

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL



Facultad de Arte, Diseño y Comunicación Audiovisual

ARTE-600

**Miniserie de cortos de ficción publicitaria para el
fortalecimiento de la marca Miyako Sushi**

Previo la obtención del Título de:

Licenciado en Producción para Medios de Comunicación

Presentado por:

Peralta Coque Génesis Nicole

Ponce Valarezo Josué Arturo

GUAYAQUIL - ECUADOR

Año: 2026

Declaración Expresa

Nosotros, Genesis Nicole Peralta Coque y Josué Arturo Ponce Valarezo acordamos y reconocemos que:

La titularidad de los derechos patrimoniales de autor (derechos de autor) del proyecto de graduación corresponderá al autor o autores, sin perjuicio de lo cual la ESPOL recibe en este acto una licencia gratuita de plazo indefinido para el uso no comercial y comercial de la obra con facultad de sublicenciar, incluyendo la autorización para su divulgación, así como para la creación y uso de obras derivadas. En el caso de usos comerciales se respetará el porcentaje de participación en beneficios que corresponda a favor del autor o autores.

La titularidad total y exclusiva sobre los derechos patrimoniales de patente de invención, modelo de utilidad, diseño industrial, secreto industrial, software o información no divulgada que corresponda o pueda corresponder respecto de cualquier investigación, desarrollo tecnológico o invención realizada por nosotros durante el desarrollo del proyecto de graduación, pertenecerán de forma total, exclusiva e indivisible a la ESPOL, sin perjuicio del porcentaje que me/nos corresponda de los beneficios económicos que la ESPOL reciba por la explotación de mi/nuestra innovación, de ser el caso.

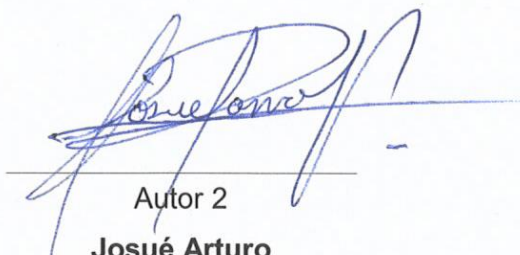
En los casos donde la Oficina de Transferencia de Resultados de Investigación (OTRI) de la ESPOL comunique a los autores que existe una innovación potencialmente patentable sobre los resultados del proyecto de graduación, no se realizará publicación o divulgación alguna, sin la autorización expresa y previa de la ESPOL.

Guayaquil, 20 de octubre del 2025.



Autor 1

**Genesis Nicole
Peralta Coque**



Autor 2

**Josué Arturo
Ponce Valarezo**

DEDICATORIA

A mi familia, por su apoyo incondicional a lo largo de este proceso.

A mi abuela, por cuidarme, acompañarme y sostenerme durante mi formación universitaria.

Josué Ponce Valarezo

DEDICATORIA

El presente proyecto lo dedico a mi mamá, por sostenerme con su presencia siempre, por su paciencia en los días difíciles, por apoyarme en cada situación complicada que se me presentara y por recordarme con acciones más que con palabras que siempre se debe terminar lo que se empieza. Me complace dedicarle este proyecto que se pudo llevar a cabo con el apoyo de ella.

Génesis Peralta Coque

AGRADECIMIENTOS

A mis amigos, quienes brindaron su apoyo durante la producción de este proyecto, en especial a Guillermo Holguín, cuya colaboración fue la piedra angular para la viabilidad de esta tesis.

Josué Ponce Valarezo

AGRADECIMIENTOS

Agradezco, de manera especial a mi mamá, por acompañarme en cada etapa de este proceso: por su apoyo incondicional, por su confianza en mí, y por ser el lugar donde siempre encontraba calma cuando mis estudios se ponían difíciles.

A mi novio, gracias por estar siempre cerca colaborándome en todo, y por sostenerme con calma en los momentos de mayor exigencia.

A mis amigos de la universidad, gracias por el trabajo compartido, y la compañía que hizo más llevadero el camino. Su apoyo en lo académico y en lo personal marcó una gran diferencia.

Finalmente, agradezco a todas las personas que, de una u otra forma, aportaron a que este proceso se cumpliera de manera exitosa. Con este trabajo cierro una etapa importante de mi vida con la certeza de que me deja una gran enseñanza tanto en lo personal como en lo profesional.

