



UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS

FACULTAD DE POSGRADOS Y ESCUELA DE NEGOCIOS

MAESTRIA EN DIRECCIÓN Y POST PRODUCCIÓN

AUDIOVISUAL

**TEMA: ELABORACIÓN DE UN SPOT PUBLICITARIO DE LA MARCA
PRODUCTOS ARTESANALES RUIZ SEÑOR**

DOCENTE: ANDRÉS BOLIVAR REVELO MOREJÓN

AUTOR: JOSE EDUARDO MELENDEZ MEJIA

2021

RESUMEN

Productos “Ruiz Señor”. es una Mipymes ubicada en la ciudad de Riobamba-Ecuador, dedicada principalmente a la producción de grosella y mango encurtido, salsa de chile habanero, Chimichurri, sal parrillera, y base para michelada, la marca se publicita por redes sociales sin un producto audiovisual, por lo que el objetivo de este proyecto fue la creación de un spot publicitario que genere más interacción y visualización de sus productos, para lo cual se realizó una investigación previa de la situación actual de la microempresa, se identificó estrategias de publicidad y se desarrolló la idea que se enmarcó en el concepto: “Productos Ruiz Señor, alimentos que unen”, que enfatiza los sentimientos de amor, amistad y la alegría de compartir momentos en pareja, amigos y en familia al consumir los alimentos de esta marca. Se grabó el spot, aplicando técnicas de pre producción, producción y post producción. El video es de 35 segundos con *bars and tone* al principio y al final con CODEC H264 y encuadre 16:9 a 24 fps exportados y audio estéreo 48000HZ. Muestra una pareja de esposos que prepara carne asada y papas al horno, de pronto colocan salsa de chile habanero y chimichurri sobre la carne, Padre, Madre e hija que están en el comedor de su hogar disfrutando de un juego de mesa y consumen grosella y mango encurtido, tres amigos que viven la pasión del futbol, al gritar un gol de la selección, uno de ellos bebe michelada y finalmente se muestran los productos de la marca junto al isologo en animación 3D.

ABSTRACT

Products "Ruiz Señor" is a Mipymes located in the city of Riobamba-Ecuador, mainly dedicated to the production of gooseberry and pickled mango, habanero chili sauce, Chimichurri, grilled salt, and base for michelada, the brand is advertised by social networks without an audiovisual product, so the objective of this project was the creation of an advertising spot that generates more interaction and visualization of your products for which a previous investigation of the current situation of the microenterprise was carried out, advertising strategies were identified and the idea was developed that was framed in the concept: "Ruiz Señor Products, foods that unite", which emphasizes the feelings of love, friendship and the joy of sharing moments as a couple, friends and family when consuming the foods of this brand. The spot was recorded, applying pre-production, production, and post-production techniques. The video is 35 seconds with bars and tone at the beginning and end with CODEC H264 and framing 16:9 at 24 fps exported and stereo audio 48000HZ. It shows a married couple preparing roast beef and baked potatoes, suddenly they place habanero and chimichurri chili sauce on the meat, Father, Mother and daughter who are in the dining room of their home enjoying a board game and consume gooseberry and pickled mango, three friends who live the passion of football, shouting a goal of the selection, one of them drinks michelada and finally the brand's products are shown next to the logo in 3D animation.

Tabla de contenido

1. Introducción	1
2. Revisión de literatura relacionada al proyecto.....	2
2.1. Definiciones.....	2
2.2. Tipos de spots publicitarios	2
3. Identificación del objeto de estudio	5
3.1. Análisis del cliente y del sector.....	5
4. Planteamiento del problema	10
5. Objetivos.....	10
5.1 Objetivo General	10
5.2 Objetivos Específicos.....	10
6. Propuesta de la idea creativa	11
6.1. Visión del Director	11
6.2. Perfil del buyer persona.....	12
6.3. Definición del tono.....	13
6.4. Respuesta esperada	13
6.5. Formato de transmisión del mensaje.....	13
6.6. Propuesta de photoboard	14
7. Carpeta de Pre producción.	15
7.1. Guion Literario.	15
7.2. Guion Técnico.....	17
7.3. Planos de Piso	19
7.4. Desglose de Guion	20
7.5. Cronograma de Planos.....	24
7.6. Storyboard.....	26
7.7. Plan de rodaje	28
7.8. Propuesta Estética.....	28
7.9. Propuesta de Arte	28
7.10. Propuesta de Fotografía y Cámara.....	32
7.11. Propuesta de Sonido	35
7.12. Animación	35
7.13. Casting.....	36

7.14. Scouting	40
7.15. Presupuesto real y acorde	47
8. Conclusiones y Recomendaciones	49
8.1. Conclusiones	49
8.2. Recomendaciones	49
9. Referencias.....	50
9.1. Bibliografía	50
10. ANEXOS	53

1. Introducción

En el Ecuador, el desempleo se ubicó en agosto del 2021 en 4.9% (INEC, 2021), esta problemática y la desesperación de la población por generar ingresos económicos hace que se cree emprendimientos en diversas actividades y servicios que hoy en día se publicitan en las redes sociales. En este ámbito de desempleo un joven profesional se vio en la necesidad de emprender creando la marca “Ruiz Señor” produciendo y comercializando inicialmente de forma artesanal y con receta familiar encurtidos de grosellas que logró una gran acogida entre los jóvenes, actualmente y conservando lo artesanal y tradicional ha incrementado sus productos.

Por otra parte, las redes sociales son actualmente muy utilizadas en todo tipo de negocio para generar ventas, además de ser las estrategias de marketing de gran importancia para potenciar la publicidad y subir los márgenes de ganancia de las Mipymes y grandes empresas (Campoverde, 2021).

La estrategia de marketing se logra a través de la producción audiovisual, puesto que, al crear una imagen mental en el consumidor del producto o servicio logrando que tenga una percepción positiva de éstos y satisfaga sus necesidades (Gómez, 2019).

Con lo anterior, se propone la elaboración de un spot publicitario englobando para ello todo el proceso creativo y de producción a partir de una marca “Ruiz Señor” que es una microempresa, ubicada en la ciudad de Riobamba-Ecuador, cuyo gerente propietario es el Ingeniero Merwin Ruiz, quien ofrece una variedad de productos elaborados por él como: grosella y mango encurtido, salsa de chile habanero, Chimichurri, sal parrillera, vino y base para michelada. Su método para publicitarse es a través de ferias de emprendimiento y por redes sociales y no cuenta con un producto audiovisual, por lo tanto, se hace fundamental la creación de un video spot publicitario que pueda generar más interacción y visualización de los productos alimenticios que ofrece al público en este medio digital.

2. Revisión de literatura relacionada al proyecto

En este apartado, se explicará brevemente que es una producción audiovisual, que es un Spot Publicitario y se analizará algunos tipos de spots publicitarios que tienen relación a la propuesta de este trabajo, también se tratará sobre la publicidad en redes sociales.

2.1. Definiciones

La producción audiovisual es la producción de productos filmicos para ser transmitidos por la televisión, cine, sitios webs y redes sociales (Ayala , 2018).

El spot publicitario es una clase de producción audiovisual que se utiliza para promocionar un evento, empresa, institución, lugar, servicio o producto determinado que se crea para persuadir e incentivar al público que lo adquiera (Muriel, 2018).

Estos medios de comunicación audiovisual se caracterizan por el uso de imágenes en movimiento combinadas con sonido de fondo, por su corta duración y la creatividad empleada para llamar la atención del público (Antezana, 2017).

2.2. Tipos de spots publicitarios

Castro (2019), menciona diversos tipos de publicidad en función:

- ✓ Del Objetivo,
- ✓ Del Target,
- ✓ Del medio de difusión,
- ✓ Del alcance geográfico,
- ✓ De la forma en que se transmite el mensaje,
- ✓ Del número de anunciantes,
- ✓ De la naturaleza del anunciante y
- ✓ En función del contenido.

A continuación, se mencionará algunos tipos de publicidad por su contenido que se puede escoger para los spots:

Publicidad emotiva, con la que se pretende una reacción emotiva del público que pueden ser sentimientos de amor, compasión, miedo, superación y otras (Santos, s.f.).

Un ejemplo de publicidad emotiva es el spot publicitario de la marca Coca-Cola en el año 2016 (<https://www.youtube.com/watch?v=EU9zJDqKrHY>), aquí se muestra varios sentimientos como amistad, alegría, amor, sensaciones que transmiten los actores al cliente al disfrutar la bebida (Lopez, 2009).

Publicidad problema-solución, este tipo de anuncio se inicia mostrando un problema, con el que el receptor debe identificarse para conseguir su atención, finalmente el spot acaba mostrando la solución al problema el producto o servicio que se quiere publicitar (Prodisacomunicación, s.f.). Ejemplo de este tipo es el spot para Jumadi, que se visualiza en <https://www.youtube.com/watch?v=3eXPemHehfM> donde se indica diversos problemas con fundas de mala calidad y finalmente indica la solución al utilizar las fundas objeto de este comercial.

Publicidad Comparativa, la finalidad en el anuncio es hacerle conocer al consumidor los puntos fuertes del producto o servicio comparándolo con el de la competencia directa.(Castro, 2019) Un ejemplo de este tipo de publicidad es el de los jugos de Don Simón que indica que es hecho con naranjas naturales y lo compara con la marca granini <https://www.youtube.com/watch?v=6OCT0TF6ZRU&t=2s> .

Publicidad Transformativa, conocida también como aspiracional, su objetivo promete cambiar la vida del espectador tras la compra . (Santos, s.f.), un ejemplo es el anuncio de la Coca-cola en <https://www.youtube.com/watch?v=qdg1BzsGpbk&t=17s> .

En cuanto a la **publicidad en función del medio de difusión** se conoce que las empresas cambiaron su forma de promocionar sus productos desde que apareció la era digital y el internet, el hecho de que hoy casi todas tienen celulares y navegan en alguna red social hace que la publicidad llegue a más personas (Sánchez y López, 2019).

Una de las redes sociales más utilizadas es Facebook, en el Ecuador posee un total de 14 millones de usuarios, 2,9 millones de administradores de páginas, 360 mil administradores de páginas de negocios y 4 millones de usuarios en la plataforma de (Marketplace); siendo este un porcentaje significativo de los 14,25 millones promedio de usuarios de internet (Del Alcazar, 2021).

Otra herramienta digital es WhatsApp Business, las empresas frecuentan su uso para tener un medio de comunicación más rápida y efectiva con los clientes, a través de los mensajes automatizados (Campoverde, D 2021).

En el Ecuador, la mensajería instantánea está presente en Whatsapp con 10 millones de usuarios, Messenger con 5 millones de usuarios y la plataforma de Telegram con 1 millón de usuarios (Del Alcazar, 2021).

Mejia (2018), indica que las redes sociales permiten:

- Crear fácilmente una comunidad de su público objetivo.
- Conocer mejor los sentimientos de los clientes hacia la empresa.
- Conocer las necesidades de los clientes actuales y potenciales.
- Utilizar el conocimiento que se adquiere del cliente para ajustar la propuesta de valor de la empresa.
- Una interacción cliente - empresa.
- Mayor Difusión de la información.
- Un monitoreo permanente que ayuda a detectar clientes inconformes, monitorear las actividades de la competencia
- Identificar el estado de su reputación online.
- Aumentar las ventas de la empresa.
- Mejorar el servicio al cliente.

3. Identificación del objeto de estudio

3.1. Análisis del cliente y del sector

Las micro, pequeñas y medianas empresas se conocen en el Ecuador con el nombre de Mipymes, en el año 2019 se registraron 882.766 empresa de las cuales 878.454 son Mipymes (INEC; 2021), siendo estas las que generan plazas de empleo y son las responsables del crecimiento de la producción, la innovación y el dinamismo productivo del país (Posso, 2021).

