



Universidad de las Américas

FACULTAD DE POSGRADOS

MAESTRÍA EN DIRECCIÓN Y POSTPRODUCCIÓN AUDIOVISUAL DIGITAL

PROYECTO CAPSTONE

“GRANJA INTERACTIVA MABELITA”

Docente:

Juan Diego Andrango

Autor:

Lutgardo Xavier Peñafiel Quinatoa

2023

**Resumen**

El proyecto “Granja Interactiva Mabelita” es una iniciativa que busca promocionar un lugar turístico a través de contenido audiovisual. Este incluye, videos, animación y otros formatos multimedia que puedan brindar a los posibles visitantes una experiencia inmersiva y atractiva de las ofertas y atracciones del sitio.

El proyecto implica capturar características únicas de la granja turística, como sus paisajes pintorescos, actividades agrícolas, instalaciones, áreas recreativas, cocina local y experiencias culturales. Aprovechando los recursos audiovisuales, el proyecto busca transmitir la esencia de la granja y a su vez llegar a un público más amplio.

**Abstract**

The “Mabelita Interactive Farm” project is an initiative that seeks to promote a tourist place through audiovisual content. This includes videos, animation and other multimedia formats that can provide potential visitors with an immersive and engaging experience of the site's offerings and attractions.

The project involves capturing unique features of the tourist farm, such as its picturesque landscapes, agricultural activities, facilities, recreational areas, local cuisine and cultural experiences. Taking advantage of audiovisual resources, the project seeks to convey the essence of the farm and in turn reach a broader audience.

## **Índice de Contenidos**

1.Introducción

2.Antecedentes

3.Marco Teórico

4.Metodología de Investigación

5.Identificación de Objeto de Estudio

6.Plantamiento del Problema

7.Objetivo General

8. Objetivos Específicos

9. Justificación y Aplicación de Metodología

9.1 Análisis de Propuesta Creativa

9.1.1 Target

9.1.2 Servicio

9.1.3 Buyer Person

9.1.4 Mapa de Empatía

9.1.5 Insight de Categoría

9.1.6 Insight de Persona

9.2 Carpeta de Producción

9.2.1 Guion Literario

9.2.2 Guion Técnico

9.2.3 Plan de Rodaje

9.2.4 Presupuesto

9.2.5 StoryBoard

9.2.6 Scouting

9.2.7 Casting

9.2.8 Carta de Autorización

10.Resultados

12. Conclusiones

13. Recomendaciones

14. Referencias

15.Anexos

## 1. Introducción

Un proyecto audiovisual que muestre la vida en el campo tiene una importancia significativa por razones como:

Proporcionar un espacio para capturar y preservar auténticamente la riqueza cultural de la vida en el campo. Permitir la documentación de tradiciones, rituales y prácticas cotidianas que pueden estar desapareciendo en los principales medios de comunicación, fomentando una apreciación más profunda del patrimonio rural.

La vida en el campo involucra prácticas únicas relacionadas con la agricultura, la artesanía local y la dinámica comunitaria. Un proyecto audiovisual sirve como herramienta educativa, ofreciendo a audiencias urbanas y en general información sobre los diversos y a menudo desconocidos aspectos de la vida rural. Esto contribuye a una sociedad más informada y culturalmente empática

Al mostrar la belleza natural, las prácticas agrícolas y las características únicas de las zonas rurales, este proyecto audiovisual puede contribuir a promover el turismo sostenible. Puede atraer visitantes interesados en experimentar el auténtico encanto del campo, apoyando así las economías locales sin comprometer el medio ambiente. El turismo desempeña un papel crucial en el desarrollo y la sostenibilidad del sector rural, ofreciendo una variedad de beneficios económicos, sociales y ambientales.

El turismo brinda a las comunidades rurales la oportunidad de diversificar su base económica. Al atraer visitantes, las zonas rurales pueden generar ingresos de diversas fuentes, como alojamiento, comidas, productos locales y experiencias culturales, reduciendo la dependencia de una sola industria como la agricultura.

Por estas razones se elige a Cayambe, una ciudad de las tierras altas de Ecuador, esconde entre sus valles un lugar para salir de la monotonía y disfrutar de un ambiente totalmente natural. La “Granja turística Mabelita” se presenta como un destino encantador que fusiona la calidad de su gente con la atracción turística. En este proyecto audiovisual se buscó utilizar diversas técnicas innovadoras de comunicación para registrar la naturaleza, las tradiciones marcadas y la hospitalidad de su gente, con el fin de brindar una experiencia única a quien lo visite. Este

proyecto no solo tiene como objetivo informar y entretener, sino también crear una ventana hacia la vida en el campo, honrando la labor de quienes trabajan en ella y destacando la importancia de preservar las prácticas agrícolas.

## **2. Antecedentes**

Ecuador posee innumerables zonas turísticas que se destacan por su variada gastronomía y gran biodiversidad. Desde el año 2009, el turismo ocupa el cuarto lugar de divisas del Ecuador, con un monto de 430 millones de dólares, luego de las exportaciones de petróleo, remesas de migrantes y banano. Durante el período 2010 al 2011 se ha producido un incremento del turismo receptor del 14%. La mayor cantidad de turistas vienen de Estados Unidos, Europa (en especial de Alemania) y América Latina (mayoritariamente colombianos). (SOLWAYS, Tours, 2013)

Es decir, los atractivos turísticos como granjas son parte fundamental en el desarrollo económico de las localidades en el país. La granja es un lugar donde el visitante interactúa directamente con la naturaleza buscando a su vez la conservación ambiental, el aprendizaje con la crianza de animales, entre otros. Y va relacionado con el agroturismo que proporciona el contacto directo con las actividades agrarias que van desde el aprovechamiento de un ambiente rural hasta la convivencia con las manifestaciones culturales, sociales y productivas.

