



FACULTAD DE POSGRADOS

MAESTRÍA EN DIRECCIÓN Y POSTPRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

**ELABORACIÓN DE UN SPOT PUBLICITARIO PARA LA MARCA NICKA
CHOCOLATE AMAZÓNICO**

Docente

Juan Diego Andrango

Autora

Andrea Maribel Guanuchi Morocho

2023

Resumen

El presente proyecto sobre la elaboración de un spot publicitario para la marca Nicka Chocolate Amazónico, busca dar a conocer los productos de la marca en un medio digital, puesto que en la actualidad las redes sociales son un pilar fundamental de promoción y difusión. Nicka busca expandir su cartera de clientes a través del marketing digital para lo cual es necesario el material audiovisual que le permita promocionar sus productos en redes sociales, para lo cual este trabajo utiliza las herramientas y estrategias creativas que enriquezcan y motiven a la marca a llegar de una manera positiva y emotiva a su público objetivo.

Abstract

This project on the development of an advertising spot for the Nicka Chocolate Amazónico brand seeks to publicize the brand's products in a digital medium, since currently social networks are a fundamental pillar of promotion and dissemination. Nicka seeks to expand her client portfolio through digital marketing, for which audiovisual material is necessary that allows her to promote her products on social media, for which this work uses creative tools and strategies that enrich and motivate the brand to reach in a positive and emotional way to your target audience.

Índice de contenido

1. PRESENTACIÓN DEL TEMA	6
1.1 Introducción.....	6
1.2 Revisión de la literatura	8
1.2.1 Industria chocolatera	8
1.2.2 Producción audiovisual	9
1.2.3 Marketing digital	10
1.2.3 Propuesta narrativa.....	10
2. IDENTIFICACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO.....	12
2.1 Planteamiento del problema.....	13
2.2 Objetivo General.....	14
2.3 Justificación y aplicación de la metodología	14
3. ANÁLISIS DEL CLIENTE Y SECTOR.....	16
3.1 Producto	16
3.2 Nombre del producto audiovisual	16
3.3 Objetivo	16
3.4 Mercado objetivo.....	16
3.5 Perfil Buyer Person.....	17
3.6 Mapa de empatía	17
4. ESTRATEGÍA CREATIVA.....	18
4.1 Insight.....	18
4.2 Arquetipo.....	19
4.3 Promesa de valor	19
4.4 Slogan	19
4.5 Problema, solución y resultados.....	19
5. CARPETA DE PRODUCCIÓN.....	20

5.1	Guion literario.....	20
5.2	Propuesta estética	22
5.2.1	Propuesta de fotografía	22
5.2.2	Propuesta de arte.....	24
5.2.3	Vestuario	25
5.3	Guion técnico.....	27
5.4	Plan de rodaje.....	27
5.5	Hoja de llamado.....	28
5.6	Presupuesto.....	29
5.7	Casting.....	31
5.8	Storyboard.....	36
6.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	41
7.	BIBLIOGRAFÍA.....	43
8.	ANEXOS	44
	Figura 1 Perfil Buyer Person.....	17
	Figura 2 Mapa de empatía.....	17
	Figura 3 Insight categoria/Buyer Person.....	18
	Referencia 2 Propuesta visual.....	22
	Referencia 1 Propuesta visual.....	22
	Referencia 3 Comercial chocolate.....	23

Referencia 4 Comercial chocolate	23
Referencia 5 Comercial cacao	23
Referencia 6 Propuesta visual de arte	25
Referencia 7 Vestuario Agricultor	26
Referencia 8 Vestuario protagonista	26
Referencia 9 Vestuario Mujeres haciendo chocolate.....	26

1. PRESENTACIÓN DEL TEMA

1.1 Introducción

Se desconoce a ciencia cierta el origen del chocolate y quien fue el que lo inventó, pero lo que si conocemos es que el cacao es originario de América del sur y que comenzó a adquirir popularidad en las culturas mayas y aztecas en México, quienes obtenían de este fruto una bebida a la que consideraban sagrada. Con la llegada de los españoles a América el chocolate tuvo un mayor auge en el contexto de la industria europea, pues vieron gran potencial en el cacao y lo convirtieron en uno de los productos comerciales más influyentes y conocidos a nivel mundial tal y como lo conocemos hoy en día. Valenzuela A, 2007 comenta acerca de la evolución del chocolate:

Fue, quizás, durante la primera y segunda guerra mundial donde más se popularizó el consumo del chocolate, ya que era uno de los alimentos prioritarios de las tropas americanas, quienes obsequiaban barras de chocolate a los hambrientos habitantes de los países vencidos. (p.4)

Los europeos convirtieron del chocolate en todo un fenómeno mundial y a pesar de no ser productores de la materia prima son los principales exportadores y comerciantes del chocolate con las marcas más conocidas en la actualidad. Dejando a los países de Latinoamérica como exportadores de cacao a gran escala, pero sin llegar a tener la misma importancia que la marca.

Ecuador se destaca como el principal productor de cacao a nivel mundial. Según datos de la Organización Internacional del Cacao (ICCO), en 2020, Ecuador produjo alrededor del 19% del cacao global. Esta posición privilegiada se debe a la calidad y diversidad de los cacaos ecuatorianos, reconocidos internacionalmente por su sabor y aroma distintivos (Sánchez, Vayas, Mayorga & Freire, 2020). A pesar de ello no contamos con una marca de chocolate que sea igual de sobresaliente, es por eso que los pequeños emprendedores ecuatorianos desean explorar la industria chocolatera y tratar

de competir con las grandes empresas, pero a diferencia de ella buscan ofrecer un producto natural que no solo se comercialice sino también que contribuya a la salud de los consumidores, un compromiso social que en la actualidad es un plus en cualquier marca comercial.

Nicka Chocolate Amazónico nace como un emprendimiento en la ciudad de Zamora, con el objetivo de crear un chocolate 100% natural, pero sobre todo nacional, pues busca que se reconozca a la Amazonía ecuatoriana y el gran potencial que podría llegar a tener como una industria chocolatera y no solo como un campo de producción agrícola y ganadera. Además, esta empresa se caracteriza por aplicar la tendencia de una comunidad colaborativa; es decir apoya a los productores de cacao de la zona y brinda trabajo durante la elaboración y producción de las barras de chocolate natural que son el principal producto. Cabe recalcar que este proyecto está dirigido por una mujer, quien dirige y realiza la producción del chocolate juntos con sus colaboradoras; un trabajo realizado por mujeres para el mundo.

Su método de distribución hasta el momento ha sido a través de las ferias de emprendimiento y la publicidad tradicional conocida “de boca a boca” ya que se trata de una ciudad pequeña y no muy conocida comercialmente, a pesar de ello la marca Nicka Chocolate Amazónico ha participado en varios eventos que le han valido su reconocimiento, aunque lo que se busca conseguir ahora es dar conocer al producto en el mercado comercial de las chocolateras a nivel nacional, para ellos nos centraremos en el marketing digital, ya que el avance de la tecnología a dado como resultado una nueva forma de publicidad y vender, todas las personas tienen acceso a la información, por lo que es importante proporcionar la más detallada y precisa que pueda convencer a los usuarios y futuros clientes potenciales.

Las redes sociales han transformado la forma en que las personas se comunican y cómo las empresas interactúan con sus clientes. Su importancia radica en la capacidad para extender el alcance de una marca, construir relaciones sólidas con los clientes y generar oportunidades de negocio. Según un informe de Hootsuite y We Are Social, en enero de 2021,

el 53% de la población mundial utiliza las redes sociales. Además, el informe revela que el 54% de los usuarios de redes sociales investiga productos en estas plataformas antes de realizar una compra. Esto demuestra que las redes sociales desempeñan un papel vital en la toma de decisiones del consumidor y, por lo tanto, son fundamentales para las estrategias de marketing de las empresas (Álvarez, 2021, p.20).

Teniendo como base esta información se propone la realización de un spot publicitario destinado a las redes sociales que den a conocer los productos de la marca de chocolate y de esta manera atraer nuevos clientes a través de este medio digital. El spot no solo mostrará al producto sino a la gente que está detrás del mismo y el compromiso que Nicka tiene con sus proveedores y clientes. Por supuesto el spot utilizará todas las herramientas y conocimientos adquiridos durante la maestría para lograr cumplir sus objetivos y que el emprendimiento siga generando, pero sobre todo que tenga mayor reconocimiento.

1.2 Revisión de la literatura

1.2.1 Industria chocolatera

Según Alulema y Granda, 2012, Ecuador es conocido a nivel mundial por sus valiosos recursos naturales como son: el petróleo, el banano, cacao y últimamente las flores, pero nunca se resalta a Ecuador como un país chocolatero, a pesar de tener las mejores plantaciones del mundo ¿Qué nos hace falta para ser reconocidos a nivel mundial como un país chocolatero? En el país existen muchos emprendimientos que buscan hacerse lugar en esta industria, pero los cambios en la distribución y publicidad que las grandes marcas han sabido dominar en lo que llamamos la era digital pueden ser un gran precedente.

Llegar a competir con las grandes marcas europeas, puede considerarse un gran reto, pero se debe tomar en cuenta que como país productor ya se cuenta con la materia prima. La historia de la existencia del chocolate nace

en las antiguas civilizaciones latinoamericanas y posteriormente con la llegada de la civilización española, el cacao empezó su exportación hacia otros continentes, que vieron el gran potencial de este producto más allá del medicinal y así nace la gran industria del chocolate como lo conocemos en la actualidad.

1.2.2 Producción audiovisual

La producción audiovisual ha experimentado una evolución significativa en las últimas décadas. Con el avance de la tecnología, la producción y distribución de contenido audiovisual se ha vuelto más accesible y sofisticada. Según un informe de Statista, en 2020, el valor global de la industria de producción audiovisual alcanzó los 259 mil millones de dólares, y se espera que alcance los 310 mil millones de dólares para 2025. La adopción de formatos digitales, como el streaming y las plataformas en línea, ha cambiado la forma en que se consume el contenido, permitiendo una mayor personalización y acceso a una variedad de opciones. Además, la producción audiovisual ha incorporado tecnologías como la realidad virtual, la realidad aumentada y la inteligencia artificial, que han abierto nuevas posibilidades creativas en la creación y entrega de contenido.

El medio digital hoy en día se ha convertido en la principal herramienta de búsqueda, creación, distribución y difusión, tanto de productos, servicios y personajes o influencer como se los ha denominado. Gracias al internet podemos encontrar una variedad de contenido en redes sociales y la importancia de que existas en este medio digital definirá el público que te interesa conseguir, al que deseas llegar y el que ya has logrado conseguir.

Existen millones de formas de crear contenido y la producción audiovisual es una de las principales, por lo que es importante destacar la manera en como decides narrar una historia, vender un producto o servicio que lo diferencie del resto para que llame la atención del público objetivo. La producción audiovisual nos abre un mundo de posibilidades que combinadas con la tecnología nos permiten crear universos personalizados para cada una de las necesidades que presente el público al que nos estamos dirigiendo.

1.2.3 Marketing digital

La importancia de un marketing digital en la actualidad es de vital importancia para cualquier empresa ya sea grande o pequeña, que busque dominar un mercado o hacerse de un lugar propio, pues el objetivo es el mismo, a traer a más clientes que se interesen y compren el producto, pero el marketing ya no solo se trata de enfocarse en este último sino que debe preocuparse por el cliente, por sus necesidades, su estilo de vida, su ética y valores, “ya no solo hablamos de vender un producto sino un ideal que el producto cumple y que es indispensable en la vida del cliente” (Guevara, 2020).

La manera de ver y vender, ya sea productos o servicios ha cambiado de estrategia, ya no podemos persuadir al cliente que compre, sino que debemos demostrar que la experiencia que vivirá es la mejor en comparación a la competencia. A esto debemos sumarle la era de la inmediatez en donde todos buscan lo que sea más rápido, soluciones sus problemas y responda a sus necesidades, por lo que los especialistas del marketing se caracterizan por su agilidad y espontaneidad ya que en el medio digital tienes segundos para alcanzar o perder a tus consumidores potenciales.

La publicidad utiliza diferentes estrategias y herramientas que sean ágiles, cortas y precisas, pues no se trata de explicar sino de quedarte en la mente del consumidor, ya sea a través de frases, logos, imágenes, sonidos e incluso personajes que permitan diferenciar tu marca del resto. En la era en la que vivimos cualquiera puede crear contenido, pero no cualquiera puede establecer su marca y ser reconocido por la misma.

1.2.3 Propuesta narrativa

La propuesta de realización del spot publicitario está enfocada en resaltar la producción chocolatera ya que este es el producto principal de la marca, pero teniendo en cuenta la importancia del medio digital en el cual se va a proyectar, en este caso las redes sociales, pues debemos tener claro como funciona, para que la producción audiovisual brinde los resultados esperados.

Existen diferentes géneros narrativos que nos permitan contar una historia o en el caso de la publicidad y el marketing ofrecer un producto o servicio, pero todos comparten una misma función; la objetividad, es decir que la propuesta narrativa debe ser objetiva, buscar y conseguir la atención del público. La publicidad ha hecho uso de la comedia, el terror, el drama, musicales, pero cualquiera que sea el género que utilices, se debe tener presente la función emotiva en la narrativa, la cual se ha empleado desde el siglo anterior hasta la actualidad, teniendo el mismo propósito; despertar las emociones de los espectadores y lograr que empaticen que lo que están viendo y escuchando, pues la mejor manera de llegar a los consumidores potenciales es a través de las emociones, las cuales evocan los sentimientos.

La narrativa audiovisual tiene sus propios conceptos de realización, pero debe cumplir con su misión de persuadir en el espectador y todo esto depende de la manera en como se cuente, de como utilizamos la emotividad como recurso narrativo que nos permita personalizar la marca, que el mensaje se quede en la mente del consumidor y que la misma pueda ser asociada a sentimientos positivos como la felicidad.

2. IDENTIFICACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

2.1 Análisis del cliente y el sector

La industria chocolatera en el Ecuador existe, pero no como una industria sino más bien como pequeños emprendedores que buscan establecer su marca y su negocio, en el caso de Nicka Chocolate Amazónico al estar ubicado en Zamora, una ciudad con alrededor de 21 791 habitantes, su población es pequeña para considerarse una industria solo con el comercio local, por lo que Nicka se ha dedicado a llevar sus productos a diferentes provincias del país a través de las ferias de emprendimientos y demás festividades que le permitan interactuar con clientes potenciales y dar a conocer su marca.

Uno de los principales problemas que enfrenta Nicka es la falta de una campaña publicitaria en redes sociales, pues según Guevara, 2020 “el marketing digital ayuda al crecimiento y desarrollo de una empresa, ya que no solo aumenta el nivel de ingresos sino también al crecimiento del valor mismo de la empresa”. El internet y las nuevas tecnologías han cambiado la forma de comportamiento de los consumidores y por ende las empresas han debido adaptarse a esos cambios; generacionales, sociales y tecnológicos, entre los principales que menciona Sequeira, López & Blass, 2018 para lograr el éxito en el futuro toda empresa deberá contar con profesional del marketing y medios digitales.

En la actualidad se ha comprobado la fuerte influencia de las redes sociales y la posibilidad de viralizar cualquier tipo de contenido, más allá de que se considere bueno o malo, por ello se debe enfocar un tipo de comercio en el medio digital, ya que las personas pasan la mayor parte del tiempo en las redes sociales, así que debemos hacer que el producto o servicio llegue hacia ellos, llame su atención y le ofrezca algún tipo de interacción. Nuestros clientes potenciales están ahí en las redes buscando un nuevo estilo de vida,

productos novedosos, pero sobre todo ver que más nos ofrece más allá del producto.

En nuestro país aun se trabaja por difundir una cultura de “valorar lo nuestro”, por lo que siempre se elige a las grandes industrias porque son conocidas y recomendadas por otros, muchas de las veces no se arriesgan a conocer y mucho menos a probar el producto, de ahí una de las razones de que no se aumenten las ventas y reconocimiento de la marca. Por ello involucrarse en era digital con la producción audiovisual es un avance significativo que puede traer grandes experiencias, valor añadido y sobre todo ingresos.

Al momento de realizar un spot publicitario debemos tener siempre en cuenta los primeros 5 segundos, pues, aunque parezca poco es prácticamente lo necesario para determinar si un espectador se interesa o no en tu producto y en redes sociales es muy fácil deslizar tu dedo hacia arriba para cambiar de contenido si no te interesa. Es muy común escuchar que si no estás en las redes no existes.

Cabe destacar que, a pesar de mostrar el interés de involucrar un producto en el medio digital, no se deben olvidar la visión y misión de la marca, ya que son valores que la definirán y diferenciarán del resto del mercado. La fidelidad al producto, pero sobre todo al ideal de una comunidad amazónica que busca preservar lo natural no se debe perder, pues es la identidad que caracteriza al producto y que lo posicionará frente a los consumidores y la competencia.

Nicka no cuenta con su espacio en redes sociales y ese puede ser un gran avance para darse a conocer y poder involucrarse en este mercado digital donde la competencia aumenta día con día. Todas las estrategias son válidas solo es cuestión de aplicarlas y probar cuales funcionan y cuales no.

2.1 Planteamiento del problema

Nicka Chocolate Amazónico es una empresa chocolatera nacional que no cuenta con un producto audiovisual que pueda difundirse en las redes sociales.

2.2 Objetivo General

Elaborar un spot publicitario para la marca de productos Nicka Chocolate Amazónico para dar a conocer a la marca en redes sociales.

2.4 Objetivos Específicos

- Investigar e identificar las estrategias de marketing y elaborar una propuesta creativa, que responda a las necesidades del cliente y de la empresa.
- Proponer y desarrollar una propuesta audiovisual que pueda reflejar la calidad de la marca y el compromiso de la misma con la sociedad.
- Realizar un producto audiovisual que pueda difundirse en redes sociales y captar a clientes potenciales.

2.3 Justificación y aplicación de la metodología

La elaboración de un spot publicitario para la marca Nicka chocolate Amazónico responde a una investigación previa sobre la situación actual de la empresa y por supuesto en base a entrevistas e investigaciones relacionadas al marketing digital y la producción audiovisual, se ha podido determinar que uno de los factores que afecta a la falta de reconocimiento de la marca se debe a su ausencia en las redes sociales.

En la actualidad todo el mundo utiliza internet y su principal fuente de información son las redes, por ello y en base a fuentes en las que se manifiesta la importancia del marketing digital, se ha optado por la estrategia de integrar un spot publicitario que muestre los productos de la marca y el compromiso de la empresa para con los clientes.

Esta propuesta apunta a una publicidad no solo local, pues según los estudios se ha podido constatar que el comercio local es bajo, por lo que a través de esta estrategia buscamos dar a conocer la marca y buscar clientes potenciales que se queden y se identifiquen con el producto. Además,

siguiendo los conocimientos de los profesionales en la rama del marketing y la filosofía de la empresa se puede crear un valor añadido a la marca a través de su compromiso social.

3. ANÁLISIS DEL CLIENTE Y SECTOR

3.1 Producto

Nicka es un producto amazónico proveniente de pequeñas plantaciones de Cacao Nacional Fino de Aroma de la zona de reserva de Biosfera Podocarpus Cóndor. Estos chocolates aportarán a tu vida vitamina C, fibra y serotonina, un excelente aliado para prevenir enfermedades cardiovasculares y cerebrovasculares.

3.2 Nombre del producto audiovisual

El nombre que se ha seleccionado para el proyecto audiovisual es “El sabor está en su origen”

3.3 Objetivo

Con la producción del spot publicitario se busca dar a conocer la marca Nicka chocolate Amazónico en redes sociales, para de esta manera conseguir clientes potenciales en un ecosistema digital.

3.4 Mercado objetivo

Personas de entre 15-50 años con un estilo de vida healthy, que busquen productos naturales y locales.

3.5 Perfil Buyer Person

Objetivos

- Contribuir con el medio ambiente y a la economía local
- Motivar a la personas por un estilo de vida natural.
- Crear postres saludables con chocolate natural

Perfil

- Licenciada en Comunicación
- Trabaja de manera independiente
- freelancer
- Vive con sus mascotas (gato y perro)

Datos demográficos

- Mujer 25 años
- Soltera
- Tiene su propio departamento en la ciudad de Quito.
- Independiente con ingresos alrededor de \$800 mensuales

Hábitos

- Compra en línea
- Apoya los emprendimientos
- Estilo de vida healthy.
- Prefiere los productos naturales, ella misma prepara su comida

Intereses

- Practicar yoga
- Revisa constantemente las redes sociales.
- Le encanta la repostería.
- Se interesa por proyectos eco-friendly.
- Apoyar la producción local

Retos

- Adquirir productos naturales y eco-friendly
- Apoyar empresas locales.
- Compartir su estilo de vida con amigos y familia

Frustraciones

- Productos costosos.
- No encontrar los productos en los supermercados.
- Que las empresas de productos naturales locales no tengan servicios de compra en línea.

Antonella Potosí
Millennial

Figura 1 Perfil Buyer Person

3.6 Mapa de empatía



Figura 2 Mapa de empatía

4. ESTRATEGÍA CREATIVA

La propuesta audiovisual se centra en la elaboración y producción de las barras de chocolate natural Nicka, contando la experiencia que se vive al comer una barra de chocolate, desde la cosecha del cacao hasta formación de chocolate como lo conocemos hoy en día; a través de este proceso queremos reconocer el trabajo de las personas que no son mencionadas pero que son parte fundamental en la realización de la barra Nicka; como son los agricultores y productores del cacao y las mujeres que trabajan los granos de cacao para obtener un chocolate de calidad. A través de esta experiencia se refleja la felicidad que se siente al probar una barra de chocolate Nicka. La estrategia creativa no solo busca vender un producto sino una economía colaborativa, una idea de lo natural y sobre todo la naturaleza de la que obtenemos todo lo necesario para la vida.

4.1 Insight



Figura 3 Insight categoría/Buyer Person

4.2 Arquetipo

Se identificaron dos arquetipos que van de la mano:

Inocente

Pues busca darle seguridad de un producto de calidad a sus clientes.

Persona típica

La marca busca pertenecer a la industria de las grandes chocolateras.

4.3 Promesa de valor

Nicka Chocolate Amazónico es ideal para las personas que piensan en lo que comen y saben que el chocolate natural más que rico es saludable, y eso te hace feliz.

4.4 Slogan

El sabor está en su origen.

4.5 Problema, solución y resultados

El principal problema que presenta la empresa Nicka Chocolate Amazónico es que no cuenta con una campaña publicitaria para redes sociales, al ser un proyecto que nació como un emprendimiento su principal fuente de difusión es a través de las ferias artesanales.

La solución que planteamos es involucrarnos en el ecosistema digital con la creación de un spot publicitario que nos permita dar a conocer la marca en redes sociales y de esta manera generar nuevos clientes y consumidores.

Se espera como resultado que la marca se involucre en el marketing digital y que sus productos tengan presencia en redes, al mismo tiempo que el público objetivo pueda interactuar con los mismos.

5. CARPETA DE PRODUCCIÓN

5.1 Guion literario

GUIÓN LITERARIO NICKA CHOCOLATE AMAZÓNICO

Andrea Guanuchi

STORYLINE:

Descubre que el sabor de un buen chocolate está en su origen.

SINOPSIS:

Valentina prueba una barra de Nicka chocolate amazónico gracias a su pareja y en cuanto lo saborea se observa todo el proceso por el que pasó el cacao para llegar a convertirse en chocolate y todas las personas que trabajaron en su elaboración, Valentina está feliz y agradecida con su pareja por la experiencia que le ha permitido disfrutar.

ESC 1. EXT-CASA-DÍA

VALENTINA (20) tiene en sus manos una barra de Nicka Chocolate Amazónico que le dio su novio Santiago, la abre y le da una mordida a la barra.

ESC 2. EXT-CAMPO-DÍA

Se observa un campo de cacao.

Un hombre (50) está cargando los cacaos en un saco y lo carga en la espalda. Coloca el saco en un auto.

ESC 3. EXT-CARRETERA-DÍA

El saco de cacaos sale del campo y llega a la ciudad, se observa el paisaje.

ESC 4. EXT-CALLE LOCAL-DÍA

El agricultor baja el saco de cacao del auto.

ESC 5. EXT-LOCAL NICKA CHOCOLATE AMAZÓNICO-DÍA

GLADYS (50) dueña del negocio, abre los cacaos y prepara los granos para la elaboración del chocolate.

ESC 6. INT-LOCAL NICKA CHOCOLATE AMÁZONICO-DÍA

Se observa el proceso por el que los granos pasan hasta convertirse en chocolate.

Se coloca el cacao en las máquinas.

Se logra la mezcla del chocolate y se lo prepara para colocarlo en los moldes para hacer las barras.

Las barras se sacan de los congeladores.

Se observa a un grupo de mujeres que trabajan en el empaquetado de las barras de chocolate

ESC 7. EXT-CASA-DÍA

VALENTINA saborea la barra de chocolate, abraza a Santiago y entran a la casa.

...

Aparece el logo de la marca, junto con los productos y el slogan "Su sabor está en su origen"

5.2 Propuesta estética

5.2.1 Propuesta de fotografía

Para la producción del spot publicitario se utilizarán locaciones al aire libre, ya que se busca reflejar la belleza de los paisajes, mientras observamos la elaboración de las barras de chocolate. A través de la fotografía buscamos mostrarle al cliente lo que hay detrás de un chocolate, mostrar a las verdaderas personas que trabajan para hacerlo posible.

La iluminación se manejará principalmente con luz natural y marcando un toco cálido que muestre cercanía con el producto y las personas que en él aparecen en él.

La mayoría de los planos son generales para la apreciación de los paisajes, combinados con planos detalles en cuanto al proceso y elaboración de las barras de chocolate. El sport publicitario tiene como objetivo sumergir al espectador en un viaje de descubrimiento y valoración de las personas que están detrás de un producto y que muchas de las veces no tomamos en cuenta.

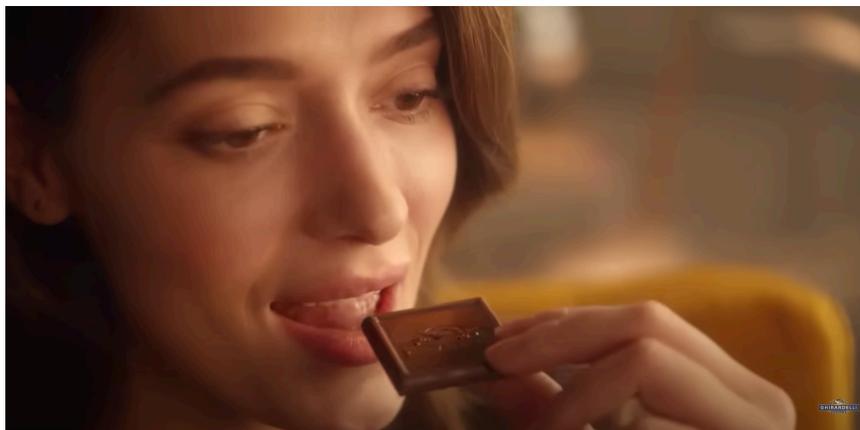


Referencia 2 Propuesta visual

Referencia 1 Propuesta visual

Como referencia he tomado a consideración algunas campañas publicitarias de chocolateras reconocidas a nivel mundial y de documentales acerca de la

producción del cacao, de esta manera utilizar como precedentes en cuanto a estética y composición de planos.



Referencia 3 Comercial chocolate



Referencia 4 Comercial chocolate



Referencia 5 Comercial cacao

5.2.2 Propuesta de arte

El spot publicitario busca resaltar la belleza de los paisajes y de la naturaleza, por lo que la propuesta de arte esta basada en resaltar los colores naturales y crear una armonía visual a través de los colores verde y café que son los que destacan en su mayoría.

Cabe destacar también el recurso del blanco y negro como contraste de la vida antes y después de probar una barra de chocolate Nicka, nuevamente buscando relacionar la felicidad con el color que llega al sumergirte en la experiencia de creación de chocolate natural.

