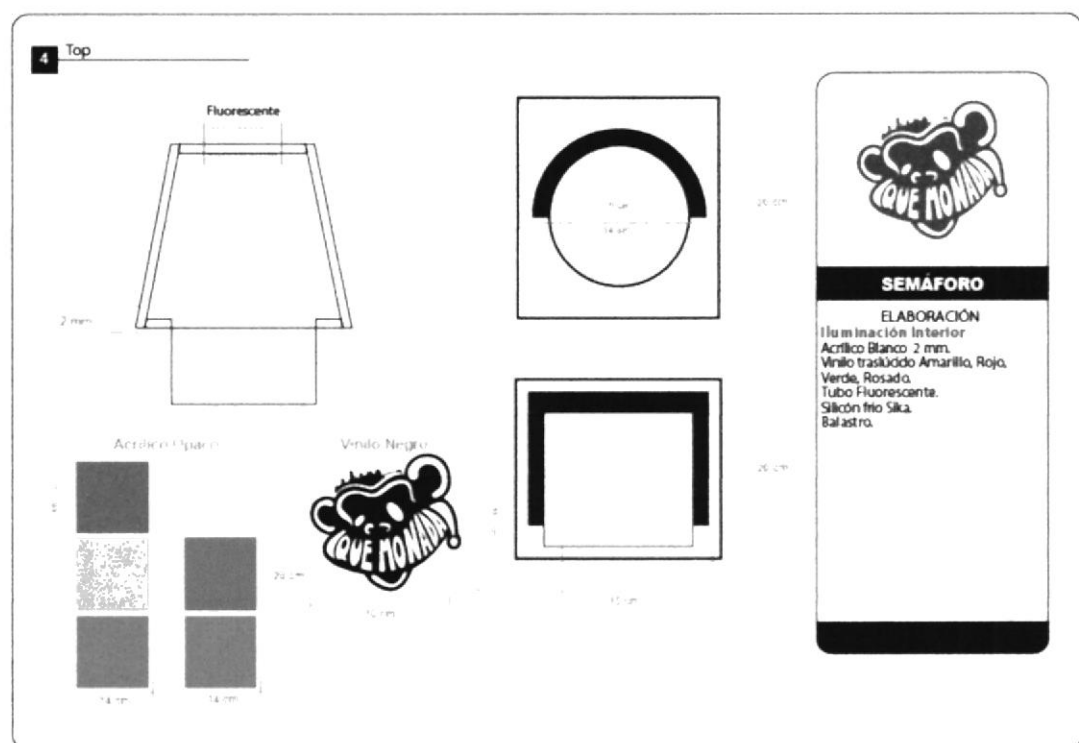
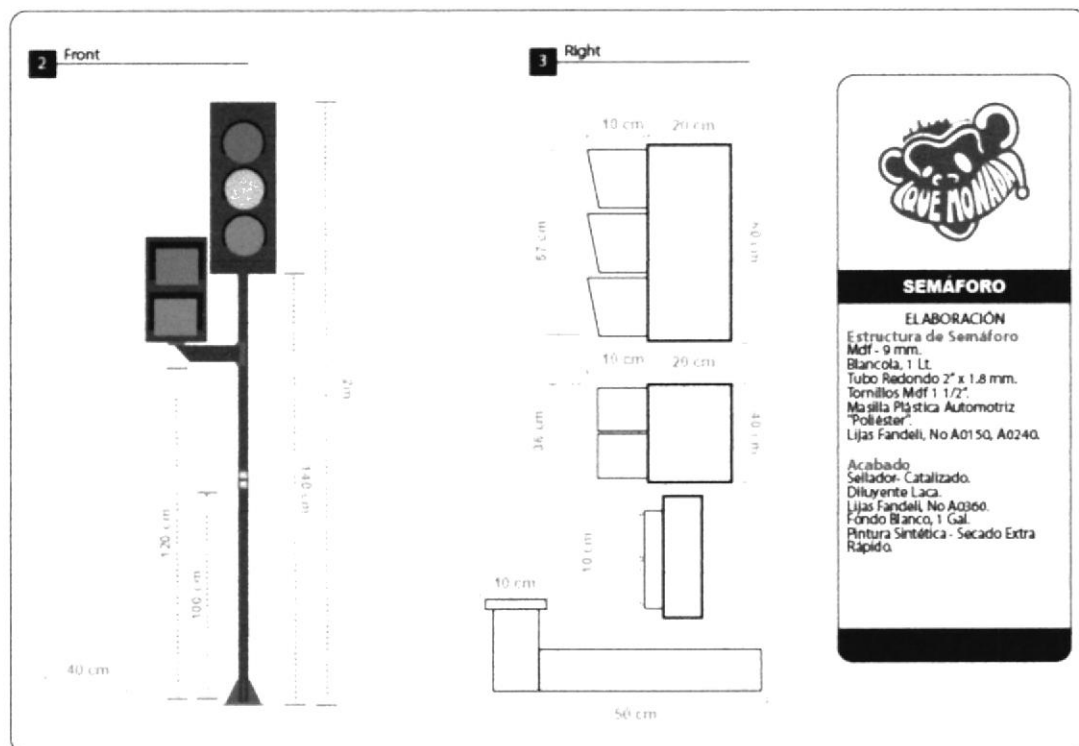
DISCO

ELABORACIÓN
 Disco 40
 Komates 3mm.
 Lijas Fandeli, No A0150, A0240.
 Pegamento Instantáneo.

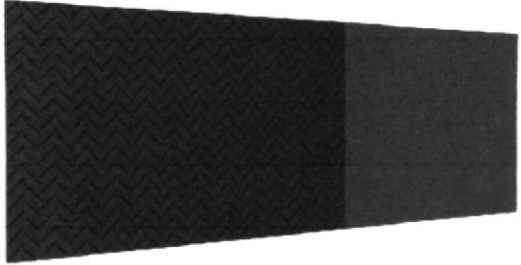
Implementación
 Impresión en Vinilo y Laminado
 Mate

VINILO

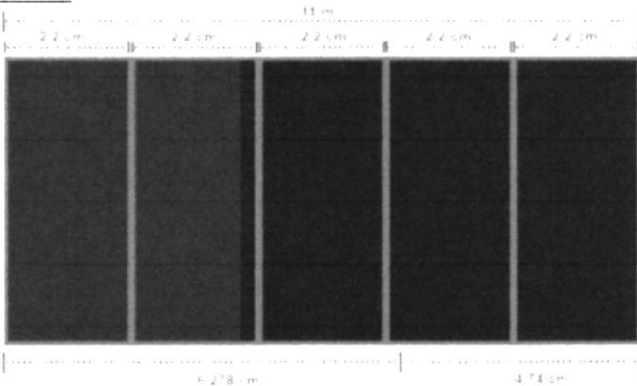





1 Photo Reference



2 Front





PARED 01

ELABORACIÓN


Estructura de la Pared
 Tubo Cuadrado 1" x 1.2 mm.
 Platina Hierro 2" x 1/8.
 Diluyente Laca, 2 Lt.
 Hualpe Blanco, 1 Lb.
 Anticorrosivo - Wash Primer, 1Lt.

Mdf 5.5 mm.
 Tornillos Punta de Broca Avellanado 1"
 Masilla Plástica Automotriz "Poliéster".
 Lijas Fandell, A0150.

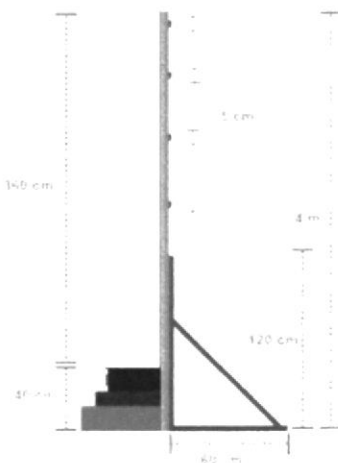
Acabado
 Sellador- Catalizado.
 Lijas Fandell, A0360.


Implementación
 Impresión en Vinilo y Laminado
 Mate.

3 Plan



4 Right






PARED 01

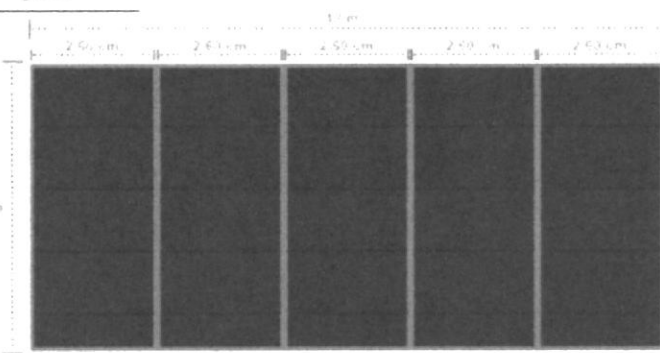
ELABORACIÓN


Estructura de soporte para la Pared
 Tubo Cuadrado 1" x 1.2 mm.
 Platina Hierro 2" x 1/8.
 Perno Cabeza de Coco 3".
 Diluyente Laca, 1Lt.
 Hualpe Blanco, 1 Lb.
 Anticorrosivo - Wash Primer, 1Lt.

1 Photo Reference



2 Front





PARED 02

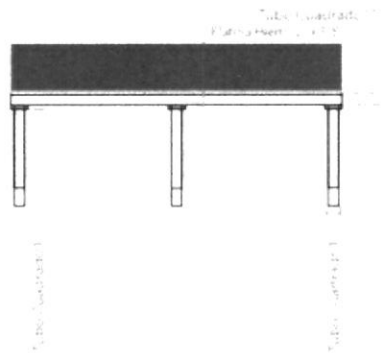
ELABORACIÓN
 Estructura de la Pared
 Tubo Cuadrado 1" x 1.2 mm.
 Platina Hierro 2" x 1/8.
 Diluyente Laca, 2 Lt.
 Huaípe Blanco, 1 Lb.
 Anticorrosivo - Wash Primer, 1Lt.

Mdf 5.5 mm.
 Tornillos Punta de Broca Avellanado 1".
 Masilla Plástica Automotriz "Poliéster".
 Lijas Fandeli, A0150.

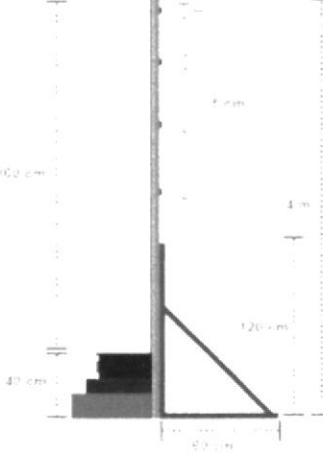
Acabado
 Sellador - Catalizado.
 Lijas Fandeli, A0360.