Génesis Peralta Coque

EVALUADORES

.....
Omar Rodríguez R., Msc.

PROFESOR DE LA MATERIA

.....
Guillermo Doylet L., Msc.

PROFESOR TUTOR

RESUMEN

En el entorno digital actual, la excesiva presencia de contenidos y la inmediatez de las redes sociales han llevado a las marcas a competir por la atención del usuario. De manera que, cuando una producción carece de construcciones narrativas sin atractivo visual, su impacto reduce drásticamente. El objetivo de este proyecto es aplicar los principios de construcción narrativa y técnicas de iluminación para la creación de una miniserie de cápsulas de ficción publicitaria que fortalezca la marca Miyako Sushi. Dentro del diseño de la propuesta se implementaron esquemas de iluminación y referencias cinematográficas, se utilizaron ópticas específicas y se gestionaron locaciones complejas optimizando recursos técnicos y talento humano. Como resultado se produjeron tres cápsulas que cumplieron con los estándares estéticos planteados y se logró bajo un presupuesto real de \$6,825 USD. En conclusión, según la relación del análisis de costos y el producto final, el trabajo colaborativo y la planificación organizada son indispensables para sostener la viabilidad del proyecto, demostrando que es posible generar contenido con altos estándares y elementos optimizados.

Palabras Clave: Narrativa Audiovisual, Iluminación, Producción Audiovisual, Redes Sociales.

ABSTRACT

In today's digital environment, the excessive presence of content and the immediacy of social media have led brands to compete for users' attention. As a result, when a production lacks visually appealing narrative structures, its impact is drastically reduced. The objective of this project is to apply the principles of narrative construction and lighting techniques to create a miniseries of fictional advertising capsules that strengthen the Miyako Sushi brand. The design of the proposal included lighting schemes and cinematographic references, the use of specific optics, and the management of complex locations, optimizing technical resources and human talent. As a result, three capsules were produced that met the aesthetic standards set, and this was achieved on a real budget of \$6,825 USD. In conclusion, based on the cost analysis and the final product, collaborative work and organized planning are essential to sustain the viability of the project, demonstrating that it is possible to generate content with high standards and optimized elements.

Keywords: Media Narrative, Lighting, Media Production, Social media

ÍNDICE GENERAL

EVALUADORES	VII
RESUMEN	I
<i>ABSTRACT</i>	II
ÍNDICE GENERAL.....	III
ABREVIATURAS	IV
SIMBOLOGÍA.....	V
ÍNDICE DE FIGURAS.....	V
ÍNDICE DE TABLAS	VI
ÍNDICE DE PLANOS	VIII
CAPÍTULO 1	7
1. Introducción.....	7
1.1 Problemática por tratar desde el audiovisual	8
1.2 Justificación del problema o propósito del proyecto.	10
1.3 Objetivos.....	11
1.3.1 Objetivo General.....	11
1.3.2 Objetivos Específicos	11
1.4 Marco referencial.....	11
CAPÍTULO 2	13
2. Metodología	13
2.1 Preproducción	14
2.2 Producción.....	22
APÉNDICES	30

ABREVIATURAS

ESPOL	Escuela Superior Politécnica del Litoral
EXT	Exterior
INT	Interior
FPS	Frames per second

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 2.1. Locación interior de primera casa	17
Figura 2.2. Locación interior de segunda casa.....	18
Figura 2.3. Instalaciones del Jardín Botánico.....	18
Figura 2.4. Área de Bonsái del Jardín Botánico	19
Figura 2.5. Detalles del Templo Budista Yuang Heng	19
Figura 2.6. Plano general del interior del Templo Budista Yuang Heng.....	20
Figura 2.7. Presupuesto real ejecutado	21
Figura 2.8. Presupuesto general proyectado.....	22

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 2.1. Plan maestro de producción.	15
Tabla 2.2. Equipo de rodaje.	15
Tabla 2.3. Distribución de horas en Preproducción.....	16
Tabla 2.4. Reparto	17
Tabla 2.5. Equipos	20

CAPÍTULO 1

1. INTRODUCCIÓN

El uso de las distintas técnicas de iluminación y principios de construcción narrativa que existen, han permitido que los productores audiovisuales puedan plasmar y proyectar de mejor manera lo que tratan de comunicar, mediante esquemas de iluminación, potencias de luz y equipos técnicos. Estas herramientas son las bases para que un proyecto audiovisual publicitario tenga una continuidad y narrativa consistente.(Odalys Elizabeth Salavarría Campuzano & Belkys Juliana Mero Espinoza, 2025).