### **2.1. Granjas interactivas.**

En su estudio sobre la ola del turismo, (Benítez & Arguello, 2016) manifiestan que:

La creación o potenciación de granjas interactivas en sectores rurales generan espacios turísticos que permiten la interacción de niños, jóvenes y familias en general con la naturaleza. Estos espacios cuentan con zonas verdes y animales de granja como vacas, ovejas, caballos, gallinas, patos,

entre otros. Es decir, zonas donde pueden realizar actividades de interacción como el ordeño de vacas, cocinar en hornos de leña y disfrutar de las zonas de camping y picnic. Además, la creación de estos espacios familiares ayuda en la economía del sector donde se ubican, porque permiten generar turismo y a la vez promueven el cuidado de la naturaleza y la vida silvestre.

Por lo cual, impulsar estas actividades mediante publicidad audiovisual incrementa el número de visitantes, ya que mediante el uso de las redes sociales y medios de comunicación la información de estos lugares llega a todas partes del mundo.

En otro artículo basado en la experiencia de las granjas interactivas (Mazza, 2022) menciona que:

En el Ecuador, existen algunos lugares que cuentan con granjas interactivas que de igual manera buscan brindar la experiencia de la vida en el campo y mejorar el turismo de ciertas provincias. Sin embargo, aún son muy pocos los lugares que cuentan con este tipo de granjas.

La pandemia fue una de las principales razones por la cual este tipo de actividades ha tomado un gran auge, ya que las personas vivieron el estrés del encierro en las grandes ciudades, contrario a las personas que viven en el campo o en las zonas aledañas a estos, pasaron la pandemia de una manera más amena, haciendo que la gente concientice más sobre la importancia de conservar las zonas turísticas y áreas verdes.

## 2.2. Turismo

(Romero, 2015) en su estudio sobre lo beneficioso de hacer turismo a través de espacios recreativos, explica que:

Una correcta definición de la estrategia genérica permitirá a la empresa utilizar eficientemente sus recursos con el fin de alcanzar ventaja competitiva,

creando valor para los clientes y ganando progresivamente participación en el mercado; para de esta manera, poder superar el costo de oportunidad del capital invertido.

Más allá de estar rodeados por la belleza natural, propia de la región andina y cobijados por el imponente volcán Cayambe, los clientes serán participes directos de los procesos de una Granja Integral Agroecológica, una forma de producción alternativa, sostenible y replicable de alimentos. Ejecutar actividades como, labrar y cosechar los productos, ordeño de las vacas, o alimentar a los animales, crean un fuerte vínculo emocional con el turista.

En otra investigación, (Beatriz, 2014) define al Turismo de Naturaleza como:

Los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven como una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales.

El Turismo de Naturaleza son los viajes realizados por personas que viven en una tensión cotidiana, buscando distraerse y liberar el estrés de la ciudad en contacto con la naturaleza y las expresiones culturales de cada región. Ecuador gracias a su posición geográfica es un destino incomparable para el desarrollo del turismo natural, y se caracteriza por su singular topografía, su diversidad de zonas climáticas, y una proliferación de especies vegetales y animales; por lo que el sector turístico es una de las actividades económicas más importantes en muchos países; además, tiene una alta potencialidad para generar empleo, reducir la pobreza y unir culturalmente a los pueblos.

### **3. Marco Teórico**



En la actualidad la actividad turística en cualquier zona geográfica, es un espacio destinado a desarrollar y potenciar los atractivos ambientales y naturales de la región, logrando involucrar a todos los miembros de una comunidad para promover la capacidad de transformación en beneficio de la sociedad, respetando y asegurando incluso recursos tangibles e intangibles que son parte de la historia del entorno.

### 3.1. Turismo

El turismo es una actividad que realiza el ser humano para satisfacer sus necesidades o deseos de sentirse bien en algún lugar fuera de lo común con actividades que le generen una sensación de adrenalina. De acuerdo la OMT (Organización Mundial del Turismo) “el turismo comprende a las actividades que realizan los turistas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos”. (CABARCOS, 2011).

### 3.2. Promoción turística

Según Kotler (1999), la promoción turística se entiende como el conjunto de actividades que comunican los atributos del producto o lugar y persuaden a los consumidores a su adquisición o disfrute. Es necesario emplear la comunicación efectiva para promover y mantener el sistema turístico en un crecimiento constante, sea por medios de comunicación como radio, televisión, escrita y a través de productos audiovisuales, con el fin de llegar de forma eficaz al turista, quien busca un sano entretenimiento. Plan que debe ser bien marcado para mantenerse sobre sus competencias.

### 3.3. Desarrollo Local

Si bien sabemos el turismo permite que las comunidades puedan generar movimiento económico a nivel del país, sin embargo, su progreso se trunca cuando no se aprovechan los recursos propios de la localidad. “Desde la perspectiva teórica del desarrollo local, la población debe obtener los beneficios del uso de los recursos disponibles en su territorio, situación muy difícil de cumplir en el modelo masivo del turismo donde el desplazamiento y la exclusión resultan característicos de la conformación de los grupos sociales.” (CEBALLOS, 2010).