Implementación
 Impresión en Vinilo y Laminado
 Mate.

3 Plan



4 Right






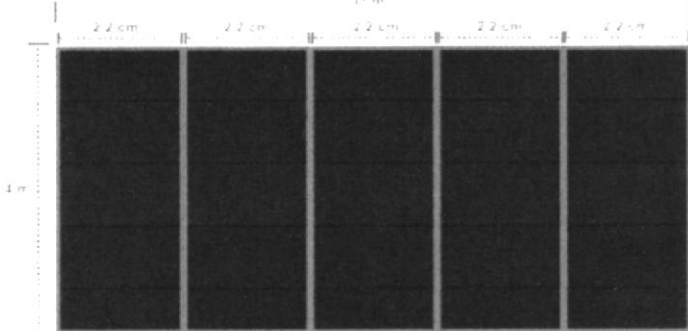
PARED 02


ELABORACIÓN
 Estructura de soporte para la Pared
 Tubo Cuadrado 1" x 1.2 mm.
 Platina Hierro 2" x 1/8.
 Perno Cabeza de Coco 3".
 Diluyente Laca, 1Lt.
 Huaípe Blanco, 1 Lb.
 Anticorrosivo - Wash Primer, 1Lt.

1 Photo Reference



2 Front





PARED 03

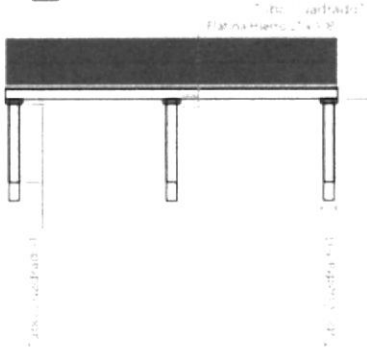
ELABORACIÓN
 Estructura de la Pared
 Tubo Cuadrado 1" x 1.2 mm.
 Platina Hierro 2" x 1/8.
 Diluyente Laca, 2 Lt.
 Hualpe Blanco, 1 Lb.
 Anticorrosivo - Wash Primer, 1Lt.

Mdf 5.5 mm.
 Tornillos Punta de Broca Avellanado 1"
 Masilla Plástica Automotriz "Poliéster".
 Lijas Fandeli, A0150.

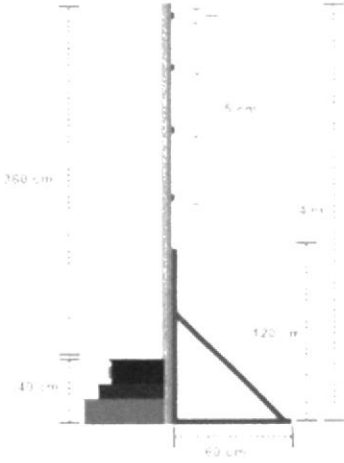
Acabado
 Sellador - Catalizado.
 Lijas Fandeli, A0300.


Implementación
 Impresión en Vinilo y Laminado
 Mate.

3 Plan



4 Right





PARED 03

ELABORACIÓN
 Estructura de soporte para la Pared
 Tubo Cuadrado 1" x 1.2 mm.
 Platina Hierro 2" x 1/8.
 Perno Cabeza de Coco 3".
 Diluyente Laca, 1 Lt.
 Hualpe Blanco, 1 Lb.
 Anticorrosivo - Wash Primer, 1Lt.

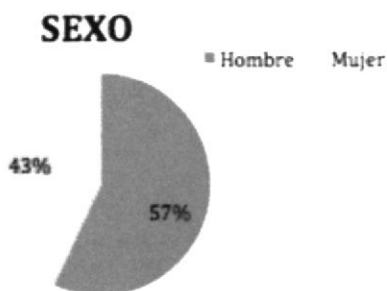
ENCUESTAS REALIZADAS**ENCUESTA PREFERENCIA TELEVISIVA**Programa *Que Monada!*

Con la finalidad de saber, cuál es la preferencia del público ecuatoriano, con respecto a los hábitos de programación nacional. Con el objetivo de crear nueva programación televisiva.

1. **Sexo.**
 Hombre. Mujer.
2. **Seleccioné el grupo de edad, al cual pertenece.**
 18 - 24. 32 - 38. 46 - 52.
 25 - 31. 39 - 45. 53 - En adelante.
3. **Nivel de Estudio.**
 Universitario. Educación Básica.
 Educación Secundaria. No estudia.
4. **Que tipo o género de programa que usted ve habitualmente, puede seleccionar una o varias.**
 Series. Concurso. Talkshow.
 Noticieros. Novelas. Musical.
 Reality Show. Películas.
 Variedades. Entretenimiento.
5. **Cuál es la cadena de televisión preferida, puede seleccionar una o varias.**
 Ecuavisa. Gama Tv. Canela Tv.
 RTS. Tc Televisión. Telerama.
 Teleamazonas. Canal Uno. Ecuador Tv.
6. **Cuál es el horario habitual que usted ve televisión.**
 06:00 a 12:59 am. 19:00 a 22:59 pm.
 13:00 a 18:59 pm. 23:00 a 05:59 am.
 No ve Televisión.
7. **Cuál es su situación laboral.**
 Relación dependencia. Estudiante.
 Independiente. Jubilado.
 Ama de casa. No trabaja.
8. **Por qué prefiere un programa de Tv.**
 Contenido. Diseño de Set. Imagen.
9. **Qué tipo de programa le gustaría ver en la programación nacional.**

1. Sexo.

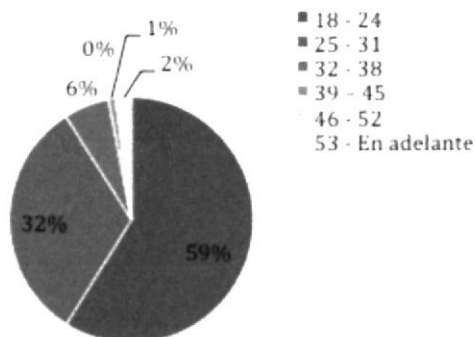
Hombre	57
Mujer	43



2. Seleccioné el grupo de edad, al cual pertenece.

18 - 24	59
25 - 31	32
32 - 38	6
39 - 45	1
46 - 52	0
53 - En adelante	2

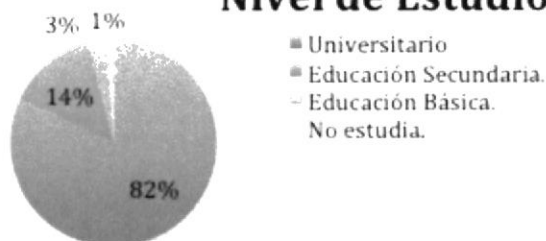
Seleccioné el grupo de edad, al cual pertenece.



3. Nivel de Estudio.

Universitario	82
Educación Secundaria.	14
Educación Básica.	3
No estudia.	1

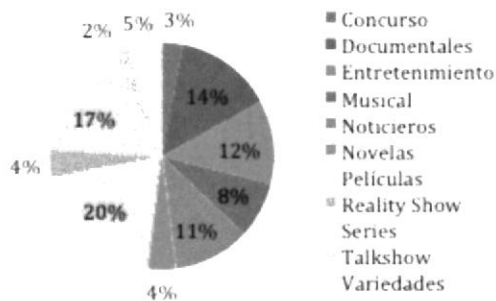
Nivel de Estudio



4. Que tipo o género de programa que usted ve habitualmente, puede seleccionar una o varias.

Concurso	3
Documentales	14
Entretenimiento	12
Musical	8
Noticieros	11
Novelas	4
Películas	20
Reality Show	4
Series	17
Talkshow	2
Variedades	5

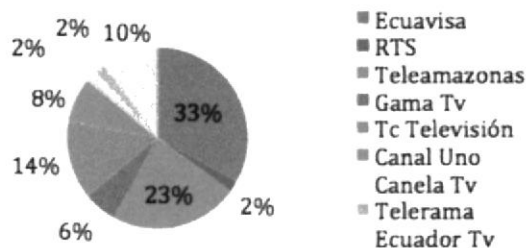
Que tipo o género de programa que usted ve habitualmente



5. Cuál es la cadena de televisión preferida, puede seleccionar una o varias.

Ecuavisa	33
RTS	2
Teleamazonas	23
Gama Tv	6
Tc Televisión	14
Canal Uno	8
Canela Tv	2
Telerama	2
Ecuador Tv	10

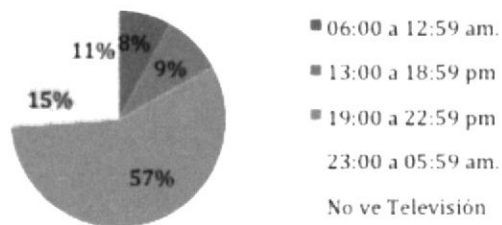
Cuál es la cadena de televisión preferida



6. Cuál es el horario habitual que usted ve televisión.

06:00 a 12:59 am	8
13:00 a 18:59 pm	9
19:00 a 22:59 pm	57
23:00 a 05:59 am	15
No ve Televisión	11

Cual es el horario habitual que usted ve televisión



7. Cuál es su situación laboral.

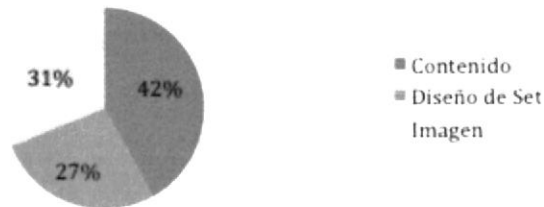
Relación dependencia.	25
Independiente	25
Ama de casa	2
Estudiante	42
Jubilado	0
No trabaja	6

Cuál es su situación laboral



8. Por qué prefiere un programa de Tv.

Contenido	42
Diseño de Set	27
Imagen	31

Por qué prefiere un programa de Tv**9. Qué tipo de programa le gustaría ver en la programación nacional.**

Entre las respuestas encontramos una coincidencia en el 15% documentales, 18% películas, 12% series, 20% entretenimiento, 15% educativos, 5% novelas, 10% noticieros, 5% programas de música, 3% concursos y finalmente un 7% de respuestas anuladas.