El dominio y aplicación de manera adecuada de los recursos mencionados anteriormente resultan fundamentales para crear productos audiovisuales que generen expectativas y conexiones emotivamente fuertes con su respectivo público objetivo, para que estas creaciones queden grabadas en el imaginario del mismo. (Benavides Polo & González Loyola, s. f.).

Muchas personas tienen grabado en su mente el recuerdo de alguna serie, película o publicidad que en su momento les pareció fantástica, productos que, a pesar del paso de los años, perduran, y al volver a verlas, funcionan como un detonante que les hace sentir nuevamente esa nostalgia.

La aplicación de las técnicas mencionadas anteriormente es materializada dentro de una variedad de cápsulas audiovisuales publicitarias, con la intención que su resultado sea la construcción de una atmósfera que el público en general pueda apreciar y recordar. Buscando elegir las técnicas de iluminación adecuadas para poder resaltar sus productos, que en este caso son el menú, el servicio y el ambiente de Miyako Sushi, marca local que lleva más de una década de presencia en redes sociales, la cual inició a la par de su inauguración en la ciudad de Guayaquil, dentro de la Urbanización del Salado (Urdesa).

Existen varias marcas que recurren al uso del *storytelling* para hacer crecer su comunidad y crear una historia en torno a la marca, y para hacerlo aplican las técnicas de iluminación y principios narrativos. Por ejemplo, en la publicidad de “JAGGER VS VICIO” que lanzó VICIO para la velada del año (VICIO, 2024), el video pasó de tener una relación de aspecto de 4:3 a 16:9, un formato más cinematográfico y por lo tanto debía venir acompañado de una iluminación distinta, más elaborada junto con colores mejor trabajados. Este cambio estético se tradujo en resultados cuantificables, el video alcanzó más de 3,4 millones de visualizaciones entre Instagram y TikTok.

El uso del multiformato, la aplicación de un escenario previamente planteado y ejecutado de manera correcta por un equipo de producción preparado valida la correlación entre la calidad de producción de un audiovisual y su alcance en la audiencia. Asimismo, la información obtenida del caso “JAGGER VS VICIO” demuestra de manera objetiva que las herramientas mencionadas anteriormente son determinantes para garantizar un alcance masivo.

1.1 Problemática por tratar desde el audiovisual

En el entorno digital, especialmente el de las redes sociales, las empresas y emprendimientos compiten por tratar de llamar la atención de los usuarios. Sin embargo, cuando el nivel de producción con el que cuentan los videos falla en tener un atractivo visual de primera mano o una construcción narrativa sólida, el impacto del producto disminuye significativamente. Al analizar publicidades del Super Bowl (Taylor y Francis Group, 2014), demostraron que las piezas audiovisuales con un menor desarrollo narrativo fueron calificadas con un promedio más bajo por los consumidores. Esta deficiencia complica aún más la conexión con un público cuya capacidad de atención en pantalla ha decaído drásticamente, pasando de un promedio de 2.5 minutos en 2004 a 75 segundos hasta el 2012(Mark, 2023).

Además, si no se aplican principios narrativos, el contenido con el que cuenta la marca va a pasar por desapercibido, ninguna cosa tiene que ver con la otra, se convierte en un post más dentro de una red social con publicaciones sencillas. Según (Del Pino Romero & Castelló Martínez, 2015) “la marca debe ser capaz de

generar *engagement* más allá de la mera transacción comercial, y para ello, el *storytelling* a través de un discurso corporativo y publicitario transmedia va a posibilitar contar historias y experiencias amigables...” Al no aplicar estos principios, la marca corre el riesgo de no transmitir sus valores ni generar una idea de consumo dentro de su público. Perdiendo la oportunidad de complementar la experiencia de compra y consumo del usuario.