La estética audiovisual tendrá una inclinación de grises a color, manejando una escala entre colores fríos a cálidos, la paleta de color que se ha tomado como referencia:





Referencia 7 Vestuario Agricultor



Referencia 8 Vestuario protagonista



Referencia 9 Vestuario Mujeres haciendo chocolate

5.3 Guion técnico

Esc	Acción	# de plano	Valor del Plano	Angulación	Movimiento	Sonido	Tiempo
1	Valentina recibe la barra de chocolate	A	Primer plano	Frontal	Cámara estática	Banda sonora	2 sec
	Valentina muerde la barra de chocolate	B	Medio	Frontal	Cámara estática	Banda sonora	2 sec
2	Campo de cacao	A	General	Central	Cámara en movimiento (dron)	Sonido ambiente	4 sec
	Hombre recogiendo cacao	B	Entero	Normal	Cámara estática	Banda sonora	3 sec
	Hombre pone el saco en el auto	C	General	Frontal	Cámara estática	Banda sonora	4 sec
3	Cacaos en el auto	A	General	Contrapicado	Cámara estática	Banda sonora	5 sec
4	Bajando los cacao del auto	A	Medio	Frontal	Cámara estática	Banda sonora	2 sec
5	Gladys abriendo los cacao	A	Medio	Picado	Cámara estática	Banda sonora	2 sec
	Gladys escogiendo los granos	B	Medio	Picado	Cámara estática	Banda sonora	3 sec
	Gladys preparando los granos	C	Entero	Normal	Cámara estática	Banda sonora	2 sec
6	Colocan el cacao en las máquinas	A	Detalle	Normal	Cámara estática	Banda sonora	3 sec
	Se prepara la pasta de chocolate	B	Detalle	Picado	Cámara estática	Banda sonora	3 sec
	Preparan el chocolate a temperatura	C	Detalle	Picado	Cámara estática	Banda sonora	3 sec
	La mezcla se coloca en los moldes	D	Detalle	Picado	Cámara estática	Banda sonora	3 sec
	Las barras se empaican	E	General-Detalle	Frontal	Travelling de seguimiento	Banda sonora	4 sec
7	Valentina saborea la barra de chocolate	A	Primerísimo primer plano	Frontal	Cámara estática	Banda sonora	4 sec
	Valentina abraza a Santiago entran a la casa	B	Primer plano	Normal	Travelling de seguimiento	Banda sonora	3 sec

5.4 Plan de rodaje

PLAN DE RODAJE						FECHA: SÁBADO, 23 DE SEPTIEMBRE DE 2023				
SPOT NICKA CHOCOLATE AMAZÓNICO						EQUIPO TÉCNICO: 08:30 a.m.				
HORA INICIO DE GRABACIÓN: 10:00 a.m.						HORA FINALIZACIÓN DE GRABACIÓN: 18:00 p.m.				
EQUIPO TÉCNICO: 08:30 a.m.						EQUIPO TÉCNICO: 19:00 p.m.				
OTROS: 09:30 a.m.						ELENCO: 18:00 p.m.				
OTROS: 09:30 a.m.						OTROS: 18:30 p.m.				
HORA	ESC.	SHOOT	LOCACIÓN	DECORADO	ELENCO	INT	EXT	DIA	NOCHE	OBSERVACIONES
9:30 a.m.										
Logística	1 y 6	Se procederá a planificar con el equipo técnico y empezar con la logística del lugar	Malecón de zamora		Productor y Director		x	x		
9:45 a.m.										
Ordenar elenco	1 y 6	Se darán explicaciones generales a los actores	Casa		Directores y operadores		x	x		tener lista la barra de chocolate
10:00 a.m.										
Repasos	1 y 6	Antes de grabar, se realizarán repasos de la escena, para coordinar encuadres y movimientos de cámara	Casa		Director y equipo técnico		x	x		
10:30 a.m.										
Grabación Escena	1 y 6	Grabación de las escenas especificado en el guion técnico.	Casa		Actores		x	x		La actriz principal termina sus escenas
12:00 p.m.										
Almuerzo										
13:00 p.m.										
Desplazamiento de lugar		El equipo técnico será trasladado a la siguiente locación	Buseta		Director, equipo técnico y elenco					
13:20 p.m.										
Llegada y armado de equipos	2	Se ubicarán los equipos técnicos y empezamos con su preparación	Finca		Directores y operadores		x	x		Tener todo el vestuario y utilería necesaria
13:45 p.m.										
Repasos	2	Antes de grabar, se realizarán repasos de la escena, para coordinar encuadres y movimientos de cámara	Finca		Director y equipo Técnico		x	x		Tener la camioneta lista
14:00 p.m.										
Grabación Escena	2	Grabación de las escenas especificado en el guion técnico.	Finca y carretera		Actores		x	x		
14:30 p.m.										
Grabación Escena	3	Grabación de la escena en la camioneta en movimiento	carretera Finca-ciudad	la camioneta debe estar con los sacos de cacao	Director, equipo técnico y elenco		x	x		Travelling y vista del paisaje
15:15 p.m.										
Desplazamiento de lugar		El equipo técnico será trasladado a la siguiente locación	Buseta		Director, equipo técnico y elenco					
15:30 p.m.										
Llegada y armado de equipos	4 y 5	Se ubicarán los equipos técnicos y empezamos con su preparación	Local Nicka		Directores y operadores		x	x		Tener toda la utilería necesaria
16:00 p.m.										
Repasos	4 y 5	Antes de grabar, se realizarán repasos de la escena, para coordinar encuadres y movimientos de cámara	Local Nicka		Director y equipo Técnico		x	x		
16:20 p.m.										
Grabación Escena	4 y 5	Grabación de las escenas especificado en el guion técnico.	Local Nicka		Actores		x	x		

5.5 Hoja de llamado

HOJA DE LLAMADO				
SPOT NICKA CHOCOLATE AMAZÓNICO				
23 de septiembre de 2023				
LUGAR DE ENCUENTRO: Malecón de Zamora, Zamora			HORA SALIDA: 08h00	
LUGAR A GRABAR: EXTERIOR CASA Y LOCAL NICKA			LLAMADO: 10h00	
TRANSPORTE: 13h00 / CATERING: 12h00				
Cargo	Nombre	Telefono	Hora de llamado	Confirmado
PRODUCCIÓN				
DIRECCIÓN	Andrea Guanuchi	0991770380	08h00	Sí
ASISTENTE DE DIRECCIÓN	Camila Muñoz	0967636754	08h00	Sí
PRODUCCIÓN	Antonella Potosí	0982387643	08h00	Sí
ASISTENTE DE PRODUCCIÓN	Leslye Guanuchi	0981637025	08h00	Sí
FOTOGRAFÍA E ILUMINACIÓN				
DIRECTOR DE FOTOGRAFÍA	Azzael Rodriguez	0988110148	08h00	Sí
CÁMARA PRINCIPAL	Dario Sanchez	0992084154	09h00	Sí
CÁMARA DE RESPALDO	Jaime Andres Sarango	0982541491	09h00	Sí
ASISTENTE DE CÁMARA	Pacha Sarango	0986709601	09h00	Sí
GAFFER (ILUMINACIÓN)	Julio Alvarez	0981637029	09h00	Sí
OPERADOR DE LUCES	Joseph Santorum	0981637030	09h00	Sí
DEPARTAMENTO DE ARTE				
DIRECTOR DE ARTE	Jessica Castillo	0989022784	08h00	Sí
MAQUILLADORA	Jessica Castillo	0989022784	08h00	Sí
VESTUARISTA	Ana Cristina Mejía	0979692108	08h00	Sí
CARACTERIZADOR	Lisseth Torres	0991279339	08h00	Sí
CAST				
ACTRIZ (VALENTINA)	Nahomi Erazo	0990738754	08h00	Sí
ACTOR (SANTIAGO)	Azzael Rodriguez	0988110148	08h00	Sí
ACTOR (AGRICULTOR)	Ángel Guanuchi	0985818494	08h00	Sí
DUEÑA EMPRESA	Gladys Quizhpe	0982578498	08h00	Sí
MUJERES TRABAJADORAS	Mariana y Luisa	0992084154	08h00	Sí
ADICIONALES				
CHOFER	Ángel Guanuchi	0985818494	12:30	Sí
CATERING	Elena Morocho	0967241048	11:30	Sí
Observaciones:				
PRODUCCIÓN	FOTOGRAFÍA	ARTE		
Coordinar asignación de carros	Chequear equipos.	Chequear locación		
Chequear locación	cargar bateria	Vestuario Actores		
Confirmar equipos	liberar tarjetas	Maquillaje		
Listado de equipos		Chequear utilería		
Plan de rodaje				
Check caja de producción				