FACTURAS

- Madera

HERMAPROVE S. A.	Emisión: 29/10/2013
R.U.C. 0990907161001	
PROFORMA No. 14815	

CLIENTE: CONSUMIDOR FINAL
DIRECCION: ...
TELEFONOS: 00000
FECHA: 29/10/2013
VENDEDOR: HERMAPROVE · DURAN
ATENCION: ATENCION

CODIGO	DESCRIPCION	CANT.	P.UNIT.	%DESC	TOTAL	
MDF-2.16X2.6X03	MDF FIBROFACIL 2140X2600X03	200	1.00	19.87	0.00	19.87
MDF-2.7X8X5.5	MDF FIBROFACIL 2140X2600X05.5	200	1.00	28.15	0.00	28.15
MDF-214X260X09	MDF FIBROFACIL 2140X2600X09	200	1.00	36.04	5.00	36.04
MDF-214X260X12	MDF FIBROFACIL 2140X2600X12	200	1.00	44.72	5.00	44.72
MDF-214X260X15	MDF FIBROFACIL 2140X2600X15	200	1.00	54.88	5.00	54.88
MDF-214X260X18	MDF FIBROFACIL 2140X2600X18	200	1.00	64.88	5.00	64.88
96577	MADERA CEPILLADA 41MMX9CMX3.96MT 545	PG	1.00	8.60	0.00	8.60
GUAIPE	WIPE GRIS · LIBRA	023	1.00	1.85	0.00	1.85
RPHFA0080000	LJA ABRA PLUS BLUE DE 9X11 # 80	0111	10.00	0.50	0.00	5.00
ABLAB120	LJA ABRA PLUS BLUE DE 9X11 # 120	0111	10.00	0.45	0.00	4.50
ABLAB150	LJA ABRA PLUS BLUE DE 9X11 # 150	0111	10.00	0.35	0.00	3.50
ABLAB280	LJA ABRA PLUS BLUE DE 9X11 # 280	0111	10.00	0.33	0.00	3.30
ABLAB320	LJA ABRA PLUS BLUE DE 9X11 # 320	0111	10.00	0.33	0.00	3.30
D111C000	BLANCOLA GALON	080	3.00	9.55	0.00	28.65
50208515-63	DECORLAC SELLADOR CATALIZADO IND CANECA	016	1.00	63.68	0.00	63.68
75219000928	TORNILLO ASTER M 5.0X90/60MM (3 1/2"X8)	017	200.00	0.07	15.00	13.90
75219000065	TORNILLO ASTER M 4.0X50MM (2"X7)	017	500.00	0.02	15.00	10.25
75219000201	TORNILLO ASTER M 4.0X40MM (1 1/2"X7)	017	1,000.00	0.02	15.00	16.30

Observaciones:		SUBTOTAL	411.37
		DESCUENTO	16.09
Ciudad	CIUDAD	I.V.A	47.43
Forma de Pago:	FORMA DE PAGO		0.00
Punto de Entrega:	PTO DE VENTA		0.00
OBSERVACION 1		TOTAL	442.71
OBSERVACION 2			

RESPONSABLE
CARGO

<<< EDINCA SUE, JOSE GOMEZ GAULT >>>
 R.U.C. 17901218001
 JOSE GOMEZ GAULT 105-107
 TEL: 225240 - 2651712

JOSE GOMEZ GAULT

PROFORMA No. 00585839 RE-030A

Fecha: 2013/11/01

Vendedor: V15001

Cliente 0919359190 000 VIZUETE YACILA LUIS

Direccion DURAN BARRAHUJO 203

Telf. 0939021243

CEDULA/RUC 0919359190

ITEM	DESCRIPCION	CANTIDAD	P./UNITAR.	VALOR TOTAL
0101070000061	MARINOS 4818 U	5.	55.01	275.05
0101070000051	MARINOS 4815 U	5.	48.3	241.5
0108320101030	DECORLAC SELLADOR 840C 5 GL	1.	78.05	78.05
0108270102010	CEM.XL ENCHA.PDF.497 4.5 GLN.	1.	87.2	87.2
0108720301000	AFRICANO CANECA	1.	51.8	51.8
0107130000120	FIBRAFLAC 6818	1.	43.43	43.43
0107130000110	FIBRAFLAC 6815	1.	35.86	35.86
0107130000100	FIBRAFLAC 6812	1.	28.99	28.99
0107130000090	FIBRAFLAC 689	1.	25.19	25.19

NOTA: EDINCA GUARDA EL DERECHO DE CAMBIAR P.V.P DE ESTA PROFORMA SIN PREVIO AVISO AL CLIENTE.
 A PARTIR DE LOS SOMI. SE COBRAN LOS CUERTES
 *** SOMOS CONTRIBUYENTES ESPECIALES ***

VALOR IMPORTE USD	865.07
I.V.A. USD	103.81
VALOR A PAGAR USD	968.88

DISDURAN

0991516948001

VIA DURAN TAMBO KM 1.5 INFANTERIA MARINA SOLAR 11
 042863554 - 0999618995.

Usuario: flor
 Impreso desde: MODULACION
 Fecha de Impresión: 29/10/2013 13:34
 Page 1 of 1

COTIZACIÓN No. 0052896

Tipo Venta: PUNTO DE VENTA 1
 Cliente: 9999999999999999 CONSUMIDOR FINAL
 Dirección: NA
 Fecha de Emisión: 29/10/2013 13:34:03

Caja: CAJA GENERAL 1
 Teléfono: 00000
 F. Validez: 28/11/2013 13:34:03

ITEMS

Código	Descripción	Cantidad	Unidad	Precio	Subtotal
MAL70803	MDF 3.3 MM	3.00	UNIDAD	16.6300	49.8900
MAL70809	MDF 9 MM	20.00	UNIDAD	34.2500	685.0000
MAL70812	MDF 12 MM	15.00	UNIDAD	41.5625	623.4375
MAL70815	MDF 15 MM	14.00	UNIDAD	50.1220	701.7080
MAL70818	MDF 18 MM	1.00	UNIDAD	63.3900	63.3900
00003545	PLYWOOD MARINO DE 18MM	50.00	UNIDAD	50.6384	2,531.9200
NPIT70818	TROPICAL 18 MM	25.00	UNIDAD	47.0007	1,175.0175
00003097	BLANCOLA GALON	3.00	UNIDAD	7.2203	21.6609
007983038	TORNILLO 8MM NEGRO	4,000.00	UNIDAD	0.0230	92.0000
00003322	LIJA DE HIERRO	80.00	UNIDAD	0.5001	40.0080
MAL708055	MDF 5.5 MM	25.00	UNIDAD	23.6483	591.2075

MDF 2.14 x 2.44.
 Tropical 2.15 x 2.44
 Plywood 1.22 x 2.44

siete mil trescientos sesenta y cuatro y 27 / 100

Silvia Padilla

Subtotal gravado:	12.00 %	6,575.24
Subtotal exento:	0 %	0.00
Descuento:	0.00 %	0.00
Subtotal gravado descuento:		6,575.24
Subtotal exento descuento:		0.00
IVA:		789.03
ICE:		0.00
Total:		7,364.27

Placa centro **Madera de Guerrero S.A.**
 R.U.C. 0992459425001
 Clemente Bulón # 1324 y Av. Machala
 Telf. 2321881 / 2321888 / 2321884
 E-mail: maderadeguerrero_sa@hotmail.com - Guayaquil - Ecuador

PROFORMA
 0028577

ASesoría TÉCNICA
 DIMENSIONADO DE TABLEROS
 OPTIMIZACIÓN DE CORTE COMPUTACIONAL
 COTIZACIONES TELF / FAX / EMAIL

Cliente: Guayaquil DIA: 30 MES: 10 AÑO: 2013
 CLIENTE: _____
 DIRECCIÓN: _____
 R.U.C.: _____ TELEFONO: _____

CANT	DESCRIPCIÓN	V. UNIT	V. TOTAL
1	17 wood <u>14m</u> de 12 m.	43	
1	17 wood <u>14m</u> de 15 m.	54	
1	17 wood <u>14m</u> de 18 m.	61	
Precio <u>neto</u> I.T.O.			
Firmado Autorizado: <u>Juan Carlos</u> Ruc: _____		Recibo Conforme: _____ TOTAL: _____	

TAPIA CÁRDENAS WILSON FERNANDO
DEPOSITO DE MADERAS
"Carlitos Jr."
 R.U.C. 0913091146001

VENTA DE TODA CLASE DE MADERA, SEMBRADA, SURTA, CHANGAL,
 PALMABROS CAJONES DE TODAS LAS MEDIDAS, PUERTAS Y DE TORNOS ETC.
 De: Hava # 2129 entre Portales y Venecuela - Telf. 2321911 - 2322022
 Guayaquil - Ecuador

PROFORMA
 N. 0000886

LUGAR: Guayaquil DIA: _____ MES: _____ AÑO: _____
 CLIENTE: _____ RUC: _____

CANT	DESCRIPCIÓN	V. UNITARIO	VALOR TOTAL
20	20 <u>caja</u> 50 x 50 x 4 m	3	60
20	20 <u>caja</u> 4 x 4 x 4 m 20	10	200
10	10 <u>caja</u> 50 x 50 x 4 m	3	30
SUB-TOTAL: <u>290</u> I.V.A. 0%: _____ I.V.A. 12%: <u>34,80</u> TRANSPORTE: _____ TOTAL \$: <u>324,80</u>			

Son: _____ Dólares: _____
 Recibo Conforme: _____

DEPOSITO DE MADERAS Y PUERTAS
D. CARLOS RAMIREZ
 Precios sin Competencia
 Av. Jaime Necoí y Amazonas
 Telf. 2866654 - 0991566893
 Email: carlosramirez@hotmail.com - Durán - Ecuador

PROFORMA
 DIA: 10 MES: 11 AÑO: 2013

Cliente: Juan Higuerre
 Dirección: _____
 R.U.C.: _____ Telf.: _____

CANT	DESCRIPCIÓN	P. UNITARIO	VALOR TOTAL
30	30 <u>caja</u> 50 x 50 x 4 m	3,50	105,00
30	30 <u>caja</u> 4 x 4 x 4 m	1,00	30,00
			<u>135,00</u>
TOTAL \$: _____			

- Metal

MEGAHIERRO S.A.

COOP. 12 DE NOVIEMBRE MZ T. SOLAR 17

Tel: 2807499

Ruc: 0992186070001

Almacén: L7 DURAN#2

Cliente:

Fecha: 29/10/2013

Vendedor: ME MEGAHIERRO

Cotización No.: 107126

Contribuyente Especial
Resolución No. 1125 del 2008/2008

Producto	Descripción	Cantidad	Precio	Subtotal	Dcto 1	Dcto 2	Total
P980	PERNO AUTOPERFORANTE 1"	1.000.00	0500	50.0000	0.00	00	47.0000
S250	TUBO DESAGUE 50MM X 3M PLASTIGAM	1.00	5.2500	5.2500	0.00	00	4.9300
S350	TUBO DESAGUE 110MM X 3M PLASTIGAM	1.00	13.1300	13.1300	0.00	00	12.3400
VA20	VARILLA RED.LISA A/INOX.304 12MM	1.00	29.9300	29.9300	0.00	00	28.1300

Su descuento total es de \$5.91

Total Final incluye Iva
Presentemos una mejor Opción y se la Mejoramos
Stock y Precios sujetos a variación sin previo aviso

Subtotal : 92.40
Exento : .00
Impuesto : 12.00 % 11.09
Total : 103.49

MEGAHIERRO S.A.

COOP. 12 DE NOVIEMBRE MZ T. SOLAR 17

Tel: 2807499

Ruc: 0992186070001

Almacén: L7 DURAN#2

Cliente:

Fecha: 29/10/2013

Vendedor: ME MEGAHIERRO

Cotización No.: 107127

Contribuyente Especial
Resolución No. 1125 del 2008/2008

Producto	Descripción	Cantidad	Precio	Subtotal	Dcto 1	Dcto 2	Total
PA03	PL A/INOX 304 1 X 3/16 (25X4)	1.00	25.2300	25.2300	0.00	00	23.7200
K900	FUNDA AGA 6011 (1/8) 5 KLS.	4.00	21.2300	84.9200	0.00	5.00	75.8300

Su descuento total es de \$10.60

Total Final incluye Iva
Presentemos una mejor Opción y se la Mejoramos
Stock y Precios sujetos a variación sin previo aviso

Subtotal : 99.55
Exento : .00
Impuesto : 12.00 % 11.95
Total : 111.50

MEGALUMINIO S.A.					
Nicolas Lapenm y General Alfaro - Coop. 12 de Nov. Solar 13 042865222 - 0982622753 042865222					
PROFORMA No. 398					
Cliente : CONSUMIDOR FINAL (0001)	Fecha : 29/Oct/2013				
Dirección :	Atención :				
	Telefonos :				
Producto	Descripción	Cantidad	Precio	%Dsc.	Total
183392640	TUBO DE 2" X 1 1/2" ECONOMICO	1.00	26.0329	20%	24.03
112702640	JUNQUILLO TRIANGULO ESPL 11/2"	1.00	9.1126	20%	9.11
112802640	JUNQUILLO TRIANGULO TAPA 11/2"	1.00	5.0130	20%	3.81
176302	RETAZO TUBO 3" X 1 1/2" ECONOM	1.00	3.5459	10%	3.55
176502640	CANAL DE 3" X 1" CUALETA	1.00	23.3144	20%	23.31
AHP100X160	ACRILICO HIELO PICADO 100	1.00	16.0714		16.07
V772608BL	VINIL V.7 26/98 BLANCO	1.00	3.3928		3.39
Subtotal1 ==>					88.47
Descuento (-)					13.24
Subtotal2 (-)					75.23
I. V. A (+)					9.03
FLETE (+)					0.00
TOTAL ==>					84.26
Dpto. de Ventas		Aprobado			
Caja-1		Cliente			

MEGAHIERRO S.A.

COOP. 12 DE NOVIEMBRE MZ T. SOLAR 17

Telf: 2907499

Ruc: 0992186070001

Almacén: L7 DURANIG

Cliente:

Cotización No.: 107125

Contribuyente Especial

Resolución No. 1125 del 20/08/2008

Fecha: 29/10/2013

Vendedor: ME MEGAHIERRO

Producto	Descripción	Cantidad	Precio	Subtotal	Desc 1	Desc 2	Total
LJ20	LIJA AGUA FANDELLI 220	1.00	2700	2700	0.00	.00	2500

Su descuento total es de \$11.37

Subtotal : 178.09

Exento : .00

Total Final Incluye Iva

Impuesto : 12.00 % 21.37

Presentemos una mejor Opción y se la Mejoramos

Total : 199.46

Stock y Precios sujetos a variación sin previo aviso

MEGAHIERRO S.A.

COOP. 12 DE NOVIEMBRE MZ T. SOLAR 17

Telf: 2907499

Ruc: 0992186070001

Almacén: L7 DURANIG

Cliente:

Cotización No.: 107125

Contribuyente Especial


Resolución No. 1125 del 20/08/2008

Fecha: 29/10/2013

Vendedor: ME MEGAHIERRO

Producto	Descripción	Cantidad	Precio	Subtotal	Desc 1	Desc 2	Total
T335	TUBO CUAD. 1 X 0.75	30.00	4.5000	137.7000	0.00	.00	129.4400
K536	DISCO DE CORTE 4 1/2 X 1/16	2.00	1.1500	2.3000	0.00	.00	2.1600
K539	DISCO DE PULIR 4 1/2 (PEQUEÑO)	2.00	1.0700	2.1400	0.00	.00	2.0100
L115	PLATINA 1/2 X 1/8	2.00	1.9000	3.8000	0.00	.00	3.5700
L175	PLATINA 1 X 1/8 (25 X 3)	3.00	3.7100	11.1300	0.00	.00	10.4600
L295	PLATINA 2 X 1/8 (50 X 3)	4.00	7.7700	31.0800	0.00	.00	29.2200
LJ12	LIJA AGUA FANDELLI 100	1.00	3500	3500	0.00	.00	3300
LJ10	LIJA AGUA FANDELLI 80	1.00	4000	4000	0.00	.00	3800
LJ16	LIJA AGUA FANDELLI 150	1.00	2900	2900	0.00	.00	2700

Pintura



ICNESA
INDUSTRIAL QUIMICA DE TELEFONIA S.A.
Lo mejor en Pintura Automotriz

Padre Solano 347 y Padre Moncayo - Tel: (593) 41 2305 786
3305 886 - Fax: 3300 697 - Casilla 09-2191311
E-mail: info@icnesa.com • www.icnesa.com • Guayaquil - Ecuador
DELEGADO A LINEA CONTABILIDAD

LACAS SINTETICAS
ACRILICOS ESMALTES
POLIESTER POLIURETANO
RUC: 09009826001

PROFORMA

Guayaquil: NOV 15 13

Cliente: _____ C.I./R.U.C. _____

Dirección: _____ Tel: _____

CANT	DESCRIPCIÓN	V/UNIT	V/TOTAL
1	CANECA PLUENTE L		32.50
1	CANECA SELLADOR SAT.		75.
2	BRUNOS FONDO BLO.		44
2	HIT WASH PRIMER.		46
1	CANECA SINT ALUMINIO		24
			271.50
15/LINA			32.55
			304.05

Ramón Sinedo Solorzano Macías
R.U.C. 1302106982001
Aut. S.R.I. 1110693738

Distribuidor de las Mejores Marcas de Pinturas
Unidas - Condor - Sherwin Williams - Pintuco
Cauchos - Esmaltes - Lacas - Epóxicos - Anticorrosivos
Empasta - Sila - Adhrec - Cemento Blanco - Etc

Preparación de Colores Arquitectónicos Industriales y Automotrices. Contamos con modernos servicios y Sistemas de suministro de Ambientes para la decoración moderna.
Precios de fábrica - Imágenes pero no guardadas

SUCRSAL: Aguirre 1129 entre Pío Montalvo y Padre Benigno - Tel: 250111
PRINCIPAL: Aguirre 1114 y 18 de Mayo - Tel: 252379 - 252138 - Guayaquil - Ecuador

FACTURA 004-001- N 0029190

Fecha: 27 NOV 2013

Cliente: _____

Dirección: PROFORMA

R.U.C.: _____ Tel: _____

CANT	DESCRIPCIÓN	P. UNIT	TOTAL
1	CANECA PLUENTE L		32.50
1	CANECA SELLADOR SAT.		75.
2	BRUNOS FONDO BLO.		44
2	HIT WASH PRIMER.		46
1	CANECA SINT ALUMINIO		24
			271.50
15/LINA			32.55
			304.05

SON _____

SUBTOTAL _____
Descuento _____
I.V.A. 12% _____
TOTAL _____

FIRMA AUTORIZADA _____ RECIBI CONFORME _____

NOTA: SALIDA LA MERCADERIA NO SE ACEPTAN CAMBIOS NI DEVOLUCIONES

TRECE CIA. LTDA. RUC:1791812484601
Rambarco 0E4-365 y Pedro Freije Telf.:2
Iborada / Telf.:2236872 / Dir.:Av. Rodolfo Benquerite 1133 B. Ciudad del Este M. D

CONTRIBUYENTE ESPECIAL
Resolución 9170104 PCGR - 0599
S.R.L. 08-NOV-2004

PROFORMA

Nombre: Luis Vizuela Tacila - Consumidor Final Cliente: 0919359190 Luis Vizuela Tacila - Consumidor Final Caja/Cajero
Dirección: Duran Babahoyo 203 y 16 de Octubre . Teléfono: 2801613 2/Luis

Ticket: 414574 Fecha: Guayaquil, 13/11/2013 16:43:48

Código	Cant.	Producto	P.U.	Z	X	Z	Subtotal
LSMA-GL	2	LACA S/M INTEN MATES e	30.03				60.06
LSMA-GL	2	LACA S/M INTEN MATES e	30.03				60.06
LSMS-GL	2	LACA S/M BCO./NEGRO/PASTELES MATES e	23.79				47.58
LSMA-GL	2	LACA S/M INTEN MATES e	30.03				60.06
LSMA-GL	2	LACA S/M INTEN MATES e	30.03				60.06
LSMA-GL	2	LACA S/M INTEN MATES e	30.03				60.06
LSMA-GL	2	LACA S/M INTEN MATES e	30.03				60.06
4001M-GL	1	COMBORLAC NEGRO MATE 4LT. [4]	21.11	5			21.95
4004M-GL	1	COMBORLAC BCO. MATE 4LT. [4]	20.72	5			19.68
U058-GL	1	LACA AUTOM ALUMINIO FINO 4LT UNIDAS [4]	18.94				18.94
LSMA-GL	2	LACA S/M INTEN MATES e	30.03				60.06

En esta compra su ahorro es: 2.20 **CON ESTE DOCUMENTO NO DESPACHAR** Total: 330.77 Subtot.: 6528.57
Su Cambio : 0.00 I.V.A. 12%: 663.93
Forma de Pago Valor Vence Interés: 60.00
Diners Corriente 592.00 13/11/2013 A Pagar: 6592.00

Válido por 8 días

11-BA RJ / 14-BA CAF / 45-BA AN / 76-79 TORQ / 70-BA TORQ FTE / 70-BA AZ

Sr. Cliente: Por favor VERIFIQUE si sus datos están correctos, NO habrá cambio de factura.
Vuelva pronto!

Firma Cliente

TRECE CIA. LTDA. RUC:1791812484601
Rambarco 0E4-365 y Pedro Freije Telf.:2
Iborada / Telf.:2236872 / Dir.:Av. Rodolfo Benquerite 1133 B. Ciudad del Este M. D

CONTRIBUYENTE ESPECIAL
Resolución 9170104 PCGR - 0599
S.R.L. 08-NOV-2004

PROFORMA

Nombre: Luis Vizuela Tacila - Consumidor Final Cliente: 0919359190 Luis Vizuela Tacila - Consumidor Final Caja/Cajero
Dirección: Duran Babahoyo 203 y 16 de Octubre . Teléfono: 2801613 2/Luis

Ticket: 414575 Fecha: Guayaquil, 13/11/2013 16:44:24

Código	Cant.	Producto	P.U.	Z	X	Z	Subtotal
LSMA-GL	1	LACA S/M INTEN MATES e	30.03				30.03
U040-CA	1	SELLADOR A. S. 20LT. UNIDAS	84.25	5			80.04
1030E-GL	5	THINNER LACA ENV 3.75LT COBA	5.47	7			25.44

En esta compra su ahorro es: 6.12 **CON ESTE DOCUMENTO NO DESPACHAR** Total: 141.63 Subtot.: 6135.31
Su Cambio : 0.00 I.V.A. 12%: 616.26
Forma de Pago Valor Vence Interés: 60.00
Diners Corriente 151.77 13/11/2013 A Pagar: 6151.77

Válido por 8 días

113-BA LILA

Sr. Cliente: Por favor VERIFIQUE si sus datos están correctos, NO habrá cambio de factura.
Que tenga un buen día

Firma Cliente

TRECE CIA. LTDA. RUC:1791012484001
 Rosalvico DE4-345 y Pedro Freile Telf.:2
 Iborada / Telf.:2234872 / Dir.:Av. Rodolfo Baquerizo N°1778 B. Casapueblo Monte Mr

CONTRIBUYENTE ESPECIAL
 Resolución 9170104 PCGR - 0599
 C.R.T. 08-000-7007

PROFORMA

Nombre: Luis Vizuela Tacila - Consumidor Final Cliente: 0919359190 Luis Vizuela Tacila - Consumidor Final Caja/Cajero
 Dirección: Duran Bahahero 203 y 16 de Octubre Telf:2801613 2/Luis
 Ticket: 414576 Fecha: Guayaquil, 13/11/2013 18:47:19

Código	Cant.	Producto	P.U.	%	%	Subtotal
SSM3-GL	3	SINTETICO S/M ROJOS e	22.58			67.74
SSM4-GL	1	SINTETICO S/M MARRON/ ALUN e	23.09			23.09
SSM1-GL	1	SINTETICO S/M PASTEL/MARANJA e	22.66			22.66
SSM2-GL	1	SINTETICO S/M AZUL/VERDE e	23.90			23.90
SSM2-GL	1	SINTETICO S/M AZUL/VERDE e	23.90			23.90
SSM2-GL	1	SINTETICO S/M AZUL/VERDE e	23.90			23.90
UP070-GL	1	SINTETICO PLUS BCO. ALT. UNIDAS (4)	20.50			20.50
UP074-GL	2	SINTETICO PLUS NEGRO ALT. UNIDAS (4)	20.29			40.58
UP078-GL	2	SINTETICO PLUS ALUMINIO ALT UNIDAS (4)	17.29			34.58
1030E-GL	5	THINNER LACA EMV 3.75LT C00A	5.47	7		27.35
SSM3-GL	2	SINTETICO S/M ROJO FERRARI e	21.15			42.30

En esta compra su ahorro es: 1.91 **CON ESTE DOCUMENTO NO DESPACHAR** Total: 445.37 Subtot.: 443.46
 Su Cambio : 0.00 I.V.A. 12%: 53.21
 Forma de Pago Valor Vence Interés: 50.00
 Dinero Corriente 496.68 13/11/2013 A Pagar: 496.68
Válido por 8 días

 Firma Cliente Sr. Cliente: Por favor VERIFIQUE si sus datos están correctos, NO habrá cambio de factura.
 Fue un placer atenderle

TRECE CIA. LTDA. RUC:1791012484001
 Rosalvico DE4-345 y Pedro Freile Telf.:2
 Iborada / Telf.:2234872 / Dir.:Av. Rodolfo Baquerizo N°1778 B. Casapueblo Monte Mr

CONTRIBUYENTE ESPECIAL
 Resolución 9170104 PCGR - 0599
 C.R.T. 08-000-7007

PROFORMA

Nombre: Luis Vizuela Tacila - Consumidor Final Cliente: 0919359190 Luis Vizuela Tacila - Consumidor Final Caja/Cajero
 Dirección: Duran Bahahero 203 y 16 de Octubre Telf:2801613 2/Luis
 Ticket: 414579 Fecha: Guayaquil, 13/11/2013 18:48:11

Código	Cant.	Producto	P.U.	%	%	Subtotal
FND0-GL	1	FONDOLAC BCO. ALT. (4)	22.69	5		11.34
FND1-GL	1	FONDOLAC BRIS ALT. (4)	22.69	5		11.34

En esta compra su ahorro es: 0.26 **CON ESTE DOCUMENTO NO DESPACHAR** Total: 45.38 Subtot.: 45.12
 Su Cambio : 0.00 I.V.A. 12%: 5.41
 Forma de Pago Valor Vence Interés: 50.00
 Dinero Corriente 49.29 13/11/2013 A Pagar: 49.29
Válido por 8 días

 Firma Cliente Sr. Cliente: Por favor VERIFIQUE si sus datos están correctos, NO habrá cambio de factura.
 Fue un placer atenderle

- Enfibrador

FRANKLIN WALTER AGUILAR PEZO
 R.U.C.: 0907214183001
 Riobamba 702 y Quisquis
 Telfs: 256 6259 - 231 2538 Celular 099 716 6754
 Guayaquil - Ecuador
 Aut. S.R.I.: 1113001398
 Fecha de Autorización: 05/Julio/2013



COMREFISA
 Resina, Fibra de Vidrio, Solventes, Varios.
FACTURA
 S. 001-001-000021620
 OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD

Sr. (es): _____ Ciudad: _____
 R.U.C.: _____ Dirección: _____
 Fecha: Octubre 30/2013 Guía de Remisión: _____
 Orden de Compra # _____ Forma de Pago: _____

CANT.	DESCRIPCIÓN DEL ARTICULO	V. UNIT.	V. TOTAL
4 Gal	RESINA		62,00
10 m	Fibra de Vidrio		20,00
1 Gal	ESPEJOS		12,50
1/4 Lt	Melt de vidrio		2,50
1/8 Lt	Color		3,00

SON: _____
 _____ Dólares

SUBTOTAL	100,00
I.V.A. 0%	
I.V.A. 12%	
TOTAL US\$	

FRANKLIN WALTER AGUILAR PEZO Recibi Conforme (Cliente)
 SERGIO SEVERO TOLOZANO GRANADOS* IMPRENTA MERCURY* RUC 0902413039001
 AUT 1135 - (21101-22100) Fecha de Caducidad 05/Julio/2014

Original Blanco: ADQUIRENTE
 Copia Amarilla: EMISOR
 Copia Verde: COPIA SIN DERECHO A CREDITO TRIBUTARIO

- Traslucidos



PROFORMA # 461

Guayaquil, Noviembre 7 del 2013

Señor
Luis Vizuete
Ciudad.

De mis consideraciones:

Es grato dirigirme a usted para informarle el costo de:

Costo de Lámina Acrílica de 240x120x6 mm Transp. **\$212.22 (incluido Iva)**


Costo de Lámina Acrílica de 240x120x2 mm Opal **\$71.49 (incluido Iva)**

Costo de Lámina Acrílica de 240x120x2 mm COLOR **\$79.01 (incluido Iva)**

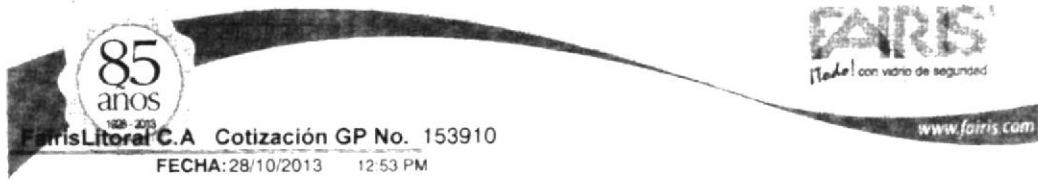
Forma de Pago: Contado

Agradezco su confianza en nosotros, y quedo a la espera de poder brindarle nuestros servicios.

Atentamente,


.....
Segundo Marino V.
Gerente General

Dirección: Gómez Rendón 2931 y Nicolás Segovia **Teléfono:** 2367573 – 2375060
e-mail: metroluz@hotmail.com Guayaquil – Ecuador



Sr. (Sres) VIZUETE LUIS
 COD.: 3129999 RUC. o C.I.
 DIR.: CIUDAD GUAYAQUIL
 TELEF.:
 REF.



ITEM No.	CANT.	DESCRIPCION	AREA (m ²)	TOTAL (\$)
----------	-------	-------------	------------------------	--------------

De nuestra consideración:
 Tenemos el agrado de poner en su conocimiento nuestra propuesta económica detallada a continuación.

001	2	V. Templado Plano Claro 8mm Color Forma Varios- Cortar según "PLANTILLA" V. Flotado Cortado Claro 8 mm Separador de Corcho Pul. Forma Brillante Canto Pl arista 45° 3 perforados de 16 mm de diámetro Ref: <u>MEDIDA DE MODULO</u> 800 X 940	1.50	
002	2	V. Templado Plano Claro 8mm Color Forma Varios- Cortar según "PLANTILLA" V. Flotado Cortado Claro 8 mm Separador de Corcho Pul. Forma Brillante Canto Pl arista 45° 3 perforados de 16 mm de diámetro 870 X 650	1.13	

TOTAL 4 Productos Area 2.64 m ²		
	SUBTOTAL	219.18
	12% IVA	26.30
	TOTAL	245.48

****CONDICIONES GENERALES****

Forma de Pago: **100% Contado**
 Fecha de Entrega: **A Convenir**
 Validez de la Oferta: **** Cotización Válida por 8 días ****
 Transporte: **El riesgo de daños o roturas durante el transporte o desembarco lo asume el cliente**
 Otras Condiciones: **Aplicar nuestras "Condiciones Generales de Venta"**

Por la favorable acogida que brinde a la presente le anticipamos nuestro agradecimiento.

Fairis C.A. tiene los certificados BVQI EC 120872 según NORMA ISO 9001:2008., SGCC para Edificaciones tipo templado y laminado según NORMA ANSI Z97 1-2009





Sr. (Sres) **VIZUETE LUIS**
 COD.: 3129999 RUC. o C.I.
 DIR.: CIUDAD GUAYAQUIL
 TELEF.:
 REF.



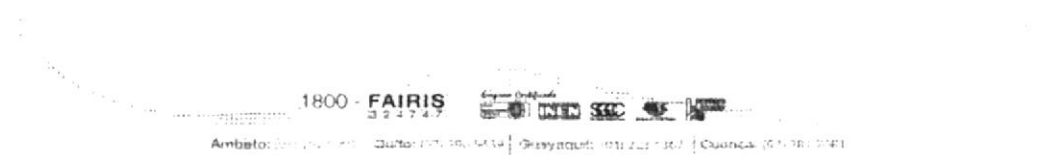
ITEM No.	CANT.	DESCRIPCION	AREA (m ²)	TOTAL (\$)
----------	-------	-------------	------------------------	------------

Nuestros productos tienen los sellos de calidad INEN para: Línea Automotriz No.1669, Línea Blanca No.2579, Línea Arquitectónica FAJTEM Vidrio Templado y FAILAM Vidrio Laminado No.2067

David Zamora
 David Zamora

 Aprobado por

8 DIAS LABORABLES ENTREGA





Distribuidores de Industrias
Nacionales Compañía Limitada
"DIN CIA. LTDA."

Boyacá 1614 y Clemente Ballén
Telfs.: 2322591 - 2523611 • Fax: 2516585
e-mail: din@gye.satnet.net • www.din.com.ec
GUAYAQUIL - ECUADOR

R.U.C. 0990095841001
PROFORMA
000003437

Cliete: _____ Fecha: Oct/29/2013
C.I./R.U.C.: _____ Telefono: _____
Dirección: _____ ATT: _____

CANT.	DESCRIPCION	V. UNIT.	VALOR
	1.22 x 240 x 2mm Opaf		7901
	1.20 x 240 x 9mm Cristal		31833
	1.20 x 2.40 x 6mm Cristal		21222
	2.60 x 1.20 x 2m Cabe		2080
	Pepo urnault azul		
	1.20 x 240 x 2m Cristal		7901
	Traslucido		

SIRVASE GIRAR CHEQUE A NOMBRE DE DIN CIA. LTDA
 Proforma sujeto a cambio de Precio
 Estos precios se incluyen IVA
 Forma de Pago: CONTADO
 Tiempo de Entrega: INMEDIATA
 MP IDEAL • TELF. 2233363 • GUAYAQUIL

Sub-Total 12%
 Sub-Total 0%
 DESCUENTO
 Sub-Total
 IVA 5%
 TOTAL \$

- Eléctrico\Luces



Ruc: 0991361502001

Dirección: Cda. La Garzota. Av. Hno. Miguel, solares 12-13-14 y Eloy Velazquez.

Teléfono: PBX (593-4) 2642244 Fax: EXT 201

Cotización # 10052

Fecha:	29-oct-2013	Teléfono:	2245996 / 2641587
Dirección:	Av. Hno Miguel S. 12, 13, 14 y Eloy Velazquez Mz. 10		
Descripción:	cot		
Cliente:	EXPOMEDIOS S.A. EXPOMEDIOS		
Fecha Impresión:	martes, octubre 29, 2013	Usuario:	SHARO

Detalle	Cant	PVP	Desc. U	PVP Final	Total
ORBSTAR - 2 led x modulo, Pure White, 30 lumens	150.00	1.75	0.00	1.75	262.50
ORESTAR - Econo 3 led x modulo, Blue	150.00	1.10	0.00	1.10	165.00
ORBSTAR - 3 led x modulo, Pure White, 19.5 lumens	150.00	1.38	0.00	1.38	207.00
GLOBAL LUX - Led Power Supply 60 watts	3.00	82.00	0.00	82.00	246.00
SINTRA 2mm color: Blanco	2.00	32.40	0.00	32.40	64.80
SINTRA 3mm color: Blanco	1.00	42.00	0.00	42.00	42.00
ECONOPVC - 2mm Color: Blanco	1.00	16.58	0.00	16.58	16.58
ECONOPVC - 3mm color: Blanco	1.00	21.89	0.00	21.89	21.89

Son UN MIL CIENTO CUARENTA Y OCHO CON 86/100

Estimado Cliente, la presente proforma no constituye un documento de cobro ni pago
Favor exija su comprobante de Pago/Abono

(+)Subtotal Iva:	1,025.77
(+)Subtotal Tarifa	0.00
Subtotal:	1,025.77
(+) Total Iva:	123.09
(+) Flete:	0.00
(+) Interes:	0.00
TOTAL-->	1,148.86

Elaborado Por

Autorizado Por

Aprobado por Jefe de Credito

HUANG LIN WEN
"COMERCIAL ECO LUZ"
 Venta al por Mayor y Menor de Artículos de Ferretería
 Venta al por Mayor y Menor de Material Eléctrico
 Dir: Velez 626 y Rumichaca
 Telf: 2-327816 * Cel: 0999378555
 Guayaquil - Ecuador

PROFORMA
 000000222
 R.U.C. 170825768001

LUGAR	DA	ME	AÑO
	29	10	13

Cliente: _____
 R.U.C.: _____ Tel: _____ C de Remisión: _____
 Dirección: _____

Cant.	DESCRIPCION	P. UNITARIO	TOTAL
50	lampara T5-21w Blanco	3.50	175.00
12	lampara T5-21w Azul	3.50	42.00
SUB-TOTAL			
I.V.A. 12%			
TOTAL			

SALIDA LA MERCADERIA NO SE ACEPTAN DEVOLUCIONES

BRUNIS BARRE CARMEN JAZMIN RUC.: 0918525767001

ANVIELEC
ELECTRICO
 VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE MATERIALES
 ELECTRICOS Y GASIFEROS
 Dirección: Aguirre 1131 entre Pio Manójar y
 Pedro Moncayo * Tel: 2538769 * 2-327943
 Telex: 2-326648 * 2-531911 * Cel: 9999518312
 99768893 / Guayaquil - Ecuador

PROFORMA
 Fecha: 29/10/13

Se(es): _____ R.U.C.: _____
 Dirección: _____ Tel: _____

CANT	ARTICULO	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Rep. d tubo 2w.		2.70
1	Rep. de tubo 2w.		2.70
12	lamb- 3K 22w.		176.00
1	Roll. ponda 2M16.		50.00
5	quelas 4 pds Mod. USA		125.00
10	ductos 20x 20.		75.00
1	Tubo 20 mm pic platicone		6.00
1	Tubo 10 mm pic platicone		14.50
4	Roll. etc. 2x12		120.00
2	lb. galv. #16.		3.00
SUB-TOTAL			
I.V.A. 12%			
TOTAL			

SON: \$ 424.50

FORMA DE PAGO: _____

RECIBI CONFORME

ACEPTAMOS TARJETAS DE CREDITO

PROFORMA ILUCABSA
 Rumichaca # 1236 y C. Ballén
 RUC.: 0902770361001
 Telf.: 2516748

FACTURA No.

Fecha: _____ Mes: _____ Día: _____ Año: _____

Señores: _____ Ciudad: _____
 Dirección: _____ Telf.: _____ Fax: _____
 C/I/R.U.C.: _____ Vendedor: _____

Cant.	ARTICULO	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
	Recort T-4		2.70
	20w		
	Tubo		2.00
	22 T-4		3.00
	Tubo		2.50
	20w ponda		6.50
	ANSALLO		
	R030		
	Tubo		4.00
SUB-TOTAL			
I.V.A. 0%			
TOTAL USD			

FORMA DE PAGO: _____

RECIBI CONFORME

SALIDA LA MERCADERIA NO ACEPTAMOS DEVOLUCIONES

NOTA DE VENTA No. _____

Cap. 28/10/13

VALORES

Artículo	Valor Unit.	Valor Total
Oficina mat		320
Ofi T42	786	1410
Ofi T42	786	1440
Ofi 935		2382
640 mat		4682
Pago en efectivo		5263
TOTAL		

PROFORMA ALUMINAR-V

- Accesorios

COTIZACION fecha: 3/11/013

CODIGO DESCRIPCION P.V.P.

10 Led 32" LG 1 DUD 1.56 + 8

2 Led 32" LG 4 + DUD 9.14

TOTAL

UBICACION: PUNTO DE VENTA: TELÉFONO: FECHA:

VENDEDOR: SALDO A FINANCIAR: CÉDULA: TOTAL A PAGAR

Créditos Económicos **COTIZACIÓN**

Fecha: _____ Telés: _____ Cel: _____
 Nombre: _____ C.I: _____
 Dirección: _____

Modelos	Cantidad	Descripción	PVP
1	1	10 Led 32" LG 1 DUD	1.56 + 8
2	2	2 Led 32" LG 4 + DUD	9.14
TOTAL			

Regalos Observaciones Almacén Vendedor

El crédito más económico y las cuotas más chiquitas

PROMOCIÓN CUOTAS GRATIS

PRECIO NORMAL

PRECIO FINAL A CREDITO

PRECIOS INCLUYEN IVA

COTIZACION

Fecha: _____ Teléfono: _____
 Nombre: _____ Cédula: _____

PRECIOS INCLUYEN IVA

Código	Descripción	P.V.P.
	led. Samsung 32" Smart	\$ 617,174
	led. Sony 32"	616,175
	led. LG 32"	597,172
1 TOTAL		\$

Observaciones: _____ Crédito Directo Tarjeta de Crédito

Vendedor: _____ Celular: 0983169309

NOTA: PRECIOS SUJETOS A CAMBIOS SIN PREVIO AVISO

Cuotas Semanales	\$	%	Cuotas Mensuales	\$	%
					Total a pagar

COMANDATO
PROFORMA #232178

DESCRIPCIÓN DE LOS BIENES
CANTIDAD
VALOR UNITARIO
VALOR TOTAL
DESCRIPCIÓN DE LOS BIENES
CANTIDAD
VALOR UNITARIO
VALOR TOTAL
DESCRIPCIÓN DE LOS BIENES
CANTIDAD
VALOR UNITARIO
VALOR TOTAL

LED 32" SAMSUNG

DESCRIPCIÓN DE LOS BIENES
CANTIDAD
VALOR UNITARIO
VALOR TOTAL
DESCRIPCIÓN DE LOS BIENES
CANTIDAD
VALOR UNITARIO
VALOR TOTAL

COMANDATO
PROFORMA #232177

DESCRIPCIÓN DE LOS BIENES
CANTIDAD
VALOR UNITARIO
VALOR TOTAL
DESCRIPCIÓN DE LOS BIENES
CANTIDAD
VALOR UNITARIO
VALOR TOTAL
DESCRIPCIÓN DE LOS BIENES
CANTIDAD
VALOR UNITARIO
VALOR TOTAL

32" LG SMART TV

DESCRIPCIÓN DE LOS BIENES
CANTIDAD
VALOR UNITARIO
VALOR TOTAL
DESCRIPCIÓN DE LOS BIENES
CANTIDAD
VALOR UNITARIO
VALOR TOTAL

- Muebles



MARCEL QUINTO HOLGUIN
 RUC.: 0911519122001
 Fabricación de Muebles de Peluquería
 Oficina y Cosmetología
 Dirección:
 29 Avd y la C (Suroeste de Guayaquil)
 Teléfono: 2-840527 Cel. 0991685183

Señores: Marcel Quinto Holguin
 Dirección: RUC. Telefono: Solicitante: José Zambrano

CANT	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	VALOR
1	Sofá modelo nube 200 cm x 136 cm. Elaborado en Madera y Cuerina Industrial Color Rojo. 	\$450,0	\$450,0
1	Sofá modelo nube 120 cm x 136 cm. Elaborado en Madera y Cuerina Industrial Color Rojo. 	\$355,0	\$355,0
Marcel Quinto Holguin Gerente - Propietario E-mail: marcelquinto@yahoo.com		SUB-TOTAL	\$805,00
		IVA	\$96,60
		TOTAL	\$901,60

Valor en Letras: Novecientos un Uno dólares con Sesenta Centavos.
 Forma de Pago: A Convenir. Fecha: Guayaquil, 9 DE AGOSTO DEL 2013
 Tiempo de Entrega: A Convenir.
 Garantía de Fabricación: 1 Año.