Las Mipymes, se categorizan en base al número de empleados y el valor anual de ventas, así: las **microempresas** tienen entre 1 a 9 empleados y ventas anuales menores o igual a cien mil dólares, las **Pequeñas empresas** son aquellas que tienen de 10 a 49 empleados e ingresos por ventas anuales de cien mil un dólar a un millón y las **Mediana empresa** por tener de 50 a 199 empleados y ventas al año entre millón uno y cinco millones de dólares (Chávez C.; Campuzano J.; Betancourt V., 2018).

“Ruiz Señor” es una microempresa ubicada en Riobamba-Ecuador, creada en el año 2017 y administrada por el Ing. Merwin Ruiz, quien indica en una entrevista que Ruiz Señor surgió como un emprendimiento a raíz de que su contrato como profesor universitario no fue renovado y se quedó desempleado. Se inició con grosellas y mango, frutas que tradicionalmente se venden en las calles acompañadas con sal y limón, pero él le dio un sabor más ácido utilizando la receta que aprendió en la casa de sus suegros. Desde un inicio promocionó sus productos en redes sociales, la mayor cantidad de pedidos se reciben en su cuenta de Facebook Productos Ruiz Señor, participa también en diferentes ferias de emprendimiento que se organiza en varias ciudades de la provincia sobre todo de la feria de productos artesanales del Ministerio de Agricultura y Ganadería (Ruiz, 2021).

Ruiz Señor es una marca que elabora y vende alimentos encurtidos (grosellas, mango, maracuyá), además de productos como base de michelada, vino artesanal, chimichurri, salsa de chile habanero y sal parrillera como se indica

en la figura 1, estos productos son elaborados de forma artesanal, con materias primas seleccionadas y sin químicos por lo que cuida la salud del consumidor, son entregados en la puerta del domicilio con seguridad y confianza mediante su propio delivery (Ruiz, 2021).



Figura 1. Logo de la empresa y productos elaborados. Obtenido de <https://www.facebook.com/productosruizsenor>

Su dueño considera que son productos para ser compartidos con familiares y amigos por lo que la campaña venderá el sentimiento de la unión (de pareja, familia, y amigos).

Su visión es ingresar al mercado nacional y posiblemente internacional con un sabor diferente al tradicional (Ruiz, 2021).

Productos Ruiz Señor

El encurtido de grosellas y mango es un producto preparado con sus respectivas frutas, el cual es sometido al curado de ingredientes propios y así asegurar la conservación con un alto grado de acidez por varios meses, además de que le da un sabor y aromas muy apetecido. El encurtido es un producto abre boca, es decir que se recomienda consumirlo entre horas por el efecto de saciedad que efectúa, otros beneficios que aportan los encurtidos por la presencia del ácido acético del vinagre es que convierte las grasas y los carbohidratos en energía, favorece la flora intestinal, ayuda a digerir los

alimentos, tonifica el hígado, alivia el estreñimiento y aerofagia, quita el deseo de consumir alimentos ricos en azúcar (Aguirre, J 2016).

Por otra parte, las grosellas son de bajo valor calórico, contiene fibra y son ricas en vitamina C, Lo que en realidad caracteriza a estas frutas es su abundancia de pigmentos naturales (carotinoides) que son antioxidantes. (Castro S. , 2018) El producto de encurtido de grosellas se observa en la figura 2.



Figura 2. *Encurtidos de grosellas Obtenido de*
<https://www.facebook.com/productosruizsenor>

Base de Michelada, producto listo para mezclar con la cerveza y crear una michelada que es una bebida popular en América, en Ecuador se sirve frío en un vaso previamente escarchado con el jugo de limón en el borde para adherirle sal y se prepara con cerveza, jugo de limón, sal y ají (tabasco) (Ecuadordelsur, s.f.).



Figura 3. Michelada y Base de michelada.

<https://www.facebook.com/productosruizsenor>

Salsa de chile habanero es un condimento o un producto pastoso constituido por algunos ingredientes, mezclados con otras sustancias alimenticias, listo para su consumo. Su olor es característico al de una salsa aderezo, el sabor es ligeramente agrisado y una sensación muy picante. El fruto del ají habanero posee un sabor fuerte astringente y picante y contiene compuestos con propiedades antioxidante, antiinflamatorio y mucha vitamina A (Vidal, 2007).



Figura 4. Salsa de chile habanero. Obtenido de

<https://www.facebook.com/productosruizsenor>

Chimichurri y sal parrilla en 3 variedades (ahumada, finas hierbas y ajo) se usan para darle sabor a las carnes, sobre todo a la preparada en parrilla y al horno.



Figura 5. Sal parrillera

<https://www.facebook.com/productosruizsenor>

Competencia

A nivel nacional se encuentra la marca Kurtiz es un emprendimiento ecuatoriano ubicado en la ciudad de Quito que ofrece algunos productos encurtidos y entre ellos de mango y grosellas elaboradas de manera artesanal y se promocionan igualmente por redes sociales (Kurtiz, s.f.).

En Quito se encuentra también Ecopacific (EMPRESA COMERCIAL DEL PACIFICO S.A) que distribuye más de 200 productos en más de 1200 puntos de venta en todo Ecuador. Una de sus marcas es HORTILISTO que entre sus productos encurtidos tiene el de grosella y mango (Ecopacific, s.f.).

4. Planteamiento del problema

Productos Ruiz señor, actualmente se publicita por redes sociales sin un producto audiovisual que genere más interacción y visualización de sus productos.

5. Objetivos

5.1 Objetivo General

Elaborar un spot publicitario de los productos de la microempresa Ruiz Señor para la promoción y difusión en redes sociales en la ciudad de Riobamba.

5.2 Objetivos Específicos

- Analizar la situación actual de la microempresa Productos Ruiz Señor.
- Identificar estrategias de publicidad y desarrollar una idea creativa aplicando conceptos y técnicas audiovisuales.
- Crear un spot publicitario aplicando las técnicas de preproducción, producción y postproducción para la marca Ruiz Señor.
- Entregar el spot publicitario a la microempresa para que sea difundido en sus redes sociales.

6. Propuesta de la idea creativa

6.1. Visión del Director

Productos Ruiz Señor es un emprendimiento netamente familiar y ofrece al público su mercancía elaborada por el propietario a través de una receta que se ha heredado por generaciones.

Es así que se mostrará:

- Una pareja de esposos que prepara carne asada y papas al horno, de pronto colocan salsa de chile habanero y chimichurri de la marca “Ruiz Señor” sobre la carne.
- Padre, Madre e hija que están en el comedor de su hogar disfrutando de un juego de mesa y consumen grosella y mango encurtido.
- Tres amigos que viven la pasión del fútbol, al gritar un gol de la selección, uno de ellos bebe michelada.
- Por último, se muestran los productos de la marca junto al isologo.

Por lo tanto, el concepto que se desea implementar en el producto audiovisual es con la frase: “Productos Ruiz Señor, alimentos que unen”; que enfatizará el sentimiento de amor, amistad y la alegría de compartir momentos en pareja amigos y en familia al consumir los alimentos de esta marca.

El objetivo de la campaña será incentivar el consumo de alimentos de la marca Ruiz Señor mediante la realización de un video spot publicitario para el siguiente mercado objetivo:

- Edad: 13 a 60 años.
- Ubicación: Riobamba.
- Poder adquisitivo: Medio.
- Intereses: Deporte, compartir en pareja, familia y amigos, que gusten consumir alimentos encurtidos, servirse unas refrescantes micheladas y que estén buscando calidad en un producto bien acabado.

6.2. Perfil del buyer persona

Para definir si el mensaje del spot publicitario será enviado a las personas correctas y que la campaña tenga éxito se considera el siguiente buyer persona (figura 6) que fue construido con datos proporcionados por el dueño de la microempresa. En la figura 7 se indica el mapa de empatía, es decir, qué es lo que el buyer persona piensa y siente, escucha, dice y hace, ve, que lo motiva y que lo frustra.



Figura 6. Buyer persona del cliente ideal de la marca



Figura 7. Mapa de Empatía del cliente ideal de la marca

6.3. Definición del tono

El tono de la campaña debe ser emotiva, por lo tanto, las acciones escogidos son: dinámico, alegre, entusiasta, interesado, amistad, amor, armonía familiar.

6.4. Respuesta esperada

La respuesta esperada por parte de los clientes es la compra y consumo de los productos para ser compartidos entre los seres queridos en actividades cotidianas, además que pueda aumentar los seguidores y la presencia en las redes sociales.

6.5. Formato de transmisión del mensaje

La presentación del producto audiovisual de la marca Ruiz Señor será a través de las redes sociales, con un video entre 30 segundos a 1 minuto en formato de video 16:9, 1:1 cuadrado para videos en Facebook y 9:16 para historias y reels.

6.6. Propuesta de photoboard

Es una herramienta visual que propone establecer una perspectiva de un concepto de publicidad previamente a que el diseñador o profesional cree el anuncio real, este también puede ser considerado un collage o storyboard el cual va tejiendo la esencia del comercial de principio a fin, la propuesta se indica en la figura 8.



Figura 8. Propuesta de photoboard del concepto de publicidad

7. Carpeta de Pre producción.

7.1. Guion Literario.

La escritura del guion literario se lo realizó en el programa Celtx (Figura 9)

ESPOS(27)

ESC1. INT.COCINA.DIA
 ESPOSO(27)SACA DEL HORNO CARNE ASADA.

ESPOSO(27) Y ESPOSA (26) PERCIBEN LA CARNE ASADA Y SONRIEN.

ESPOSA COLOCA EL CHIMICHURRI EN LA CARNE.

ESPOSO COLOCA LA SALSA DE CHILE HABANERO A LADO DE LOS PRODUCTOS: CHIMICHURRI, FINAS HIERBAS.

NARRADOR
 (VOZ EN OFF)
 Crear un momento mágico de la vida puede ser,
 desde cocinar con tu pareja.

CORTE A

ESC2.INT.COMEDOR.DIA
 PADRE (28), MADRE (29) HIJA (13) , SE DIVIERTEN CON UN JUEGO DE MESA.

PADRE Y MADRE CONSUMEN GROSELLA ENCURTIDA.

PADRE MIRA A HIJA.

HIJA SONRIE Y CONSUME MANGO ENCURTIDO.

HIJA COLOCA EL PRODUCTO DEL MANGO JUNTO A LA GROSELLA.

NARRADOR
 (VOZ EN OFF)
 Compartir un momento en familia con un juego de mesa.

CORTE A

ESC3.INT.SALA.DIA
 AMIGO 1(49), AMIGA 1(49) AMIGA 2(21); VESTIDOS CON LA CAMISETA DE LA SELECCIÓN DE FÚTBOL DE ECUADOR GRITAN GOL.

AMIGO 1 BEBE MICHELADA Y COLOCA EL VASO CERVECERO EN LA MESA JUNTO AL PRODUCTO BASE DE MICHELADA.

NARRADOR
 (VOZ EN OFF)
 O disfrutar la pasión al gritar un gol de la selección .

CORTE A

ESC4.INT.DIA
 SE PRESENTAN LOS PRODUCTOS DE LA MARCA RUIZ SEÑOR, SALSA DE CHILE HABANERO,CHIMICHURRI,FINAS HIERBAS, GROSELLA ENCURTIDA,MANGO ENCURTIDO Y BASE PARA MICHELADA.

SE MUESTRA EL ISOLOGO DE LA MARCA RUIZ SEÑOR.

NARRADOR
 (VOZ EN OFF)
 Productos Ruiz Señor, alimentos que unen.
 Encuentranos en nuestras redes sociales.

CORTE A

Figura 9. Guion literario

7.2. Guion Técnico

El guion técnico se presenta en el siguiente formato.