Por otro lado, existe una relación entre la calidad técnica del material audiovisual y del valor percibido del producto final. Según (Begoña Gutiérrez, 2002) la misión fundamental de la luz es mostrar los elementos con claridad y conseguir un clima apropiado. Descuidar este aspecto conlleva riesgos. Como señala (University of North Georgia, 2025) el 62% de los consumidores son más propensos a tener una percepción negativa de una marca que publica un video de baja calidad. Por eso, cuando una marca, en este caso gastronómica, difunde una pieza audiovisual con una iluminación deficiente, no solamente falla en resaltar los elementos del alimento, sino que involuntariamente es propensa a ser percibida de manera negativa.

Cuando no se utilizan técnicas de iluminación junto a la postproducción adecuada, el producto en sí pierde texturas, nitidez y volumen. La comida “entra por los ojos”, lo que significa que, cómo se percibe el producto o el plato, depende en su gran mayoría del primer impacto visual que se genere. Según (Charles Spence et al., 2015) la exposición regular a alimentos virtuales hoy en día, y la variedad de respuesta neuronales, fisiológica y conductuales vinculadas a ella, podrían estar exacerbando nuestra hambre fisiológica con demasiada frecuencia.

Finalmente, la carencia de una línea estética definida y de referencias visuales estandarizadas de las que se pueda nutrir el producto final, genera una inconsistencia dentro de las comunicaciones de la marca. Como advierte (Costa Sánchez, 2017), sin principios de construcción narrativos claros, las cápsulas no sostienen una identidad audiovisual construida en el tiempo. Esto impide que el público o las personas que navegan y transitan dentro de las redes sociales puedan

identificar fácilmente el contenido de la marca, debilitando su posicionamiento a través del tiempo.

1.2 Justificación del problema o propósito del proyecto.

La implementación de principios narrativos y aplicación de técnicas de iluminación dentro de la producción audiovisual se ha convertido en un recurso indispensable en un contexto digital donde las redes sociales se han transformado en los principales canales de difusión de contenido. El público está expuesto a una amplia oferta audiovisual, por lo tanto, dentro de este entorno, destacar no solo implica tener una presencia en redes, sino construir piezas con una intención narrativa clara y una estética visual que transmita los valores de la marca de manera coherente.

El uso intencionado de la iluminación y de la narrativa permite construir imágenes con mayor profundidad y coherencia estética, permitiendo que estas resalten y se nutran de un bagaje de recursos narrativos dentro de un espacio saturado de materiales visuales que existen debido a la democratización de los medios de producción generada por los avances tecnológicos actuales.

Si bien el propósito de este proyecto no está orientado directamente hacia la construcción de una narrativa compleja, sino hacia la representación visual de una marca y su producto, la aplicación de diversas técnicas de iluminación permite alcanzar distintos estilos estéticos que enriquecen y favorecen a la composición visual. Estos procesos, no buscan alcanzar ambientes cinematográficos exquisitos de obras como 1917 de Sam Mendes, Blade Runner 2049 de Dennis Villeneuve o In the Mood for love de Wong Kar Wai, pero sí buscan acoplar principios visuales que aporten verosimilitud y una mayor calidad dentro del resultado final.

Además, en el caso del ámbito gastronómico, el aplicar una iluminación no solamente correcta, sino favorable, cumple el papel determinante de ayudar a resaltar textura, volúmenes, contrastes y colores. Estas son bondades que podemos obtener al elegir, referenciar y aplicar diferentes esquemas, modelos y ejemplos de iluminación sobre los platos gastronómicos.

En conjunto, buscamos la implementación de estas herramientas, para lograr que el producto audiovisual no sea un contenido más dentro de todo el flujo digital, sino una pieza que despierte interés, genere emociones y rememoración.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Aplicar los principios de construcción narrativa y técnicas de iluminación para la creación de cápsulas audiovisuales publicitarias dirigidas a las redes sociales para una marca gastronómica japonesa en Guayaquil.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Interpretar la función de la iluminación en la construcción de atmósferas que refuercen el mensaje narrativo y emocional del producto audiovisual.
- Seleccionar técnicas de iluminación que destaquen la textura, el color y el contraste de las preparaciones culinarias.
- Referenciar las técnicas y estéticas visuales empleadas en la realización de las cápsulas audiovisuales.

1.4 Marco referencial

Gervitz, D. [Danny Gevirtz]. (2021, 19 de enero). A Cinematic Running Commercial [Video]. YouTube. Esta pieza funciona como referente para los principios de *storytelling* aplicados en todos los guiones. Además, particularmente en el caso del guion de comida se replicó el uso del sonido extradiegético para señalar que un elemento se aproxima.

Bird, B. (Director). (2007). Ratatouille [Película]. Pixar Animation Studios. De este largometraje se extrae el recurso narrativo de la analepsis (*flashback*). Tal como se observa en la escena donde el crítico Anton Ego es transportado a su infancia tras

probar el plato. Este recurso se aplica en el guion de comida, en el momento exacto en que la actriz degusta un rollo. La transición visual utilizada en la película se utiliza como referencia para mostrar cómo el sabor auténtico de Miyako Sushi tiene el poder de transportar al comensal a una experiencia tradicional asiática.

Boomer, L. (Escritor) & Strassner, T. (Director). (2000). Malcolm in the Middle (Temporada 1, Episodio 1) [Episodio de serie de TV]. Fox Television Studios. Del episodio piloto de esta serie se toma el recurso del corte por forma o *match cut*. En este episodio, el personaje de Francis, manteniendo el mismo encuadre, dialoga con su padre en distintos tiempos de la historia. Esta técnica se emplea en el guion de ambiente para contrastar las realidades del personaje del niño: el caos de comer en su casa contra la tranquilidad y armonía de hacerlo en el restaurante Miyako Sushi.

Yoon, S. (Director). (2020). Bon Appétit, Majestad (Sr. Reina) [Serie de TV]. YG Studio Plex. Esta producción sirve como guía para la dirección de arte y ambientación dentro del guion de comida. Se toma como referencia su diseño de producción y esquemas de iluminación en exteriores para “falsear” un ambiente asiático.

Page, S. (Creador). (2015). Clarence (Temporada 1, Episodio 38) [Episodio de serie de TV]. Cartoon Network Studios. Para la construcción del personaje del niño, dentro del guion de Ambiente, se referencia el comportamiento del personaje de Gilben en el episodio “*The Big Petey Pizza Problem*”. Se busca que el niño mantenga la inexpresividad facial de Gilben, que, sumada al contexto de la situación, genere un efecto “cómic” al momento de mostrar el contraste de la escena.

CAPÍTULO 2

2. METODOLOGÍA

El desarrollo del proyecto se sustentó en un enfoque cualitativo, mediante la implementación de tres tipos de técnicas: entrevistas, observación participante y análisis de documentos. Se optó utilizar un enfoque cualitativo ya que, tal como sostiene (Yin, 2018) la investigación cualitativa resulta idónea para adaptarse al diseño de estudio de caso, especialmente al tratarse de temas únicos con características determinadas que ameritan un estudio profundo y un acercamiento real al contexto donde se desarrolla el fenómeno a investigar.

Este enfoque facilitó la recolección de datos tanto visuales como narrativos, permitió interpretar y describir los elementos estéticos y técnicos relevantes que podrían contribuir a la construcción de una pieza publicitaria dentro de un espacio de redes sociales.

El desarrollo asumió un alcance exploratorio, dado que su objetivo no fue comprobar una hipótesis ni cuantificar variables, sino, identificar y adaptar recursos audiovisuales a un trabajo aplicado. Este tipo de alcance resultó adecuado para analizar ampliamente las opciones estéticas y reconocer patrones que sean adaptables al contexto específico del trabajo.

Dada la naturaleza de la investigación, se optó por un diseño de estudio de caso. La selección de esa metodología se realizó siguiendo la definición de Yin (2018), quien señala que este tipo de estudio constituye una investigación **empírica** que estudia un fenómeno contemporáneo dentro de su contexto de la vida real, especialmente cuando los límites entre el fenómeno y su contexto no son claramente evidentes.

En consecuencia, este proceso metodológico, garantizó que las decisiones creativas estuvieran, fundamentadas por un marco conceptual riguroso, alineándose con la naturaleza del proyecto. Esta estructura permitió ordenar y aprovechar de manera provechosa la información recolectada a través de las distintas técnicas, especialmente, los hallazgos obtenidos en las entrevistas.

2.1 Preproducción

Sinopsis

En medio del ruido de la ciudad y el caos de las cenas familiares, Miyako Sushi se presenta no solo como un restaurante, sino como un espacio de escape. A través de la campaña #ExperienciaMiyako, se plantea una trilogía de audiovisuales que desafía la cotidianidad. Más que vender los rollos, esta labor proyecta la atmósfera y autenticidad envolvente que ha mantenido a Miyako Sushi existiendo por más de una década.

Guion

En la tercera semana de octubre de 2025, se desarrollaron tres guiones distintos basados en los valores pilares de la marca de Miyako Sushi: ambiente, comida y servicio. Esta propuesta narrativa se definió a partir de la información que se obtuvo a través de entrevistas con Yuki Hashimura y Kevin Rivas, socios fundadores del restaurante.

Guion técnico

Durante la elaboración del guion técnico, se usaron referencias visuales de cine y televisión para definir la estética del proyecto. Se utilizó la plataforma *ShotDeck* para seleccionar planos y *stills* que sirvieron como base para las tomas planificadas. El anteriormente mencionado guion, contó con una sección dedicada a estas imágenes, funcionando como manual de consulta al momento de ejecutar la grabación de las tomas.

Cronograma

Dentro del cronograma se contemplaron las actividades correspondientes a las fases de preproducción, producción y postproducción del producto audiovisual.

Dicha planificación se estructuró mediante un desglose semanal, permitiendo una distribución eficiente de los tiempos para cada tarea.

Como se puede observar en la tabla 2.1., la organización del cronograma se realizó bajo la gráfica del diagrama de Gantt, obteniendo así una distribución de tres semanas para la etapa de desarrollo inicial, cinco semanas para la etapa de preproducción, tres semanas para realizar la producción, cuatro semanas para post producción y finalmente, seis semanas dedicadas al apartado de distribución y ventas.

Tabla 2.1. Plan maestro de producción.

PLAN MAESTRO DE PRODUCCIÓN																		
PRODUCTOR	Josue Ponce, Génesis Peralta																	
PRODUCTOR EJECUTIVO	Josue Ponce, Génesis Peralta																	
PRODUCTO:	Cápsulas audiovisuales publicitarias																	
ACTIVIDADES	ENCARGADO	Tiempo en semanas																
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
Desarrollo Inicial		3 SEMANAS																
Investigación	Productor Productor 2 Director Guionista Director de fotografía Director de vestuario	24																
Shops	Director Guionista		5															
Preparación de propuesta	Productor Productor 2 Guionista			25														
Pre producción		5 SEMANAS																
Guion	Supervisor de guion Guionista	40																
Storyboard	Director de arte Director de vestuario		24															
Guion técnico	Director de arte Decorador de set Supervisor de locaciones Director de arte Decorador de set		24															
Casting	Productor Productor 2 Director		48															
Ensayos	Productor Productor 2 Director				15													
Producción		3 SEMANAS																
Grabación primera cápsula	Productor 1 Productor 2 Director						12											
Grabación segunda cápsula	Director de Fotografía Camerógrafo Camerógrafo 2 Maquilladora Rocod							17										
Grabación tercera cápsula	Sonidista (one man band) Gaffer (iluminación) Key Grip BTS								12									
Grabación de Foley	Sonidista (one man band)									41								
Revisión del material	BTS									41								
Post producción		4 SEMANAS																
Primer video (montaje)	Director de sonido Editor 1 Editor 2										8							
Segundo video (montaje)											8							
Tercer video (montaje)												8						
Primer corte (musicalización, sonido)	Director de sonido Editor 1												24					
Primer corte (colorización)	Director Colorista													24				
Corte final	Productor Director Editor 1														20			
Distribución y ventas		6 SEMANAS																
Poster	Diseñador gráfico														20			
Plan de negocios	Publicidad y Marketing															80		
Presentación	Publicidad y Marketing																40	
Distribución digital	Publicidad y Marketing																	50

Equipo de rodaje

Tabla 2.2. Equipo de rodaje.

Integrante	Cargo
Elio Herrera	Sonidista
Guillermo Holguín	Operador de cámara
Yeiko Dominguez	Operador de cámara

Andrick Cantos	Gaffer
Billy Morán	Best Boy
Gabriela Leyton	Asistente de dirección
Genesis Peralta	Director
Josue Ponce	Director
Adrian Peña	Detrás de cámara

Casting

El proceso de selección de elenco se llevó a cabo durante un periodo de dos semanas, contabilizando un total de 48 horas operativas distribuidas dentro de ese lapso. Para la convocatoria se difundieron *flyers* en redes sociales detallando los requisitos de los perfiles actorales a través de grupos especializados. Cabe destacar la utilización de la comunidad de Casting Ecuador, que permitió maximizar el alcance de la difusión ya que cuenta con más de 13,000 miembros.

Tabla 2.3. Distribución de horas en Preproducción

Pre producción		5 SEMANAS			
Guion	Supervisor de guion Guionista	40			
Storyboard	Director de arte Director de vestuario	24			
Guion técnico	Director de arte Decorador de set Supervisor de locaciones Director de arte Decorador de set	24			
Casting	Productor Productor 2 Director	48			
Ensayos	Productor Productor 2 Director				15

Tabla 2.4. Reparto

Integrante	Papel
Mirna Sanchez	Ama de casa
Armando Ronquillo	Oficinista
William Holguin	Hijo
Roxanna Crow	Cliente
Andrick Cantos	Mesero
Ariana Franco	Chica joven
Alan Orellana	Repartidor

Lista de locaciones

Los espacios de rodaje que se establecieron fueron dos interiores residenciales, una vía pública con poco tráfico para las secuencias de desplazamiento del repartidor, el interior del restaurante Miyako Sushi y un espacio amplio con arquitectura que tenga una estética oriental de fondo. El proceso de búsqueda de locaciones (*scouting*) inició con una exploración en Google Maps, lo que permitió identificar zonas potenciales dentro de la ciudad de Guayaquil.

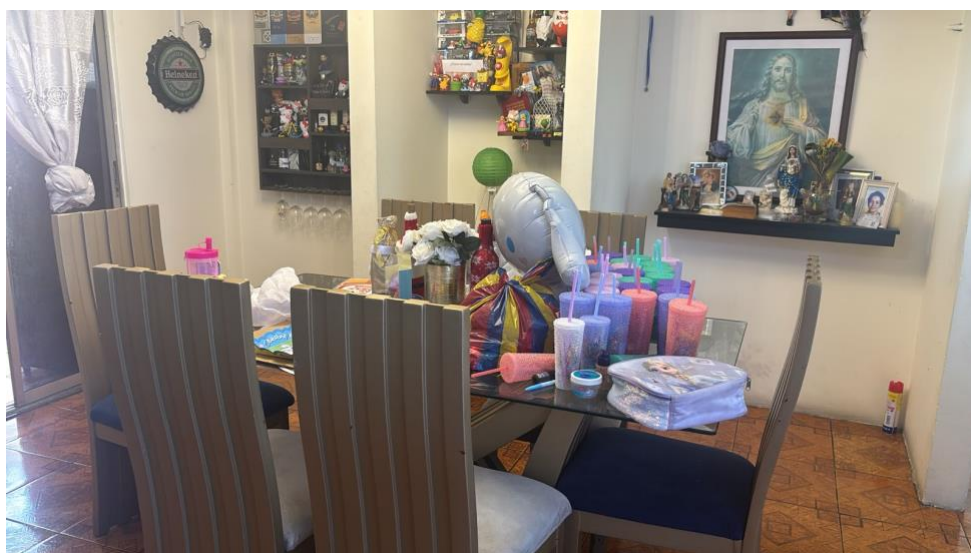


Figura 2.1. Locación interior de primera casa



Figura 2.2. Locación interior de segunda casa

Posteriormente, se efectuaron las visitas técnicas de validación. Como primera alternativa, se revisó el Jardín Botánico (sector Las Orquídeas) con la intención de adaptar su entorno natural, sin embargo, fue descartado debido a la ausencia de elementos estructurales que complementarían la vegetación existente.



Figura 2.3. Instalaciones del Jardín Botánico



Figura 2.4. Área de Bonsái del Jardín Botánico

Finalmente, se inspeccionó el Templo Budista Yuang Heng (sector La Garzota). Después de confirmar que la estructura del templo cumplía con los requerimientos visuales, se procedió a la gestión de manera presencial y vía correos electrónicos para la obtención de los permisos de grabación correspondientes.



Figura 2.5. Detalles del Templo Budista Yuang Heng



Figura 2.6. Plano general del interior del Templo Budista Yuang Heng

Lista de equipos

Tabla 2.5. Equipos

Cargo/Servicio/insumo/equipo	Unidad de medida	Función
Cámara Sony A7C	Por semana	Producción
Objetivo 35mm	Por semana	Producción
Objetivo 24-70	Por semana	Producción
Trípode de video K&F Concept	Por semana	Producción
Micrófono Hollyland	Por semana	Producción
Cámara Lumix GH5	Por semana	Producción
Grabadora Zoom H1essential	Por semana	Producción
Disco duro externo	Por semana	Producción
Monitor	Por semana	Producción
Luz COLBOR	Por semana	Producción

Presupuesto real y proyectado

Durante la etapa de preproducción se estructuraron dos tipos de presupuestos generales, uno proyectado que considera los gastos de todo el proceso de producción y otro que demuestra los gastos reales que se ejecutaron después de la finalización de las capsulas de ficción publicitaria.

Los valores de estos presupuestos abarcan todos los procesos, apartados y encargados que se muestran en el Plan maestro de producción (ver Tabla 2.1). Después de culminar dichas etapas, se logró realizar el proyecto con un presupuesto real ejecutado de \$6,825 USD, gracias al apoyo de personal técnico dentro del equipo de producción y acuerdos realizados con instituciones y particulares para poder acceder a espacios de grabación de manera gratuita.

PRESUPUESTO GENERAL REAL DE GASTOS DEL PROYECTO		
PRODUCTOR/Producto		ELABORADO POR: Genesis Petalta, Josue Ponce
PRODUCTOR EJECUTIVO:	Josue Ponce, Genesis Peralta	FECHA PRESUPUESTO
DIRECTOR:	Josue Ponce, Genesis Peralta	LOCACION
PRODUCTOR DE LINEA:	Josue Ponce, Genesis Peralta	DIAS
FECHA SCRIPT:		SEMANAS
FECHA PRIMER ANUNCIO:		MESES
FECHA DE FINALIZACIÓN:		
PRE-CODIGO	PRESUPUESTO	ESTIMADO (000)
10	COSTOS DE DESARROLLO INICIAL	\$ 480,94
20	COSTOS DE PREPRODUCCION	\$ 586,64
30	COSTOS DE PRODUCCION	\$ 3.357,27
40	COSTOS DE POST-PRODUCCION	\$ 1.072,50
50	DISTRIBUCIÓN Y VENTA	\$ 1.328,19
GRAN TOTAL		\$ 6.825,55

Figura 2.7. Presupuesto real ejecutado

Este costo contrasta significativamente con el valor proyectado estimado dentro de la preproducción. En el que se tomaron en cuenta tarifas del mercado para obtener los valores de alquiler de espacios, renta de equipos de grabación, iluminación y edición, sumado con el pago de salarios reales de actores, actrices y un *crew* de producción, alcanzando un total que asciende a \$32,083 USD.

PRESUPUESTO GENERAL PROYECTADO DE GASTOS DEL PROYECTO			
PRODUCTOR/Productor		ELABORADO POR:	Genesis Petalta, Josue Ponce
PRODUCTOR EJECUTIVO:	Josue Ponce, Genesis Peralta	FECHA PRESUPUESTO	dic-25
DIRECTOR:	Josue Ponce, Genesis Peralta	LOCACION	
PRODUCTOR DE LINEA:	Josue Ponce, Genesis Peralta	DIAS	
FECHA SCRIPT:		SEMANAS	
FECHA PRIMER ANUNCIO:		MESES	
FECHA DE FINALIZACIÓN:			
PRE-CODIGO	PRESUPUESTO	ESTIMADO (000)	
10	COSTOS DE DESARROLLO INICIAL	\$	5.060,94
20	COSTOS DE PREPRODUCCION	\$	7.886,64
30	COSTOS DE PRODUCCION	\$	13.197,27
40	COSTOS DE POST-PRODUCCION	\$	3.090,50
50	DISTRIBUCIