



FACULTAD DE POSGRADOS
MAESTRIA EN DIRECCIÓN Y PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL DIGITAL

CREACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA GENERAR UNA
CULTURA DE PAGO DEL IMPUESTO PREDIAL EN EL CANTÓN LA
CONCORDIA

Docente de la asignatura
MSc. Andrés Bolívar Revelo Morejón

Autora
Lcda. Tatiana Mishelle Sotalín Tonato

2021

RESUMEN

La problemática en la recolección del impuesto predial es en su mayoría al desconocimiento que poseen las personas con sus obligaciones tributarias y de los servicios que gozan. De hecho, existen dos grupos en específicos que pueden acceder al beneficio de exoneración de este impuesto predial urbano y rural, sumándole, el dar de baja los valores pendientes en el pago. Quienes poseen estas preeminencias son las personas de tercera edad y las personas con cierto grado de discapacidad (según lo que determine la ley). Para ello, se debe presentar su copia de cedula y en el término de 24 horas se procede a la actualización.

Además, pensando en la economía familiar, la administración actual 2019-2023 no subió los impuestos. Por la construcción se bajó la valoración que por antigüedad en años se va devaluando, en el sector urbano se incrementó un aproximado del 2% solo en el valor del suelo. También se sigue atendiendo los casos de avalúos altos por medio de inspecciones, corrigiendo el censo del 2017.

Para darle solución a esta problemática, se resolvió trabajar en la opinión pública mediante un producto audiovisual, utilizando todos los medios que el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón La Concordia tiene a su alcance, con un mensaje transmitido al concordense, el cuál es que el pago de tus impuestos significa obras. Mediante el spot y un mensaje bien articulado, se aspira unificar el pensamiento en un grupo heterogéneo y obtener la respuesta deseada.

ABSTRACT

The property tax collection problem is mostly the ignorance that people have of their tax obligations and the services they enjoy. In fact, there are two specific groups that can access the exemption benefit of this urban and rural property tax, including the forgiveness of outstanding amounts. Those who have these advantage are the elderly and people with a certain degree of disability (as determined by law). To do this, you must present a copy of the identity card, after which the update is carried out within 24 hours.

Furthermore, thinking about the family economy, the current 2019-2023 administration did not raise taxes. To constructions, the property tax was lowered, which with the passage of years is devalued. In the urban sector, the tariff grew on around 2% only in the value of the land. High appraisal cases continue to be addressed through inspections, correcting the 2017 census.

To solve this problem, it was decided to work in the public opinion through an audiovisual product, using all the means that the Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón La Concordia has at its disposal, with a message transmitted to the concordense, which is that the payment of your taxes means works. Through the spot and a well-articulated message, the aim is to unify the thinking in a heterogeneous group and obtain the desired response.

ÍNDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	3
REVISIÓN DE LITERATURA RELACIONADA AL PROYECTO	3
1.1. Definición e historia del spot	3
1.2. Formatos de spots publicitarios	4
CAPÍTULO II	6
IDENTIFICACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO	6
2.1. Target	7
2.2. Elementos obligatorios/ temas legales.....	7
2.3. Concepto	7
2.3.1. Photoboard:	7
2.3.2. Buyer person:	8
2.4. Respuesta esperada ¿qué queremos que el público objetivo haga?	9
2.5. Propuesta de la idea creativa.....	9
CAPÍTULO III	11
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	11
3.1. Antecedentes.....	12
OBJETIVO GENERAL	14
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	14
CAPITULO IV	15
CARPETA DE PREPRODUCCIÓN	15
4.1. Guion literario	15
4.2. Desglose de producción	16
4.3. Plan de rodaje.....	18
4.4. Guion técnico.....	18

4.5. Planos de piso	20
4.6. Storyboard	20
4.7. Cronograma de planos	21
4.8. Documentos Legales	23
4.9. Locaciones	27
4.10. Casting	30
CAPITULO V	37
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	37
5.1. Conclusiones	37
5.2. Recomendaciones	37
REFERENCIAS.....	39
ANEXOS	41

INTRODUCCIÓN

El presente estudio tiene como finalidad mejorar la eficiencia en la gestión de proyecto de inversión pública, comprobando que a través de la recolección del pago del impuesto predial se coopera con la economía nacional, con el sector construcción y sobre todo se coopera con la comunidad. Enfocándonos principalmente en la infraestructura y servicios públicos que, gracias a esta, se ha logrado. Es por ello que esta investigación se centrará en construir un sentido de pertenencia de sus habitantes con la Concordia mediante el pago del impuesto predial.

A lo largo del proyecto se darán a conocer algunas de las obras más relevantes que la administración 2019 – 2023 del alcalde David Álava ha realizado hasta la presente fecha. Como son los programas sociales, ejemplo: el centro gerontológico; el proyecto de alcantarillado, los parques y boulevard construidos, caminos que están siendo asfaltados, puentes que conectan a los recintos y comunas, entre muchas otras obras más.

Todo esto se percibirá mediante historias y se hará énfasis en como dichas obras han ayudado en la calidad de vida de cada una de estas personas para mostrar los beneficios no solo físicos sino personales que se tiene al pagar sus impuestos. Por lo tanto, se pretende que a través de este producto audiovisual, el cual contará con todos los ejes aprendidos durante el año de maestría respecto a las necesidades de un comercial, conciencie y sensibilice a la ciudadanía con el pago del impuesto predial ya que este es el impuesto que menos pagan, anualmente tan solo el 40% de los concordenses lo pagan cumplidamente.

El presente trabajo de titulación está conformado por cinco capítulos:

El capítulo uno abarca la revisión de literatura relacionada al proyecto, se habla de los conceptos, bases, historia y formatos del spot publicitario. El capítulo dos es la identificación del objeto de estudio, se habla sobre el tema, su razón, se ahonda en los puntos que se quiere investigar, así como sus características, tono de voz y propuesta creativa. El capítulo tres presenta el planteamiento del problema y objetivo de la campaña, tal como un análisis del cliente y del sector, es decir, se presenta toda la información recopilada de la investigación. El capítulo cuatro nos muestra la planificación y proceso del comercial. Terminando con el capítulo cinco, en donde se expondrán las conclusiones y recomendaciones de todo el trabajo de titulación.

CAPÍTULO I

REVISIÓN DE LITERATURA RELACIONADA AL PROYECTO

1.1. Definición e historia del spot

El spot publicitario es uno de los recursos más utilizados. Se sabe que el primer anuncio se remonta al 1 de julio de 1941, emitido por televisión a las 14:29 pm durante el descanso del partido de béisbol entre los Brooklyn Dodgers y los Philadelphia Phillies. Y quien introdujo el primer anuncio en formato audiovisual que existe en la historia fue la marca de relojes Bulova (Peiró, s.f.).

Rosario Peiró teoriza que “el objetivo de un anuncio es conseguir persuadir al público para que este compre ese producto, o bien se posicione a favor de la marca” (s.f.), es decir, persuadir en la mentalidad de las masas. Anteriormente, el spot publicitario era tan solo para televisión, pero con las nuevas tecnologías y el internet, hoy en día podemos verlo en todos los medios digitales.

Los spots publicitarios son en su mayoría de muy corta duración y se destacan por su creatividad en la forma de comunicar un mensaje. La creatividad de un spot es la capacidad para generar soluciones originales a problemas comunes o no tan comunes y mientras más cosas trates de comunicar, menos entenderá el consumidor (Bohórquez, 2020, p.3). Por ello, se debe buscar lo más relevante y significativo que el producto entrega y qué le diferencia de lo demás, obteniendo así un mensaje potente y persuasivo que atrape el interés de nuestro espectador.

El respetado publicista británico, Frank Lowe, un día dijo: “¿Cómo pueden crear mensajes para la gente que no saben cómo viven?” (Bohórquez, 2020, p.8). La respuesta a esa pregunta es el *buyer person*. Y es que, para que el mensaje de nuestra campaña sea un éxito, debemos enfocarnos en la persona.

Un *buyer person* es una descripción abstracta de tu consumidor ideal. Se puede basar en datos cualitativos y cuantitativos de una investigación

de mercado, competidores y perfiles de clientes existentes. Los buyer personas ayudan a los negocios a decidir: hacia dónde orientar el desarrollo de productos; qué tipo de contenido crear; cómo comunicarse con los clientes potenciales; cómo captar y retener clientes. (Mendoza, 2020)

1.2. Formatos de spots publicitarios.

Existen distintitos formatos para la realización de un spot publicitarios, mucho depende del enfoque de su narrativa.

Donde el protagonista es el producto (Bohórquez, 2020).:

- Presencia del producto: Aparece el producto, bien en su contexto de consumo o en un contexto idealizado que sirve para realzarlo. Se utiliza para dar a conocer un producto o para destacar alguna característica.
- Analogía: Cuando descripción de producto no se hace de manera directa, sino relacionándolo con otra cosa (producto, animal, persona, etc.) con la que se establece una comparación.

Donde se muestra la utilidad del producto (Bohórquez, 2020).:

- Demostración: Evidencia visual clara sobre la ventaja del producto. Se utiliza cuando la ventaja es tan notoria que resulta conveniente destacarla.
- Problema/Solución: Empieza descripción de una situación problemática para el consumidor, después aparece el producto que con su descripción se muestra como la solución. Se hace la demostración, adquiriendo el producto dimensión de héroe.

Donde el protagonista es el consumidor (Bohórquez, 2020).:

- Narración: Historia relacionada con el mundo del consumidor (puede ser mundo irreal o fantástico), en el que el producto tiene papel relevante. Formato más cinematográfico que publicitario. Identifica claramente el estilo de determinadas marcas.
- Escenas o trozos de vida: Escenas de vida de los consumidores donde se representa la satisfacción que el consumo del producto proporciona. Parecido al anterior pero aquí sólo se cuenta un fragmento.

Donde el protagonista es el anunciante (Bohórquez, 2020).:

- Portavoz: Es cuando en el anuncio aparece un personaje que representa al anunciante y viene a hablar del producto y de sus propiedades y ventajas. Puede ser real o ficticio.
- Personaje famoso: La persona que elogia el producto y destaca sus cualidades es un personaje famoso. El protagonismo debe ser siempre del producto y no del famoso. Tiene de positivo que recae por asociación en el producto, parte de la notoriedad del personaje.

Donde el protagonista es el propio mensaje (Bohórquez, 2020).:

- Suspenso: Se crea intriga que, poco a poco, va creciendo mientras se desarrolla la situación planteada y que culmina con la aparición del producto que normalmente suele resolver la situación o problema planteado. Que la poca presencia de producto sea insuficiente para lograr el recuerdo del receptor.
- Humor: Se presenta una situación ingeniosa o divertida, en la que intervienen unos personajes representativos del consumidor y producto. Debemos procurar que el producto salga a salvo de la situación jocosa.
- Musical-. Elementos musicales son los protagonistas. Normalmente con un jingle, como protagonista que habla del producto, los personajes bailan alrededor de él.

CAPÍTULO II

IDENTIFICACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

Por falta de interés o de información, existen muchos ciudadanos que ignoran el por qué sirve la recaudación del impuesto predial y a aquellos que si saben quizás no pagan porque sienten que su dinero no se ve reflejado en un beneficio para la comunidad. Es por ello que mediante la propaganda es importante mostrar a los concordenses en que ha sido invertido su dinero y en qué nuevos proyectos a favor del crecimiento del Cantón estarán. Por eso se propuso una campaña denominada “*¡Nuestra Concordia lo vale, tus impuestos por obras!*”.

- Producto o servicio ¿Qué vende su campaña?: Recolección del pago de impuesto predial.
- Insight: No pago mi impuesto predial porque tengo más deudas y ese pago puede esperar.
- Arquetipo: Héroe, porque te trae beneficios, alegría, soluciones. Rescatamos a un pueblo subdesarrollado para encaminarlo al progreso.
- Propuesta de Valor: A través del impuesto predial que los contribuyentes cancelan anualmente el municipio construye más obras que benefician al Cantón como: vialidad, servicios básicos, agua potable, alcantarillado, obra social, entre otros.
- Tono de voz, el carácter de la campaña: Pertenencia, familia, empatía y amor.
- Slogan: ¡Nuestra Concordia lo vale! Tus impuestos por obras.
- Competencias directas e indirectas: Los concordenses tienen otras deudas como prioridades, como el pago del internet, el cable, el Netflix, servicios básicos, etc.
- Productos comunicacionales: Spot con duración de 35 segundos a 1 minuto que será transmitido por los canales oficiales del GAD Municipal.

2.1. Target

La población a la cual va dirigido este proyecto es especialmente a los dueños de predios y solares dentro del casco urbano y rural del Cantón La Concordia, es decir, la cabecera cantonal, sus tres parroquias y comunas. Pero aún más a todos aquellos que poseen un saldo adeudado en la cartera vencida.

2.2. Elementos obligatorios/ temas legales.

Para generar un llamado a la acción (CTA), preguntas como: métodos o facilidades de pago, se incorporará al final del video un copy. El cual dirá: Para mayor información acercarse a las oficinas de rentas, avalúos y catastros o a la página www.gadlaconcordia.gob.ec

2.3. Concepto

El concepto de la campaña es la familia y el crecimiento poblacional, buscamos evocar emociones y sentimientos en el espectador, la empatía de que no solo uno como individuo gana sino todos, esta será nuestra promesa, el gancho que atraerá al nuestro mercado objetivo. Se busca que el espectador se vea reflejado en las historias, que digan “es verdad yo tengo eso”, “yo también quiero ese servicio” o “quiero ver más de esto, quiero ver más cosas buenas para mi ciudad”. Por lo tanto, para lograrlo, nuestra estrategia es abordarlo por medio del neuro marketing, pues nuestro público al sentir estas situaciones como suyas, es decir al apropiarse, queda en su inconsciente el ir a pagar sus impuestos o incluso recordarles que tienen una deuda y deben ir a pagar antes de que se les siga generando más multa, lo que nos llevaría a generar una cultura de pago de impuestos.

2.3.1. Photoboard:

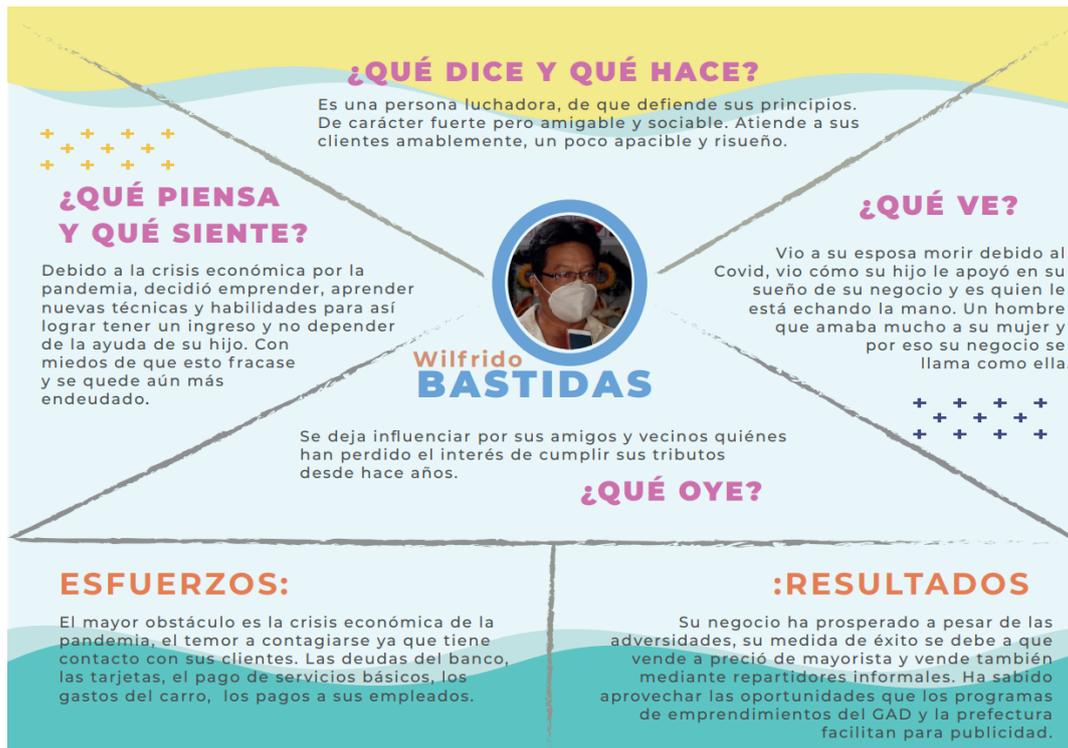


Figura 2. Buyer person.

2.4. Respuesta esperada ¿qué queremos que el público objetivo haga?

Generar una cultura de pago, queremos que las personas se acerquen a pagar el impuesto predial y en su debido caso, la cartera vencida. Que lo hagan porque es su deber y no porque esperan hasta necesitar el certificado del pago para tramitar algún préstamo.

2.5. Propuesta de la idea creativa

Involucrar personajes que representen la identidad del concordense, gente de pueblo, gente de las parroquias, gente trabajadora, de un estatus socioeconómico promedio; por lo cual se tendrá muy en cuenta la dirección de arte y el casting. Cabe mencionar que al decir que queremos que los concordenses se sientan identificados, nos referimos a que todos se sientan parte, y debido a que en la Concordia existen varios hogares con algún familiar con discapacidad se incluirá entre los personajes un niño con capacidades especiales.

La creatividad es la parte importante en el desarrollo de la comunicación que realizan las marcas y depende de ello el éxito de la campaña por lo que en el siguiente listado identificaremos las motivaciones que tiene nuestro grupo objetivo.

El tratamiento en respuesta de nuestro objeto de estudio es el siguiente:

Brilla el sol en la mañana, una Laura está mirando por la ventana y piensa “Ser concordense es el orgullo más grande que tengo”, se ve a su hijito corriendo hacia ella y en lenguaje de señas le dice “Mamita vamos al parque a jugar”. Tenemos a este niño jugando con otros niños en el parque lineal, corre hacia su madre y la abraza, escuchamos una voz en off de sus pensamientos “y por eso elijo pagar mi predial”. Ahora vemos una fisioterapeuta haciendo ejercicios con un abuelito y un doctor atendiéndole, la hija del adulto mayor con una mirada feliz y agradecida ve esto, voltea hacia la cámara y dice: “para que nuestros abuelitos estén mejor atendidos”. Vemos a unos jóvenes yendo a una llave de agua y lavándose los dientes, una voz en off dice: “para que el agua de mi pueblo sea salud”. Un chico andando en su bicicleta por los caminos que conectan las parroquias, mira a la cámara y dice “Hoy llego más rápido a mi casa”. Un señor jornalero cruzando por el puente en su carrito en la madrugada, se ve la maquinaria pasando en un campo de piñas, la mano tocando la tierra, la mano tocando una plantación, el señor volteando a ver el horizonte y piensa “Hoy puedo Salir a trabajar”. El señor llegando a su casa con frutos en su carrito y sus hijos saliendo a recibirlo junto a su mamá, se escucha los pensamientos del señor “Hoy podemos darles algo mejor”. Una voz en off del narrador oficial del municipio diciendo “Falta mucho por hacer, pero si tú cumples el Cantón mejora” mientras se ve los rostros del abuelito sonriendo, la mamita con el niño yendo a casa, la familia del jornalero comiendo todos juntos en la mesa feliz. Una pequeña animación acompañado con la voz en off en tono suave y familiar: ¡Nuestra Concordia lo vale, tus impuestos por obras! Paga tu predial.

CAPÍTULO III

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El problema gira en torno a un municipio relativamente nuevo, donde sus habitantes no tenían registradas sus propiedades y se esperaba que con el transcurso de los años lo hicieran, es decir, registrar su propiedad en el municipio e igualarse en sus pagos prediales desde el momento que este fue creado, pero tanto en el país como en La Concordia se vio una recesión económica, habiendo menos circulación de dinero estos años.

Carola Rodríguez, jefa de rentas, afirma que desde que existe el municipio (en el año 2008) la economía no estaba tan mal, en los primeros años la gente sí pagó porque se encontraban mejor económicamente, pero a medida que aumentaba la crisis en el país los concordenses fueron dejando de pagar a tiempo sus impuestos por lo que ahora existe un alto índice de cartera vencida, muchísimos concordenses están debiendo un saldo al municipio, un saldo que tuvieron que venir pagándolo año a año para que no se acumulen sus deudas (Rodríguez, comunicación personal, 11 de enero de 2021).

Tan solo por poner un ejemplo: El señor G. Medina, quién tiene un predio en La Concordia, está debiendo el pago de sus impuestos desde el año 2016, son 5 años (contando con el actual) que el señor no ha pagado el impuesto predial. Como Gonzalo hay muchos ejemplos más debido a la falta de cultura de pago de los concordenses, que en lugar de mejorar una vez que tuvieron municipio ha ido decayendo, se ha perdido el interés de cumplir sus tributos que como parte de una sociedad deberían entregar al estado, ya que estos impuestos que pagan al año en su localidad se ven reflejados en los servicios básicos. Cabe recalcar que en La Concordia sí hay servicios básicos porque a diferencia de otras ciudades que son grandes y tienen muchos años de crecimiento, en esta ciudad sí hay un servicio permanente de recolección de basura, servicio de agua potable y actualmente se está construyendo una de las obras más importantes: el alcantarillado. Obra que también forma parte del grupo de servicios básicos.

De acuerdo con el Ing. Juan Aquino, jefe de avalúos y catastros, las cifras demuestran que la ciudad no ha crecido sustancialmente en número de predios, debido a que la conformación de La Concordia en su mayoría es por lotizaciones, lo que si aumentó son los metros cuadrados de área construida (Aquino, comunicación personal, 11 de enero 8 de 2021). Es decir, el cemento aumentó, más no el pago del impuesto que este tiene ya que para garantizar que los pagos correspondan a la situación de los predios la administración actualiza anualmente el valor catastral de los inmuebles. No obstante, al tener su propiedad delimitada en dos ciudades, existen concordenses que pagan el total solo en un lugar, más no la parte que corresponde en La Concordia (este tema se lo ahondará más en los antecedentes).

3.1. Antecedentes

Cultura de pago se considera al comportamiento ciudadano, donde la aceptación de los tributos es voluntaria. El contribuyente realiza los pagos por sí mismo y por la sociedad en la que habita o se desenvuelve. Recaudar con esa aceptación, se ha vuelto, el objeto de nuestra investigación. Nos hemos situado en el cantón La Concordia de la provincia Santo Domingo de los Tsáchilas de Ecuador, jurisdicción que tiene 13 años de creación. Este territorio empezó su desarrollo hace 60 años aproximadamente y creció de forma acelerada, tanto que en la actualidad cuenta con cerca de una decena de entidades financieras, pero sin una definición política hasta el año 2007.

Es decir, sus habitantes, no tenían una corresponsabilidad fija con el Estado respecto al pago de sus tributos. La población concordenses pagaba o no sus impuestos prediales en el cantón vecino de su preferencia, hasta que llegaron a tener su propio Municipio en el año 2008. Una vez establecido el Cabildo, con un catastro propio, iniciaron el proceso de cobro de impuestos prediales urbano y rural, como corresponde por ley en ese nivel de gobierno. Y es hacia allá, a donde dirigimos el presente estudio, conocer cuál es el comportamiento o cultura de pago de los ciudadanos concordenses.

De acuerdo a Vanesa Vega, jefa de departamento de financiero, comenta que en la primera semana del mes de enero del 2019 ingresaron USD. 78.198, 99; en el mismo lapso de tiempo, en el 2020 se recaudaron USD. 89.416,25 y en el año 2021, un total de USD. 83.916,92. Siendo 335 mil dólares aproximadamente, lo recaudado al final del año 2019 y 291 mil en el 2020 (Vega, comunicación personal, 11 de enero de 2021). Lo que denota que el comportamiento no mejorara notablemente de un año a otro, sino que tiende a la baja, esto pese a los intentos que la misma institución ha planteado a la comunidad como: descuentos, convenios de pago y exoneración de multas vía ordenanzas.

La comunidad en general puede acceder a descuentos que existen por ley y que van relacionados a quienes pagan en los primeros meses del año, si se trata de impuestos prediales se puede cancelar desde el 10 hasta el 1% menos del valor. Otras son las exoneraciones en los casos de las personas que cumplen 65 años y el Estado los libera del pago de este concepto. Por otro lado, están los procesos que te motivan a ponerte al día con la deuda adquirida en varios períodos o servicios recibidos y que te permiten evitar juicios de coactivas, mediante acuerdos de pago.

En el caso del año 2020, existen factores adicionales que pudieren pesar a la hora de valorar la cultura de pagos, considerando que la Pandemia causada por el Coronavirus frenó la mayoría de negocios o ingresos de las familias en el mundo entero, acumuló deudas y redistribuyó las prioridades de toda la sociedad. Motivo por el cual, el Concejo Municipal de La Concordia aprobó, en diciembre último, una ordenanza para la remisión de intereses, multas y recargos derivados de obligaciones tributarias, no tributarias, exclusivamente de impuesto predial urbano y rural, contribución de mejoras, tasa por consumo de agua potable y tarifa de arrendamiento de bienes inmuebles. (Concejo Municipal, 2020). Gracias a esta herramienta legal, los contribuyentes se benefician en la siguiente forma: 100% los que paguen la totalidad del capital los primeros treinta días después la publicación de la ordenanza en el registro oficial; 75% los que paguen el capital entre los 31 y 60 días; y, el 50% los que paguen entre los 61 y

90 días. Este beneficio de la exoneración incluye los intereses, multas y recargos generados hasta el 31 de diciembre de 2020.

Si nos detenemos a analizar el nivel de recuperación de la cartera vencida, encontramos que los ciudadanos concordenses con el paso de los años, mantienen deudas con la Municipalidad y no las están pagando. En el año 2019 se recuperó el 19% del valor total de éstas y en el 2020 solamente se alcanzó a recaudar el 13,60 % de la cartera vencida. Existen otros conceptos por los cuales el Municipio también recibe ingresos y entre ellos constan: las tasas administrativas, la contribución especial por mejoras, la patente municipal y más.

OBJETIVO GENERAL

Elaborar un spot publicitario mediático para concienciar y fomentar en la ciudadanía del cantón la concordia la importancia de pagar el impuesto predial.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Investigar datos, cifras y el manejo de pago de impuestos de los predios del casco urbano y rústico por parte de los concordenses durante esta última administración.
- Indagar sobre las medidas adoptadas como intentos de lograr una cultura tributaria por parte de los contribuyentes.
- Enseñar mediante un producto audiovisual los beneficios que se ha obtenido por pagar los impuestos.

CAPITULO IV

CARPETA DE PREPRODUCCIÓN

4.1. Guion literario

INT. CASA LAURA - DÍA

LAURA (35) de tez mestiza y ama de casa, con una leve sonrisa mira el cielo a través de su ventana y piensa.

LAURA
Ser Concordense es el orgullo más
grande que tengo.

Su hijo NICOLAS (7) se dirige hacia ella y le toca el hombro.

HIJO (EN LENGUAJE DE SEÑAS)
Mami vamos a jugar al parque.

EXT. PARQUE LINEAL - DÍA

NICOLAS juega con otros niños a los carritos en el piso.
LAURA sentada en una banca del parque, los observa y sonríe.

LAURA (VO)
Y por eso elijo pagar mi predial

NICOLAS se levanta, corre hacia su mamá y la abraza fuerte.

INT. EDIFICIO INTERCULTURAL / ÁREA DE FISIOTERAPIA - DÍA

ANDREA (18) acompaña a su abuelita MARIA (85) a su fisioterapia de la columna con ayuda de la terapeuta.

ANDREA
Para que nuestros adultos mayores
JUAN (VO)
Hoy puedo salir a trabajar.

INT. EDIFICIO INTERCULTURAL / ÁREA DE FISIOTERAPIA - DÍA

MARÍA le da un besito en la frente a Andrea, ambos juntan sus cabezas felices.

NARRADOR (VO)
Falta mucho por hacer...

EXT. MONTAJE OBRAS - DÍA

- Parque Lineal
- Carretera lastradas.
- Entrada a La Concordia.

NARRADOR (VO)
... pero si tu cumples el Cantón
mejora. Nuestra Concordia lo vale,
tus impuestos por obras.

4.2. Desglose de producción

Tabla 1

Hojas de desglose de producción

TITULO: Nuestra Concordia lo vale
 Escena #: 1 Fecha: 20 de Octubre
 Página de Guión: 1 Página de desglose # 1
 Hoja de desglose
 Descripción de la escena: Nicolas le pide a su mamá que le lleve al parque
 Set: Sala
 Locación: CASA LAURA
 Secuencia: 1 Día de Guión: Día 1

ELENCO	FIGURANTES	EXTRAS
Laura, Nicolas		
	UTILERIA Ventana	AMBIENTACIÓN
VESTUARIO Laura: Blusa holgada, jean, flats. Nicolas: Pantalóneta, camiseta con estampado de dibujos.	MAQUILLAJE	FOTOGRAFIA CAMARA Y GRIP Travelling, drone
SONIDO	VEHICULOS Y ANIMALES	EFFECTOS ESPECIALES
MISCELANEOS	NOTAS	

TITULO: Nuestra Concordia lo vale
 Escena #: 2 Fecha: 20 de Octubre
 Página de Guión: 1 Página de desglose # 1
 Hoja de desglose
 Descripción de la escena: Laura observa como su hijo Nicolas juega con otros niños felices en el parque.
 Set: Área de juegos
 Locación: Parque Lineal
 Secuencia: 2 Día de Guión: Día 1

ELENCO	FIGURANTES	EXTRAS
Laura, Nicolas		3 niños
	UTILERIA carritos de juguetes, banca del parque	AMBIENTACIÓN
VESTUARIO Laura: Blusa holgada, jean, flats. Nicolas: Pantalóneta, camiseta con estampado de dibujos.	MAQUILLAJE	FOTOGRAFIA CAMARA Y GRIP Travelling
SONIDO	VEHICULOS Y ANIMALES	EFFECTOS ESPECIALES
MISCELANEOS Policías municipales	NOTAS	

TITULO: Nuestra Concordia lo vale
 Escena #: 3 Fecha: 20 de Octubre
 Página de Guión: 1 Página de desglose # 1
 Hoja de desglose
 Descripción de la escena: María realiza sus fisioterapias de la lesión de su columna con ayuda de las terapistas.
 Set: Área de fisioterapia
 Locación: Edificio intercultural
 Secuencia: 3 Día de Guión: Día 1

ELENCO	FIGURANTES	EXTRAS
Andrea, Pablo		1 fisioterapeuta
	UTILERIA Pasamanos, pelota	AMBIENTACIÓN
VESTUARIO Andrea: Vestido holgado y bolsito de tela. María: pantalón de tela, blusa Extra: Uniforme	MAQUILLAJE	FOTOGRAFIA CAMARA Y GRIP
SONIDO	VEHICULOS Y ANIMALES	EFFECTOS ESPECIALES
MISCELANEOS	NOTAS	

TITULO: Nuestra Concordia lo vale
 Escena #: 4 Fecha: 20 de Octubre
 Página de Guión: 1 Página de desglose # 1
 Hoja de desglose
 Descripción de la escena: Claudia se pone feliz al ver que sale agua potable de las llaves.
 Set: Campo
 Locación: Campo
 Secuencia: 4 Día de Guión: Día 1

ELENCO	FIGURANTES	EXTRAS
Claudia		
	UTILERIA Grifo, llave de agua	AMBIENTACIÓN
VESTUARIO Vestido de algodón	MAQUILLAJE	FOTOGRAFIA CAMARA Y GRIP
SONIDO	VEHICULOS Y ANIMALES	EFFECTOS ESPECIALES
MISCELANEOS	NOTAS	

TITULO: Nuestra Concordia lo vale

Escena #: 5 Fecha: 20 de Octubre
 Página de Guión: 1 Página de desglose # 1
 Conteo de páginas Hoja de desglose Int/Ext: Ext
 Descripción de la escena: Juan trabaja en la sembradíos de maíz. Día/Noche: Amanecer

Set: Sembradíos de maíz.
 Locación: Campo
 Secuencia: 5 Día de Guión: Día 1

ELENCO	FIGURANTES	EXTRAS
Juan		
	UTILERIA Maiz, hoja, canasta	AMBIENTACIÓN
VESTUARIO Sombrero, pantalón de tela viejo, camisa, zapatos de montaña.	MAQUILLAJE	FOTOGRAFIA CAMARA Y GRIP
SONIDO	VEHICULOS Y ANIMALES	EFFECTOS ESPECIALES
MISCELANEOS	NOTAS	

TITULO: Nuestra Concordia lo vale

Escena #: 6 Fecha: 20 de Octubre
 Página de Guión: 1 Página de desglose # 1
 Conteo de páginas Hoja de desglose Int/Ext: Ext
 Descripción de la escena: Juan viaja en su camion por la vía. Día/Noche: Amanecer

Set: Vía
 Locación: Vía la Mocache
 Secuencia: 6 Día de Guión: Día 1

ELENCO	FIGURANTES	EXTRAS
Juan		
	UTILERIA	AMBIENTACIÓN
VESTUARIO Sombrero, pantalón de tela viejo, camisa, zapatos de montaña.	MAQUILLAJE	FOTOGRAFIA CAMARA Y GRIP
SONIDO	VEHICULOS Y ANIMALES Camioneta de madera	EFFECTOS ESPECIALES
MISCELANEOS	NOTAS	

TITULO: Nuestra Concordia lo vale

Escena #: 7 Fecha: 20 de Octubre
 Página de Guión: 1 Página de desglose # 1
 Conteo de páginas Hoja de desglose Int/Ext: Int
 Descripción de la escena: Andrea y María estan feliz juntos. Día/Noche: Dia

Set: Área de fisioterapia
 Locación: Edificio Intercultura
 Secuencia: 7 Día de Guión: Día 1

ELENCO	FIGURANTES	EXTRAS
Andrea y María		
	UTILERIA	AMBIENTACIÓN
VESTUARIO Andrea: Vestido holgado y bolsito de tela. María: pantalón de tela, blusa.	MAQUILLAJE	FOTOGRAFIA CAMARA Y GRIP
SONIDO	VEHICULOS Y ANIMALES	EFFECTOS ESPECIALES
MISCELANEOS	NOTAS	

TITULO: Nuestra Concordia lo vale

Escena #: 8 Fecha: 20 de Octubre
 Página de Guión: 1 Página de desglose # 1
 Conteo de páginas Hoja de desglose Int/Ext: EXT
 Descripción de la escena: MONTAJE DE OBRAS Día/Noche: Dia

Set: Parque lineal, Vía 11 de Octubre, Entrada a la Concordia
 Locación: Parque lineal, Vía 11 de Octubre, Entrada a la Concordia
 Secuencia: 8 Día de Guión: Día 1

ELENCO	FIGURANTES	EXTRAS
	UTILERIA	AMBIENTACIÓN
VESTUARIO	MAQUILLAJE	FOTOGRAFIA CAMARA Y GRIP Drone
SONIDO	VEHICULOS Y ANIMALES	EFFECTOS ESPECIALES
MISCELANEOS	NOTAS	

4.3. Plan de rodaje

Tabla 2

Plan de rodaje

PLAN DE RODAJE					
# Escen	Int/Ext	Descripción Escena	Día/Noche	Duración	Personajes
		LLAMADO			
5	EXT.	Juan trabaja en la sembradíos de maíz.	Amanecer	1/octavo	Juan
		Fin de locación "sembradíos" - #1/8			
		Movilización 1/8			
6	EXT.	Juan viaja en su camion por la vía.	Amanecer	1/octavo	Juan
		Fin de locación "Vía" - #1/8			
		Movilización 1/8			
1	INT.	Nicolas le pide a su mamá que le lleve al parque	Día	2/octavos	Laura, Nicolas
		Fin de locación "Casa de Laura" - #2/8			
		DESAYUNO/ Movilización 2/8			
2	EXT.	Laura observa como su hijo Nicolas (con discapacidad) juega con otros niños felices en el parque.	Día	2/octavos	Laura, Nicolas
		Fin de locación "Parque Lineal" - #2/8			
		Movilización 1/8			
3	INT.	María realiza sus fisioterapias de la lesión de su columna con ayuda de las terapistas.	Día	2/octavos	Andrea, María
7	INT.	Andrea y María estan feliz juntos.	Día	1/octavo	Andrea, María
		Fin de locación "Edificio intercultural" - #3/8			
		Movilización 2/8			
4	EXT.	Claudia se pone feliz al ver que sale agua potable de las llaves.	Día	1/octavo	Claudia
		Fin de locación "Planta de Agua Potable" - #1/8			
		ALMUERZO/ Movilización 2/8			
8	EXT.	Monatje Obras	Día	2/octavo	---
		Fin de locación La Concordia - #2/8			
		FIN DIA - sábado 16 - #21/8			

4.4. Guion técnico

Tabla 3

Guion técnico

Escena	Plano/puesta de cámara	Valor de Plano	Descripción	Nota
1	A	Cenital <u>Drone</u>	Amanecer	<u>Drone</u>
1	B	Medio Lateral	Laura abre la cortina con una mano para ver la mañana.	Ventana adentro
1	C	Primer plano	Laura mira por la ventana	Ventana desde afuera
1	D	Plano Conjunto	Nicolás se dirige a su mamá	
1	E	Plano medio	Nicolás le pide a su mamá ir al parque.	

2	A	Plano General	Nicolás juega a los carritos con otros niños	Dolly travelling
2	B	Medio Corto	Laura mira a la cámara y habla al espectador.	Dolly Travelling Aquí hay dialogo
2	C	Primer Plano	Laura y Nicolás se abrazan.	
3	A	Plano General	María haciendo sus terapias	
3	C	Primer Plano	Andrea ayuda a María a hacer sus terapias y mira a cámara.	Dolly travelling Aquí hay diálogo
4	A	Plano detalle	Mano de un hombre abriendo la llave de agua	
4	B	Plano detalle	Manos de Claudia cogiendo el agua con sus manos	
4	C	Plano Conjunto	Claudia está feliz lavándose la cara.	
5	A	Plano Medio Largo	Juan caminando por las plantaciones	
5	B	Primer Plano	Frutas en una canasta	Stop <u>Motion</u>
5	C	Plano Medio	Juan poniendo las canastas en el carro	
5	D	Primer Plano	Juan mirando pensativo	Diálogo
6	A	General	Juan en su camioneta por la carretera	
7	A	Primer plano	María le da un beso en la mejilla a Andrea	
8	A	Cenital <u>Drone</u>	Parque Lineal	
8	B	Cenital <u>Drone</u>	<u>Vía 11 de Octubre</u>	
8	C	Cenital <u>Drone</u>	Entrada a La Concordia	Animación Tus impuestos por Obras, Paga tu predial

4.5. Planos de piso

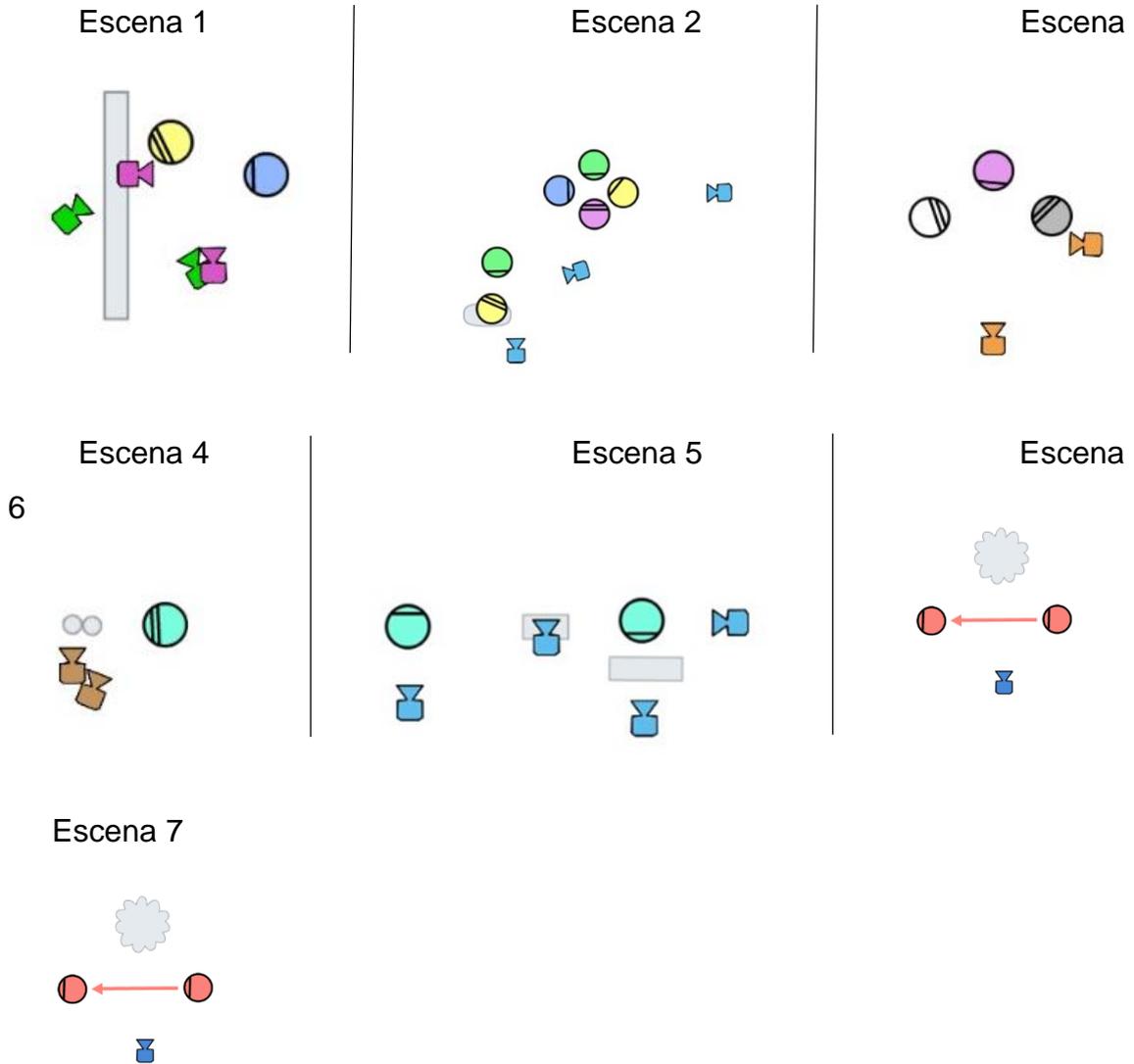


Figura 3. Planos de piso de las escenas.

4.6. Storyboard



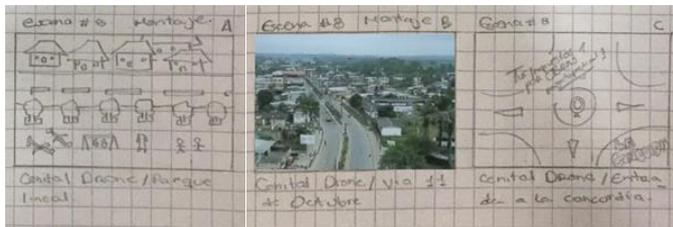
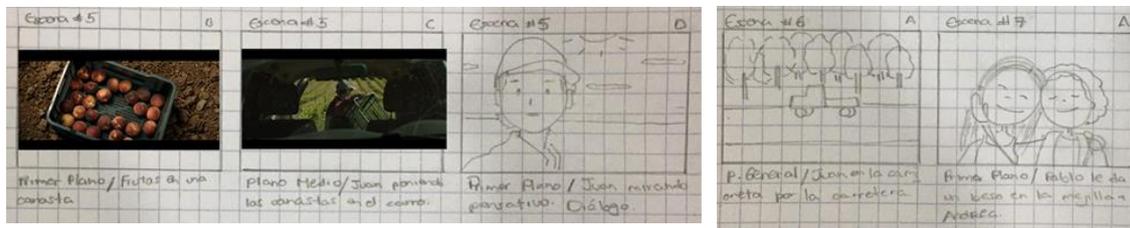


Figura 4. Storyboard.

4.7. Cronograma de planos

Tabla 4

Cronograma de planos.

EMP	ESCENA	PLANO	DESCRIPCION SETEO GENERAL	HORA INICIO S:35	TIEMPO EST. 15 MIN	HORA FINAL S:50	NOTAS
			SETEO	8:30	30 MIN	9:00	
C	1	Primer plano	Laura mira por la ventana	9:00	30 MIN	9:30	Ventana desde afuera.
			Seteo	9:30	15 MIN	9:45	
B	1	Primer plano	Laura abre la cortina con una mano para ver la mañana.	9:45	15 MIN	10	Ventana adentro.
D	1	Plano Conjunto	Nicolás se dirige a su mamá	10	15 Min	10:15	
E	1	Plano medio	Nicolás le pide a su mamá ir al parque.	10:15	25 Min	10:40	
			MOVILIZACIÓN Y SETEO	10:40	15 Min	11	

A	2	Plano General	Nicolás juega a los carritos con otros niños	11	15 Min	11:15	Dolly travelling
			Seteo	11:15	5 Min	11:20	
B	2	Medio Corto	Laura mira a la cámara y habla al espectador.	11:20	20 Min	11:40	Dolly travelling Aquí hay dialogo
			Seteo	11:40	5 Min	11:45	
C	2	Primer Plano	Laura y Nicolás se abrazan.	11:45	10 Min	11:55	
			MOVILIZACIÓN Y SETEO	11:55	30 MIN	12:25	
A	3	General	María haciendo sus terapias	12:25	25 Min	12:50	
			Seteo	12:50	10 Min	13:00	
B	3	Medio	María haciendo sus terapias	13:00	5 Min	13:05	Otras maquinas
			Seteo	10:50	10 Min	11	
C	3	Primer plano	Andrea ayuda a María a hacer sus terapias y mira a cámara.	13:05	20 Min	13:25	Dolly travelling Aquí hay dialogo
			Seteo	13:25	5 Min	13:30	
A	7	Primer Plano	María le da un beso en la mejilla a Andrea	13:30	5 Min	13:35	
			ALMUERZO	13:35	1h05 Min	14:40	
			MOVILIZACIÓN Y SETEO	14:40	20 Min	15:00	
A	4	Plano detalle	Mano de un hombre abriendo la llave de agua	15:00	15 Min	15:15	
			Seteo	15:15	10 Min	15:25	
B	4	Plano detalle	Manos de Claudia cogiendo el agua con sus manos	15:25	10 Min	15:35	
			Seteo	15:35	5 Min	15:40	
C	4	Plano Conjunto	Claudia está feliz lavándose la cara.	15:40	15 Min	15:55	
			MOVILIZACIÓN Y SETEO	15:55	20	16:30	
A	5	Medio Largo	Juan caminando por las plantaciones	16:30	15 MIN	16:45	
C	5	Plano Medio	Juan poniendo las canastas en el carro	17:05	15 min	17:20	
			Seteo	17:20	5 MIN	17:25	
D	5	Primer Plano	Juan mirando pensativo	17:25	10 MIN	17:30	Diálogo
			MOVILIZACIÓN Y SETEO	17:30	05 MIN	17:35	
A	6	General	Juan en su camioneta por la carretera	17:35	10 MIN	17:45	
			MOVILIZACIÓN Y SETEO	17:45	15 min	18:00	MOVILIZACIÓN Y SETEO
A	8	Cenital Drone	Parque Lineal	18:00	10 Min	18:10	
			Seteo	18:10	05 Min	18:15	
B	8	Cenital Drone	Via 11 de Octubre	18:15	10 Min	18:25	
			Seteo	18:25	05 Min	18:30	

A	1	<u>drone</u>	<u>atardecer</u>	18:30	10 Min	18:40	Animación Tus impuestos por Obras, Paga tu predial
			<u>Seteo</u>	18:40	05 min	18:45	
c	8	<u>Canital drone</u>	<u>Entrada la Concordia</u>	18:45	10 min	18:55	

NOTA: Las horas marcadas son estimadas. La hora máxima para el cierre es 13 horas después del LLAMADO

4.8. Documentos Legales

PERMISO DE USO DE LOCACIÓN

1. 1. A través del presente documento el abajo firmante, en adelante CESIONARIO confirma que está en la capacidad de autorizar el uso de la propiedad ubicada Bonito San Miguel de la ciudad de La Concordia, en adelante LOCACIÓN, la Facultad de Comunicación de la Universidad de las Américas a través de ella estudiante Tatiana Mishelle Sotalin Tonato, a quienes en adelante se denominarán colectivamente "EL PRODUCTOR", con el objetivo de filmar, grabar, fotografiar imágenes y sonidos para la producción audiovisual con título de trabajo "Tus impuestos por obras", (en adelante LA PRODUCCIÓN), con el derecho ilimitado para usar, exhibir y/o explotar, y licenciar a otros para que usen, transmitan, exhiban y/o exploten la producción, en todo o en parte, a través del universo y de manera perpetua, y en cualquier manera y en cualquier tipo de medio conocido o diseñado ahora o en el futuro, sin importar si la producción contiene o no reproducciones audiovisuales de la locación y sin importar si esta es o no identificada. El cesionario autoriza el uso de la locación durante las fechas 16-Oct-2021 en las que se preparará, se filmará y se retirarán los elementos que la producción haya puesto en la locación.

2. 2. El cesionario reconoce también el derecho del productor a cambiar, editar, modificar, y revisar en cualquier momento LA PRODUCCIÓN en todo o en parte, y a combinar la misma, en todo o en parte, con otros materiales o trabajos. El cesionario no tendrá derecho a reclamar compensación ni derecho a reclamo alguno que surja de cualquier uso, desenfocaje, distorsión, alteración, efecto de ilusión, o reproducción errónea que pueda ocurrir en conexión con la producción.

3. 3. EL PRODUCTOR se compromete a dejar la locación en las condiciones en las que le fue entregada y a poner el nombre del Cesionario dentro de la secuencia de créditos bajo la sección de agradecimientos.

Fecha: 16-Oct-2021
 Firma: [Firma]
 Nombre: Rony Sigches
 Dirección: Bonito San Miguel
 Teléfono: 0961944021

PERMISO DE USO DE LOCACIÓN

1. 1. A través del presente documento el abajo firmante, en adelante CESIONARIO confirma que está en la capacidad de autorizar el uso de la propiedad ubicada Bonito San Miguel de la ciudad de La Concordia, en adelante LOCACIÓN, la Facultad de Comunicación de la Universidad de las Américas a través de ella estudiante Tatiana Mishelle Sotalin Tonato, a quienes en adelante se denominarán colectivamente "EL PRODUCTOR", con el objetivo de filmar, grabar, fotografiar imágenes y sonidos para la producción audiovisual con título de trabajo "Tus impuestos por obras", (en adelante LA PRODUCCIÓN), con el derecho ilimitado para usar, exhibir y/o explotar, y licenciar a otros para que usen, transmitan, exhiban y/o exploten la producción, en todo o en parte, a través del universo y de manera perpetua, y en cualquier manera y en cualquier tipo de medio conocido o diseñado ahora o en el futuro, sin importar si la producción contiene o no reproducciones audiovisuales de la locación y sin importar si esta es o no identificada. El cesionario autoriza el uso de la locación durante las fechas 16-Oct-2021 en las que se preparará, se filmará y se retirarán los elementos que la producción haya puesto en la locación.

2. 2. El cesionario reconoce también el derecho del productor a cambiar, editar, modificar, y revisar en cualquier momento LA PRODUCCIÓN en todo o en parte, y a combinar la misma, en todo o en parte, con otros materiales o trabajos. El cesionario no tendrá derecho a reclamar compensación ni derecho a reclamo alguno que surja de cualquier uso, desenfocaje, distorsión, alteración, efecto de ilusión, o reproducción errónea que pueda ocurrir en conexión con la producción.

3. 3. EL PRODUCTOR se compromete a dejar la locación en las condiciones en las que le fue entregada y a poner el nombre del Cesionario dentro de la secuencia de créditos bajo la sección de agradecimientos.

Fecha: 16-Oct-2021
 Firma: [Firma]
 Nombre: Rony Sigches
 Dirección: Bonito San Miguel
 Teléfono: 0961944021

PERMISO DE USO DE LOCACIÓN

1. 1. A través del presente documento el abajo firmante, en adelante CESIONARIO confirma que está en la capacidad de autorizar el uso de la propiedad ubicada Nueva Concordia de la ciudad de La Concordia, en adelante LOCACIÓN, la Facultad de Comunicación de la Universidad de las Américas a través de ella estudiante Tatiana Mishelle Sotalin Tonato, a quienes en adelante se denominarán colectivamente "EL PRODUCTOR", con el objetivo de filmar, grabar, fotografiar imágenes y sonidos para la producción audiovisual con título de trabajo "Tus impuestos por obras", (en adelante LA PRODUCCIÓN), con el derecho ilimitado para usar, exhibir y/o explotar, y licenciar a otros para que usen, transmitan, exhiban y/o exploten la producción, en todo o en parte, a través del universo y de manera perpetua, y en cualquier manera y en cualquier tipo de medio conocido o diseñado ahora o en el futuro, sin importar si la producción contiene o no reproducciones audiovisuales de la locación y sin importar si esta es o no identificada. El cesionario autoriza el uso de la locación durante las fechas 16-Oct-2021 en las que se preparará, se filmará y se retirarán los elementos que la producción haya puesto en la locación.

2. 2. El cesionario reconoce también el derecho del productor a cambiar, editar, modificar, y revisar en cualquier momento LA PRODUCCIÓN en todo o en parte, y a combinar la misma, en todo o en parte, con otros materiales o trabajos. El cesionario no tendrá derecho a reclamar compensación ni derecho a reclamo alguno que surja de cualquier uso, desenfocaje, distorsión, alteración, efecto de ilusión, o reproducción errónea que pueda ocurrir en conexión con la producción.

3. 3. EL PRODUCTOR se compromete a dejar la locación en las condiciones en las que le fue entregada y a poner el nombre del Cesionario dentro de la secuencia de créditos bajo la sección de agradecimientos.

Fecha: 16-Oct-2021
 Firma: [Firma]
 Nombre: Melchiora Solano
 Dirección: Nueva Concordia Sector 2
 Teléfono: 0961944021

CESIÓN DE DERECHOS DE USO DE IMAGEN

1. 1. A través del presente documento el abajo firmante, en adelante CESIONARIO cede de manera irrevocable a favor de nombre, sus licenciatarios, sucesores y cesionarios, a quienes en adelante se denominarán colectivamente "EL PRODUCTOR", el derecho ilimitado de uso de las imágenes de video y audio captadas a su persona, con el objetivo de filmar, grabar, fotografiar imágenes y sonidos para la producción audiovisual con título de trabajo TUS IMPUESTOS POR OBRAS (en adelante LA PRODUCCIÓN), con el derecho ilimitado para usar, exhibir y/o explotar, y licenciar a otros para que usen, transmitan, exhiban y/o exploten la producción, en todo o en parte, a través del universo y de manera perpetua, y en cualquier manera y en cualquier tipo de medio conocido o diseñado ahora o en el futuro, sin importar si la producción contiene o no reproducciones audiovisuales del cesionario y sin importar si el cesionario es o no identificado.

2. 2. El cesionario reconoce también el derecho del productor a cambiar, editar, modificar, y revisar en cualquier momento LA PRODUCCIÓN en todo o en parte, y a combinar la misma, en todo o en parte, con otros materiales o trabajos. El cesionario no tendrá derecho a reclamar compensación ni derecho a reclamo alguno que surja de cualquier uso, desenfocaje, distorsión, alteración, efecto de ilusión, o reproducción errónea que pueda ocurrir en conexión con la producción.

3. 3. EL PRODUCTOR se compromete a poner el nombre del Cesionario dentro de la secuencia de créditos que considere pertinente bajo el nombre o seudónimo de Melchiora Solano.

Fecha: 16-Oct-2021
 Firma: [Firma]
 Nombre: Melchiora Solano
 Dirección: Vía Quilacocha Km 4 San Miguel
 Teléfono: 0961944021

CESIÓN DE DERECHOS DE USO DE IMAGEN

1. 1. A través del presente documento el abajo firmante, en adelante CESIONARIO cede de manera irrevocable a favor de nombre , sus licenciatarios, sucesores y cesionarios, a quienes en adelante se denominarán colectivamente "EL PRODUCTOR", el derecho ilimitado de uso de las imágenes de video y audio captadas a su persona, con el objetivo de filmar, grabar, fotografiar imágenes y sonidos para la producción audiovisual con título de trabajo TUS IMPUESTOS POR OBRAS (en adelante LA PRODUCCIÓN), con el derecho limitado para usar, exhibir y/o explotar, y licenciar a otros para que usen, transmitan, exhiban y/o exploten la producción, en todo o en parte, a través del universo y de manera perpetua, y en cualquier manera y en cualquier tipo de medio conocido o diseñado ahora o en el futuro, sin importar si la producción contiene o no reproducciones audiovisuales del cesionario y sin importar si el cesionario es o no identificado.

Fecha: 16 Octubre -24

Firma: [Firma]
Nombre: Morganita Bravo
Dirección: Barrio Lince Calle Quito y Targui
Teléfono: 099 786320

CESIÓN DE DERECHOS DE USO DE IMAGEN

1. 1. A través del presente documento el abajo firmante, en adelante CESIONARIO cede de manera irrevocable a favor de nombre , sus licenciatarios, sucesores y cesionarios, a quienes en adelante se denominarán colectivamente "EL PRODUCTOR", el derecho ilimitado de uso de las imágenes de video y audio captadas a su persona, con el objetivo de filmar, grabar, fotografiar imágenes y sonidos para la producción audiovisual con título de trabajo TUS IMPUESTOS POR OBRAS (en adelante LA PRODUCCIÓN), con el derecho limitado para usar, exhibir y/o explotar, y licenciar a otros para que usen, transmitan, exhiban y/o exploten la producción, en todo o en parte, a través del universo y de manera perpetua, y en cualquier manera y en cualquier tipo de medio conocido o diseñado ahora o en el futuro, sin importar si la producción contiene o no reproducciones audiovisuales del cesionario y sin importar si el cesionario es o no identificado.

Fecha: 16-October

Firma: [Firma]
Nombre: William Sigajas Herero
Dirección: Barrio San Miguel Calle Crisanto Vera
Teléfono: 091 78661202

CESIÓN DE DERECHOS DE USO DE IMAGEN

1. 1. A través del presente documento el abajo firmante, en adelante CESIONARIO cede de manera irrevocable a favor de nombre , sus licenciatarios, sucesores y cesionarios, a quienes en adelante se denominarán colectivamente "EL PRODUCTOR", el derecho ilimitado de uso de las imágenes de video y audio captadas a su persona, con el objetivo de filmar, grabar, fotografiar imágenes y sonidos para la producción audiovisual con título de trabajo TUS IMPUESTOS POR OBRAS (en adelante LA PRODUCCIÓN), con el derecho limitado para usar, exhibir y/o explotar, y licenciar a otros para que usen, transmitan, exhiban y/o exploten la producción, en todo o en parte, a través del universo y de manera perpetua, y en cualquier manera y en cualquier tipo de medio conocido o diseñado ahora o en el futuro, sin importar si la producción contiene o no reproducciones audiovisuales del cesionario y sin importar si el cesionario es o no identificado.

Fecha: 16-Oct-2024

Firma: [Firma]
Nombre: Arriana Hernandez
Dirección: Barrio San Miguel
Teléfono: 099 8294874

CESIÓN DE DERECHOS DE USO DE IMAGEN

1. 1. A través del presente documento el abajo firmante, en adelante CESIONARIO cede de manera irrevocable a favor de nombre , sus licenciatarios, sucesores y cesionarios, a quienes en adelante se denominarán colectivamente "EL PRODUCTOR", el derecho ilimitado de uso de las imágenes de video y audio captadas a su persona, con el objetivo de filmar, grabar, fotografiar imágenes y sonidos para la producción audiovisual con título de trabajo TUS IMPUESTOS POR OBRAS (en adelante LA PRODUCCIÓN), con el derecho limitado para usar, exhibir y/o explotar, y licenciar a otros para que usen, transmitan, exhiban y/o exploten la producción, en todo o en parte, a través del universo y de manera perpetua, y en cualquier manera y en cualquier tipo de medio conocido o diseñado ahora o en el futuro, sin importar si la producción contiene o no reproducciones audiovisuales del cesionario y sin importar si el cesionario es o no identificado.

Fecha: 16-October-24

Firma: [Firma]
Nombre: Arriana Hernandez
Dirección: Barrio San Miguel
Teléfono: 099 8294874

CESIÓN DE DERECHOS DE USO DE IMAGEN

1. 1. A través del presente documento el abajo firmante, en adelante CESIONARIO cede de manera irrevocable a favor de nombre , sus licenciatarios, sucesores y cesionarios, a quienes en adelante se denominarán colectivamente "EL PRODUCTOR", el derecho ilimitado de uso de las imágenes de video y audio captadas a su persona, con el objetivo de filmar, grabar, fotografiar imágenes y sonidos para la producción audiovisual con título de trabajo TUS IMPUESTOS POR OBRAS (en adelante LA PRODUCCIÓN), con el derecho limitado para usar, exhibir y/o explotar, y licenciar a otros para que usen, transmitan, exhiban y/o exploten la producción, en todo o en parte, a través del universo y de manera perpetua, y en cualquier manera y en cualquier tipo de medio conocido o diseñado ahora o en el futuro, sin importar si la producción contiene o no reproducciones audiovisuales del cesionario y sin importar si el cesionario es o no identificado.

Fecha: 16-Oct-2024

Firma: [Firma]
Nombre: Susy Velaz
Dirección: Calle 4 y Corral
Teléfono: 09 940259

CESIÓN DE DERECHOS DE USO DE IMAGEN

1. 1. A través del presente documento el abajo firmante, en adelante CESIONARIO cede de manera irrevocable a favor de nombre , sus licenciatarios, sucesores y cesionarios, a quienes en adelante se denominarán colectivamente "EL PRODUCTOR", el derecho ilimitado de uso de las imágenes de video y audio captadas a su persona, con el objetivo de filmar, grabar, fotografiar imágenes y sonidos para la producción audiovisual con título de trabajo TUS IMPUESTOS POR OBRAS (en adelante LA PRODUCCIÓN), con el derecho limitado para usar, exhibir y/o explotar, y licenciar a otros para que usen, transmitan, exhiban y/o exploten la producción, en todo o en parte, a través del universo y de manera perpetua, y en cualquier manera y en cualquier tipo de medio conocido o diseñado ahora o en el futuro, sin importar si la producción contiene o no reproducciones audiovisuales del cesionario y sin importar si el cesionario es o no identificado.

Fecha: 16-October-2024

Firma: [Firma]
Nombre: Susy Velaz
Dirección: Calle 4 y Corral
Teléfono: 09 940259

CESIÓN DE DERECHOS DE USO DE IMAGEN

1. 1. A través del presente documento el abajo firmante, en adelante CESIONARIO cede de manera irrevocable a favor de nombre , sus licenciatarios, sucesores y cesionarios, a quienes en adelante se denominarán colectivamente "EL PRODUCTOR", el derecho limitado de uso de las imágenes de video y audio captadas a su persona, con el objetivo de filmar, grabar, fotografiar imágenes y sonidos para la producción audiovisual con título de trabajo TUS IMPUESTOS POR OBRAS (en adelante LA PRODUCCIÓN), con el derecho limitado para usar, exhibir y/o explotar, y licenciar a otros para que usen, transmitan, exhiban y/o exploten la producción, en todo o en parte, a través del universo y de manera perpetua, y en cualquier manera y en cualquier tipo de medio conocido o diseñado ahora o en el futuro, sin importar si la producción contiene o no reproducciones audiovisuales del cesionario y sin importar si el cesionario es o no identificado.

2. 2. El cesionario reconoce también el derecho del productor a cambiar, editar, modificar, y revisar en cualquier momento LA PRODUCCIÓN en todo o en parte, y a combinar la misma, en todo o en parte, con otros materiales o trabajos. El cesionario no tendrá derecho a reclamar compensación ni derecho a reclamo alguno que surja de cualquier uso, desfocaje, distorsión, alteración, efecto de ilusión, o reproducción errónea que pueda ocurrir en conexión con la producción

3. 3. EL PRODUCTOR se compromete a poner el nombre del Cesionario dentro de la secuencia de créditos que considere pertinente bajo el nombre o seudónimo de _____

Fecha: 14- Octubre -2004

(En caso de menores de edad)

Firma: _____
Nombre: SOS VELEZ Nombre del representante legal: Rafael Velez
Dirección: Barrio Los Arcángels
Teléfono: 259240586

CESIÓN DE DERECHOS DE USO DE IMAGEN

1. 1. A través del presente documento el abajo firmante, en adelante CESIONARIO cede de manera irrevocable a favor de nombre , sus licenciatarios, sucesores y cesionarios, a quienes en adelante se denominarán colectivamente "EL PRODUCTOR", el derecho limitado de uso de las imágenes de video y audio captadas a su persona, con el objetivo de filmar, grabar, fotografiar imágenes y sonidos para la producción audiovisual con título de trabajo TUS IMPUESTOS POR OBRAS (en adelante LA PRODUCCIÓN), con el derecho limitado para usar, exhibir y/o explotar, y licenciar a otros para que usen, transmitan, exhiban y/o exploten la producción, en todo o en parte, a través del universo y de manera perpetua, y en cualquier manera y en cualquier tipo de medio conocido o diseñado ahora o en el futuro, sin importar si la producción contiene o no reproducciones audiovisuales del cesionario y sin importar si el cesionario es o no identificado.

2. 2. El cesionario reconoce también el derecho del productor a cambiar, editar, modificar, y revisar en cualquier momento LA PRODUCCIÓN en todo o en parte, y a combinar la misma, en todo o en parte, con otros materiales o trabajos. El cesionario no tendrá derecho a reclamar compensación ni derecho a reclamo alguno que surja de cualquier uso, desfocaje, distorsión, alteración, efecto de ilusión, o reproducción errónea que pueda ocurrir en conexión con la producción

3. 3. EL PRODUCTOR se compromete a poner el nombre del Cesionario dentro de la secuencia de créditos que considere pertinente bajo el nombre o seudónimo de _____

Fecha: 14- Octubre -2004

(En caso de menores de edad)

Firma: _____
Nombre: Martina Cesario Nombre del representante legal: Rafael Velez
Dirección: Barrio San Rafael
Teléfono: 259240586

CESIÓN PERSONAL DE DERECHOS DE USO MATERIAL

A través del presente documento el abajo firmante cede a favor de Tatiana Mishelle Sotalin Tonato y de la Universidad de las Américas y cesionarios, el libre permiso para el uso de las fotografías fijas, grabaciones en video y grabaciones sonoras que se han tomado de mi persona para la producción audiovisual con el título de trabajo "Tus impuestos por obras"

Fecha: 16- Oct -04
Firma: [Firma]
Nombre: Pedro Alvarado
Dirección: Los Zorancos 3 - Fin del Valle
Teléfono: 0986723472

CESIÓN PERSONAL DE DERECHOS DE USO MATERIAL

A través del presente documento el abajo firmante cede a favor de Tatiana Mishelle Sotalin Tonato y de la Universidad de las Américas y cesionarios, el libre permiso para el uso de las fotografías fijas, grabaciones en video y grabaciones sonoras que se han tomado de mi persona para la producción audiovisual con el título de trabajo "Tus impuestos por obras"

Fecha: 16- Oct -04
Firma: [Firma]
Nombre: Margomo Braco
Dirección: Barrio Linda Calle Auto y Terapias
Teléfono: 0992865520

CESIÓN PERSONAL DE DERECHOS DE USO MATERIAL

A través del presente documento el abajo firmante cede a favor de Tatiana Mishelle Sotalin Tonato y de la Universidad de las Américas y cesionarios, el libre permiso para el uso de las fotografías fijas, grabaciones en video y grabaciones sonoras que se han tomado de mi persona para la producción audiovisual con el título de trabajo "Tus impuestos por obras"

Fecha: 16- Oct -2004
Firma: [Firma]
Nombre: Hector de Jelano
Dirección: V. Guadalupe Km 4 San Miguel
Teléfono: 0982492160

CESIÓN PERSONAL DE DERECHOS DE USO MATERIAL

A través del presente documento el abajo firmante cede a favor de Tatiana Mishelle Sotalin Tonato y de la Universidad de las Américas y cesionarios, el libre permiso para el uso de las fotografías fijas, grabaciones en video y grabaciones sonoras que se han tomado de mi persona para la producción audiovisual con el título de trabajo "Tus impuestos por obras"

Fecha: 16- Oct -2004
Firma: [Firma] (En caso de menores de edad)
Nombre: Alcira Corrales Heredia Nombre del representante legal: Joni Segalas
Dirección: Barrio San Miguel
Teléfono: 0982492160

CESIÓN PERSONAL DE DERECHOS DE USO MATERIAL

A través del presente documento el abajo firmante cede a favor de Tatiana Mishelle Sotalin Tonato y de la Universidad de las Américas y cesionarios, el libre permiso para el uso de las fotografías fijas, grabaciones en video y grabaciones sonoras que se han tomado de mi persona para la producción audiovisual con el título de trabajo "Tus impuestos por obras"

Fecha: 16 Octubre
Firma: [Firma]
Nombre: Wilson Sanches Herreto
Dirección: Barrio San Miguel
Teléfono: 0918 644202

CESIÓN PERSONAL DE DERECHOS DE USO MATERIAL

A través del presente documento el abajo firmante cede a favor de Tatiana Mishelle Sotalin Tonato y de la Universidad de las Américas y cesionarios, el libre permiso para el uso de las fotografías fijas, grabaciones en video y grabaciones sonoras que se han tomado de mi persona para la producción audiovisual con el título de trabajo "Tus impuestos por obras"

Fecha: 16 Oct-2021
Firma: [Firma]
Nombre: Gustavo Lopez
Dirección: Calle 1000 y Calle 1000
Teléfono: 091834 02036

CESIÓN PERSONAL DE DERECHOS DE USO MATERIAL

A través del presente documento el abajo firmante cede a favor de Tatiana Mishelle Sotalin Tonato y de la Universidad de las Américas y cesionarios, el libre permiso para el uso de las fotografías fijas, grabaciones en video y grabaciones sonoras que se han tomado de mi persona para la producción audiovisual con el título de trabajo "Tus impuestos por obras"

Fecha: 16 Octubre - 21
Firma: _____ (En caso de menores de edad)
Nombre: Anthony B. Rojas Firma del representante legal: [Firma]
Dirección: Via Maritima 11498 Nombre del representante legal: Carmin Zambrano
Teléfono: 09840318

CESIÓN PERSONAL DE DERECHOS DE USO MATERIAL

A través del presente documento el abajo firmante cede a favor de Tatiana Mishelle Sotalin Tonato y de la Universidad de las Américas y cesionarios, el libre permiso para el uso de las fotografías fijas, grabaciones en video y grabaciones sonoras que se han tomado de mi persona para la producción audiovisual con el título de trabajo "Tus impuestos por obras"

Fecha: 16 Octubre - 2021
Firma: _____ (En caso de menores de edad) [Firma]
Nombre: Susy Velez Firma del representante legal: Ramón Velez
Dirección: Villas Barrio Las Américas
Teléfono: 0993403036

CESIÓN PERSONAL DE DERECHOS DE USO MATERIAL

A través del presente documento el abajo firmante cede a favor de Tatiana Mishelle Sotalin Tonato y de la Universidad de las Américas y cesionarios, el libre permiso para el uso de las fotografías fijas, grabaciones en video y grabaciones sonoras que se han tomado de mi persona para la producción audiovisual con el título de trabajo "Tus impuestos por obras"

Fecha: 16 Octubre - 2021
Firma: _____ (En caso de menores de edad)
Nombre: Martina Cesario Firma del representante legal: [Firma]
Dirección: Barrio San Rafael Nombre del representante legal: Martina Nieto
Teléfono: 091681810

4.9. Locaciones

SCOUTING

NOMBRE DE LOCACIÓN:

Casa Laura

DIRECCIÓN:

Barrio San Rafael Calle
Allurquin y Carlos Alberto Aray

CONTACTO:

David Álava

CEL: 0999660578

UBICACIÓN:

	NORTE	
OESTE	x	ESTE
		SUR

ESTILO: Hacienda

LUGARES A OCUPAR:

Sala

PISOS: 2

DE PISO A GRABAR: 1

REFERENCIAS:

Casa del Alcalde

TEL:

PERMISO REQUERIDO:

SI x NO

BARRIO SEGURO:

SI x NO

ASISTENCIA POLICIAL:

SI NO x

ASITENCIA MÉDICA:

SI NO x

PROBLEMAS CON VECINOS:

No

CALOR: Si

SONIDO AMBIENTE: No

ASCENSOR: SI NO x

DE PUERTAS: 11

#DE VENTANAS: 9

OBJETOS INMOVIBLES:

CAMIONES LUCES: No

FOTOS ANEXAS:

BREAKERS: Si

GENERADOR: No

BAÑOS: 6

ESTACIONAMIENTO: Si

AUTOS: 4



SCOUTING

NOMBRE DE LOCACIÓN:

Área de Fisioterapia

DIRECCIÓN:

Calle 11 de Octubre

CONTACTO:

María Fernanda Lozano

CEL: 0983670052

UBICACIÓN:

	NORTE	
OESTE	x	ESTE
		SUR

ESTILO: Edificio

LUGARES A OCUPAR: Área de Fisioterapia

PISOS: 2

DE PISO A GRABAR: 1

REFERENCIAS:

Edificio Intercultural

TEL:

PERMISO REQUERIDO:

SI NO x

BARRIO SEGURO:

SI x NO

ASISTENCIA POLICIAL:

SI NO x

ASITENCIA MÉDICA:

SI NO x

PROBLEMAS CON VECINOS:

No

CALOR: Si

SONIDO AMBIENTE: No

ASCENSOR: SI NO x

DE PUERTAS: 9

#DE VENTANAS: 6

OBJETOS INMOVIBLES:

FOTOS ANEXAS:

BREAKERS: Si

GENERADOR: No

BAÑOS: 2

ESTACIONAMIENTO: Si

AUTOS: 0

CAMIONES LUCES: No



SCOUTING

NOMBRE DE LOCACIÓN:

Plantaciones de maíz

DIRECCIÓN:
Via Zaracay 1 km 53 – Flor del Valle
 CONTACTO:
Amalia Palacios
 CEL: 0985727472

UBICACIÓN:

	NORTE
x OESTE	ESTE
	SUR

ESTILO: Cultivos

LUGARES A OCUPAR: Cultivos

PISOS: 1

DE PISO A GRABAR: 1

ASCENSOR: SI NO x

DE PUERTAS: 0

DE VENTANAS: 0

OBJETOS INMOVIBLES:

REFERENCIAS:

Hacienda La merced

TEL: _____

PERMISO REQUERIDO:

SI _____ NO x _____

BARRIO SEGURO: SI x NO

ASISTENCIA POLICIAL:

SI _____ NO x _____

ASITENCIA MÉDICA:

SI _____ NO x _____

PROBLEMAS CON VECINOS:

No

CALOR: Si

SONIDO AMBIENTE: No

BREAKERS: No

GENERADOR: No

BAÑOS: 1

ESTACIONAMIENTO: SI AUTOS: 0

CAMIONES LUCES: No

FOTOS ANEXAS:



SCOUTING

NOMBRE DE LOCACIÓN:

Obra paisajistica parque Lineal

DIRECCIÓN:
Calle Loja
 CONTACTO:

CEL: _____

UBICACIÓN:

	NORTE
OESTE	ESTE
	x SUR

ESTILO: ----

LUGARES A OCUPAR: ----

PISOS: 0

DE PISO A GRABAR: 0

ASCENSOR: SI NO x

DE PUERTAS: 0

DE VENTANAS: 0

OBJETOS INMOVIBLES:

REFERENCIAS:

Parque Lineal

TEL: _____

PERMISO REQUERIDO:

SI _____ NO x _____

BARRIO SEGURO: SI x NO

ASISTENCIA POLICIAL:

SI x NO _____

ASITENCIA MÉDICA:

SI _____ NO x _____

PROBLEMAS CON VECINOS:

No

CALOR: Si

SONIDO AMBIENTE: No

BREAKERS: No

GENERADOR: No

BAÑOS: 0

ESTACIONAMIENTO: SI AUTOS: 0

CAMIONES LUCES: No

FOTOS ANEXAS:



SCOUTING

NOMBRE DE LOCACIÓN:

Obra Asfalto Av. 11 de Octubre

DIRECCIÓN:
Av. 11 de Octubre
 CONTACTO:

 CEL: _____

UBICACIÓN:

	NORTE
OESTE	x ESTE
	SUR

ESTILO: ----

LUGARES A OCUPAR: --

PISOS: 0

DE PISO A GRABAR: 0

ASCENSOR: SI NO x

REFERENCIAS:

Edificio Intercultural

TEL: _____

PERMISO REQUERIDO:

SI _____ NO x _____

BARRIO SEGURO: SI x NO

ASISTENCIA POLICIAL:

SI x NO _____

ASITENCIA MÉDICA:

SI _____ NO x _____

PROBLEMAS CON VECINOS:

No

CALOR: Si

SONIDO AMBIENTE: No

BREAKERS: No

GENERADOR: No

DE PUERTAS: 0

DE VENTANAS: 0

OBJETOS INMOVIBLES:

BAÑOS: 0

ESTACIONAMIENTO: SI AUTOS: 0

CAMIONES LUCES: No

FOTOS ANEXAS:



SCOUTING

NOMBRE DE LOCACIÓN:

Carretera

DIRECCIÓN:
Via La Mocache km 57
CONTACTO:

CEL: ----

UBICACIÓN:

	NORTE
OESTE x	ESTE
	SUR

ESTILO: ---

LUGARES A OCUPAR: --

PISOS: 0

DE PISO A GRABAR: 0

ASCENSOR: SI NO x

DE PUERTAS: 0

#DE VENTANAS: 0

OBJETOS INMOVIBLES:

REFERENCIAS:

Fabrica Fabril

TEL: ---

PERMISO REQUERIDO:

SI NO x

BARRIO SEGURO: SI x NO

ASISTENCIA POLICIAL:

SI x NO

ASITENCIA MÉDICA:

SI NO x

PROBLEMAS CON VECINOS: No

CALOR: Si

SONIDO AMBIENTE: No

BREAKERS: No

GENERADOR: No

BAÑOS: 0

ESTACIONAMIENTO: Si AUTOS: 0

CAMIONES LUCES: No

SCOUTING

NOMBRE DE LOCACIÓN:

Entrada a La Concordia

DIRECCIÓN:
Via Santo Domingo- Quininde km 85
CONTACTO:

CEL: ----

UBICACIÓN:

	NORTE
OESTE	x ESTE
	SUR

ESTILO: ---

LUGARES A OCUPAR: --

PISOS: 0

DE PISO A GRABAR: 0

ASCENSOR: SI NO x

DE PUERTAS: 0

#DE VENTANAS: 0

OBJETOS INMOVIBLES:

REFERENCIAS:

Edificio Intercultural

TEL: ---

PERMISO REQUERIDO:

SI NO x

BARRIO SEGURO: SI x NO

ASISTENCIA POLICIAL:

SI x NO

ASITENCIA MÉDICA:

SI NO x

PROBLEMAS CON VECINOS: No

CALOR: Si

SONIDO AMBIENTE: No

BREAKERS: No

GENERADOR: No

BAÑOS: 0

ESTACIONAMIENTO: Si AUTOS: 0

CAMIONES LUCES: No

FOTOS ANEXAS:



FOTOS ANEXAS:



Tabla 4

Lista de locaciones.

LISTA DE LOCACIONES				
#	Escenas	Descripcion locación	Necesita permiso/firmado	Costo
1	1,4	Casa de Laura	si	Ninguno
2	2,8	Parque Lineal	no	Ninguno
3	3,7	Edificio Intercultural	si	Ninguno
4	5	Sembradios de Maiz	si	Ninguno
5	6	Vía La Mocache	no	Ninguno

4.10. Casting

Tabla 5

Lista de personajes.

LISTA DE PERSONAJES			
Nombre	Edad	Descripción	Escenas
Laura	35	Madre de Nicolas. Tez mestiza, ama de casa, estatura promedio, delgada	1,2
Nicolas	7	Hijo de Laura. Tez mestiza, risueño. Es sordomudo. Cabello negro, delgado.	1,2
Andrea	18	Nieta de Pablo. Tez mestiza, delgada, alta, cabello largo color azabache. Carismática	3,7
María	85	Abuelo de Andrea. Canoso, mediana estatura, con sonrisa adorable, varias arrugas, fuerte en la mirada	3,7
Claudia	15	Delgada, cabello ondulado, con mirada inocente, 1,50 a 1,58 cm de estatura y sonriente.	4
Juan	29	Hombre de campo, trabajador, moreno, alto, fuerte.	5,6
Mateo	7 a 9	Extra 1. Niño pequeño de tez blanca, alegre y risueño.	2
Liam	7 a 9	Extra 2, niño pequeño de tez mestiza, alegre y risueño.	2
Julia	7 a 9	Extra 3. Niña pequeña de tez blanca, alegre y risueña.	2
Damaris	25	Extra 4, Fisioterapeuta. Estatura promedio, contextura gruesa y mirada dulce.	3

- **Obra 1. Parque Lineal**

LAURA (35)

Nombre Real: Josselyn Núñez

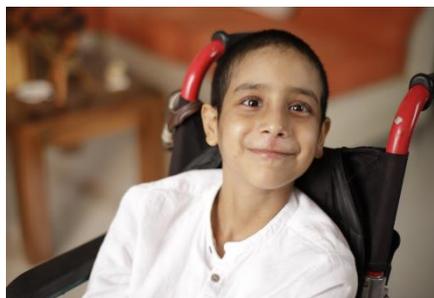
Edad: 30 años



NICOLAS (7)

Nombre Real: Anthony Briones

Edad: 8 años (Ahora es un niño en silla de ruedas)



Extras



Nombre Real: Matías Cajas

Edad: 9 años



Nombre Real: Seus Vélez

Edad: 9 años



Nombre Real: Martina Cedeño

Edad: 7 años

- **Obra 2. Área de Fisioterapia**

ANDREA (18)



Nombre Real: Ariana Hernandez

Edad: 14 años

MARÍA (85)



Nombre Real: Margarita Bravo

Edad: 81 años

Extra:Fisioterapista



Nombre Real: Medranda Solano

Edad: 29 años

- **Obra 3. Agua Potable**

CLAUDIO (55)



Nombre Real: William Sigchos (Ahora es hombre)

Edad: 50 años

- **Obra 4. Carreteras**

JUAN (29)



Nombre Real: Placido Palacios

Edad: 47 años

4.11. Propuesta estética

Abstract:

Calidez

Felicidad

Trabajo

Sociabilidad

Progreso

Futuro

Estudio de Color

Esquema análogo

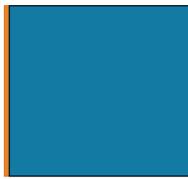
La psicología del color fue elegida en estos tonos tierra principalmente porque el Cantón La Concordia es un pueblo y se desea rescatar y destacar esa esencia. Mostrar la calidez de su gente. Como las obras son el futuro y El Progreso. Es la luz hacia un mejor mañana.

Los personajes son de personalidad teatral y vivaz.

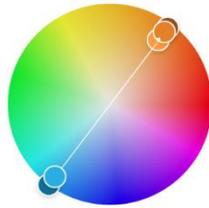
No obstante, la paleta de color que el municipio maneja como identidad está en la gama de los azules, por lo que se pensó que esté sutilmente en el vestuario o arte para que no rompa con la cromática del comercial.



Figura 5. Captura de pantalla. De *Somos Salvadoreños* (2011), por Garage Films.



#007AA6



Fotografía



Figura 6. Captura de pantalla. De Devolucion de impuestos – Spot campaña de difusión 2018 (2018), por Prodecon.

El ritmo interno de los planos apoya la narrativa. El ángulo de la cámara proyecta el discurso de un progreso psicológico. Esto se logrará con la acción misma de los personajes desplazándose en el espacio en un cambio de zona: La cámara estará fija y el sujeto móvil; la cámara estará móvil y el sujeto también.



Figura 7. Captura de pantalla. De Devolucion de impuestos – Spot campaña de difusión 2018 (2018), por Prodecon.

En segundo, tenemos los momentos en el que nuestros personajes rompen la cuarta pared para dirigirse al espectador. Los planos medios cortos con baja profundidad aíslan al protagonista del resto, lo cual hace dar la sensación de que estamos en una plática directa, un acercamiento.



Figura 8. Captura de pantalla. De *Spot Agricultura* (2017), por Agroseguro.

Tercero, las emociones son importantes, nuestro arquetipo es el héroe; pero no habría héroe si no hay obras. Por eso los planos generales, abiertos, nos dan la lógica del comercial. Podemos percibir con claridad las obras que engrandecen al Cantón.

El sonido

Para evocar un sentimiento más orgánico en cuanto al sonido, al comienzo del comercial cuando vemos el amanecer tendremos sonido de ambiente de los pajaritos despertando, acompañado de una melodía esperanzadora con acordes de guitarra al comenzar, para dar la sensación de pueblo. Ejemplo: Comercial Super Selectos “Somos Salvadoreños”



Figura 9. Captura de pantalla. De *Somos Salvadoreños* (2011), por Garage Films.

Luz

Como el tema principal son las obras, tendremos muchas tomas en exterior, allí usaremos luz natural y para las tomas en interior se trabajará con luz de corte y keylight. Con esto obtendremos un look más publicitario.

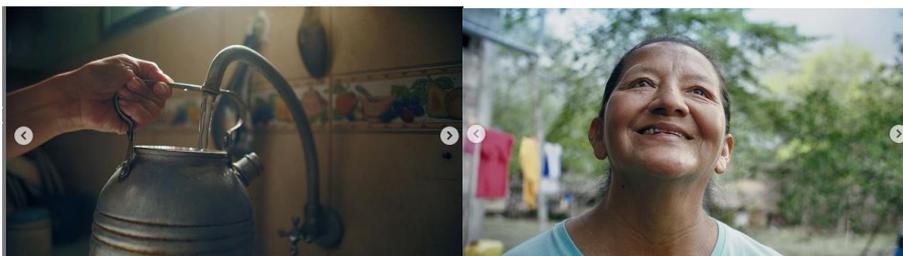


Figura 10 y 11. Captura de pantalla. De *Campaña Guillermo Lasso* (2021), por Lettera.

Tipografía

Durante el comercial se pondrá el nombre o datos de la obra, como parque lineal, área de fisioterapia, etc. Además de que al final saldrá el texto del slogan con el nombre de la campaña. Las tipografías que se usarán para estos momentos serán las siguientes:

- MONTSERRAT: Fuente que presenta varios estilos, proyecta modernidad, es neutra y adaptable a cualquier situación. Proyecta profesionalismo, trabajo, dedicación y cuidado. Me da un contraste de color luz y vida. Esta tipografía hace que el nombre de vea más hermoso.

abcdefghijklmnopqrstuvxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890.,; ' " (!?) +-*/=

abcdefghijklmnopqrstuvxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890.,; ' " (!?) +-*/=

- POPPINS: Es una tipografía muy versátil, perfecta para combinaciones. Te denota elegancia por su trazo.

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890.,; ' " (!?) +-*/=

Arte

Los personajes son personas reales, gente de pueblo, de clase media y media baja, gente trabajadora y comerciante. Que en su piel y en su mirada se notan las arrugas de los años y el esfuerzo de salir adelante. Todo eso se representará de igual forma en su vestimenta, y en la decoración. Aquí les presento algunos ejemplos del discurso que se quiere dar de los personajes y su entorno.

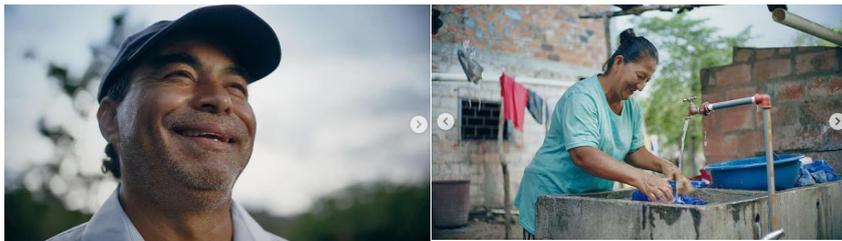


Figura 12 y 13. Captura de pantalla. De *Campaña Guillermo Lasso* (2021), por Lettera.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

Se logró concluir que, en comparación de esta administración con las anteriores, en emisión anual de impuestos un 60% paga antes del vencimiento del título de crédito. Se puede concluir de igual manera que el comportamiento de recaudación respecto al año anterior si mejoró muchísimo gracias a la ordenanza de condonación y las notificaciones de juicios de coactivas, viéndose esto reflejando en las cédulas presupuestarias (que en contraste al 2020, sí hubo un alza entre el primer semestre 2021). Se estima que al momento, estas medidas adoptadas para crear una cultura tributaria, recaudó un 20% más. Se puede concluir de igual manera, en cuanto al producto se refiere, que el comercial ha cumplido con su objetivo de dar a conocer a la ciudadanía el trabajo que el municipio realiza gracias a la recaudación del impuesto predial.

5.2. Recomendaciones

Se recomienda trabajar progresivamente la cartera vencida con coactivas para que se establezcan metas más altas ya que la cartera vencida acumulada es mucho más grande. Además, cada que se hacen campañas del impuesto predial, hemos visto buena acogida por parte de la gente, parte del éxito es que la gente conozca lo que el municipio hace, a los contribuyentes les gusta ver que su dinero se ve reflejado en la inversión del Cantón, ya que para ellos es importante saber cómo el municipio invierte los recursos. Por lo tanto, es recomendable hacerlo en el primer semestre del año para que así los concordenses obtengan el beneficio del descuento mensual de enero a junio que por ley lo poseen. Ya que ahí es cuando surgen los comentarios de un contribuyente a otro sobre el descuento, el comentario mismo de la gente es lo que incentiva a pagar sus impuestos. Y por último se recomienda la realización de una fuerte campaña publicitaria a través de medios televisivos regionales como OV, Majestad y

Zaracay TV, así como su difusión en la pantalla gigante que se encuentra ubicado en el parque central.

REFERENCIAS

- Aquino, J. (11 de enero de 2021). Entrevista con Juan Aquino.
- Bohórquez, J. (2020). 02 El target y los medios [Material de clase]. Dirección creativa, Universidad de Las Américas, Quito, Ecuador.
- Bohórquez, J. (2020). Formatos publicitarios ejemplos [Material de clase]. Dirección creativa, Universidad de Las Américas, Quito, Ecuador.
- Bohórquez, J. (2020). 03 Todos somos creativos [Material de clase]. Dirección creativa, Universidad de Las Américas, Quito, Ecuador.
- Bohórquez, J. (2020). 02 El proceso creativo [Material de clase]. Dirección creativa, Universidad de Las Américas, Quito, Ecuador.
- Mendoza, R. (21 de septiembre de 2020). Buyer persona: cómo definir a tu cliente ideal. Semrush Blog. Recuperado de https://es.semrush.com/blog/como-crear-un-buyer-persona/?kw=&cmp=LM_SRCH_DSA_Blog_Core_BU_ES&label=dsa_pagefeed&Network=g&Device=c&utm_content=515771136124&kwid=dsa-1064844093050&cmpid=11816984086&agpid=115746096198&BU=Core&extid=151669657170&adpos=&gclid=EAlalQobChMII9DTp5_m9AIVJAWICR2O2ATLEAAYASAAEgKVhvd_BwE
- Olivero, P., Uria, O., y Aparicio, E. (Productores), y Aparicio, X. (Director). (2011).
- Peiró, R. (s.f.). Spot publicitario. Economipedia. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/spot-publicitario.html>
- Rodríguez, C. (11 de enero de 2021). Entrevista con Carola Rodríguez.
- Somos Salvadoreños. España: Garage Films. Devolucion de impuestos – Spot campaña de difusión 2018. (19 de junio de 2018). Prodecon México [Youtube]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=fTlylYIZZpc>
- Spot Agricultura. (08 de febrero de 2017). Agroseguro [Youtube]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=QuoqfP9iV38>
- Suarez, R. (Productor), y Zurita, X. (Director). (2021). Campaña Guillermo Lasso. Ecuador: Lettera.

Concejo Municipal. (2020). Ordenanza condonación de tributos. La Concordia:
Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón La Concordia
Vega, V. (11 de enero de 2021). Entrevista con Vanesa Vega.

ANEXOS

Presupuesto Real

PRESUPUESTO GENERAL: (Tus impuestos por obras)								
Cuenta	ITEM	Subitem	CANT	UNIDAD	X	V.UNIT	V.TOTAL	TOTALES
		Option						
		Derechos (ya pagos)	1				\$956,65	
11-01	TOTAL	Guión						\$956,65
		Registro EPI (Ecuador)					\$208,00	
11-02	TOTAL	Registros de derechos de autor						\$208,00
		fotocopias guión	10			\$0,60	\$6,00	
		fotocopias guión					\$0,00	
11-03	TOTAL	Fotocopias						\$6,00
		Traducción (inglés y francés)					\$0,00	
11-04	TOTAL	Traducción						\$0,00
11-00	TOTAL	GUION						\$1.170,65
		Productor	1	Proyect			\$956,65	
12-01	TOTAL	Productores						\$956,65
		varios (gastos representación)		Proyect			\$300,00	
		varios (gastos representación)					\$0,00	
12-02	TOTAL	Gastos representación						\$300,00
							\$0,00	
							\$0,00	
		Viaje ida y regreso a La Concordia					\$120,00	
							\$0,00	
12-03	TOTAL	Travel and living						\$120,00
12-00	TOTAL	PRODUCTORES						\$1.376,65
							\$0,00	
		Director	1	proyect			\$1.000,00	
13-01	TOTAL	Director						\$1.000,00
							\$0,00	
							\$0,00	
		Viaje a la Concordia					\$40,00	
13-02	TOTAL	Travel and living DIRECTOR						\$40,00
13-00	TOTAL	DIRECTOR						\$1.040,00

			1	Proyect			\$30,00	
14-01	TOTAL	Teléfono						\$30,00
14-00	TOTAL	OTROS GASTOS						\$30,00
TOTAL ABOVE THE LINE								\$3.617,30
15-01		Elenco PRINCIPAL						
		Laura	1	día			\$400,00	
		Nicolas	1	día			\$200,00	
		Andrea	1	día			\$600,00	
		Pablo	1	día			\$400,00	
		Claudia	1	día			\$200,00	
		Juan	1	día			\$400,00	

				1	\$0,00	
15-01	TOTAL	Elenco PRINCIPAL		1		\$2.200,00
				1	\$0,00	
				1	\$0,00	
		Alimentación	1 día	1	\$50,00	
		Búsqueda Local Producida	1 semana	1	\$200,00	
		Alquiler de Cámaras y Equipo	1 día	1	\$100,00	
15-02	TOTAL	Gastos Casting		1		\$350,00
				1	\$0,00	
				1	\$0,00	
				1	\$0,00	
				1	\$0,00	
				1	\$0,00	
15-04	TOTAL	Elenco SECUNDARIO		1		\$0,00
		Extra 1	1 día	1	\$60,00	
		Extra niña 2	1 día	1	\$60,00	
		Extra niño 3	1 día	1	\$60,00	
				1	\$0,00	
15-05	TOTAL	Talento ADICIONAL		1		\$180,00
				1	\$0,00	
				1	\$0,00	
15-06	TOTAL	Gastos talento ADICIONAL		1		\$0,00
15-00	TOTAL	CAST Y CASTING		1		\$2.730,00
				1	\$0,00	
				1	\$0,00	
				1	\$0,00	
		Asistente de producción	1 día	1	\$300,00	
16-01	TOTAL	UPM/Line Producer		1		\$300,00
				1	\$0,00	
				1	\$0,00	
				1	\$0,00	
				1	\$0,00	
		Asistente de dirección	1 día	1	\$700,00	
16-02	TOTAL	Asistentes de Dirección		1		\$700,00
				1	\$0,00	
		Jefe de producción	1 día	1	\$700,00	
16-03	TOTAL	Coordinación de producción		1		\$700,00
				1	\$0,00	
				1	\$0,00	
				1	\$0,00	
				1	\$0,00	
				1	\$0,00	
		Video asistente	1 día	1	\$100,00	
16-04	TOTAL	Supervisor Script		1		\$100,00
				1	\$0,00	
			1 proyect	1	\$400,00	
16-05	TOTAL	Contador		1		\$400,00
		1er asistente de producción	1 día	1	\$300,00	
16-06	TOTAL	Asistentes de producción		1		\$300,00
		Director de fotografía	1 día	1	\$800,00	
16-07	TOTAL	Videógrafo		1		\$800,00
16-00	TOTAL	EQUIPO DE PRODUCCION STAFF		1		\$2.500,00
				1	\$0,00	
		asistente de arte	1 día	1	\$400,00	
		Director de Arte	1 día	1	\$800,00	
				1	\$0,00	
17-02	TOTAL	Investigación/compras		1		\$0,00
				1	\$0,00	
		Pintor	1 día	1	\$100,00	
		Pintura y material		1	\$100,00	
		Decoración		1	\$300,00	
17-03	TOTAL	Escenógrafo y Decoración		1		\$500,00
				1	\$0,00	
				1	\$0,00	
		Otros		1	\$100,00	
		Choclos	1	4	\$1,00	\$4,00
		Canastas	1	1	\$5,00	
17-04	TOTAL	Utería		1		\$109,00
				1	\$2,50	
				1	\$5,00	
				1	\$0,00	
				1	\$0,00	
				1	\$0,00	
				1	\$0,00	
		Vestuario		1	\$300,00	
17-05	TOTAL	Vestuario		1		\$307,50
				1	\$20,00	
				1	\$0,00	
				1	\$0,00	
				1	\$0,00	
				1	\$0,00	
		Maquillista	1 día	1	\$120,00	
17-06	TOTAL	Maquillaje y peinados		1		\$140,00
17-00	TOTAL	UNIDAD DE ARTE		1		\$2.256,50
		banderas	1 día	1	\$400,00	
		Luces	1 día	1	\$2.000,00	

18-01	TOTAL	Alquiler de equipos GRIP y LUCES		1		\$2,400.00
				1		\$0.00
		Tecnico	1 día	1		\$120.00
		Grid	1 día	1		\$200.00
		Gaffer	1 día	1		\$300.00
18-02	TOTAL	CREW Grips y luces		1		\$620.00
				1		\$0.00
		Gasolina/mantenimiento		1		\$30.00
		Transporte	1 día	1		\$75.00
18-04	TOTAL	Transporte y gasolina GRIP y LUCES		1		\$105.00
18-00	TOTAL	EQUIPO DE GRIP Y LUCES		1		\$3,125.00
		Accesorios		1		\$100.00
		Kit Asistencia de Cámara	1 día	1		\$175.00
		drone	1 día	1		\$200.00
19-01		Equipo de fotografía		1		\$475.00
		1 kit de lentes	1 día	1		\$800.00
		sony as3	1 día	1		\$175.00
19-02		Alquiler de cámara		1		\$975.00
				1		\$0.00
				1		\$0.00
		transporte	2 día	1		\$75.00
19-03		accesorios		1		\$75.00
19-00	TOTAL	FOTOGRAFIA		1		\$1,525.00
				1		\$0.00
		Boom Operador	1 día	1		\$450.00
20-01	TOTAL	Equipo de sonido		1		\$450.00
				1		\$0.00
				1		\$0.00
		Equipo de sonido	1 día	1		\$125.00
20-02	TOTAL	Alquiler paquete de sonido		1		\$125.00
20-00	TOTAL	SONIDO		1		\$575.00
				1		\$0.00
				1		\$0.00
				1		\$0.00
				1		\$0.00
				1		\$0.00
				1		\$0.00
				1		\$0.00
				1		\$0.00
21-01	TOTAL	Autos y camionetas		1		\$0.00
				1		\$0.00
				1		\$0.00
				1		\$0.00
				1		\$0.00
21-02	TOTAL	Gasolina/mantenimiento		1		\$0.00
				1		\$0.00
				1		\$0.00
				1		\$0.00
		Tranposte otros	1 proyect	1		\$100.00
21-03	TOTAL	Gastos transporte adicional		1		\$100.00
21-00	TOTAL	TRANSPORTE		1		\$100.00
		Encargado de las locaciones	1 proyect	1		\$250.00
22-01	TOTAL	Personal de locaciones		1		\$250.00
				1		\$0.00
		Alimentacion Scouting	1 proyect	1		\$30.00
		Transporte Scouting	1 proyect	1		\$100.00
22-02	TOTAL	Costos de scout		1		\$130.00
				1		\$0.00
				1		\$0.00
22-03	TOTAL	Seguridad en el set		1		\$0.00
				1		\$0.00
				1		\$0.00
				1		\$0.00
22-04	TOTAL	Alquileres/limpiezas/bodegas		1		\$0.00
				1		\$0.00
				1		\$0.00
		Comida	1 día	1		\$200.00
22-05	TOTAL	Catering y craft		1		\$200.00
				1		\$80.00
22-06	TOTAL	Comunicaciones		1		\$80.00
				1		\$0.00
				1		\$0.00
				1		\$0.00
				1		\$0.00
				1		\$0.00
22-07	TOTAL	Teléfonos		1		\$0.00
				1		\$0.00
				1		\$0.00
		Compras producción y locación		1		\$0.00
22-08	TOTAL	GASTOS EN LOCACION		1		\$660.00
				1		\$0.00
23-01		autos de pantalla		1		\$0.00
				1		\$0.00
				1		\$0.00
23-02		animales		1		\$0.00
23-00	TOTAL	AUTOS DE PANTALLA Y ANIMALES		1		\$0.00
				1		\$0.00
				1		\$0.00
				1		\$0.00
				1		\$0.00
		Alquiler de carro		1		\$100.00
24-01	TOTAL	TRAVEL Equipo técnico		1		\$100.00
				1		\$0.00
				1		\$0.00

24-02	LIVING Equipo técnico			1		\$0,00	
24-02-01	Impuestos Hoteles			1		\$0,00	\$0,00
				1		\$0,00	
				1		\$0,00	
				1		\$0,00	
				1		\$0,00	
				1		\$0,00	
				1		\$0,00	
				1		\$0,00	
				1		\$0,00	
24-03	VIATICOS Equipo técnico			1		\$0,00	\$0,00
				1		\$0,00	
				1		\$0,00	
				1		\$0,00	
24-04	TRAVEL Elenco			1		\$0,00	\$0,00
				1		\$0,00	
				1		\$0,00	
24-05	LIVING Elenco			1		\$0,00	\$0,00
				1		\$0,00	
				1		\$0,00	
				1		\$0,00	
				1		\$0,00	
				1		\$0,00	
	VIATICOS Elenco			1		\$50,00	
24-06	VIATICOS Elenco			1		\$50,00	\$50,00
24-00	TRAVEL AND LIVING TODOS			1			\$150,00
	TOTAL PRODUCCION						\$13.621,50
	Editores	1	proyect	1		\$400,00	
	Colorizacion	1	proyect	1		\$500,00	
25-01	TOTAL Editores			1		\$0,00	\$900,00
25-02	TOTAL Facilidades			1		\$0,00	\$0,00
25-03	TOTAL Compras			1			\$0,00
25-00	EDICION IMAGEN			1			\$900,00
	Locucion	1	dia	1		\$200,00	
	Diseño y sonorización	1	proyect	1		\$300,00	
26-01	TOTAL Diseño y sonorización			1		\$60,00	\$500,00
26-02	TOTAL Licencia Dolby			1		\$0,00	\$60,00
	Melodia			1		\$200,00	
26-03	TOTAL Música			1		\$0,00	\$200,00
				1		\$0,00	
26-04	Travel/living post			1			\$0,00
26-00	POST PRODUCCION SONIDO Y MUSICA			1			\$760,00
27-01	TOTAL Tape-to-film			1		\$0,00	\$0,00
				1		\$0,00	
27-02	TOTAL Subtitulación y copias			1		\$0,00	\$0,00
27-03	TOTAL Viajes			1		\$0,00	\$0,00
				1		\$0,00	
27-04	TOTAL Otros procesos			1			\$0,00
27-00	LABORATORIO POST			1			\$0,00
	TOTAL POST-PRODUCCION						\$1.680,00
	Seguros pelicula	1	proyect	1		\$300,00	
28-01	TOTAL Seguros pelicula			1		\$0,00	\$300,00
				1		\$0,00	
28-02	TOTAL Pólizas			1		\$0,00	\$0,00
				1		\$0,00	
	Seguros equipo técnico y cast	1	proyect	1		\$300,00	
28-03	TOTAL Seguros equipo técnico y cast			1			\$300,00
28-00	SEGUROS Y POLIZAS			1			\$600,00
				1		\$0,00	
				1		\$0,00	
29-01	TOTAL Abogados			1			\$0,00
29-00	COSTOS LEGALES			1			\$0,00
30-01	TOTAL Casa Productora	1	proyect	1		\$1.913,30	\$1.913,30
				1		\$0,00	
				1		\$0,00	
				1		\$0,00	
30-02	TOTAL Gastos de oficina			1			\$0,00
30-00	GASTOS ADMINISTRATIVOS			1			\$1.913,30
	TOTAL ADMINISTRATIVOS						\$2.513,30
	TOTAL ABOVE THE LINE +PRODUCCION						\$17.238,80
	TOTAL ABOVE THE LINE +PRODUCCION+ ADMINISTRATIVOS						\$19.752,10
	SUBTOTAL						\$21.412,10
	Contingencia 3% : 3.00%						\$642,36
	IVA : 12.00%						\$2.646,54
	GRAN TOTAL						\$24.701,00

RESUMEN DE PRESUPUESTO : (Tus impuestos por obras)							
Cuenta	ITEM	CANT	UNIDAD	X	V.UNIT	V.TOTAL	TOTALES
11-00	TOTAL GUIÓN						\$1,170.65
12-00	TOTAL PRODUCTORES						\$1,376.65
13-00	TOTAL DIRECTOR						\$1,040.00
14-00	TOTAL OTROS GASTOS						\$30.00
TOTAL ABOVE THE LINE							\$3,617.30
15-00	TOTAL CAST Y CASTING						\$2,730.00
16-00	TOTAL EQUIPO DE PRODUCCION STAFF						\$2,500.00
17-00	TOTAL UNIDAD DE ARTE						\$2,256.50
18-00	EQUIPO DE GRIP Y LUCES						\$3,125.00
19-00	FOTOGRAFIA						\$1,525.00
20-00	SONIDO						\$575.00
21-00	TRANSPORTE						\$100.00
22-00	GASTOS EN LOCACION						\$660.00
23-00	PICTURE CARS Y ANIMALES						\$0.00
24-00	TRAVEL AND LIVING TODOS						\$150.00
TOTAL PRODUCCION							\$13,621.50
25-00	EDICION IMAGEN						\$900.00
26-00	POST PRODUCCION SONIDO Y MUSICA						\$760.00
27-00	LABORATORIO POST						\$0.00
TOTAL POST-PRODUCCION							\$1,660.00
28-00	SEGUROS Y POLIZAS						\$600.00
29-00	COSTOS LEGALES						\$0.00
30-00	GASTOS ADMINISTRATIVOS						\$1,913.30
TOTAL ADMINISTRATIVOS							\$2,513.30
TOTAL ABOVE THE LINE +PRODUCCION							\$17,238.80
TOTAL ABOVE THE LINE +PRODUCCION+ ADMINISTRATIVOS							\$19,752.10
SUBTOTAL							\$21,412.10
Contingencia 3% : 3.00%							\$642.36
IVA : 12.00%							\$2,646.54
GRAN TOTAL							\$24,701.00

Presupuesto Práctico

PRESUPUESTO GENERAL: Tus impuestos por obras								
Cuent	ITEM	Subitem	CANT	UNIDAD	X	V.UNIT	V.TOTAL	TOTALES
		Option				1	\$0.00	
		Derechos (ya pagos)				1	\$0.00	
11-01	TOTAL	Guión				1	\$0.00	\$0.00
		Registro IEPI (Ecuador)				1	\$0.00	
11-02	TOTAL	Registros de derechos de autor				1	\$0.00	\$0.00
		fotocopias guión				1	\$0.00	
		fotocopias guión				1	\$0.00	
11-03	TOTAL	Fotocopias				1	\$0.00	\$0.00
		Traducción (inglés y francés)				1	\$0.00	
11-04	TOTAL	Traducción				1	\$0.00	\$0.00
11-00	TOTAL	GUIÓN				1	\$0.00	\$0.00
		Productor				1	\$0.00	
12-01	TOTAL	Productores				1	\$0.00	\$0.00
		varios (gastos representación)				1	\$0.00	
		varios (gastos representación)				1	\$0.00	
12-02	TOTAL	Gastos representación				1	\$0.00	\$0.00
						1	\$0.00	
						1	\$0.00	
						1	\$0.00	
		Travel and living				1	\$0.00	
12-03	TOTAL	PRODUCTOR				1	\$0.00	\$0.00
12-00	TOTAL	PRODUCTORES				1	\$0.00	\$0.00
						1	\$0.00	
						1	\$0.00	
13-01	TOTAL	Director				1	\$0.00	\$0.00
						1	\$0.00	
						1	\$0.00	
		Travel and living				1	\$0.00	
13-02	TOTAL	DIRECTOR				1	\$0.00	\$0.00
13-00	TOTAL	DIRECTOR				1	\$0.00	\$0.00
						1	\$0.00	
14-01	TOTAL	Teléfono				1	\$0.00	\$0.00
14-00	TOTAL	OTROS GASTOS				1	\$0.00	\$0.00
TOTAL ABOVE THE LINE							\$0.00	
15-01		Elenco PRINCIPAL				1	\$0.00	
		Laura				1	\$0.00	

15-01	Elenco PRINCIPAL		1		
	Laura		1	\$0.00	
	Nicolas		1	\$20.00	
	Andrea		1	\$0.00	
	Pablo		1	\$20.00	
	Claudia		1	\$0.00	
	Juan		1	\$0.00	
			1	\$0.00	
			1	\$0.00	
			1	\$0.00	
15-01	TOTAL Elenco PRINCIPAL		1		\$40.00
15-02	TOTAL Gastos Casting		1	\$0.00	\$0.00
			1	\$0.00	
			1	\$0.00	
			1	\$0.00	
			1	\$0.00	
15-04	TOTAL Elenco SECUNDARIO		1		\$0.00
	Extra 1		1	\$0.00	
	Extra niña 2		1	\$0.00	
	Extra niño 3		1	\$0.00	
			1	\$0.00	
15-05	TOTAL Talento ADICIONAL		1		\$0.00
			1	\$0.00	
			1	\$0.00	
15-06	TOTAL Gastos talento ADICIONAL		1		\$0.00
15-00	TOTAL CAST Y CASTING		1		\$40.00
			1	\$0.00	
			1	\$0.00	
			1	\$0.00	
			1	\$0.00	
16-01	TOTAL UPM/Line Producer		1		\$0.00
			1	\$0.00	
			1	\$0.00	
			1	\$0.00	
			1	\$0.00	
			1	\$0.00	
16-02	TOTAL Asistentes de Dirección		1		\$0.00
			1	\$0.00	
			1	\$0.00	
	Coordinación de		1		\$0.00
16-02	TOTAL producción		1		\$0.00
			1	\$0.00	
16-04	TOTAL Supervisor Script		1		\$0.00
			1	\$0.00	
			1	\$0.00	
16-05	TOTAL Contador		1		\$0.00
			1	\$0.00	
16-06	TOTAL Asistentes de producción		1		\$0.00
			1	\$0.00	
16-07	TOTAL Videógrafo		1		\$0.00
16-00	TOTAL EQUIPO DE PRODUCCION STAFF		1		\$0.00
			1	\$0.00	
			1	\$0.00	
			1	\$0.00	
17-01	TOTAL Director de Arte		1		\$0.00
			1	\$0.00	
17-02	TOTAL Investigación/compras		1		\$0.00
			1	\$0.00	
			1	\$0.00	
			1	\$0.00	
			1	\$0.00	
17-03	TOTAL Escenógrafo y Decoración		1		\$0.00
			1	\$0.00	
			1	\$0.00	
			1	\$0.00	
			1	\$0.00	
			1	\$0.00	
17-04	TOTAL Utilería		1		\$0.00
	Choclos		1	\$2.50	
	Canasta		1	\$5.00	
			1	\$0.00	
			1	\$0.00	
			1	\$0.00	
			1	\$0.00	
			1	\$0.00	
17-05	TOTAL Vestuario		1		\$7.50
	Vestido Laura		1	\$20.00	
	Camisetas		1	\$0.00	
			1	\$0.00	
			1	\$0.00	
			1	\$0.00	
			1	\$0.00	
17-06	TOTAL Maquillaje y peinados		1		\$20.00
17-00	TOTAL UNIDAD DE ARTE		1		\$27.50
			1	\$0.00	
			1	\$0.00	
18-01	TOTAL Alquiler de equipos GRIP y LUCES		1		\$0.00

				1	\$0,00	
18-04	TOTAL	Transporte y gasolina GRIP y LUCES		1		\$0,00
18-00	EQUIPO DE GRIP Y LUCES			1		\$0,00
				1	\$0,00	
				1	\$0,00	
				1	\$0,00	
19-01		Equipo de fotografia drone		1		\$0,00
				1	\$150,00	
				1	\$0,00	
19-02		Alquiler de cámara		1		\$150,00
				1	\$0,00	
				1	\$0,00	
				1	\$0,00	
19-03		Transporte de cámara y accesorios		1		\$0,00
19-00	FOTOGRAFIA			1		\$150,00
				1	\$0,00	
				1	\$0,00	
20-01	TOTAL	Equipo de sonido		1		\$0,00
				1	\$0,00	
				1	\$0,00	
				1	\$0,00	
20-02	TOTAL	Alquiler paquete de sonido		1		\$0,00
20-00	SONIDO			1		\$0,00
				1	\$0,00	
				1	\$0,00	
				1	\$0,00	
				1	\$0,00	
				1	\$0,00	
				1	\$0,00	
				1	\$0,00	
21-01	TOTAL	Autos y camionetas		1		\$0,00
				1	\$0,00	
				1	\$0,00	
				1	\$0,00	
21-02	TOTAL	Gasolina/mantenimiento		1		\$0,00
				1	\$0,00	
				1	\$0,00	
				1	\$0,00	
				1	\$0,00	
21-03	TOTAL	Gastos transporte adicional		1		\$0,00
21-00	TRANSPORTE			1		\$0,00
				1	\$0,00	
				1	\$0,00	
22-02	TOTAL	Costos de scout		1		\$0,00
				1	\$0,00	
				1	\$0,00	
22-03	TOTAL	Seguridad en el set		1		\$0,00
				1	\$0,00	
				1	\$0,00	
				1	\$0,00	
22-04	TOTAL	Alquileres/limpiezas/bodegas		1		\$0,00
				1	\$0,00	
				1	\$0,00	
				1	\$0,00	
22-05	TOTAL	Catering y craft		1		\$0,00
		Comida		1	\$80,00	
22-06	TOTAL	Comunicaciones		1		\$80,00
				1	\$0,00	
				1	\$0,00	
22-07	TOTAL	Teléfonos		1		\$0,00
				1	\$0,00	
				1	\$0,00	
22-08	TOTAL	Compras producción y locación		1		\$0,00
22-00	GASTOS EN LOCACION			1		\$80,00
				1	\$0,00	
23-01		autos de pantalla		1		\$0,00
				1	\$0,00	
				1	\$0,00	
23-02		animales		1		\$0,00
23-00	AUTOS DE PANTALLA Y ANIMALES			1		\$0,00
				1	\$0,00	
				1	\$0,00	
				1	\$0,00	
				1	\$0,00	
24-01		TRAVEL Equipo técnico		1		\$0,00
				1	\$0,00	
				1	\$0,00	
				1	\$0,00	
				1	\$0,00	
				1	\$0,00	
24-02		LIVING Equipo técnico		1		\$0,00
24-02-01		Impuestos Hoteles		1		\$0,00
				1	\$0,00	

24-03	VIATICOS Equipo técnico			1		\$0.00
				1		\$0.00
				1		\$0.00
				1		\$0.00
24-04	TRAVEL Elenco			1		\$0.00
				1		\$0.00
				1		\$0.00
				1		\$0.00
24-05	LIVING Elenco			1		\$0.00
				1		\$0.00
				1		\$0.00
				1		\$0.00
				1		\$0.00
				1		\$0.00
24-06	VIATICOS Elenco			1		\$0.00
24-00	TRAVEL AND LIVING TODOS			1		\$0.00
TOTAL PRODUCCION						\$297.50

25-01	TOTAL Editores			1		\$0.00
				1		\$0.00
25-02	TOTAL Facilidades			1		\$0.00
				1		\$0.00
25-03	TOTAL Compras			1		\$0.00
25-00	EDICION IMAGEN			1		\$0.00
				1		\$0.00
				1		\$0.00
26-01	TOTAL Diseño y sonorización			1		\$0.00
	Soundtrack			1		\$60.00
26-02	TOTAL Licencia Dolby			1		\$60.00
				1		\$0.00
				1		\$0.00
26-03	TOTAL Música			1		\$0.00
				1		\$0.00
26-04	Travel/living post			1		\$0.00
26-00	POST PRODUCCION SONIDO Y MUSICA			1		\$60.00
				1		\$0.00
27-01	TOTAL Tape-to-film			1		\$0.00
				1		\$0.00
				1		\$0.00
27-02	TOTAL Subtitulación y copias			1		\$0.00
				1		\$0.00
27-03	TOTAL Viajes			1		\$0.00
				1		\$0.00
27-04	TOTAL Otros procesos			1		\$0.00
27-00	LABORATORIO POST			1		\$0.00
TOTAL POST-PRODUCCION						\$60.00
				1		\$0.00
28-01	TOTAL Seguros película			1		\$0.00
				1		\$0.00
				1		\$0.00
28-02	TOTAL Pólizas			1		\$0.00
				1		\$0.00
				1		\$0.00
	Seguros equipo técnico y					
28-03	TOTAL cast			1		\$0.00
28-00	SEGUROS Y POLIZAS			1		\$0.00
				1		\$0.00
				1		\$0.00
29-01	TOTAL Abogados			1		\$0.00
29-00	COSTOS LEGALES			1		\$0.00
				1		\$0.00
30-01	TOTAL Casa Productora			1		\$0.00
				1		\$0.00
				1		\$0.00
				1		\$0.00
30-02	TOTAL Gastos de oficina			1		\$0.00
30-00	GASTOS ADMINISTRATIVOS			1		\$0.00
TOTAL ADMINISTRATIVOS						\$0.00
TOTAL ABOVE THE LINE +PRODUCCION						\$297.50
TOTAL ABOVE THE LINE +PRODUCCION+ ADMINISTRATIVOS						\$297.50
SUBTOTAL						\$357.50
Contingencia 3% : 3.00%						\$10.73
IVA : 14.00%						\$51.55
GRAN TOTAL						\$419.78

RESUMEN DE PRESUPUESTO : Tus impuestos por obras							
Cuentas	ITEM	CANT.	UNIDAD	X	V.UNIT	V.TOTAL	TOTALES
11-00	TOTAL GUION						\$0.00
12-00	TOTAL PRODUCTORES						\$0.00
13-00	TOTAL DIRECTOR						\$0.00
14-00	TOTAL OTROS GASTOS						\$0.00
TOTAL ABOVE THE LINE							\$0.00
15-00	TOTAL CAST Y CASTING						\$40.00
16-00	TOTAL EQUIPO DE PRODUCCION STAFF						\$0.00
17-00	TOTAL UNIDAD DE ARTE						\$27.50
18-00	EQUIPO DE GRIP Y LUCES						\$0.00
19-00	FOTOGRAFIA						\$150.00
20-00	SONIDO						\$0.00
21-00	TRANSPORTE						\$0.00
22-00	GASTOS EN LOCACION						\$80.00
23-00	PICTURE CARS Y ANIMALES						\$0.00
24-00	TRAVEL AND LIVING TODOS						\$0.00
TOTAL PRODUCCION							\$297.50
25-00	EDICION IMAGEN						\$0.00
26-00	POST PRODUCCION SONIDO Y MUSICA						\$60.00
27-00	LABORATORIO POST						\$0.00
TOTAL POST-PRODUCCION							\$60.00
28-00	SEGUROS Y POLIZAS						\$0.00
29-00	COSTOS LEGALES						\$0.00
30-00	GASTOS ADMINISTRATIVOS						\$0.00
TOTAL ADMINISTRATIVOS							\$0.00
TOTAL ABOVE THE LINE +PRODUCCION							\$297.50
TOTAL ABOVE THE LINE +PRODUCCION+ ADMINISTRATIVOS							\$297.50
SUBTOTAL							\$357.50
Contingencia 3% : 3.00%							\$10.73
IVA: 14.00%							\$51.55
GRAN TOTAL							\$419.78