### 3.4. Recursos Naturales

Según Naredo, J.M. & Parra (1993), en su investigación sobre la importancia de los recursos naturales del siglo XXI, define que estos son el conjunto de bienes materiales y servicios que proporciona la naturaleza y que son valiosos para el desarrollo de las sociedades. Proveen la materia prima, minerales y alimentos que son utilizados por el ser humano, así como los servicios ecológicos que son la base de la vida. Los recursos naturales pueden ser renovables (plantas, animales, agua, suelo), no renovables (minerales, metales, petróleo, gas natural), e inagotables en el tiempo ecológico (energía de las olas del mar, viento, luz solar).

### 3.5. Turismo rural y comunitario

Existen dos agentes especiales en la construcción del desarrollo turístico, interviene la comunidad con la activa participación del turista, el cual mira y adquiere las costumbres de la población de manera que ambos se beneficien. Gracias a esto se facilita la sustentación del turismo responsable como efecto promotor o dinamizador en la economía local y nacional. Impactando de manera positiva al cuidado del ecosistema y dando a conocer la importancia del lugar.

## **4. Metodología de la investigación**

#### 4.1. Enfoque

En el presente proyecto tiene un enfoque cualitativo ya que se apoyó en el estudio de los comportamientos humanos y sociales, considerando los aspectos como servicio, atención, cultura, costumbres y tradiciones; buscando con la ayuda de estos elementos o características una de las alternativas del desarrollo turístico del sector.

#### 4.2. Tipo de estudio

La presente investigación es descriptiva ya que no se va a alterar el entorno, fauna o flora o los sujetos del atractivo turístico. A través del proyecto podremos usar variables para el diseño del atractivo turístico y los servicios que se ofertarán en el proyecto “Granja Interactiva Mabelita” a desarrollarse en el cantón Cayambe provincia de Pichincha, mismo que aportará a el desarrollo económico de la zona y permitirá conocer el estado actual de la zona.

#### 4.3. Modalidad Básica de la Investigación

**De Campo:** Se empleará la modalidad de estudio de campo debido a que el proyecto de investigación se lo realizará en el lugar de los hechos sin alterar su estado natural.

#### 4.4. Nivel de la investigación

**Descriptivo:** Se utilizará este nivel de investigación porque nos permite narrar la situación acorde a los sucesos que se identifiquen y destaquen en el proceso de la investigación.

### 5. Identificación del objeto de estudio

El turismo rural, caracterizado por su enfoque en brindar experiencias auténticas e inmersivas en áreas rurales, se ha convertido en un catalizador potencial para el

crecimiento económico y el desarrollo comunitario. Si bien el sector es prometedor, existen innumerables desafíos que impiden su máximo potencial, obstaculizando el mejoramiento socioeconómico de las comunidades rurales.

Infraestructura y accesibilidad limitadas:

Muchas zonas rurales carecen de infraestructura adecuada, incluidos transporte, alojamiento y servicios básicos, lo que dificulta que los turistas accedan y disfruten de las atracciones.

Gestión Sostenible de Recursos:

El turismo no regulado puede ejercer presión sobre los recursos locales, afectando el medio ambiente y los medios de vida tradicionales. La gestión sostenible de los recursos es crucial para preservar la belleza natural y apoyar la economía local a largo plazo.

Promoción y marketing limitados:

Muchos destinos rurales luchan por conseguir visibilidad y estrategias de marketing eficaces. Esta falta de exposición obstaculiza su capacidad para atraer turistas y generar beneficios económicos para la comunidad.

Participación y empoderamiento de la comunidad:

El éxito del turismo rural depende de la participación activa y el empoderamiento de las comunidades locales. Cuestiones como la conciencia limitada, la falta de capacitación y las estrategias insuficientes de participación comunitaria pueden impedir la integración de los locales en la cadena de valor del turismo.

En la granja, se enfrentan a un desafío importante: atraer y mantener el interés de los visitantes mientras se ofrece una experiencia auténtica y educativa. A menudo, los visitantes pueden encontrar difícil entender completamente todas las actividades y oportunidades que ofrece el campo. Además, pueden no estar familiarizados con la agricultura y la vida en la granja, lo que podría dificultar su apreciación de las actividades y la conexión con el entorno rural.

## **6. Planteamiento del Problema**

Las representaciones audiovisuales existentes de la vida rural a menudo caen en representaciones estereotipadas o románticas, y carecen de una representación genuina de los desafíos, triunfos y matices cotidianos que experimentan los individuos en las comunidades agrícolas.

Elaborar una narrativa audiovisual que resuene en audiencias diversas, incluidos espectadores urbanos que no están familiarizados con la vida rural, exigen un cuidadoso equilibrio entre autenticidad y razonabilidad. El proyecto debe cerrar la brecha en la comprensión y apreciación entre los diferentes segmentos de audiencia.

En la granja, se enfrentan a un desafío importante: atraer y mantener el interés de los visitantes de diversos sectores del país mientras se ofrece una experiencia auténtica y educativa. A menudo, los visitantes pueden encontrar difícil entender completamente todas las actividades y oportunidades que ofrece el campo. Además, pueden no estar familiarizados con la agricultura y la vida en la granja, lo que podría dificultar su apreciación de las actividades y la conexión con el entorno rural.

El producto audiovisual propuesto para Granja turística es una herramienta innovadora que aborda estos desafíos y crea una experiencia enriquecedora para quien pueda visualizarlo. Este video se presenta en una pantalla táctil en un área de bienvenida o centro de información de la granja.

## **7. Objetivo General**

Impulsar el turismo rural a través de un producto audiovisual que permita registrar las cualidades turísticas que ofrece la “Granja Interactiva Mabelita”.

## **8. Objetivos específicos.**

Fomentar el turismo rural en el sector de Cangahua (Comunidad de Carrera)  
Concientizar la importancia del sector campesino en el desarrollo productivo del país a través de la aplicación de técnicas audiovisuales.

## **9. Justificación y Aplicación de Metodología**

Este proyecto audiovisual busca abordar estos desafíos mediante la creación de un retrato inversivo y auténtico de la vida cotidiana en el sector rural. A través de técnicas innovadoras de narración, integración de tecnología y un enfoque colaborativo con la comunidad local, el proyecto tiene como objetivo mostrar la belleza dinámica de la vida rural y al mismo tiempo fomentar la comprensión y el aprecio entre una audiencia diversa.

Por lo cual la realización de este proyecto “Granja Interactiva Mabelita” es importante en el cantón Cayambe provincia de Pichincha, puesto que el sector, posee una riqueza cultural aun no aprovechada, es una población con gran potencial turístico, que destaca en ella su patrimonio cultural, natural y geográfico. Tiene un fácil acceso lo que permite que el turista pueda adentrarse a este pueblo sin ningún inconveniente. Al realizar esta zona campestre se pretende que los comuneros puedan obtener fuentes de trabajo para los nativos del lugar. Impulsando así el desarrollo económico. Como añadidura la ciudadanía tendrá varias opciones por las cuales visitar “Granja Interactiva Mabelita”, puesto que se ofrece una alternativa paisajística, novedosa e impresionante que permite el aprovechamiento de los recursos agrícolas y al mismo tiempo mantener el contacto directo con la naturaleza.

En vista del nivel de impacto que se genere para el sector, es conveniente crear alternativas que abarquen las exigencias de los comuneros y a la vez crear alianzas para la sustentación del sector turístico.

En torno a esto, las razones fundamentales por las que se llevó a cabo la ejecución de este proyecto son porque ampliamos nuestra mirada a las nuevas oportunidades que se presentarán para la población y la comunidad aledaña al poder contar con nuevas formas de producción turística y la mejora de sus ingresos económicos o capital.

## 9.1. Análisis de Propuesta Creativa

### 9.1.1. Target

La granja esta orientada a personas de entre 18 a 50 años (Generación centennial a xexennial).

Personas en busca de nuevas experiencias y conocimiento sobre el campo.

### 9.1.2. Servicio

Es un lugar para que toda la familia se divierta interactuando con animales, actividades del campo y áreas verdes encantadoras, un espacio nuevo para distraerse y aprender.

### 9.1.3. Buyer Person



### 9.1.4. Mapa de Empatía

## PERFIL EMOCIONAL

<p><b>¿QUÉ PIENSA?</b></p> <p>Se siente feliz con tener un trabajo que le permita visitar lugares turísticos sin embargo quiera cambiar de lugar de vivienda</p>	<p><b>¿QUÉ VE?</b></p> <p>Ve ofertas de lugares turísticos, pero no le gusta el calor. Ve fincas y haciendas que le gustaría visitar mientras se dirige al trabajo.</p>	
<p><b>¿QUÉ ESCUCHA?</b></p> <p>Escucha entre sus compañeros del trabajo que van comprando terrenos o van conociendo nuevos lugares, Ha escuchado de granjas que tienen varias actividades y brindan un entorno familiar</p>	<p><b>¿QUÉ DICE?</b></p> <p>Dice que en un futuro obtendrá un lugar al campo. Visita los emprendimientos pequeños que se ofrecen en la zona rural</p>	<p><b>¿QUÉ LE FRUSTRA?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Lugares turísticos demasiado costosos</li> <li>-Lugares turísticos demasiado lejanos</li> <li>-Mal trato y poca interacción que tienen los lugares turísticos</li> <li>-Poca comida tradicional</li> </ul>
		<p><b>¿QUÉ LA MOTIVA?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Recibir una atención al estilo del hogar</li> <li>-Costos accesibles</li> <li>-Lugares amplios e interactivos</li> <li>-Alimentación variada y tradicional</li> </ul>

### 9.1.5. Insights de la Categoría

- Alto costo de grandes hosterías
- Caos e inseguridad en la ciudad
- Gran distancia para llegar a lugares turísticos
- Mala atención

### 9.1.6. Insights de Persona

- No puede o quiere gastar demasiado para pasarla bien
- No puede tomarse demasiado tiempo para viajar
- Quiere informarse sobre el campo
- Prefiere la interacción con el lugar



## 9.2.Carpeta de Pre Producción

### 9.2.1 Guión Literario

ESC 1. INT. DIA

[Escena inicial: una vista general de una próspera granja familiar con campos verdes, y animales alimentándose. Comienza una cálida y acogedora voz en off.]

**NARRADOR**

**Voz en off: "En un mundo ajetreado y bullicioso, hay algo espacioso mágico. Presentamos "MABELITA", donde la tradición y el encanto se unen para brindar los productos más frescos y acogedores espaciales. Únase a nosotros en este viaje y lo invitamos a ser parte de nuestra familia".**

[Primer plano de un agricultor cuidando los cultivos, con un sombrero desgastado y una sonrisa amistosa.]

**Agricultor**

**"Bienvenido a [MABELITA], donde disfrutamos la naturaleza y la importancia de la familia. Durante generaciones, hemos estado cultivando la tierra con amor y cuidado".**

[Corte a escenas de la granja, muestran diferentes aspectos de la granja, como la cosecha, la alimentación de los animales y los niños que recogen productos frescos.]

**NARRADOR**

**Voz en off: "Aquí cultivamos más que solo productos; cultivamos recuerdos. Nuestra granja es un lugar donde las familias pueden reunirse, abrazar la naturaleza. Desde los más pequeños hasta los más viejitos, todos tienen un papel que desempeñar".**

Corte a una toma conmovedora de una familia disfrutando de una comida juntos, con productos agrícolas frescos en sus platos.

**Agricultor: "Cuando eliges [MABELITA], no solo estás apoyando un negocio local, estás invirtiendo en el bienestar de tu familia. Nuestro compromiso significa que cada bocado que ingieres está libre de productos químicos nocivos y lleno de los sabores naturales".**

[Toma de cierre del agricultor, de pie con orgullo frente a la granja, con la puesta de sol en el fondo.]

**VOZ EN OFF**

**"Así que ven y experimenta la magia de [MABELITA]. Únase a nosotros mientras cultivamos la tierra, construimos relaciones y crecemos como familia. Juntos, podemos saborear el sabor de la naturaleza y crear recuerdos que durarán un toda la vida."**

### 9.2.2. Guión Técnico

<b>ES C</b>	<b>Acciones</b>	<b>Númer o</b>	<b>Plano</b>	<b>Angulació n</b>	<b>Movimient o</b>	<b>Sonido</b>	<b>Tiemp o</b>
1	Se presenta a una mujer escribiendo en su oficina	A	Medio	Lateral	Estático	Teclado y música	2sec
	La mujer busca en internet	B	Detalle	Objetual	Estático	Música de fondo	2sec

	destinos turísticos						
	La mujer se sujeta la cabeza y cierra el computad or	C	Medio	Frontal	Estático	Música de fondo	2sec
2	Señorita invita a seguirla en el camino	A	Gener al	Dorsal	Paneo vertical	Música de fondo y ambient e	2sec
	Mujer la sigue en el camino	B	Gener al	Dorsal	Paneo vertical	Música de fondo y ambient e	2sec
3	Mujer llega a la granja	A	Gener al	Frontal	Paneo horizontal	Musica de fondo y ambient e	2sec
	Señorita presenta el lugar	B	Primer plano	Frontal	Estático	Musica de fondo y ambient e	2sec

4	Niños entran en escena	A	General	Frontal	Paneo horizontal	Música de fondo, voz en off y ambiente	2sec
	Niños corren por el campo	B	General	Lateral	Paneo horizontal	Música de fondo, voz en off y ambiente	2sec
	Niños dan de comer a vacas	C	Medio	Frontal	Paneo horizontal	Música de fondo, voz en off y ambiente	2sec
	Niños se caminan hacia los borregos	D	General	Lateral	Estático	Música de fondo, voz en off y ambiente	2sec

5	Mujer camina hacia la entrada del hospedaje	A	General	Trasera	Estático	Música de fondo, voz en off y ambiente	2sec
	Señorita abre la entrada de la casa	B	Detalle	Frontal	Estático	Música de fondo, voz en off y ambiente	2sec
6	Dueños de la granja trabajan en el campo	A	General	Frontal	Traveling de seguimiento	Música de fondo, voz en off y ambiente	2sec
	Dueños invitan a mujer a trabajar la tierra	B	Detalle	Lateral	Dolly in	Música de fondo, voz en off y ambiente	2sec

	Mujer trabaja la tierra	C	Detalle	Frontal	Dolly out	Música de fondo, voz en off y ambiente	2sec
7	Señora invita a mujer a ordeñar una vaca	A	Detalle	Frontal	Estático	Música de fondo, voz en off y ambiente	2sec
	Mujer ordeña la vaca	B	Detalle	Lateral	Paneo horizontal	Música de fondo, voz en off y ambiente	2sec
	Mujer prueba la leche	C	Detalle	Lateral	Estático	Música de fondo, voz en off y ambiente	2sec

8	Mujer camina hacia el bosque	A	General	Trasera	Estático	Música de fondo, voz en off y ambiente	2sec
	Mujer levanta las manos y grita	B	General	Frontal	Estático	Música de fondo, voz en off y ambiente	2sec
9	Mujer retorna al hospedaje	A	General	Frontal	Paneo vertical	Música de fondo, voz en off y ambiente	2sec
	Mujer se despide y cierra la ventana	V	Medio	Frontal	Estático	Música de fondo, voz en off y ambiente	2sec

### 9.2.3 Plan de Rodaje



## PLAN DE RODAJE

NOMBRE PRODUCCIÓN						FECHA: 22 de octubre de 2023				
HORA INICIO DE GRABACIÓN		EQUIPO TECNICO: 11:00 am				HORA FINALIZACIÓN DE GRABACIÓN			EQUIPO TECNICO: 19:00	
		EQUIPO: 11:00 am							ELENCO: 19:00	
		OTROS: 11:00 am							OTROS: 19:00	
HORA	ESC.	SHOOT	LOCACION	DECORADO	ELENCO	INT	EXT	DIA	NOCHE	OBSERVACIONES
9:00 a. m.										
Armado equipos	2 a 9		Granja	No	Producción		x	x		
9:10 a. m.										
Armado equipos	2 a 9		Interior de granja	No	Producción	x		x		
Grabación ESC	2	A,B,C	Via	NO	NAHOMY Y NATALY		X	X		Nahomy debe llevar vestuario
11:00 a. m.	3 y 4	A,B Y A,B,C,D	Exterior de granja	No	HOMY,NATALY Y NIÑOS		x	x		
13:00 p.m	5	A,B	Interior de granja	SI	NAHOMY Y NATALY	X		X		Debe existir decoración
14:00					<b>Almuerzo</b>					
Grabación ESC	6	A,B,C	Huerto de granja	NO	NATALY Y DUEÑOS		X	X		
15:00 p.m.										
Armado equipos	7	A,B,C	Exterior de granja	NO	NATALY Y DUEÑOS		X	X		
Grabación ESC	7	A,B,C	Exterior de granja	NO	NATALY Y DUEÑOS		X	X		
17:00 p.m										
Armado equipos	8	A,B	BOSQUE	NO	NAHOMY Y NATALY		X	X		
Grabación ESC	8	A,B	BOSQUE	NO	NAHOMY Y NATALY		X	X		
18:00 p.m										
Armado equipos	9	A,B	OCINA DE GRANJA	NO	NATALY Y DUEÑOS	X			X	
Grabación ESC	9	A,B	COCINA DE GRANJA	NO	HOMY,NATALY Y NIÑOS	X			X	Debe existir decoración
Grabación ESC	9	A,B								

### 9.2.4. Presupuesto

Descripción	Costo
Guión	500\$
Documentación	1000\$
Story Board	500\$
Equipo de rodaje	3000\$
Vestuario	400\$
Transporte	50\$
Alimentación	100\$
<b>Total</b>	<b>5550\$</b>

### 9.2.5. StoryBoard

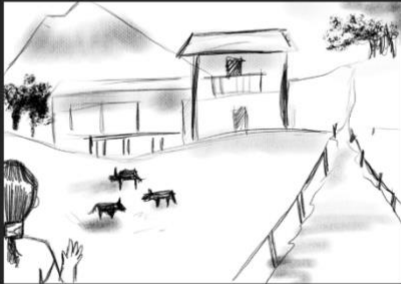
Esc: 1

Plano

Tipo de plano : General

Movimiento : Panorámica vertical

Angulación : Normal



Acción:

Person se aprecia sobre su hombro el paisaje en el que se encuentra la granja

Audio: Música suave

Esc: 2

Plano

Tipo de plano : General

Movimiento : Traveling de acercamiento

Angulación : Normal



Acción:

Aparece el nombre del lugar con productos de fondo

Audio: Voz en off

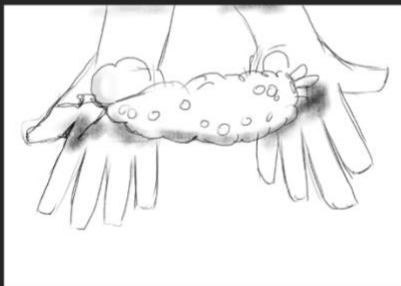
Esc: 3

Plano

Tipo de plano : Detalle

Movimiento : Traveling

Angulación : Picado



Acción:

Aparece las manos de un agricultor

Audio : Voz en off

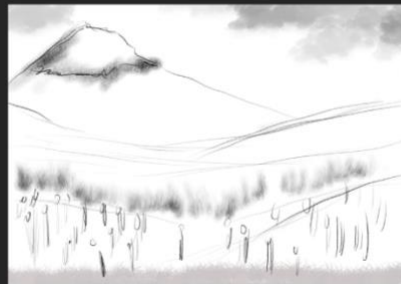
Esc: 4

Plano

Tipo de plano : General

Movimiento : Panorámico horizontal

Angulación : Normal



Acción:

Toma de los sembríos

Audio: Voz en off

Esc: 5

Plano

Tipo de plano : Americano

Movimiento : Panorámica vertical

Angulación : contrapicado



Acción:

Aparece el agricultor en primer plano

Audio : Voz de agricultor

Esc: 6

Plano

Tipo de plano : Detalle

Movimiento : Panorámica vertical

Angulación : Picado



Acción:

Tomas de animales

Audio: Voz en off

Esc: 7

Plano

Tipo de plano : Americano

Movimiento : Panorámico horizontal

Angulación : Normal



Acción:

Toma de una familia

Audio : Voz en off

Esc: 8

Plano

Tipo de plano : Detalle

Movimiento : Panorámico vertical

Angulación : Contrapicado



Acción:

Familia alimentandose

Audio: Voz en off

Esc: 9

Plano

Tipo de plano : General

Movimiento : Panorámico horizontal

Angulación : normal



Acción:

Toma de la granga

Audio : Voz en off

Esc: 10

Plano

Tipo de plano : Primer plano

Movimiento :Traveling vertical

Angulación : Picado



Acción:

Agricultor de espaldas con la puesta de sol de fondo

Audio: Voz en off

## 9.2.6. Scouting

**SCOUTING**

Nombre de locación:

Oficina

Dirección:

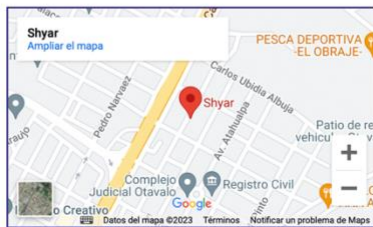
Otavaló

Contacto:

Nataly Loachamin

Cel: 0987761737

Ubicación: (croquis)



Estilo:

Corporativo

Lugar a ocupar: Oficina

N. Pisos: 1

Ascensor: Si  NO

#Puertas: 2

#Ventanas: 1

Objetos Inmoviles:

NO

Referencias:

NO

Permiso Requerido:

Si  NO

Barrio Seguro:

Si  NO

Asistencia Policial:

Si  NO

Asistencia Médica:

Si  NO

Problemas con vecinos:

Si  NO

Clima:

Calor  Frio

Sonido Ambiente:

Si  NO

Breakers:

Si  NO

Baños:

Si  NO

Estacionamiento Autos:

Si  NO

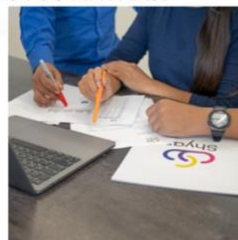
Estacionamiento Bus:

Si  NO

Estacionamiento Camión Luz

Si  NO

FOTOS ANEXAS:



**SCOUTING**

Nombre de locación:

GRANJA MABELITA

Dirección:

CANGAHUA

Contacto:

CARLOS QUINATO A

Cel: 0968300486

Ubicación: (croquis)



Estilo:

CAMPO

Lugar a ocupar: GRANJA

N. Pisos: 1

Ascensor: Si  NO 

#Puertas: 2

#Ventanas: 4

Objetos Inmoviles:

NO

Referencias:

NO

Permiso Requerido:

Si NO 

Barrio Seguro:

Si NO 

Asistencia Policial:

Si NO 

Asistencia Médica:

Si NO 

Problemas con vecinos:

Si NO 

Clima:

Calor Frio 

Sonido Ambiente:

Si NO 

Breakers:

Si NO 

Baños:

Si NO 

Estacionamiento Autos:

Si NO 

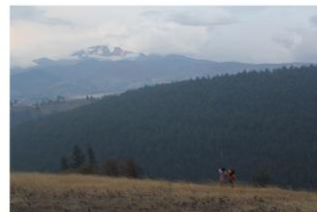
Estacionamiento Bus:

Si NO 

Estacionamiento Camión Luz

Si NO 

FOTOS ANEXAS:



## 9.2.7. Casting

Personaje en la obra: (nombre de mi personaje)

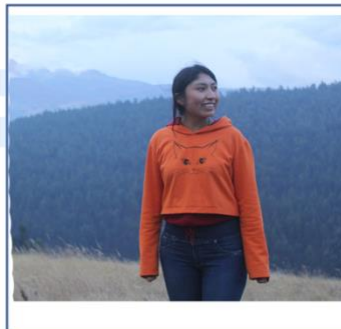
Nombre: NATALY

Apellido: LOACHAMIN

Edad: 28

Contacto: 097761737

Mail: matylochamin9@gmail.com



Teléfono:

Dirección: Amaguaña

Vive en Quito: si x no

Requiere transporte: si x no

Altura: 162

Color de ojos: cafés

Color de cabello: castaño

Aspectos especiales: piercing, etc

NO

Fotos en diferentes planos



Disponibilidad para rodaje Si x NO

Tiene vestuario propio SI x NO

Tiene maquillaje propio SI x NO

### 9.2.8. Carta de Autorización

Quito 11, noviembre 2023

**CARTA DE AUTORIZACIÓN**

Daisy Nataly Loachamin Ñacata, portador/a de la cédula de ciudadanía No 1725264483, por mis propios y personales derechos, autorizo a la Universidad de Las Américas y la utilización de mi imagen para la creación de obras fotográficas y audiovisuales (con o sin sonido) y su fijación en piezas publicitarias así como su exhibición permanente o itinerante en medios tradicionales (incluyendo sin que la presente enumeración resulte taxativa a televisión, prensa escrita, cine, vía pública) y medios digitales (incluyendo, sin que la presente enumeración resulte taxativa a redes sociales y páginas web), a su sola discreción y por plazo indefinido.

Atentamente,



**Nataly Loachamin**  
1725264483

## 10. Resultados

Los resultados del proyecto audiovisual centrado la granja “Mabelita” pueden abarcar una amplia gama de impactos y resultados, influyendo tanto en la comunidad involucrada como en la audiencia en general. Estos son los resultados y beneficios:

La participación de la comunidad local en el proyecto puede generar una sensación de empoderamiento. Los locales pueden sentir una mayor conexión con su herencia



cultural y un sentimiento de orgullo al mostrar su forma de vida a un público más amplio.

Este proyecto audiovisual puede contribuir a la preservación de la cultura y las tradiciones locales. Este puede ser un recurso valioso para las generaciones futuras y una oportunidad para celebrar la diversidad cultural.

Uno de los resultados más esperados hablando específicamente de la granja es que mediante una promoción exitosa a través del proyecto audiovisual puede atraer turistas, lo que conduciría a una mayor actividad económica. Las empresas locales, incluidas aquellas que ofrecen servicios similares al del proyecto: alojamiento, comida y productos artesanales, pueden experimentar un aumento en sus ingresos. Además el mayor interés en el área rural generado por el proyecto puede conducir a la creación de empleo en los sectores del turismo y la hostelería. Esto puede brindar oportunidades de empleo a los residentes locales, contribuyendo a la sostenibilidad económica.

El proyecto sirve como registro documental del territorio rural en un momento concreto. Esta documentación puede captar la naturaleza cambiante y proporcionar información sobre los cambios y la evolución a lo largo de los años.

En general, los resultados de este proyecto audiovisual son multifacéticos e impactan aspectos económicos, culturales y sociales. La sostenibilidad a largo plazo de estos resultados a menudo depende de una participación comunitaria efectiva, prácticas de turismo responsable y un apoyo continuo a la comunidad rural.

#### 11. Discusión de los resultados y propuesta de solución

A futuro se busca establecer un equipo colaborativo compuesto por productores audiovisuales, comunicadores y residentes locales para crear contenido audiovisual atractivo que capture los diversos aspectos de la vida rural, incluidas las prácticas culturales, la artesanía tradicional, los paisajes escénicos y las actividades diarias. Incorporar técnicas de narración que evoquen emociones y conecten a los espectadores con las experiencias únicas que ofrecen los destinos rurales mediante la promoción a través de Redes Sociales y Canales Online. Utilizar plataformas de

redes sociales, YouTube y otros canales en línea para difundir ampliamente el contenido audiovisual e implementar estrategias de marketing para llegar a potenciales turistas interesados en experiencias rurales auténticas permitirá cumplir con los objetivos propuestos para este proyecto.

## **12. Conclusiones**

- De acuerdo con los resultados obtenidos se evidencia que el Cantón Cayambe, sector de Cangahua, posee los recursos y espacio natural adecuado para obtener un buen desarrollo y sustentación turístico para la difusión de la “Granja Interactiva Mabelita”.
- Mediante el proyecto “Granja Interactiva Mabelita” se detectó que la desventaja turística del Cantón Cayambe, sector de Cangahua es el poco conocimiento que tiene la población sobre sus recursos turísticos, los cuales han sido poco aprovechados.
- El Cantón Cayambe, sector de Cangahua mantiene actividades turísticas, lo cual es una alternativa beneficiosa por las distintas plazas de trabajo que se generan, pero la ventaja principal es que el extranjero puede aún encontrar en espacios como “Granja Interactiva Mabelita” un lugar para salir de la monotonía de la vida en la ciudad.

## **13. Recomendaciones**

- Se recomienda utilizar medios de comunicación físicos para la difusión de estas zonas turísticas; como notas informativas, flyers, detallando las actividades que se pueden realizar en el sector, empleando de manera eficiente la difusión de los recursos y atractivos de la “Granja Interactiva Mabelita” en el cantón Cayambe, sector de Cangahua.

#### **14. Referencias**

Beatriz, B. V. (2014).

Beatriz, B. V. (2014). From

<http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/3902/1/02%20ICA%20923%20TESIS.pdf>

Benítez, M., & Arguello, M. (2016). La granja interactiva como fuente de desarrollo de competencias transversales en la primera infancia de los estudiantes del preescolar Cascanueces. Ibarra.

Mazza, A. (2022, 08 28). El Mercurio. From

<http://elmercurio.com.ec/2022/08/28/granjas-con-rol-interactivo/>

Romero, D. E. (2015). From

<https://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/4978/1/121594.pdf>

SOLWAYS, Tours. (2013). EL TURISMO. Recuperado el 19 de octubre de 2013, de

<http://solways.com.pe/destinos/Sur%20America/Ecuador.html>

OMT, 1999. Agenda para Planificadores Locales: Turismo Sostenible y Gestión Municipal. Madrid. 150p.

Cabarcos. (2011). El Turismo. Medellín: Gonzales S.A.

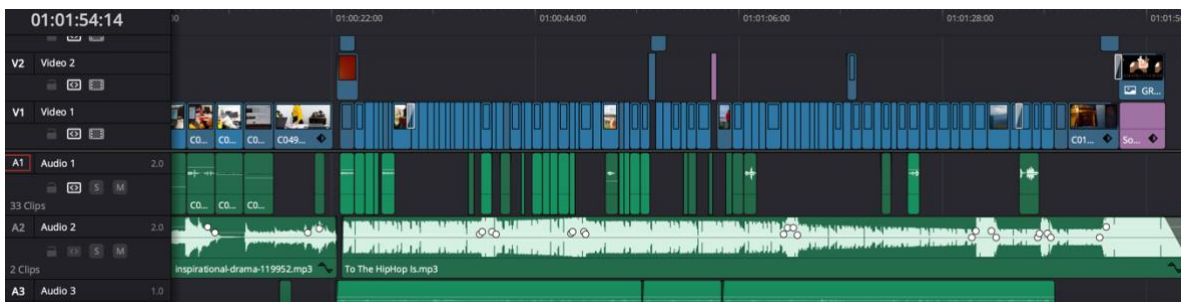
Ceballos. (2010). Promoción Turístico. México: Sense S.A.

Sánchez, V. U., & Parra, C. H. (2016). Intervenciones genéricas en territorios con particularidades únicas. Asumir y diferenciar la condición de ruralidad. Cuadernos De Vivienda Y Urbanismo, 41-68.

## 15. Anexos



Anexo 1. Áreas de la granja



Anexo 2. Timeline del proyecto



Anexo 3. Proceso de colorización