5.6 Presupuesto

Concepto	Costo
Desarrollo de concepto y guion	\$50
Investigación de mercado y competencia	\$25
Storyboard y diseño de arte	\$40
Selección de locaciones y scouting	\$60
Casting de talento	\$30
Contratación de equipo de producción	\$150
Alquiler de equipos (cámaras, luces, sonido)	\$300
Diseño y construcción de sets	\$15
Vestuario y maquillaje	\$200
Obtención de permisos y seguros	-
Viajes y alojamiento	\$20
Otros gastos varios	-
Contingencias	-
TOTAL	\$890

Equipo Técnico / Humano	Precio por día	Días	Total
Director de Proyecto	\$30	1	\$30
Productor/a Ejecutivo/a	\$20	1	\$20
Guionista	\$30	1	\$30
Director de Arte	-	-	\$0
Fotógrafo/a	\$20	1	\$0
Diseñador/a Gráfico/a	-	-	\$0
Asistente de Producción	\$30	1	\$30
Coordinador/a de Locaciones	\$20	1	\$20
Asistente de Arte	-	-	\$0
TOTAL			\$130

Concepto	Costo unitario	Cantidad	Total
Alimentación (bandejas de catering)	\$20	6	\$120
Transporte (alquiler buseta y chofer)	\$60	1	\$60
Vestuario (alquiler o compra)	\$25	15	\$375
Maquillaje (profesional)	\$60	1	\$60
TOTAL			\$615

Equipo Técnico	Precio por día	Días	Total
Director	\$30	1	\$30
Asistente de Dirección	\$20	1	\$20
Director de Fotografía	\$30	1	\$30
Asistente de Cámara	\$40	1	\$40
Operador de Sonido	\$20	1	\$20
Asistente de Sonido	\$10	1	\$10
Gaffer (Iluminación)	\$10	1	\$10
Maquillador/a	\$40	1	\$40
Vestuarista	\$40	1	\$40
Productor/a	\$60	1	\$60
Asistente de Producción	\$30	1	\$30
TOTAL			\$330

Equipo	Cantidad	Precio de alquiler por día	Días	Total
Cámara principal	1	\$50	1	\$50
Cámara de respaldo	1	\$30	1	\$30
Lentes	1	\$30	1	\$30
Luces	2	\$30	1	\$60
Trípodes y soportes	2	\$10	1	\$20
TOTAL				\$190

Concepto	Precio por hora	Horas	Total
Edición de video	\$50	8	\$400
Corrección de color	\$40	10	\$400
Diseño de gráficos y animaciones	\$120	5	\$600
Composición y efectos visuales	\$150	3	\$450
Edición de sonido	\$20	8	\$160
Mezcla de sonido	\$20	8	\$160
Música y licencias	Variable	-	\$15
Renderización y exportación	\$50	2	\$100
TOTAL			\$2285

5.7 Casting



Personaje: Valentina. **Disponibilidad:** si
Nombre: Nahomi Erazo **Vestuario propio:** si
Edad: 26 años **Maquillaje propio:** si
Estatura: 1,70 cm. **Color de cabello:** castaño
Talla: S
Contacto: 0988945765
Dirección: Loja
Requiere transporte: si



Personaje: Santiago. **Disponibilidad:** si
Nombre: Azzael Rodriguez **Vestuario propio:** si
Edad: 29 años
Estatura: 1,80 cm
Talla: S
Contacto: 0988110148
Dirección: Loja
Requiere transporte: si
Color de cabello: castaño



Personaje: Gladys (dueña de la empresa)
Nombre: Gladys Quizhpe **Disponibilidad:** si
Edad: 53 años. **Vestuario propio:** si
Estatura: 1,58 cm
Talla: S
Contacto: 0982578498
Dirección: Zamora



Personaje: Agricultor

Disponibilidad: si

Nombre: Ángel Guanuchi

Vestuario propio: si

Edad: 56 años

Estatura: 1,66 cm

Talla: M

Contacto: 0985818494

Dirección: Zamora



Personaje: Mujeres trabajadoras

Nombre: Mariana y Luisa

Disponibilidad: si

Edad: 40-50 años

Vestuario propio: si

Estatura: 1,55 cm

Talla: M

Contacto: 0991770380

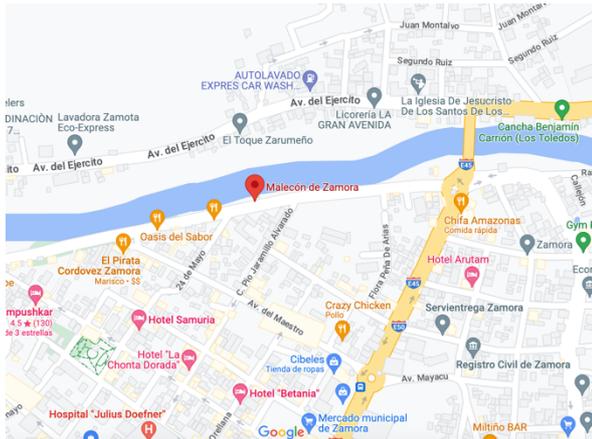
Dirección: Zamora

5.8 Scouting

Nombre de la locación: Casa Valentina

Dirección: Av del Ejercito y Quirruba

Ubicación:



Fotos anexas:



Estilo: Casa

Lugar a ocupar: Entrada

Ascensor: No

De puertas: 2

De ventanas: 2

Objetos inmóviles: puerta

Referencias: Entrada principal

Permisos requeridos: No

Barrio seguro: Si

Asistencia policial: No

Asistencia médica: No

Problemas con vecinos: No

Calor: Si

Sonido ambiente: No

Breakers: No

Generador: No

Baños: Si

Estacionamiento: Si

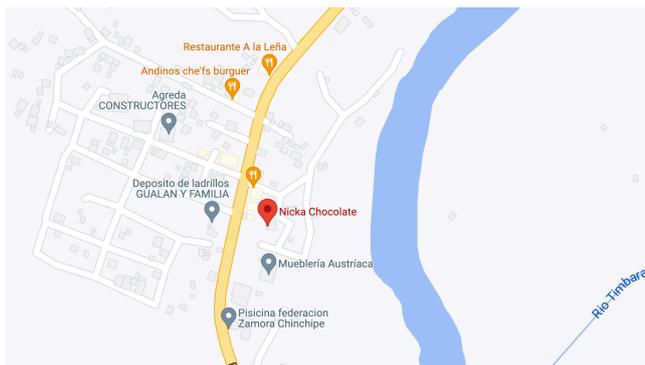
Autos: No

Camiones Luces: No

Scouting

Nombre de la locación: Nicka chocolate amazónico

Dirección: 190102, Zamora 190102



Ubicación:

Estilo: Chocolatera

Lugar a ocupar: El área de preparación de chocolate

Ascensor: No

De puertas: No

De ventanas: No

Objetos inmóviles: maquinaria

Referencias: Frente la piscina de la federación deportiva

Permisos requeridos: No

Barrio seguro: Si

Asistencia policial: No

Asistencia médica: No

Problemas con vecinos: No

Calor: Si

Sonido ambiente: Si

Breakers: No

Generador: No

Fotos anexas:



Baños: Si

Estacionamiento: Si

Autos: No

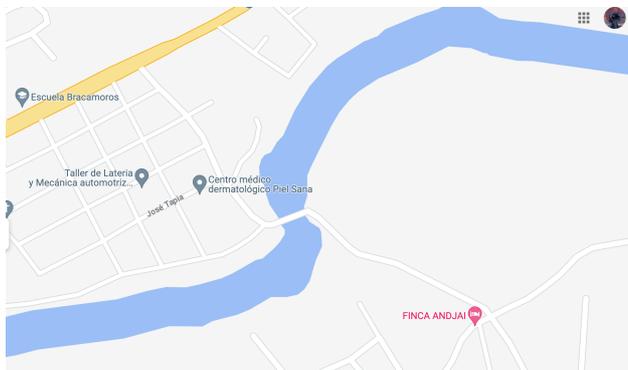
Camiones Luces: No

Scouting

anexas:

Nombre de la locación: Finca, cosecha de cacao

Dirección: Puente San Marcos, Zamora



Ubicación:

Estilo: Campo

Lugar a ocupar: Plantación de cacao

Ascensor: No

De puertas: No

De ventanas: No

Objetos inmóviles: Plantas

Referencias: Cruzando el puente de San Marcos

Permisos requeridos: No

Barrio seguro: Si

Asistencia policial: No

Asistencia médica: No

Problemas con vecinos: No

Calor: Si

Sonido ambiente: Si

Fotos



Breakers: No

Generador: No

Baños: No

Estacionamiento: Si

Autos: No

Camiones Luces: No

5.8 Storyboard

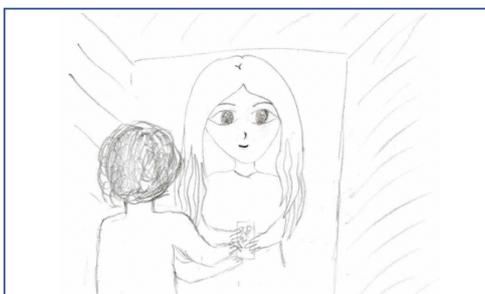
Esc: 1

Plano 1A

Tipo de plano Americano

Movimiento Cámara estática

Angulación Frontal



Acción:

Santiago le da la barra de chocolate a Valentina.

Audio:

Banda sonora

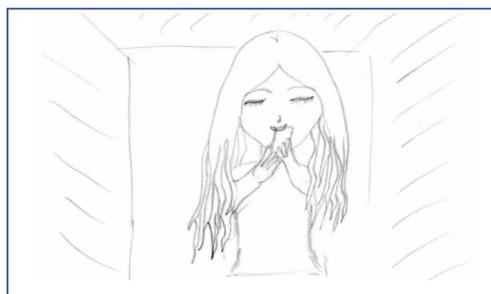
Esc: 1

Plano 2B

Tipo de plano Medio-Detalle

Movimiento Cámara estática

Angulación Frontal



Acción:

Valentina prueba la barra de chocolate.

Audio:

Banda sonora

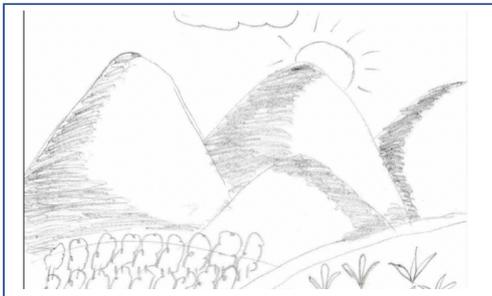
Esc: 2

Plano 1A

Tipo de plano General

Movimiento Cámara en movimiento (dron)

Angulación Cenital

**Acción:**

Toma con dron del campo, donde están sembrados los cacao.

Audio

Banda sonora y sonido ambiente.

Esc: 2

Plano 2B

Tipo de plano Entero

Movimiento Cámara estática

Angulación Normal

**Acción:**

El hombre cosecha los cacao y los coloca en un saco.

Audio:

Banda sonora

Esc: 2

Plano 3C

Tipo de plano General

Movimiento Cámara estática

Angulación Frontal

**Acción:**

El agricultor coloca los cacao en el auto.

Audio

Banda sonora

Esc: 3

Plano 1A

Tipo de plano General

Movimiento Cámara estática

Angulación Contrapicado

**Acción:**

El auto va del campo a la ciudad y se observa el paisaje.

Audio:

Banda sonora

Esc: 4

Plano 1A

Tipo de plano Medio

Movimiento Cámara estática

Angulación Frontal

**Acción:**

El agricultor baja los cacao del auto.

Audio

Banda sonora

Esc: 5

Plano 1A

Tipo de plano Medio

Movimiento Cámara estática

Angulación Picado

**Acción:**

Gladys abre los cacao y saca los granos.

Audio:

Banda sonora

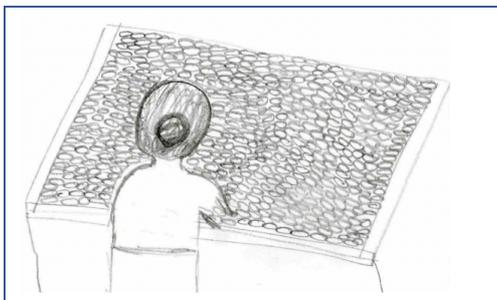
Esc: 5

Plano 2B

Tipo de plano Entero

Movimiento Cámara estática

Angulación Normal

**Acción:**

Gladys escogiendo los granos.

Audio

Banda sonora

Esc: 5

Plano 3C

Tipo de plano Entero

Movimiento Cámara estática

Angulación Normal

**Acción:**

Gladys preparando los granos.

Audio:

Banda sonora

Esc: 6

Plano 1A

Tipo de plano Detalle

Movimiento Cámara estática.

Angulación Normal

**Acción:**

Gladys coloca los granos de cacao en la máquina.

Audio:

Banda sonora

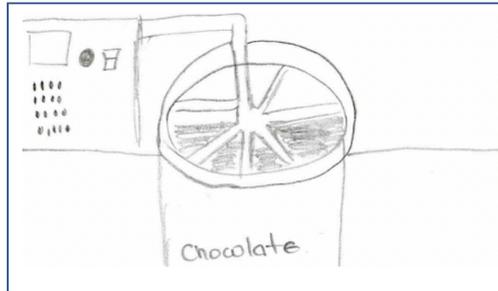
Esc: 6

Plano 2B

Tipo de plano Detalle

Movimiento Cámara estática

Angulación Normal

**Acción:**

Se prepara la mezcla de chocolate.

Audio:

Banda sonora

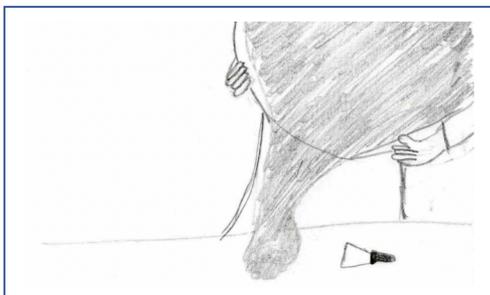
Esc: 6

Plano 3C

Tipo de plano Detalle

Movimiento Cámara estática

Angulación Picado

**Acción:**

Se prepara la mezcla de chocolate a temperatura.

Audio:

Banda sonora

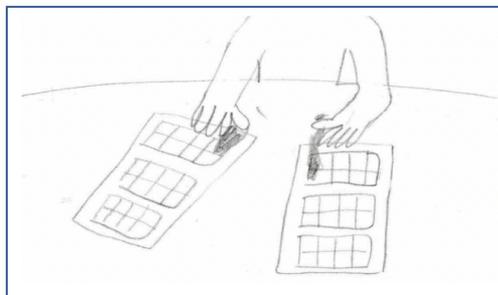
Esc: 6

Plano 4D

Tipo de plano Detalle

Movimiento Cámara estática

Angulación Picado

**Acción:**

Se coloca el chocolate en los moldes.

Audio:

Banda sonora

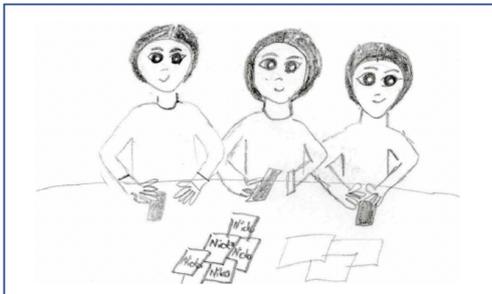
Esc: 6

Plano 5E

Tipo de plano Medio-Detalle

Movimiento Travelling de seguimiento

Angulación Frontal

**Acción:**

Las barras de chocolate de empaican.

Audio

Banda sonora

Esc: 7

Plano 1A

Tipo de plano Primerísimo primer plano-Primero plano

Movimiento Cámara estática.

Angulación Frontal

**Acción:**

Valentina saborea la barra de chocolate.

Audio:

Banda sonora

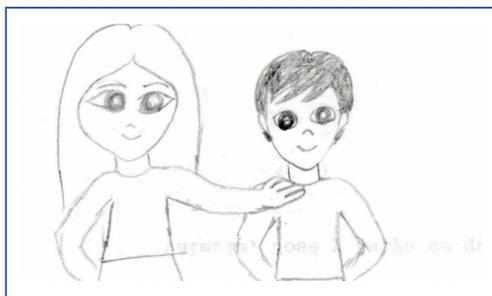
Esc: 7

Plano 2B

Tipo de plano Primero Plano

Movimiento Cámara estática

Angulación Normal

**Acción:**

Valentina hala a Santiago de la camiseta y entran a la casa.

Audio

Banda sonora

Esc: 8

Plano 1A

Tipo de plano General

Movimiento Cámara estática.

Angulación Frontal

**Acción:**

Logo de la marca Nicka.

Audio:

Banda sonora

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El desarrollo y la ejecución del proyecto para la elaboración de un spot publicitario para la marca Nicka Chocolate Amazónico, ha significado un reto profesional y educativo, ya que se requirió de la aplicación de todos los conocimientos adquiridos durante la maestría en Dirección y Post producción audiovisual, pero sobre todo de el esfuerzo de todo un equipo para que la producción audiovisual sea posible.

Todo inicia desde la idea base ¿que se quería contar? y ¿Cómo lo voy a contar? lo cual fue fácil resolver después de una investigación bibliográfica, que estuvo acompañada de las enseñanzas en torno a las estrategias de comunicación, el análisis de la marca y el cliente. Estos temas son fundamentales para tener claro cual es tu mercado objetivo y puedas ser preciso y claro a la hora de presentar tu propuesta creativa.

Es importante conocer muy bien el producto que estás promocionando y todo el proceso que conlleva el mismo, en este caso se trataba de una chocolatera, para lo cual, me mantuve en constante contacto con el personal que labora en la misma para conocer su historia y poder reflejarla en el producto audiovisual de la manera más emotiva posible.

La realización audiovisual representó un arduo trabajo de campo y logística, al igual que todo el proceso que conlleva realizar una barra de chocolate. El poder recorrer los campos de cacao y aventurarnos en el proceso de convertir los granos de cacao en una pasta de chocolate, fue una de las mejores experiencias que he tenido en mi vida y que de alguna forma traté de reflejar en trabajo final; el spot publicitario, con el cual puedan identificarse y de alguna manera viajar al lugar en donde ocurre toda la magia.

Que se enamoren del producto y de su origen.

Se recomienda que antes de iniciar cualquier proyecto audiovisual o presentación de propuestas creativas, tener toda la investigación de la marca y su objetivo en el mercado establecido, ya que así se evitarán confusiones

a la hora de la plantear la estrategia y evitar correr el riesgo de presentar un producto que no se adecue a lo que el cliente busque.

Tener en consideración la estrategia de redes sociales y mantener la presencia de contenido en la misma, pues la elaboración del sport publicitario es solo el inicio de una campaña que debe continuar para establecer la marca en el mercado digital.

Nicka Chocolate Amazónico como emprendimiento debe generar una comunidad digital con sus posibles y potenciales clientes que les permita interactuar y seguir conservando su relación a través de la función emotiva. Con este precedente se pueda conseguir posicionamiento de la marca y largo plazo entre en la competencia de la industria chocolatera del mundo.

7. BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez, J. (27 de Enero de 2021). *we are social*. Obtenido de we are social news: <https://wearesocial.com/es/blog/2021/01/digital-report-2021-el-informe-sobre-las-tendencias-digitales-redes-sociales-y-mobile/>
- Sánchez, A. M., Vayas, T., Mayorga, F., & Freire, C. (2020). *Sector Cacaotero Ecuatoriano*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- Alulema, R., & Granda, L. (2012). *Producción Chocolatera en Ecuador: Propuesta para incrementar el potencial productor y exportador*. Guayaquil: Universidad Politécnica Salesiana.
- Department, S. R. (16 de Febrero de 2023). *statista.com*. Obtenido de Statista: <https://www.statista.com/topics/964/film/#topicOverview>
- Guevara, A. (2020). *Marketing digital como herramienta para el crecimiento de las empresas*. Arequipa: Universidad Católica San Pablo.
- Sequeira, Y., López, N., & Blass, Z. (2018). *Marketing digital en las empresas*. Managua: Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua.
- Valenzuela, A. (2007). *El chocolate, un placer saludable*. Santiago: Red de revistas científicas de America Latina, el Caribe, España y Portugal.

8. ANEXOS

Zamora, 22 de junio de 2023

CARTA DE AUTORIZACIÓN

Nahomy Betzabeth Erazo Jiménez portadora de la cédula de ciudadanía 1106058280, por mis propios y personales derechos, autorizo a la Universidad de Las Américas y a Nicka Chocolate Amazónico 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,



Nahomy Betzabeth Erazo Jiménez

C.I. 1104354632

Zamora, 22 de junio de 2023

CARTA DE AUTORIZACIÓN

David Azael Rodriguez Espinoza portador de la cédula de ciudadanía 1106058280, por mis propios y personales derechos, autorizo a la Universidad de Las Américas y a Nicka Chocolate Amazónico 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,



David Azael Rodriguez Espinoza

C.I. 1104924236