NRACEMES BOTACA S.A. PAG. # 001
 Boraca 1440 y Aguirre R.U.C.: 0990010110001
 Casilla : 09-01-4107 Guayaquil OCTUBRE 29 DEL 2013 10:13:33 Fax...: 2326163
PROFORMA # 350659 Factura

Lado	Código	Cantidad	Ref.	Descripcion	Precio Z	Desclo	Precio Neto	Total	So Co	Stat.
0103	67355	1.00	UNID	STELLA P/BAR CUERINA BLANCA/CR.	138.72	10.00	124.0400	124.04		

NUESTRO PRECIO NETO INCLUYE EL IVA - Código con (B) se Entrega en Local Bolic.

Sub-total	Desclos	IVA TARIFA 12.00	IVA TARIFA 0	Recargos	I.V.A.	Redondeo	Total
124.04	13.38	111.44			13.38		124.04

Cuenta: VEZETE LUIS Agente: LUCIA PINELA FIN DE PROFORMA

Código: 0200042696

ESTA PROFORMA TIENE VALIDEZ HASTA LA FECHA DE LA MISMA Somos Contribuyente ESPECIAL no reteer el I.V.A
 SIEMPRE Y CUANDO LAS EXISTENCIAS FISICAS NOS LO PERMITAN Notificacion No-519 - 26/JUL/1996

FERRETERIA LEON S.A. FERRILEON
 RUMICHACA 1123 Y AGUIRRE
 TELF.: 2531083 *Fax. 2533449
 R.U.C.: 9999999999
 CLIENTE: CONSUMIDOR FINAL
 DIRECCION:

COTIZACION #: 241223
 Ruc : 0992595051001
 FECHA: 2013/10/30
 TELEFONO:

CODIGO	CAN.	DESCRIPCION	PRECIO	SUBTOTAL
BID1-1/2	4.00	FAR.BISAG.DUR.C/PAS-INDUMA 1-1/2	0.2232	0.892
BID3	4.00	FAR.BISAG.DUR.C/PAS-INDUMA	0.4911	1.964
VALOR TOTAL:	2.86	DESCUENTO %: 0.00 VALOR DCTO :\$ 0.00 IVA 12% \$ 0.34	VALOR PAGAR:\$	3.20

Vendedor 13 Cotizacion valida por 5 dias

FERRETERIA LEON (FASTOR LEON)
 AGUIRRE 834 Y RUMICHACA
 TELF.: 320509 - 2533551 *Fax. 2533449
 R.U.C.: 9999999999
 CLIENTE: CONSUMIDOR FINAL
 DIRECCION:

COTIZACION #: 392691
 Ruc : 0905294872001
 FECHA: 2013/10/30
 TELEFONO:

CODIGO	CAN.	DESCRIPCION	PRECIO	SUBTOTAL
CMC3/4	2.00	LBS.CLAVO P/MAD.C/C 3/4	1.8304	3.660
VALOR TOTAL:	3.66	DESCUENTO %: 0.00 VALOR DCTO :\$ 0.00 IVA 12% \$ 0.44	VALOR PAGAR:\$	4.10

Vendedor 13 Cotizacion valida por 5 dias

FERRETERIA LEON (FASTOR LEON)
 AGUIRRE 834 Y RUMICHACA
 TELF.: 320509 - 2533551 *Fax. 2533449
 R.U.C.: 9999999999
 CLIENTE: CONSUMIDOR FINAL
 DIRECCION:

COTIZACION #: 392693
 Ruc : 0905294872001
 FECHA: 2013/10/30
 TELEFONO:

CODIGO	CAN.	DESCRIPCION	PRECIO	SUBTOTAL
TA2X8	1.00	CTO.TOR.NEG.F/AGLOM. 2X8	1.2500	1.250
TA1-1/2X8	1.00	CTO.TOR.NEG.F/AGLOM. 1-1/2X8	1.0268	1.026
TA3X8	1.00	CTO.TOR.NEG.F/AGLOM. 3X8	2.0089	2.008
2X1/2X51	5.00	MTS.MALLA SOLD.NAC.2X1/2X51	4.2857	21.428
2X1X153	5.00	MTS.MALLA SOLD.NAC.2X1X153	7.3214	36.607
110030	1.00	GLN.COLA BLANCOLA GALON	7.8571	7.857
LFA80	20.00	PLG.LIJ.FANDELI MEX F/AGUA 80*	0.3571	7.142
LFA150	20.00	PLG.LIJ.FANDELI MEX F/AGUA 150*	0.2857	5.714
LFA240	20.00	PLG.LIJ.FANDELI MEX F/AGUA 240*	0.2679	5.357
LFA360	20.00	PLG.LIJ.FANDELI MEX F/AGUA 360*	0.2679	5.357
CMC1	2.00	LBS.CLAVO P/MAD.C/C 1	0.9821	1.964
CMC2	2.00	LBS.CLAVO P/MAD.C/C 2	0.6696	1.339
C1/4X3	1.00	LBS.PERN/HIERR.C/C CH 1/4X3	1.3839	1.383
C1/4X2	1.00	LBS.PERN/HIERR.C/C CH 1/4X2	1.3839	1.383
VALOR TOTAL:	99.82	DESCUENTO %: 0.00 VALOR DCTO :\$ 0.00 IVA 12% \$ 11.98	VALOR PAGAR:\$	111.80

Vendedor 13 Cotizacion valida por 5 dias

DARIO LEON R. (IMPROMAFE) COTIZACION#: 647716
RUMICHACA 1100-1106 Y LUQUE ESQ. RUC:0300464112001
TLF#530294 FAX 320516 (CONTRIBUYENTE ESPECIAL)

R.U.C.:
CLIENTE:
DIRECCION:

FECHA: 2013-10-29

TELEFONO:

CODIGO	CAN.	DESCRIPCION	PRECIO	SUBTOTAL
T00109	10.00	CTO. TORN.P/AGLOMERADO NG. HG. 1-1/2X6	0.7629	7.629
T00113	10.00	CTO. TORN.P/AGLOMERADO NG. HG. 2X6	0.7625	7.625
T00105	10.00	CTO. TORN.P/AGLOMERADO NG. HG. 2-1/2 X 6	0.9848	9.848
GM0015	1.00	UND. GOMA GALON DURACOL COLA BLANCA. (SEC)	5.0686	5.068
D10261	1.00	UND. DISCO C/METAL NORTON 4-1/2 XI/16X 7/8	1.0164	1.016
D10201	1.00	UND. DISCO DESV/METAL NORTON 4-1/2XI/4X7/8	1.2290	1.229

VALOR TOTAL: 32.42
VALOR DCTO :\$ 0.00
IVA 12% :\$ 3.89

Vendedor: 19

VALOR PAGAR:\$ 36.31

FERRETERIA LUBRIPERNOS

GARCIA MORENO 1337 Y CLEMENTE BALLEEN
042526294 - 042524217-09943474
0914602438001

PROFORMA N° 95401

Fecha: 31/10/2013

Cliente: 99999 . CONSUMIDOR FINAL CONSUMIDOR FINAL .

R.U.C.: 111111116

Dirección: .

Forma Pago: CONTADO

Vendedor: INDETERMINADO

Ciudad: GUAYAQUIL

O/C: 000

Días: 0

Código	Descripción	Cantidad	V. Unit.	SubTotal	Desccto.	%	Valor Total
116105	PERNOS 1/4 X 2" C/COCO HIERRO NEGRO	100.00	0.07000	7.000	0.77	11	6.2300
116107	PERNOS 1/4 X 3" C/COCO HIERRO NEGRO	100.00	0.09000	9.000	0.99	11	8.0100
116109	PERNOS 1/4 X 4" C/COCO HIERRO NEGRO	100.00	0.12000	12.000	1.32	11	10.6800
304103	ANILLOS 1/4" PRESION NEGRO	300.00	0.01000	3.000	0.33	11	2.6700
309103	ANILLOS 1/4" (6MM) PLANOS ACERO GALV.	300.00	0.02000	6.000	0.66	11	5.3400
319106	TORNILLOS #8 X 3/4" P/BROCA C/RED. GALV.	100.00	0.02000	2.000	0.22	11	1.7800
319131	TORNILLOS #8 X 3/4" P/BROCA C/AVELL. GALV.	100.00	0.02000	2.000	0.22	11	1.7800
410111	BROCAS 1/4" KRINO METAL HSS	10.00	1.30000	13.000	1.43	11	11.5700

Observaciones:

SUBTOTAL: 48.0600
(-) DESCUENTO: 0.0000
(+) I.V.A.: 5.7672
(+) FLETE: 0.0000
TOTAL: 53.8272

VENTA:

REALIZADO POR

JEFE DE VENTAS

COMERCIAL CARVALLO TORRES
Matriz: Alceido # 221 y Rumichaca - Suc. Cda. La Garzota Av. Agustín Freire Mz5 v-2
RUC: 0100426410001

Telf: 2413742 - 2413750 - 2231804 - Guayaquil Ecuador

4 Proforma 3,137

JOSE LUIS VIZUETE

Fecha de Emisión: 29/Oct/2013

Direc. Cliente: BABAHOYO 203 Y 16 OCTUBRE

Telf. Cliente:

Cedula/Ruc: 0919259150

Vendedor: JULIO ALFREDO B

Especif. de	Cantidad U.M.	Nombre	U.P.	Total
VPACO	90.00 (M)	VINIL PISO ATLANTIC CHALET OAK	19.80	1,782.00
PAC	1.00 (U)	PEGAM AFRICANO CANECA	57.40	57.40
C601R	5.00 (M)	CUERINA C.T. AMERICANA #601 ROJO	2.90	19.50
C007BL	5.00 (M)	CUERINA C.T. AMERICANA #007 BLANCA	3.90	19.50
ELT10	2.00 (M)	ESPONJA LAMITEX TOMATE 2X1MTX10CM	27.00	54.00
ELT8	2.00 (M)	ESPONJA LAMITEX TOMATE 2X1MTX8CM	21.60	43.20

ENTREGADA LA MERCADERIA CONFORME NO SE ACEPTAN RECLAMOS DE FALTANTE

1.975.60

Dcto. Desglose

211.67

Base Imponible

1,763.93

I.V.A.12 %

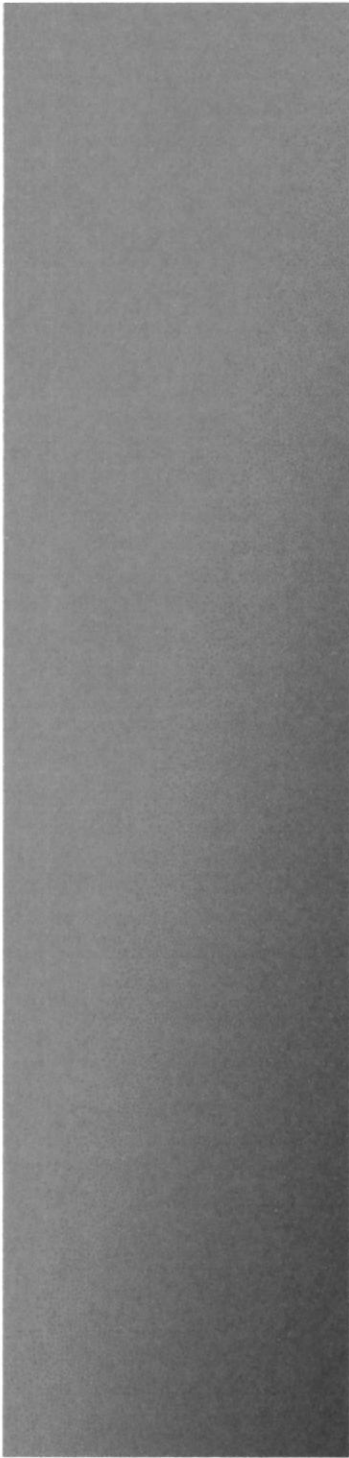
211.67

Total:

1,975.60

ELABORADO POR:

RECIBI CONFOR:



GLOSARIO

1. **3D:** Un medio tridimensional, la pantalla, sobre todo un medio cinematográfico gráfico en tres dimensiones.
2. **Abstracción Geométrica:** La funcionalidad y la armonía del orden matemático se convierten en la categoría mental primordial de este horizonte de problemas artísticos, que se impone la tarea de volver objetivo la realidad no figurativa (emociones, ideas). Las paralelas que se cortan, el cuadrado en toda su firmeza, la recta que no se ve turbada por la relatividad, la curva que en cada uno de sus puntos forma una recta, son hechos que aparentemente nada tienen que ver con las necesidades cotidianas del humano, pero que se vuelven de gran trascendencia a partir del momento en que se convierten en arte.
3. **Alpha:** En una aplicación utilizada por distintos software de video utilizando los pixeles para lograr una transparencia en la imagen.
4. **Ambivalencia:** Condición de aquello que tiene dos sentidos diferentes o se presta a dos interpretaciones opuestas.
5. **Animación:** Agitación vivacidad, expectativa, aumento de la actividad y la energía. Algazara diversión en una fiesta o evento con mucha. *Cine* técnica del cine que da movimiento a dibujos o muñecos. *Sociología* acción de impulsar la participación en una actividad.
6. **Art Nouveau:** Denominación que recibió en Francia el movimiento artístico de finales del s. XIX y principios del XX que en España se denominó Modernismo. Relativo a este movimiento artístico.
7. **Arte Cinético:** Es una tendencia visual que se practica en pintura, escultura y artesanías contemporáneas las cuales fueron construidas para producir la impresión o ilusión de movimiento. Su nombre deriva de la relación entre el movimiento de los cuerpos y las fuerzas que actúan sobre ellos.
8. **Atemporal:** Que no hace referencia a un tiempo específico.
9. **Audiencia:** Auditorio público, conjunto de personas que presencia un evento. Política cita con una autoridad. Derecho acto en que se presentan las dos partes ante el juez. Juzgado tribunal de justicia que resuelve los pleitos de un lugar.
10. **Audiovisual: Relativo** a los aparatos de grabación y reproducción de imagen y sonido. Se aplica al método de enseñanza basado en la utilización del oído y la vista. Reproducción de imágenes (película, vídeo, diapositivas) combinada con

sonidos, que se utiliza generalmente con fines didácticos: nos pasaron un audiovisual sobre el arte gótico.

11. **Autenticidad:** La legitimidad y credibilidad de una persona, servicio o elemento debe ser comprobable.
12. **Automatismo:** Funcionamiento de un mecanismo, sistema, bumper proceso por sí mismo, sin agentes exteriores.
13. **Barra Scroll:** Es una pieza gráfica que se utiliza para transmitir información en constante desplazamiento.
14. **Bumper:** es la pieza gráfica de un programa de televisión encargada de dar una introducción descriptiva que puede ser animada.
15. **Cartelismo:** Arte de realizar una imagen de grandes dimensiones sobre el papel para anunciar al público la existencia de un producto o de un acontecimiento.
16. **Claqueta:** Instrumento utilizado en cinematografía para indicar el título de la película y el número de plano que va a rodarse.
17. **Composición Narrativa:** Se presentan historias donde intervienen diversos personajes que interactúan mediante el diálogo. El autor utiliza recursos como la narración, la exposición, la descripción o la argumentación.
18. **Crominancia:** Es un componente que contiene información del color y saturación de un material en video.
19. **Dinamismo:** Es la agresividad o cambios frecuentes de un objeto, efecto o personaje en una animación.
20. **Efecto óptico:** Cosas que están inmóviles, engañan y piensa que cobran vida, giran, están en movimiento, pero solamente es un efecto óptico. Nada se mueve.
21. **Estudio Alchimia:** Grupo experimental que producía caras piezas. Estaban a favor del sentimentalismo, la nostalgia y la emoción, por eso apoyaba la influencia del diseño del pasado. Frecuentemente mostraban su oposición al diseño racional tomando objetos cotidianos y aplicándolos a diversas formas de decoración.
22. **Etnográfico:** Método de estudio utilizado por los antropólogos para describir las costumbres y tradiciones de un grupo humano.
23. **Fps:** Abreviatura de frames por segundo o cuadros por segundo que se refiere a la velocidad de imágenes que transmite un video por cada segundo.

-
24. **Funcionalismo:** Tendencia arquitectónica y de las artes decorativas del s. xx, según la cual la forma debe estar determinada por la función.
 25. **Grupo Memphis:** Movimiento muy influenciado de los años 80, en cuanto a la historia del Diseño. En una época que se habla de crisis de la modernidad y de un nuevo tiempo el postmodernismo. una propuesta completamente nueva que rompería los esquemas, se inspiraron del movimiento **Art Deco y Pop Art** más temas futurísticos, y todo les resultó, pues la gente al parecer, estaba cansada que todos sus productos se vieran iguales y repetidos.
 26. **Hashtag:** Frase utilizada en twitter para sobresaltar algo.
 27. **Imagotipo** Conjunto icónico-textual en el que texto y símbolo se encuentran claramente diferenciados e incluso pueden funcionar por separado.
 28. **Isotipo:** El isotipo se refiere a esta parte simbólica o icónica de las marcas. En branding, hablamos de isotipo cuando reconocemos la marca sin necesidad de acompañarla de ningún texto. Etimológicamente “iso” significa “igual”, es decir, se intenta equiparar un icono a algún aspecto de la realidad. Isotipo sería únicamente un símbolo, y además éste sería entendible por sí mismo.
 29. **Joints:** Es un componente del programa cinema 4D que se utiliza para formar parte de un esqueleto en 3D que posteriormente podrá ser animado.
 30. **Logotipo:** es el distintivo formado por letras, abreviaturas, etc., peculiar de una empresa, conmemoración, marca o producto.
 31. **Loop:** Es una animación que no cuenta con un inicio ni un final y se repite.
 32. **Luminancia:** Es un componente que contiene información de luz o brillo de un producto visual.
 33. **Marca: Señal** que se hace para distinguir algo o dar alguna información sobre ello. Huella señal que deja en una cosa el contacto o presión de otra. Señal que deja en el cuerpo una herida o golpe. Rúbrica nombre comercial o signo exterior de un producto que garantiza su autenticidad. Récord mejor resultado homologado en una disciplina deportiva, se dice de los productos reconocidos y acreditados ropa de marca.

-
34. **Melodrama:** Género y obra musical, en el que un texto dialogado se canta acompañado de música. Género y obra de teatro, cine o televisión en el que se cuenta una historia exagerando los sentimientos con el fin de conmover al público y mantener su atención.
 35. **Monólogo:** Discurso en voz alta que mantiene una persona consigo misma, especialmente si forma parte de una obra teatral. Soliloquio. *Parte de una obra* o composición aislada en que habla un solo personaje.
 36. **Neo pop:** Un movimiento artístico que data de los ochenta del siglo XX. Al contrario de lo que se cree habitualmente, el neo-pop (o neo-art) no es solo una versión actualizada del movimiento artístico pop-art que se dio en los años sesenta y setenta.
 37. **Objetos primitivos:** Se refiere a las figuras tridimensionales que encontramos en el programa cinema 4D por defecto tales como el cubo, esfera, cilindro, etc.
 38. **Percepción:** Recepción o cobro de algo material, especialmente de un sueldo u otra cantidad de dinero que le corresponde por algo. Proceso por el cual una persona tiene conocimiento del mundo exterior a partir de las impresiones que le comunican los sentidos. Conocimiento, idea o comprensión de una cosa mediante la inteligencia.
 39. **Render:** Utilizado por diferentes software audiovisuales es el proceso de exportación de un video desde el formato en que el programa lo trata hasta un formato reproducible por otro.
 40. **Slogan:** Frase o lema representativo e identificativo de un producto publicitario.
 41. **Storyboard:** Elaboración de un proceso animado detallando mediante bocetos e ilustraciones diferentes cuadros representando la idea de la idea final de un producto audiovisual.
 42. **Teleaudiencia:** Es el público o conjunto de personas que sintoniza un medio televisivo.
 43. **Texturizar:** Es el proceso por el cual pasa un elemento u objeto en 3D para lograr darle un acabado en color y en relieve.
 44. **Tweets:** Mensajes visual utilizado en twitter.
 45. **Twitter:** Red social, utilizada para informar.