Director: José Eduardo Meléndez Mejía

Fecha: 07/10/2021

Director de Foto: Solange Mabel Almeida Toapanta

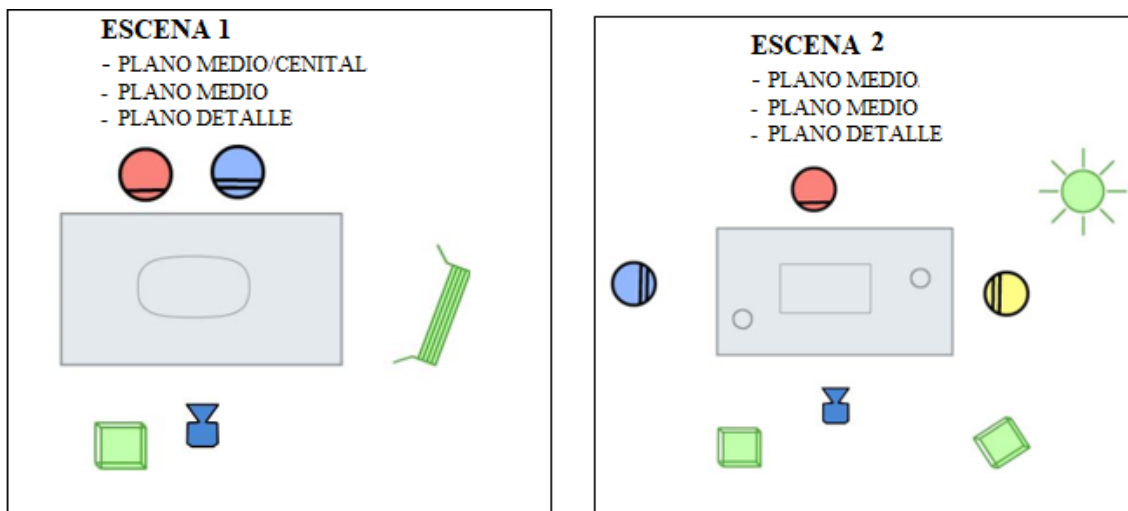
Escena	Plano/puesta de cámara	Valor de Plano	Descripción	Nota
1	A	PLANO MEDIO/CENITAL	ESPOSO (27) saca del horno carne asada.	
1	B	PLANO MEDIO	ESPOSO (27) y ESPOSA (26) perciben la carne asada y sonríen.	
1	C	PLANO DETALLE	Esposa coloca el chimichurri en la carne.	
1	D	PLANO DETALLE	Esposa coloca el envase de chimichurri junto a otros productos.	
2	A	PLANO MEDIO	PADRE (28), MADRE (29) HIJA (13) , participan en un juego de mesa.	
2	B	PLANO MEDIO	Padre y Madre consumen grosella encurtida e hija el mango encurtido.	Paneo de izquierda a derecha.

2	C	PLANO DETALLE	Hija coloca el empaque de mango encurtido junto a la grosella encurtida.	
3	A	PLANO GENERAL	AMIGO 1(49), AMIGA 1(49), AMIGA 2(21); miran en la televisión un partido de fútbol de la selección vestidos con su camiseta	
3	B	PLANO AMERICANO	Amigos gritan gol.	
3	C	PLANO MEDIO	Amigo 1 bebe michelada.	
3	D	PLANO DETALLE	Amigo 1 coloca el vaso cervecero en la mesa junto al producto base de michelada.	
4	A	PLANO GENERAL	Se presentan los productos de la marca Ruiz señor, salsa de chile habanero, chimichurri, finas hierbas, grosella encurtida, mango encurtido y base para michelada. Se muestra el Isologo	

			de la marca Ruiz Señor.	
--	--	--	----------------------------	--

7.3. Planos de Piso

Los números de planos de las tres escenas presentados en la figura 10, se realizó en el programa shot designer.



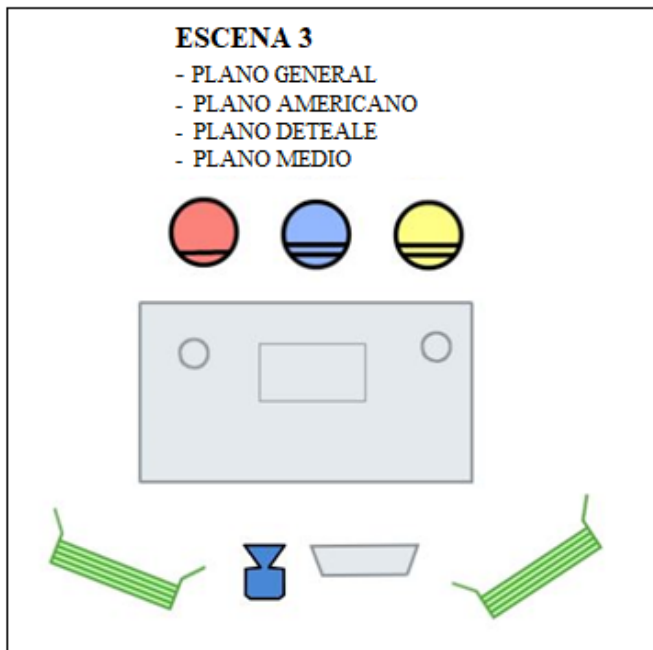


Figura 10. Planos de Piso de las tres escenas

7.4. Desglose de Guion

El desglose del guion de las tres escenas se detalla en las figuras 11, 12 y 13.

TITULO: Comercial PRODUCTOS RUIZ SEÑOR

Escena #: 1
 Página de Guión: 1
 Conteo de páginas

Hoja de desglose

Fecha: 08/10/2021
 Página de desglose # 1
 Int/Ext: INT
 Día/Noche: DIA

Descripción de la escena: ESPOSO Y ESPOSA COCINAN CARNE ASADA Y COLOCAN SALSA DE CHILE HABANERO Y CHIMICHURRI.

Set: COCINA

Locación: DEPARTAMENTO DAVID

Secuencia:

Día de Guión:

ELENCO	FIGURANTES	EXTRAS
ESPOSO ESPOSA		
	UTILERIA - BANDEJA PYREX DE HORNEAR - ENVASE DE CHIMICHURRI - ENVASE DE SALSA DE CHILE HABANERO	AMBIENTACIÓN - CARNE Y PAPAS HORNEADAS
VESTUARIO ESPOSO: CAMISA COLOR BLANCO CON TEXTURA COLOR ROJO Y JEAN COLOR AZUL ESPOSA: BLUSA COLOR BLANCO PANTALÓN COLOR ROJO	MAQUILLAJE	FOTOGRAFIA CAMARA Y GRIP CANON 5D MARK 4 DJI RONIN S LENTE 24 - 105 mm KINOFLO GAFFER KIT 2 PANALES LED
SONIDO KIT BOOM	VEHICULOS Y ANIMALES	EFFECTOS ESPECIALES
MISCELANEOS	NOTAS	

Figura 11. Desglose de guion de la escena esposo y esposa cocinan carne asada y colocan salsa de chile habanero y chimichurri.

TITULO: Comercial PRODUCTOS RUIZ SEÑOR

Escena #: 2
 Página de Guión: 1
 Conteo de páginas

Hoja de desglose

Fecha: 17/10/2021
 Página de desglose # 2
 Int/Ext: INT
 Día/Noche: DIA

Descripción de la escena: PADRE, MADRE E HIJA JUEGAN MONOPOLY Y CONSUMEN GROSELLA Y MANGO ENCURTIDO.

Set: COMEDOR

Locación: DEPARTAMENTO ANA

Secuencia:

Día de Guión:

ELENCO PADRE MADRE HIJA	FIGURANTES UTILERIA - MONOPOLY - PAQUETE GROSELLA ENCURTIDA - PAQUETE MANGO ENCURTIDO	EXTRAS AMBIENTACIÓN
VESTUARIO PADRE: CAMISETA COLOR ROJO JEAN COLOR AZUL MADRE: BLUSA COLOR AZUL JEAN COLOR BLANCO HIJA: CAMISETA COLOR ROSADO JEAN COLOR AZUL	MAQUILLAJE	FOTOGRAFIA CAMARA Y GRIP CANON 5D MARK 4 DJI RONIN S LENTE 24 - 105 mm 2 PANALES LED
SONIDO KIT BOOM	VEHICULOS Y ANIMALES	EFECTOS ESPECIALES
MISCELANEOS	NOTAS	

Figura 12. Desglose de guion de la escena Padre, madre e hija juegan monopoly y consumen grosella y mango encurtido

TITULO: Comercial PRODUCTOS RUIZ SEÑOR

Escena #: 3
 Página de Guión: 1
 Conteo de páginas

Fecha: 09/10/2021
 Página de desglose # 3
 Int/Ext: INT
 Día/Noche: DIA

Hoja de desglose

Descripción de la escena: TRES AMIGOS MIRAN UN PARTIDO DE LA SELECCIÓN DE ECUADOR Y BEBEN MICHELADA.

Set: SALA

Locación: DEPARTAMENTO MARCO

Secuencia:

Día de Guión:

ELENCO	FIGURANTES	EXTRAS
AMIGO AMIGA 1 AMIGA 2		
	UTILERIA - 3 VASOS CERVECEROS - BANDERA DE ECUADOR - 2 PAQUETES DE BASE DE MICHELADA	AMBIENTACIÓN - 3 PAQUETES DE SNACKS "DE TODITO" - 1 PLATO - 3 CERVEZAS DE 1 LITRO
VESTUARIO AMIGO 1: CAMISETA SELECCIÓN DE ECUADOR JEAN COLOR AZUL AMIGA 1: CAMISETA SELECCIÓN DE ECUADOR JEAN COLOR AZUL AMIGA 2: CAMISETA SELECCIÓN DE ECUADOR JEAN COLOR AZUL	MAQUILLAJE AL ELENCO SE LE MAQUILLARÁ CON PINTURA PARA LA PIEL DE COLOR AMARILLO, AZUL Y ROJO	FOTOGRAFIA CAMARA Y GRIP CANON 5D MARK 4 DJI RONIN S LENTE 24 - 105 mm 2 PANALES LED KINOFLO GAFFER KIT
SONIDO KIT BOOM	VEHICULOS Y ANIMALES	EFFECTOS ESPECIALES
MISCELANEOS	NOTAS	

Figura 13. Desglose de guion de la escena Tres amigos miran un partido de la selección de Ecuador y beben michelada

7.5. Cronograma de Planos

Director: José Meléndez

Dir. Foto:

TITULO

FECHA

Día: 08/10/2021

LLAMADO EN SET: 9H00

CRONOGRAMA DE PLANOS

LISTOS PARA FILMAR: 10H00

EMP	ESCE NA	PLANO	DESCRIPCIÓN	HORA INICIO	TIEMPO EST	HORA FINAL	NOTAS
			LLAMADO A SET Y SETEO	9H00		10H00	
	1	P.M/ CENTAL	Esposo saca del horno carne asada.	10H00	0:10	10H30	
		P.M	Esposo y Esposa perciben la carne asada y sonríen.	10H30	0:10	11H00	
		P.D	Esposa coloca el chimichurri en la carne.	11H00	0:10	11H30	
		P.D	Esposa coloca el envase de chimichurri junto a otros productos	11H30	0:10	12H00	
			BREAK Y SALIDA DEL SET				
NOTA: Las horas marcadas son estimadas. La hora máxima para el cierre son 4 horas después del llamado							

Director: José Meléndez
Dir. Foto:

FECHA
Día: 09/10/2021
LLAMADO EN SET: 9H00
LISTOS PARA FILMAR: 10H00

TITULO

CRONOGRAMA DE PLANOS

EMP	ESCE NA	PLANO	DESCRIPCIÓN	HORA INICIO	TIEMPO EST	HORA FINAL	NOTAS
			LLAMADO A SET Y SETEO	9H00		10am	
	3	P.G	Amigo 1, Amiga 1 y Amiga 2 vestidos con la camiseta de la selección de fútbol de Ecuador miran un partido frente a la tv.	10H00	0:10	10H30	
		P.A	Amigos gritan gol.	10H30	0:10	11H00	
		P.M	Amigo 1 bebe michelada.	11H00	0:10	11H30	
		P.D	Amigo 1 coloca el vaso cervecero en la mesa junto al producto base de michelada.	11H30	0:10	12H00	
			BREAK Y SALIDA DEL SET				
NOTA: Las horas marcadas son estimadas. La hora máxima para el cierre son 4 horas después del llamado							

Director: José Meléndez
Dir. Foto:

FECHA
Día: 17/10/2021
LLAMADO EN SET: 9H00
LISTOS PARA FILMAR: 10H00

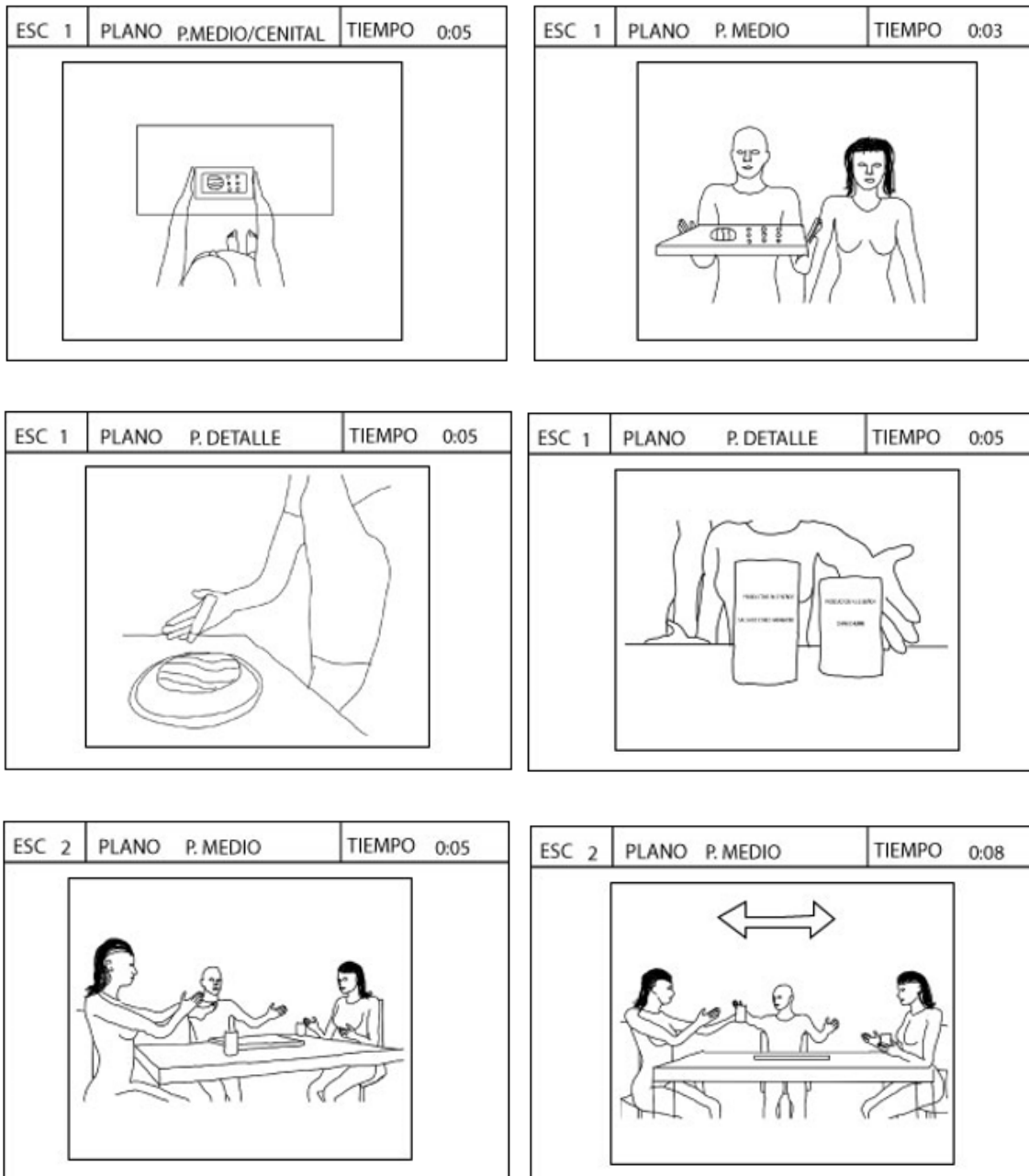
TITULO

CRONOGRAMA DE PLANOS

EMP	ESCE NA	PLANO	DESCRIPCIÓN	HORA INICIO	TIEMPO EST	HORA FINAL	NOTAS
			LLAMADO A SET Y SETEO	9H00		10H00	
	2	P.M	Padre, Madre e Hija. Participan en un juego de mesa.	10H00	0:10	10H30	
		P.M	Padre y Madre consumen grosella encurtida e hija el mango encurtido.	10H30	0:10	11H00	
		P.D	Hija coloca el empaque de mango encurtido junto a la grosella encurtida.	11H00	0:10	11H00	
			BREAK Y SALIDA DEL SET				
NOTA: Las horas marcadas son estimadas. La hora máxima para el cierre son 4 horas después del llamado							

Figura 14. Cronograma de planos del video spot

7.6. Storyboard



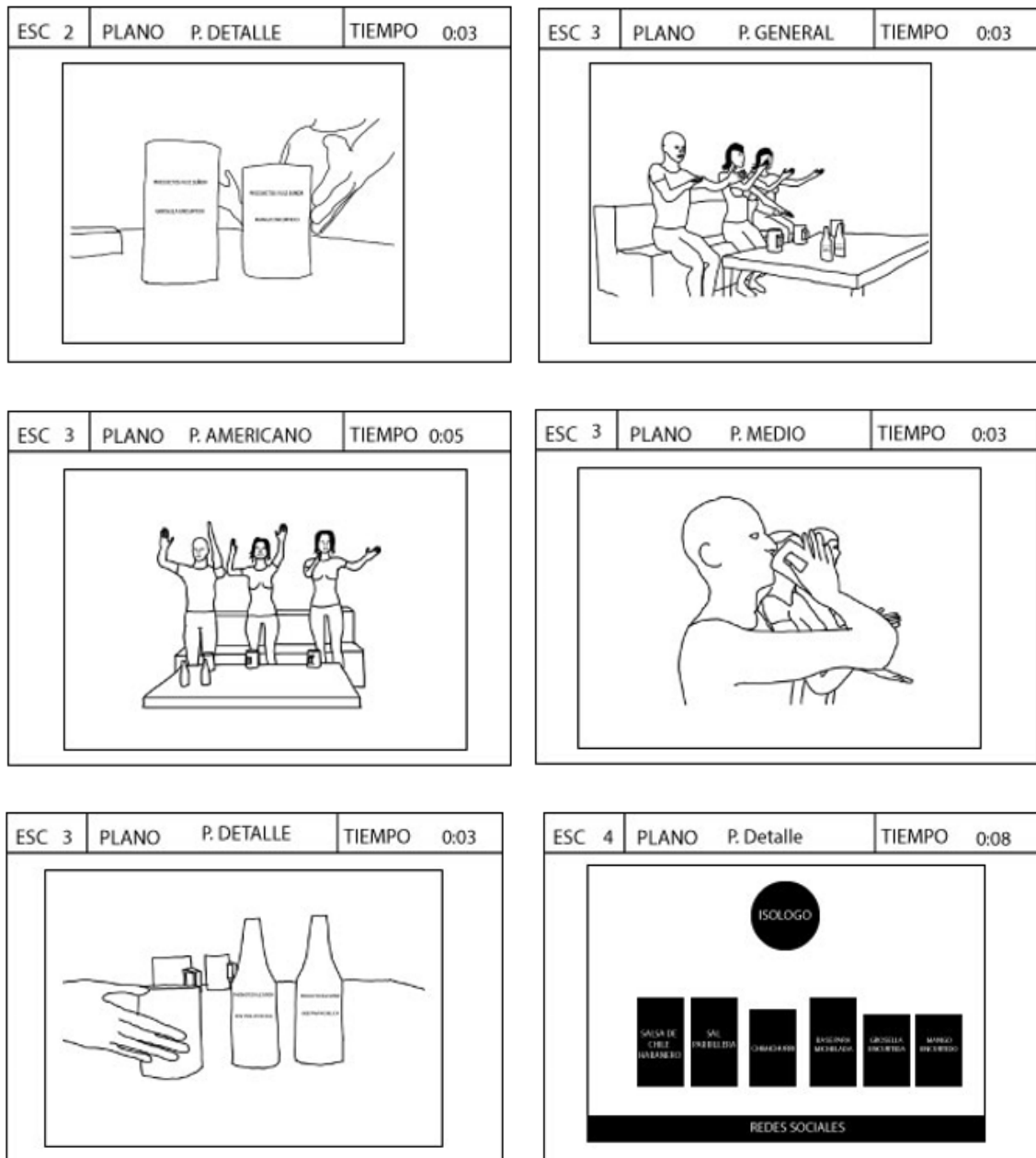


Figura 15. Storyboard del video spot de la marca

7.7. Plan de rodaje

PLAN DE RODAJE					
# ESCENA	INT/EX	ESCENARIO	TIEMPO	OCTAV	PERSONAJE
LLAMADO 9AM					
1	INT	COCINA	DIA	1/8	ESPOSO(27) Y
FIN DIA 1					
LLAMADO 9AM					
2	INT	COMEDOR	DIA	1/8	PADRE (28) MADRE (29)
FIN DIA 2					
LLAMADO 9 AM					
3	INT	SALA	DIA	1/8	AMIGO 1(46), AMIGA 1(45)
FIN DIA 3					

Figura 16. Plan de rodaje del video spot publicitario

7.8. Propuesta Estética

Abstracts.

Alegría, amor, unión, diversión, familia, esposos, amistad, cálido, inspirador.

7.9. Propuesta de Arte

En cada locación y actores se trabajará con una paleta cromática cálida (figura 17) y en los vestuarios se utilizará el color azul que en el comercial intentará dar un ambiente hogareño, provocando una sensación de identificación con el espectador.

Paleta de color de escenarios**Referencia**

Figura 17. Paleta cromática cálida

Vestuario de Pareja

Figura 18. Vestuario esposo

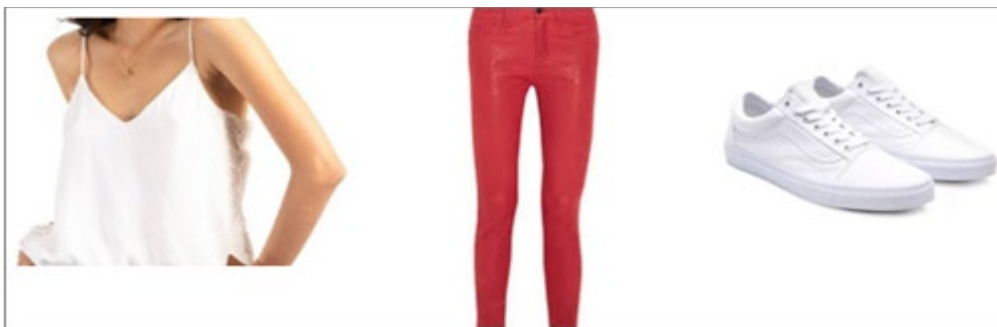


Figura 19. Vestuario Esposa

Vestuario Familia



Figura 20. Vestuario Padre

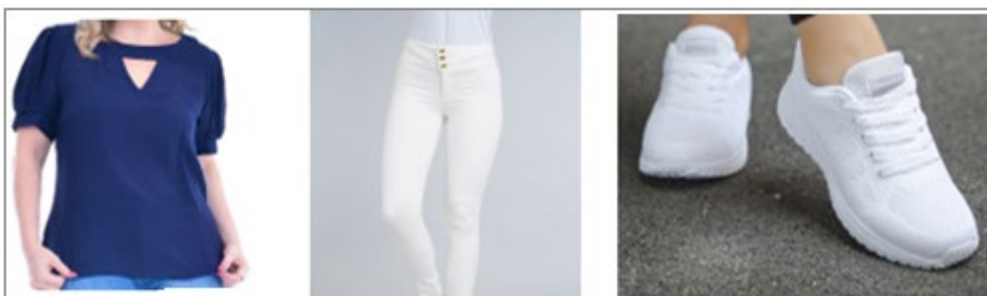


Figura 21. Vestuario Madre



Figura 22. vestuario Hija

Vestuario de Amigos

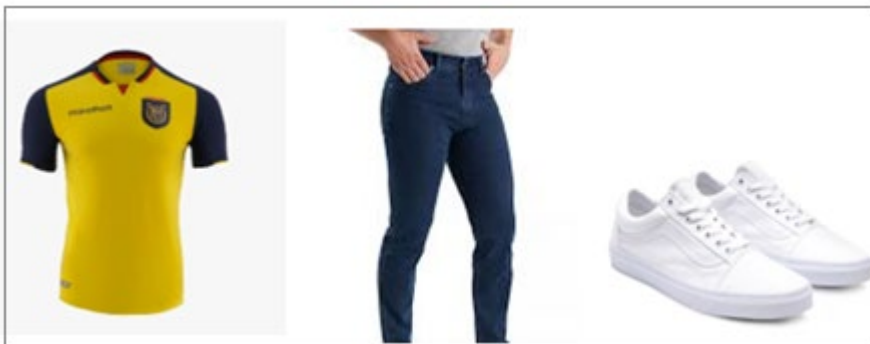


Figura 23. Vestuario Amigo 1

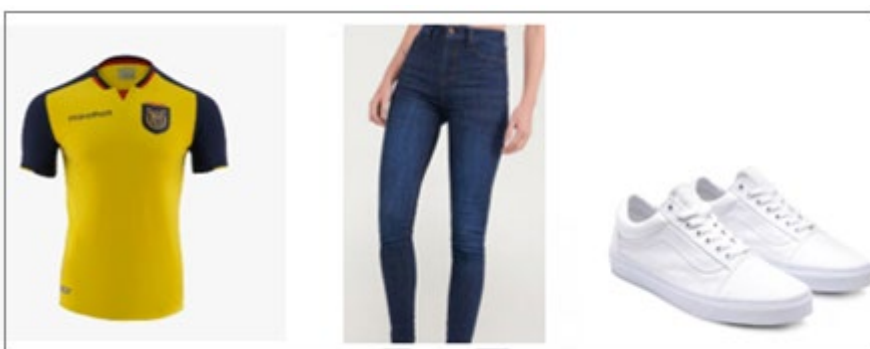


Figura 24. Vestuario Amiga 1

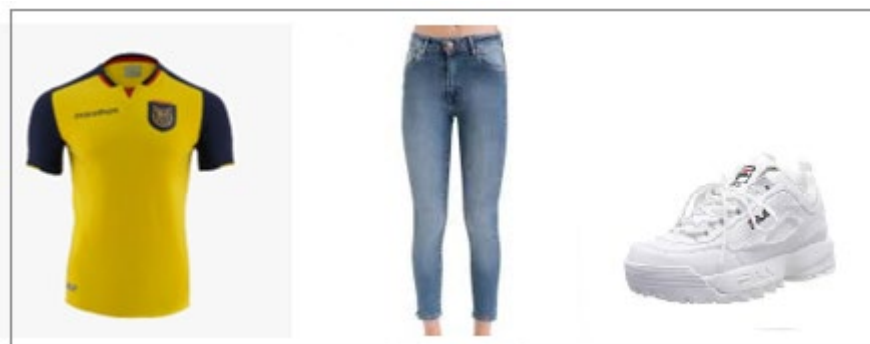


Figura 25. Vestuario Amiga 2

Utilería



Figura 26. Utería escena 1



Figura 27. Juego de mesa escena 2



Figura 28. Utería escena 3

7.10. Propuesta de Fotografía y Cámara

Para llevar una continuidad con la propuesta de arte se continua en los colores cálidos como amarillo, rojos y naranjas (figura 29) al igual que en los vestuarios de los actores complementando lo que se quiere proyectar, una armonización de familiaridad y calidez.

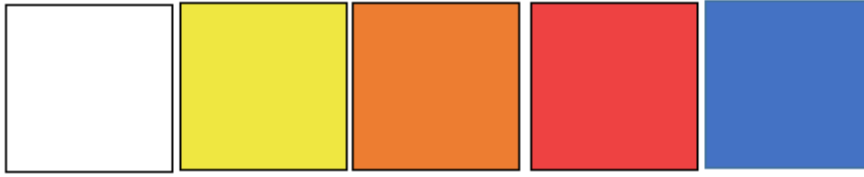


Figura 29. Paleta de color

Iluminación

La iluminación se producirá con dos luces a 45° utilizando un Kinoflo gaffer kit, el cual proporcionará una luz suave dando un ambiente natural, familiar y dos paneles Neewer. Además de poseer locaciones como la cocina, sala y comedor (figuras 30,31,y 32) que refuerzan el concepto del video spot.



Ilustración 30. Cocina, escena 1



Ilustración 31 Comedor, escena 2



Ilustración 32. Sala, escena 3

Cámara y ópticas

Con respecto a cámara se utilizará mayormente encuadres en movimiento y algunos fijos. El video spot iniciará con un plano en cenital siendo un momento cotidiano, a continuación, se debela los personajes en un plano abierto de igual modo para los otros personajes en cada instante, para la muestra de los productos de la marca Ruiz Señor se emplearán planos detalle con algunos movimientos de cámara como el zoom in y zoom out.

En cuanto a los objetivos a utilizar se trabajará con un lente Canon 24-105 mm f4 y en diafragma f8 por la profundidad de campo abierta que mostrará las locaciones y acciones en las escenas que se indican en las figuras 30, 31 y 32.



Figura 33. Escena 1



Figura 34. Escena 2



Figura 35. Escena 3

7.11. Propuesta de Sonido

El universo sonoro y la inexistencia de diálogos entre los personajes se justifica por que la visión del director es mostrar las emociones que refleja la unión por lo que se complementará con una musicalidad alegre y la presencia de una voz en off masculina en tono inspirador narrando los eventos del comercial.

7.12. Animación

Un toque de modernidad e inusual será la integración de modelos 3D tanto del isologo y de los productos de la marca, los cuales se presentarán con una traslación en el eje Z del espacio tridimensional en una escenografía en tonalidad cálida.

7.13. Casting

Personaje principal: (ESPOSO)

- Sexo: Hombre
- Edad: 27 años

Características físicas

- Estatura (1.70m)
- cabello color negro
- color de piel mestizo

Característica personal

- Soñador
- Persona atenta
- Educada
- Sentimentalista



Personaje Principal: (ESPOSA)

- Sexo: Mujer

- Edad: 26 años

Características físicas

- Persona delgada
- Estatura (1.65m)
- Cabello color castaño
- Color de piel mestiza

Característica personal

- Persona alegre
- Persona atenta
- Persona soñadora

**Personaje Principal: (PADRE)**

- Sexo: Hombre
- Edad: 28 años

Características físicas

- Estatura (1.75m)
- cabello color negro
- color de piel mestizo

Característica personal

- Soñador
- Persona atenta
- Educado
- Sentimentalista

**Personaje Principal: (MADRE)**

- Sexo: Mujer
- Edad: 29 años

Características físicas

- Persona delgada
- Estatura (1.70m)
- Cabello color negro
- Color de piel mestiza

**Característica personal**

- Persona alegre
- Persona atenta
- Persona soñadora

Personaje Principal: (HIJA)

- Sexo: Mujer
- Edad: 13 años

Características físicas

- Estatura (1.45m)
- cabello color negro
- color de piel mestizo

**Característica personal**

- Soñadora
- Extrovertida
- Educada

Personaje Principal: (AMIGO 1)

- Sexo: Hombre
- Edad: 49

Características físicas

- Estatura (1.70m)
- cabello color negro
- color de piel mestizo

Característica personal

- Decidido
- Extrovertido
- Alegre

**Personaje Principal: (AMIGA 1)**

- Sexo: Mujer
- Edad: 49

Características físicas

- Estatura (1.65m)
- cabello color negro
- color de piel mestizo

Característica personal

- Soñadora
- Extrovertida
- Alegre



Personaje Principal: (AMIGA 2)

- Sexo: Mujer
- Edad: 21

Características físicas

- Estatura (1.65m)
- cabello color negro
- color de piel mestizo

Característica personal

- Soñadora
- Extrovertida
- Alegre

**Personaje Principal: (NARRADOR)**

- Sexo: Hombre
- Edad: 28

Característica de Voz

- Tono de Voz Grave

7.14. Scouting

NOMBRE DE LOCACIÓN:

Departamento David

DIRECCIÓN:

Argentinos entre Juan de Velasco y Mariana de Jesús(Riobamba)

CONTACTO:

David Mejia

CEL: 0960097343

UBICACIÓN:

	NORTE
OESTE	
	ESTE
SUR	

ESTILO: ModernoLUGARES A OCUPAR: COCINAPISOS: 1# DE PISO A GRABAR: 1ASCENSOR: SI NO X# DE PUERTAS: 3#DE VENTANAS: 2

OBJETOS INMOVIBLES: _____

REFERENCIAS:

Una cuadra antes de la iglesia Casa Madre

TEL: _____

PERMISO REQUERIDO:

SI X NO _____BARRIO SEGURO: SI X NO _____

ASISTENCIA POLICIAL:

SI _____ NO X

ASITENCIA MÉDICA:

SI _____ NO X

PROBLEMAS CON VECINOS: _____

CALOR: _____

SONIDO AMBIENTE: _____

BREAKERS: _____

GENERADOR: _____

BAÑOS: _____ SI

ESTACIONAMIENTO: AUTOS: _____ NO

CAMIONES LUCES: _____

FOTOS ANEXAS:



NOMBRE DE LOCACIÓN:

Departamento Ana

DIRECCIÓN:

(QUITO) Mariano Calvache y E 17 A Playa baja.

CONTACTO:

Ana Mejia Lopez

CEL: _____ 0986886986

UBICACIÓN:

OESTE	NORTE
SUR	ESTE

ESTILO: ModernoLUGARES A OCUPAR: COMEDORPISOS: 1# DE PISO A GRABAR: 1ASCENSOR: SI NO # DE PUERTAS: 3#DE VENTANAS: 2

OBJETOS INMOVIBLES: _____

REFERENCIAS:

Sector de Bellavista Atrás de Ecu avisa

TEL: _____

PERMISO REQUERIDO:

SI NO BARRIO SEGURO: SI NO

ASISTENCIA POLICIAL:

SI NO

ASITENCIA MÉDICA:

SI NO

PROBLEMAS CON VECINOS: _____

CALOR: _____

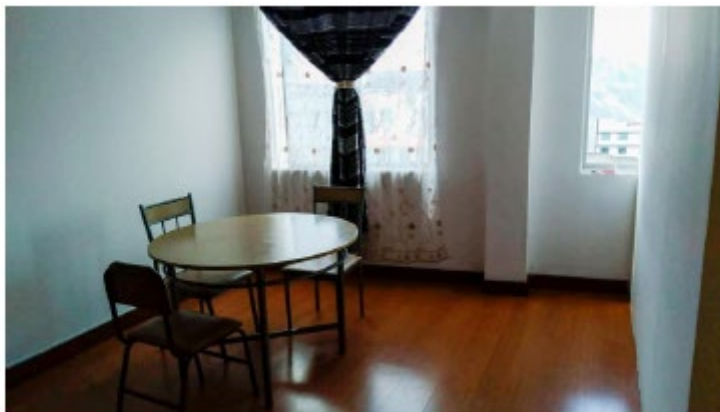
SONIDO AMBIENTE: _____

BREAKERS: _____

GENERADOR: _____

BAÑOS: _____ SI _____ESTACIONAMIENTO: AUTOS: _____ SI _____

CAMIONES LUCES: _____

FOTOS ANEXAS:**NOMBRE DE LOCACIÓN:****Departamento Marco****DIRECCIÓN:**

Caspicara y Araceli Gilbert (Riobamba)

CONTACTO:

Marco Mejia

CEL: _____ 0984104373 _____**UBICACIÓN:**

OESTE	NORTE
SUR	ESTE

ESTILO: Moderno

LUGARES A OCUPAR: SALA

PISOS: 2

DE PISO A GRABAR: 1

ASCENSOR: SI NO X

DE PUERTAS: 1

#DE VENTANAS: 2

OBJETOS INMOVIBLES: _____

ESTILO: Moderno

LUGARES A OCUPAR: SALA

PISOS: 2

DE PISO A GRABAR: 1

ASCENSOR: SI NO X

DE PUERTAS: 1

#DE VENTANAS: 2

OBJETOS INMOVIBLES: _____

REFERENCIAS:

Casa esquinera a lado del disco PARE

TELF.: _____

REFERENCIAS:

Casa esquinera a lado del disco PARE

TELF.: _____

PERMISO REQUERIDO:

SI X NO _____BARRIO SEGURO: SI X NO _____

ASISTENCIA POLICIAL:

SI _____ NO X

ASITENCIA MÉDICA:

SI _____ NO X

PROBLEMAS CON VECINOS: _____

CALOR: _____

SONIDO AMBIENTE: _____

BREAKERS: _____

GENERADOR: _____

BAÑOS: _____ SI _____

ESTACIONAMIENTO: AUTOS: _____ SI _____

CAMIONES LUCES: _____

FOTOS ANEXAS:

Figura 36. Scouting de locaciones para el video spot

7.15. Presupuesto real y acorde

A continuación se muestra un resumen del presupuesto real y acorde del video spot Productos Ruiz Señor, el desglose de los mismos se encuentran en anexo

3.

Productor:

Clase:

Director: José Meléndez

Fecha: 20/10/2121

RESUMEN DEL PRESUPUESTO REAL

Cuenta	ITEM	CANT	UNIDA D	X	V.UNI T	V.TOTA L	TOTALES
11-00	TOTAL GUION						\$3,00
12-00	TOTAL PRODUCTORES						\$840,00
13-00	TOTAL DIRECTOR						\$840,00
14-00	TOTAL OTROS GASTOS						\$0,00
TOTAL ABOVE THE LINE							\$1.683,00
15-00	TOTAL CAST Y CASTING						\$640,00
16-00	TOTAL EQUIPO DE PRODUCCION STAFF						\$600,00
17-00	TOTAL UNIDAD DE ARTE						\$1.383,00
18-00	EQUIPO DE GRIP Y LUCES						\$300,00
19-00	FOTOGRAFIA						\$2.450,00
20-00	SONIDO						\$200,00
21-00	TRANSPORTE						\$150,00
22-00	GASTOS EN LOCACION						\$250,00
23-00	PICTURE CARS Y ANIMALES						\$0,00
24-00	TRAVEL AND LIVING TODOS						\$105,00
TOTAL DE PRODUCCION							\$6.078,00
25-00	EDICION IMAGEN						\$600,00
26-00	POST PRODUCCION SONIDO Y MUSICA						\$630,00
27-00	LABORATORIO POST						\$0,00
TOTAL POST-PRODUCCION							\$1.230,00
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							\$7.761,00
TOTAL ABOVE THE LINE +PRODUCCION+ ADMINISTRATIVOS							\$7.761,00
SUBTOTAL							\$8.991,00
Contingencia : 3.00%							\$269,73
IVA : 14.00%							\$1.111,29
GRAN TOTAL							\$10.372,02

Productor:
Director: José Meléndez

Clase:
Fecha: 20/10/2121

RESUMEN DEL PRESUPUESTO ACORDE

Cuenta	ITEM	CANT	UNIDAD	X	V.UNIT	V.TOTAL	TOTALES
11-00	TOTAL GUION						\$3,00
12-00	TOTAL PRODUCTORES						\$340,00
13-00	TOTAL DIRECTOR						\$440,00
14-00	TOTAL OTROS GASTOS						\$0,00
TOTAL ABOVE							\$783,00
15-00	TOTAL CAST Y CASTING						\$320,00
16-00	TOTAL EQUIPO DE PRODUCCION STAFF						\$0,00
17-00	TOTAL UNIDAD DE ARTE						\$433,00
18-00	EQUIPO DE GRIP Y LUCES						\$300,00
19-00	FOTOGRAFIA						\$600,00
20-00	SONIDO						\$200,00
21-00	TRANSPORTE						\$150,00
22-00	GASTOS EN LOCACION						\$150,00
23-00	PICTURE CARS Y ANIMALES						\$0,00
24-00	TRAVEL AND LIVING TODOS						\$105,00
TOTAL PRODUCCION							\$2.258,00
25-00	EDICION IMAGEN						\$400,00
26-00	POST PRODUCCION SONIDO Y MUSICA						\$430,00
27-00	LABORATORIO POST						\$0,00
TOTAL POST-PRODUCCION							\$830,00
28-00	SEGUROS Y POLIZAS						\$0,00
29-00	COSTOS LEGALES						\$0,00
30-00	GASTOS ADMINISTRATIVOS						\$0,00
TOTAL ADMINISTRATIVOS							\$3.041,00
TOTAL ABOVE THE LINE +PRODUCCION							\$3.041,00
TOTAL ABOVE THE LINE +PRODUCCION+ ADMINISTRATIVOS							\$3.041,00
SUBTOTAL							\$3.871,00
Contingencia : 3.00%							\$116,13
IVA : 14.00%							\$478,46
GRAN TOTAL							\$4.465,59

Figura 37. Presupuesto real y acorde del video spot

8. Conclusiones y Recomendaciones

8.1. Conclusiones:

- Se analizó la situación actual de la microempresa Ruiz Señor la misma que es un ejemplo de superación ante la crisis del desempleo, actualmente elabora una serie de productos tradicionales 100% naturales que ha ingresado al mercado mediante venta por redes sociales y por ferias de emprendimientos en la ciudad de Riobamba, hoy por hoy no cuenta con un spot publicitario.
- Se identificó estrategias de publicidad, se desarrolló el concepto: “Productos Ruiz Señor, alimentos que unen”, que enfatiza los sentimientos de amor, amistad y la alegría de compartir momentos en pareja, amigos y en familia al consumir los alimentos de esta marca.
- Se cumplió con el objetivo principal de crear un spot publicitario mediante técnicas de producción audiovisual y de animación 3D para los productos que se elabora en la microempresa Ruiz Señor y es de interés para su dueño.
- Se entregará el spot publicitario a la microempresa para que sea difundido en sus redes sociales.

8.2. Recomendaciones:

- Para grabar este tipo de spot publicitario no se puede realizar con una sola persona, por los equipos y otros requerimientos que involucra en este trabajo, por lo se recomienda que se debe programar para temas de tesis un número mayor de estudiantes.
- Para la postproducción se recomienda utilizar los siguientes softwares: Davinci Resolve, Proo Tools, Autodesk Maya para tener una buena calidad cinematográfica.
- Las microempresas deben eventualmente contratar profesionales para la creación de productos audiovisuales que ayudarán a publicitar sus productos

e incrementar sus ventas, pero considerando los pocos ingresos que pueden tener al inicio de sus emprendimientos, se sugiere que estudiantes tanto de pregrado como de posgrado de las universidades que tiene esta carrera presten sus contingencias y se colabore con los mismos como parte de trabajos de su formación.

-

9. Referencias

9.1. Bibliografía

Aguirre , J. (2016). *Encurtidos típicos cuencanos* (Tesis de pregrado). Universidad de Cuenca. Recuperado de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/24669>

Antezana , C. M. (2017). Las características de los procesos de producción audiovisual en la ciudad de Cochabamba. *Scielo*, 22 (35). Recuperado el octubre de 2021, de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762017000200003

Ayala , P. A. (2018). Producción audiovisual turística comunicativa, de la parroquia San Miguel del Canton Salcedo. Latacunga. Obtenido de <http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/5720>

Campoverde, D. L. (2021). Influencia del uso de redes sociales en la venta de productos: Microempresa Color Rosa. *REVISTA ERUDITUS*, 2(2). doi:<https://doi.org/10.35290/re.v2n2.2021.459>

Castro, A. (24 de julio de 2019). *Tipos de Publicidad más efectivos que existen y utilizan las empresas*. Obtenido de <https://alexcastrovalin.com/tipos-de-publicidad/>

Castro, S. (Marzo de 2018). Evaluación de la concentración de jarabes de panela y Stevia en el desarrollo de grosella (*Phyllanthus acidus* L.) confitada.

Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/10193/1/T-UCSG-PRE-TEC-CIA-32.pdf>

Chávez C.; Campuzano J.; Betancourt V. (03 de Diciembre de 2018). Las micro, pequeñas y medianas empresas. *Scielo*, 14. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442018000500247

Del Alcazar, J. P. (julio de 2021). *Estado Digital Ecuador Julio 2021*. Obtenido de <https://www.mentinno.com/nosotros/>

Ecopacific. (s.f.). *Ecopacific*. Obtenido de <https://ecopacific.com.ec/la-empresa/>

Ecuadordelsur. (s.f.). Obtenido de La Michelada ecuatoriana, ideal para días de calor: <https://ecuadordelsur.blogspot.com/2015/04/la-michelada-ecuatoriana-ideal-para.html?m=0>

Gomez R. (01 de julio 2019). Estrategia de promoción para posicionar una empresa en la ciudad de Potosí. *Enfoques*, 3(11) <http://doi.org/10.33996/revistaenfoques.v3i11.64>

Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC. (2021).. *Indicadores Nacionales de desempleo*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/empleo-agosto-2021/>

Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC. (2021).. *Numero de mpresas por tamaño*. Obtenido de <https://public.tableau.com/app/profile/instituto.nacional.de.estad.stica.y.censos.inec./viz/VisualizadordeEstadisticasEmpresariales/Dportada>, recuperado 20 de octubre 2021

Kurtiz. (s.f.). *Kurtiz*. [Web log post]. Obtenido de https://m.facebook.com/kurtizecuador/?ref=page_internal&mt_nav=0

López, O. (2009). *Animación 3D avanzada y motion graphics aplicados a un spot publicitario* (Tesis de grado). Universidad Politecnica de Cataluña. Barcelona. Obtenido de <http://hdl.handle.net/2117/128144>

Mejia, J. (s.f.). *Qué son las redes sociales: beneficios y cuáles son las más usadas*. Consultor y Speaker de Marketing Digital y Transformación Digital. Recuperado de <https://www.juancmejia.com/redes-sociales/que-son-las-redes-sociales-beneficios-y-cuales-son-las-mas-utilizadas/>

Muriel, C. (2018). *Qué es un spot publicitario y qué tipos hay*. Obtenido de <https://digitalisthub.com/que-es-un-spot-publicitario-y-que-tipos-hay/>

Posso, M. (2021). *Micro,pequeñas y medianas empresas, antes y despues del covid 19*. DerechoEcuador.com Obtenido de <https://derechoecuador.com/micro-pequenas-y-medianas-empresas-antes-y-despues-del-covid-19/>

Prodisacomunicación. (s.f.). Obtenido de

https://prodisacomunicacion.com/es/media/spots_publicitarios/

Ramirez, M. (12 de mayo de 2021). *Vamos por unas miches? Origen e historia de la michelada*. Obtenido de <https://mexicotravelchannel.com.mx/servicios/20210512/michelada-por-que-se-llama-historia-ingredientes-receta/>

Ruiz, I. M. (9 de Octubre de 2021). Como se creo Productos Ruiz Señor . (J. Melendez, Entrevistador)

Sánchez, I., López, V. (2019). *Análisis de la publicidad en las redes sociales*. Tesis.de Pregrado. Universidad Pontificia Comillas. Madrid. recuperado de <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/27360/TFG-%20Salnchez-Vizcaino%20Lolpez%2C%20Ignacio.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Santos, D. (s.f.). *Cómo crear spots publicitarios atractivos*. Recuperado el 10 de octubre de 2021, de hubspot: <https://blog.hubspot.es/marketing/crear-spots-publicitarios?cv=1>

Vidal, A. (noviembre de 2007). Salsa de chile habanero. Universidad de Guayaquil. Facultad de Ingeniería Química.

10. ANEXOS

Anexo 1. Cesión de derechos de uso de imagen

CESIÓN DE DERECHOS DE USO DE IMAGEN

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 Video Spot Productos Ruiz Señor (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. 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, desenfoco, distorsión, alteración, efecto de ilusión, o reproducción errónea que pueda ocurrir en conexión con la producción
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 Esposo.

Fecha: 08/10/2021

Firma: 

Nombre: David Mejía

Dirección: mexi.david@live.com

Teléfono: 0960097343

CESIÓN DE DERECHOS DE USO DE IMAGEN

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 Video Spot Productos Ruiz Señor (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. 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, desenfoque, distorsión, alteración, efecto de ilusión, o reproducción errónea que pueda ocurrir en conexión con la producción
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 Esposa.

Fecha: 08/10/2021

Firma: 

Nombre: Daniela Cabezas

Dirección: dannycabezas94@gmail.com

Teléfono: 0984627943

CESIÓN DE DERECHOS DE USO DE IMAGEN

1. A través del presente documento el abajo firmante, en adelante CESIONARIO cede de manera irrevocable a favor de nombre , sus licenciarios, 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 Video Spot Productos Ruiz Señor (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. 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, desenfoco, distorsión, alteración, efecto de ilusión, o reproducción errónea que pueda ocurrir en conexión con la producción
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 Padre.

Fecha: 17/10/2021

Firma: 

Nombre: Javier Correa

Dirección: javiercorrea314@gmail.com

Teléfono: 0995610314

CESIÓN DE DERECHOS DE USO DE IMAGEN

1. A través del presente documento el abajo firmante, en adelante CESIONARIO cede de manera irrevocable a favor de nombre , sus licenciarios, 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 Video Spot Productos Ruiz Señor (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. 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, desenfoque, distorsión, alteración, efecto de ilusión, o reproducción errónea que pueda ocurrir en conexión con la producción
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 Hija.

Fecha: 17/10/2021

Firma:  Padre de familia.

Nombre: Denise Zoe Salazar

Dirección: _____

Teléfono: 3263 153

CESIÓN DE DERECHOS DE USO DE IMAGEN

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 Video Spot Productos Ruiz Señor (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. 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, desenfoque, distorsión, alteración, efecto de ilusión, o reproducción errónea que pueda ocurrir en conexión con la producción
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 Madre.

Fecha: 17/10/2021

Firma: 

Nombre: Vanessa Salazar

Dirección: clus F-167@yahoo.com

Teléfono: 0960463333

CESIÓN DE DERECHOS DE USO DE IMAGEN

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 COMERCIAL PRODUCTOS RUIZ SEÑOR (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. 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, desenfoco, distorsión, alteración, efecto de ilusión, o reproducción errónea que pueda ocurrir en conexión con la producción
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 Amigo.

Fecha: 09/10/2021

Firma:

Nombre:

Dirección:

Teléfono:



Marco A. Mejía

Cuspicara y Aracoli G. Iborra. (marcomejia@pep@mail.com)

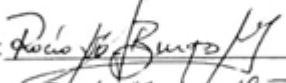
0984104373

CESIÓN DE DERECHOS DE USO DE IMAGEN

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 COMERCIAL PRODUCTOS RUIZ SEÑOR (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. 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, desenfoco, distorsión, alteración, efecto de ilusión, o reproducción errónea que pueda ocurrir en conexión con la producción
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 Amiga 2.

Fecha: 09/10/2021

Firma:



Nombre: Rocío Monaldiath Burgos Manchena

Dirección: moncheburgos@yahoo.com

Teléfono: 0995584374

CESIÓN DE DERECHOS DE USO DE IMAGEN

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 COMERCIAL PRODUCTOS RUIZ SEÑOR (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. 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, desenfoque, distorsión, alteración, efecto de ilusión, o reproducción errónea que pueda ocurrir en conexión con la producción
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 Amiga I.

Fecha: 09/10/2021

Firma:

Nombre: Gabriela Elizabeth Mejía Burgos

Dirección: gabrielcalizabethmb@gmail.com

Teléfono: 0998346674

Anexo 2. Permisos de uso de locación

PERMISO DE USO DE LOCACIÓN

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 en Calle Argentinos entre Juan de Velasco y Mariana de Jesús de la ciudad de Riobamba en adelante LOCACIÓN, la Facultad de Posgrados de la Universidad de las Américas a través de el/la estudiante José Eduardo Melendez Mejía, 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 Video Spot Productos Ruiz Señor (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 8/10/2021 en las que se preparará, se filmará y se retirarán los elementos que la producción haya puesto en la locación.
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, desenfoque, distorsión, alteración, efecto de ilusión, o reproducción errónea que pueda ocurrir en conexión con la producción
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: 8/10/2021

Firma: 

Nombre: David Mejía

Dirección: Argentinos y Juan de Velasco

Teléfono: 09600 92343

PERMISO DE USO DE LOCACIÓN

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 en Calle Mariano Calvache y E17A Playa Baja de la ciudad de Quito en adelante LOCACIÓN, la Facultad de Posgrados de la Universidad de las Américas a través del estudiante José Eduardo Meléndez Mejía, a quien en adelante se denominará colectivamente "EL PRODUCTOR", con el objetivo de filmar, grabar, fotografiar imágenes y sonidos para la producción audiovisual con título de trabajo Video Spot Productos Ruiz Señor (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 8/10/2021 en las que se preparará, se filmará y se retirarán los elementos que la producción haya puesto en la locación.
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, desenfoque, distorsión, alteración, efecto de ilusión, o reproducción errónea que pueda ocurrir en conexión con la producción
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: 17/10/2021

Firma: *Ana Mejía López*

Nombre: Ana Mejía López

Dirección: Mariano Calvache y E17A

Teléfono: 0986886986

PERMISO DE USO DE LOCACIÓN

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 en las calles Araceli Gilbert y Caspicara de la ciudad de Riobamba en adelante LOCACIÓN, la Facultad de Posgrados de la Universidad de las Américas a través de el/la estudiante Jose Eduardo Melendez Mejia, a quienes en adelante se denominarán colectivamente "EL PRODUCTOR", con el objetivo de filmar, grabar, fotografiar imágenes y sonidos para la producción audiovisual con titulo de trabajo Comercial Productos Ruiz Señor (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 09/10/2021 en las que se preparará, se filmará y se retirarán los elementos que la producción haya puesto en la locación.
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, desenfoque, distorsión, alteración, efecto de ilusión, o reproducción errónea que pueda ocurrir en conexión con la producción
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: 09/10/2021

Firma:

Nombre:

Dirección:

Teléfono:

Marco A. Rojas

Caspicara y Araceli Gilbert (marcomajolopez@hotmail.com)

0984104373

Anexo 3. Presupuestos detallados

Productor:

Director:

José Meléndez

Clase:

Fecha:

20/10/2121

PRESUPUESTO GENERAL

Cuenta	ITEM	Subtema	CANT	UNIDAD	X	V.UNIT	V.TOTAL	TOTALES
		Opción			1		\$0,00	
		Derechos (va pagos)			1		\$0,00	
11-01	TOTAL	Guion			1			\$0,00
		Registro IEPI (Ecuador)			1		\$0,00	
11-02	TOTAL	Registros de derechos de autor			1			\$0,00
		fotocopias guion	10	hojas	1	\$0,30	\$3,00	
		fotocopias guion			1		\$0,00	
11-03	TOTAL	Fotocopias			1			\$3,00
		Traducción (inglés y francés)			1		\$0,00	
11-04	TOTAL	Traducción			1			\$0,00
11-00	TOTAL GUION				1			\$3,00
		Productor	1	Proyecto	1	\$800,00	\$800,00	
12-01	TOTAL	Productores			1			\$800,00
		varios (gastos representación)			1		\$0,00	
		varios (gastos representación)			1		\$0,00	
12-02	TOTAL	Gastos representación			1			\$0,00
					1		\$0,00	
12-03	TOTAL	Travel and living PRODUCTOR	4	días	1	10	\$40,00	\$40,00
12-00	TOTAL				1			\$840,00
					1		\$0,00	
13-01	TOTAL	Director			1			\$0,00
			1	Proyecto	1	\$800,00	\$800,00	\$800,00
					1		\$0,00	
13-02	TOTAL	Travel and living DIRECTOR	4	días	1	\$10,00	\$40,00	\$40,00
13-00	TOTAL DIRECTOR				1			\$840,00
					1		\$0,00	
14-01	TOTAL	Teléfono			1			\$0,00
14-00	TOTAL OTROS				1			\$0,00
TOTAL ABOVE								\$1.683,00

					1			
15-01		Elenco PRINCIPAL			1			
		Esposo	1	día	1	\$80,00	\$80,00	
		Esposa	1	día	1	\$80,00	\$80,00	
		Padre	1	día	1	\$80,00	\$80,00	
		Madre	1	día	1	\$80,00	\$80,00	
		Hija	1	día	1	\$80,00	\$80,00	
		Amigo 1	1	día	1	\$80,00	\$80,00	
		Amiga 1	1	día	1	\$80,00	\$80,00	
		Amiga 2	1	día	1	\$80,00	\$80,00	
15-01	TOTAL	Elenco PRINCIPAL			1			\$640,00
					1		\$0,00	
15-02	TOTAL	Gastos Casting			1			\$0,00
					1		\$0,00	
15-04	TOTAL	Elenco SECUNDARIO			1			\$0,00
					1		\$0,00	
15-05	TOTAL	Talento ADICIONAL			1			\$0,00
					1		\$0,00	
15-06	TOTAL	Gastos talento ADICIONAL			1			\$0,00
15-00	TOTAL CAST Y				1			\$640,00
					1		\$0,00	
					1		\$0,00	
16-01	TOTAL	UPM/Line Producer			1			\$0,00
					1		\$0,00	
16-02	TOTAL	Asistentes de Dirección			1			\$0,00
				Proyecto	1	\$600,00		
					1	\$0,00		
16-03	TOTAL	Coordinación de producción			1			\$600,00
					1	\$0,00		
					1	\$0,00		
16-04	TOTAL	Supervisor Script			1			\$0,00
					1	\$0,00		
16-05	TOTAL	Contador			1			\$0,00
					1	\$0,00		
16-06	TOTAL				1			\$0,00
					1			

16-07	TOTAL				1			
16-00	TOTAL EQUIPO DE				1			\$600,00
					1		\$0,00	
17-01	TOTAL	Director de Arte			1			\$0,00
				Proyecto	1		\$800,00	
17-02	TOTAL	Investigación/compras			1			\$800,00
					1		\$0,00	
					1		\$0,00	
17-03	TOTAL	Escenógrafo y Decoración			1			\$0,00
		Escenógrafo		proyecto	1		\$300,00	
					1		\$0,00	
17-04	TOTAL	Utilería			1			\$300,00
		Monopoly			1		\$20,00	
		Productos Ruiz Señor			1		\$10,00	
		Libra de carne			1		\$3,00	
					1		\$0,00	
					1		\$0,00	
17-05	TOTAL	Vestuario			1			\$33,00
		Camiseta de fútbol de Ecuador			3		\$90,00	
					1		\$0,00	
					1		\$0,00	
17-06	TOTAL	Maquillaje y peinados		Proyecto	1			\$250,00
17-00	TOTAL UNIDAD DE				1			\$1.383,00
					1		\$0,00	
					1		\$0,00	
18-01	TOTAL	Alquiler de equipos GRIP y			1			\$0,00
		Kinoflo gaffer Kit	3	día	1	\$50,00	\$150,00	
		2 Leds Neewer	3	día	1	\$50,00	\$150,00	
					1		\$0,00	
18-02	TOTAL	CREW Grips y luces			1			\$300,00
					1		\$0,00	
					1		\$0,00	
18-04	TOTAL	Transporte y gasolina GRIP y			1			\$0,00
18-00	EQUIPO DE GRIP Y				1			\$300,00
					1		\$0,00	
19-01		Equipo de fotografía			1			\$0,00
		Lentes Arri Ultra Prime	3	día	1	\$266,67	\$800,00	
					1		\$0,00	
19-02		Alquiler de cámara			1			\$800,00
		Red Scarlet	3	día	1			\$1.500,00
					1		\$0,00	
19-03		Transporte de cámara y		día	3			\$150,00
19-00	FOTOGRAFIA				1			\$2.450,00
					1		\$0,00	
20-01	TOTAL	Equipo de sonido			1			\$0,00
		Kit Boom		día	3		\$200,00	
					1		\$0,00	
					1		\$0,00	

20-02	TOTAL	Alquiler paquete de sonido			1			\$200,00
20-00	SONIDO				1			\$200,00
					1		\$0,00	
21-01	TOTAL	Autos y camionetas			1			\$0,00
					1		\$0,00	
					1		\$0,00	
21-02	TOTAL	Gasolina/mantenimiento			1			\$0,00
		Chevrolet Lux D-Max		Proyecto	1		\$150,00	
					1		\$0,00	
21-03	TOTAL	Gastos transporte adicional			1			\$150,00
21-00	TRANSPORTE				1			\$150,00
					1		\$0,00	
22-01	TOTAL	Personal de locaciones			1			\$0,00
					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	
22-05	TOTAL	Catering y craft			1			\$0,00
		Catering	4	días	1	\$62,50	\$250,00	
22-06	TOTAL	Comunicaciones			1			\$250,00
					1		\$0,00	
					1		\$0,00	
22-07	TOTAL	Teléfonos			1			\$0,00
					1		\$0,00	
					1		\$0,00	

				1		\$0,00	
25-01	TOTAL	Editores		1			\$0,00
		Editor	Proyecto	1		\$600,00	
25-02	TOTAL	Facilidades		1			\$600,00
				1		\$0,00	
25-03	TOTAL	Compras		1			\$0,00
25-00	EDICION IMAGEN			1			\$600,00
				1		\$0,00	
26-01	TOTAL	Diseño y sonorización		1			\$0,00
				1		\$0,00	
26-02	TOTAL	Licencia Dolby		1			\$0,00
				1		\$0,00	
26-03	TOTAL	Música		1			\$0,00
		Artist.ui	Proyecto	1		\$30,00	
				1		\$0,00	
26-04		Travel/living post		1			\$630,00
26-00	POST		Proyecto	1		\$600,00	\$630,00
				1		\$0,00	
27-01	TOTAL	Tape-to-film		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			1			\$0,00
	TOTAL POST-						\$1.230,00
				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	
28-03	TOTAL	Seguros equipo técnico y cast		1			\$0,00
28-00	SEGUROS Y			1			\$0,00
				1		\$0,00	
29-01	TOTAL	Aboqados		1			\$0,00
29-00	COSTOS LEGALES			1			\$0,00
				1		\$0,00	
30-01	TOTAL	Casa Productora		1			\$0,00
				1		\$0,00	
30-02	TOTAL	Gastos de oficina		1			\$0,00
30-00	GASTOS			1			\$0,00
	TOTAL ADMINISTRATIVOS						\$0,00
	TOTAL ABOVE THE LINE +PRODUCCION						\$7.761,00
	TOTAL ABOVE THE LINE +PRODUCCION+ ADMINISTRATIVOS						\$7.761,00
	SUBTOTAL						\$8.991,00
	Contingencia 3% :						\$269,73
	IVA : 12.00%						\$1.111,29
	GRAN TOTAL						\$10.372,02

Productor:
Director:

José Meléndez

PRESUPUESTO GENERAL: |

Clase:
Fecha:

20/10/2121

Cuenta	ITEM	Subitem	CANT	UNIDAD	X	V.TOTAL	TOTALES
		Option			1	\$0,00	
		Derechos (ya pagos)			1	\$0,00	
11-01	TOTAL	Guion			1		\$0,00
		Registro IEPI (Ecuador)			1	\$0,00	
11-02	TOTAL	Registros de derechos de autor			1		\$0,00
		fotocopias guion			10	\$3,00	
		fotocopias guion			1	\$0,00	
11-03	TOTAL	Fotocopias			1		\$3,00
		Traducción (inglés y francés)			1	\$0,00	
11-04	TOTAL	Traducción			1		\$0,00
11-00	TOTAL GUION				1		\$3,00
		Productor		Proyecto	1	\$300,00	
12-01	TOTAL	Productores			1		\$300,00
		varios (gastos representación)			1	\$0,00	
		varios (gastos representación)			1	\$0,00	
12-02	TOTAL	Gastos representación			1		\$0,00
					1	\$0,00	
					1	\$0,00	
12-03	TOTAL	Travel and living PRODUCTOR		días	4		\$40,00
12-00	TOTAL PRODUCTORES				1		\$340,00
					1	\$0,00	
					1	\$0,00	
13-01	TOTAL	Director			1		\$0,00
				Proyecto	1	\$0,00	\$400,00
					1	\$0,00	
					1	\$0,00	
13-02	TOTAL	Travel and living DIRECTOR		días	4		\$40,00
13-00	TOTAL DIRECTOR				1		\$440,00
					1	\$0,00	
14-01	TOTAL	Teléfono			1		\$0,00
14-00	TOTAL OTROS GASTOS				1		\$0,00
TOTAL ABOVE							\$783,00

					1	
15-01		Elenco PRINCIPAL			1	
		Esposo	hora	4	\$40,00	
		Esposa	hora	4	\$40,00	
		Padre	hora	4	\$40,00	
		Madre	hora	4	\$40,00	
		Hija	hora	4	\$40,00	
		Amigo 1	hora	4	\$40,00	
		Amiga 1	hora	4	\$40,00	
		Amiga 2	hora	4	\$40,00	
					1	
15-01	TOTAL	Elenco PRINCIPAL		1		\$320,00
				1	\$0,00	
				1	\$0,00	
15-02	TOTAL	Gastos Casting		1		\$0,00
				1	\$0,00	
				1	\$0,00	
15-04	TOTAL	Elenco SECUNDARIO		1		\$0,00
				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		\$320,00
				1	\$0,00	
				1	\$0,00	
16-01	TOTAL	UPM/Line Producer		1		\$0,00
				1	\$0,00	
				1	\$0,00	
16-02	TOTAL	Asistentes de Dirección		1		\$0,00
				1	\$0,00	
				1	\$0,00	
16-03	TOTAL	Coordinación de producción		1		\$0,00
				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			1		\$0,00
				1		
16-07	TOTAL			1		

16-00	TOTAL EQUIPO DE			1		\$0,00
				1		\$0,00
				1		\$0,00
				1		\$0,00
17-01	TOTAL	Director de Arte		1		\$0,00
			Proyecto	1		\$300,00
17-02	TOTAL	Investigación/compras		1		\$300,00
				1		\$0,00
				1		\$0,00
17-03	TOTAL	Escenógrafo y Decoración		1		\$0,00
				1		\$0,00
				1		\$0,00
17-04	TOTAL	Utilería		1		\$0,00
		Monopoly		1		\$20,00
		Productos Ruiz Señor		1		\$10,00
		Libra de carne		1		\$3,00
				1		\$0,00
				1		\$0,00
17-05	TOTAL	Vestuario		1		\$33,00
		Camiseta de fútbol de Ecuador		3		\$90,00
				1		\$0,00
				1		\$0,00
17-06	TOTAL	Maquillaje y peinados	Proyecto	1		\$100,00
17-00	TOTAL UNIDAD DE ARTE			1		\$433,00
				1		\$0,00
				1		\$0,00
18-01	TOTAL	Alquiler de equipos GRIP y		1		\$0,00
		Kinoflo gaffer Kit	día	3		\$150,00
		2 Leds Neewer	día	3		\$150,00
				1		\$0,00
				1		\$0,00
18-02	TOTAL	CREW Grips y luces		1		\$300,00
				1		\$0,00
				1		\$0,00
				1		\$0,00
18-04	TOTAL	Transporte y gasolina GRIP y		1		\$0,00
		LUCES				
18-00	EQUIPO DE GRIP Y			1		\$300,00

					1		
					1	\$0,00	
					1	\$0,00	
19-01		Equipo de fotografía			1		\$0,00
		Lente Canon 24-105mm	día		3	\$100,00	
					1	\$0,00	
19-02		Alquiler de cámara			1		\$100,00
		Canon 5D Mark 4	día		3		\$400,00
					1	\$0,00	
					1	\$0,00	
19-03		Transporte de cámara y	día		3		\$100,00
19-00	FOTOGRAFIA				1		\$600,00
					1	\$0,00	
					1	\$0,00	
20-01	TOTAL	Equipo de sonido			1		\$0,00
		Kit Boom	día		3	\$200,00	
					1	\$0,00	
					1	\$0,00	
20-02	TOTAL	Alquiler paquete de sonido			1		\$200,00
20-00	SONIDO				1		\$200,00
					1	\$0,00	
					1	\$0,00	
21-01	TOTAL	Autos y camionetas			1		\$0,00
					1	\$0,00	
					1	\$0,00	
21-02	TOTAL	Gasolina/mantenimiento			1		\$0,00
		Chevrolet Lux D-Max	Proyecto		1	\$150,00	
					1	\$0,00	
					1	\$0,00	
21-03	TOTAL	Gastos transporte adicional			1		\$150,00
21-00	TRANSPORTE				1		\$150,00
					1	\$0,00	
22-01	TOTAL	Personal de locaciones			1		\$0,00
					1	\$0,00	
					1	\$0,00	
22-02	TOTAL	Costos de scout			1		\$0,00
					1	\$0,00	
22-03	TOTAL	Seguridad en el set			1		\$0,00
					1	\$0,00	
					1	\$0,00	
22-04	TOTAL	Alquileres/limpiezas/bodegas			1		\$0,00

22-05	TOTAL	Catering y craft			1		\$0,00
		Catering		días	4	\$150,00	
22-06	TOTAL	Comunicaciones			1		\$150,00
					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		\$150,00
					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				1		\$0,00
					1	\$0,00	
					1	\$0,00	
					1	\$0,00	
					1	\$0,00	
24-01		TRAVEL Equipo técnico			1		\$0,00
		Movilización		días	4	\$50,00	
					1	\$0,00	
					1	\$0,00	
					1	\$0,00	
24-02		LIVING Equipo técnico			1		\$50,00
24-02-01		Impuestos Hoteles			1		\$5,00
					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
		Movilización		días	3	\$50,00	
					1	\$0,00	
					1	\$0,00	
24-05		LIVING Elenco			1		\$50,00
					1	\$0,00	
					1	\$0,00	
24-06		VIATICOS Elenco			1		\$0,00
24-00	TRAVEL AND LIVING				1		\$105,00
	TOTAL PRODUCCION						\$2.258,00

					1	\$0,00	
					1	\$0,00	
25-01	TOTAL	Editores			1		\$0,00
		Editor		Proyecto	1	\$400,00	
25-02	TOTAL	Facilidades			1		\$400,00
					1	\$0,00	
25-03	TOTAL	Compras			1		\$0,00
25-00	EDICION IMAGEN				1		\$400,00
					1	\$0,00	
					1	\$0,00	
26-01	TOTAL	Diseño y sonorización			1		\$0,00
					1	\$0,00	
26-02	TOTAL	Licencia Dolby			1		\$0,00
					1	\$0,00	
					1	\$0,00	
26-03	TOTAL	Música			1		\$0,00
		Artist.ui		Proyecto	1	\$30,00	
					1	\$0,00	
26-04		Travel/living post			1		\$430,00
26-00	POST PRODUCCION			Proyecto	1	\$400,00	\$430,00
					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	
					1	\$0,00	
27-04	TOTAL	Otros procesos			1		\$0,00
27-00	LABORATORIO POST				1		\$0,00
	TOTAL POST-						\$830,00
					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	
28-03	TOTAL	Seguros equipo técnico y 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				1		\$0,00
	TOTAL						\$0,00
	TOTAL ABOVE THE LINE						\$3.041,00
	TOTAL ABOVE THE LINE						\$3.041,00
	SUBTOTAL						\$3.871,00
	Contingencia 3% : 3.00%						\$116,13
	IVA : 12.00%						\$478,46
	GRAN TOTAL						\$4.465,59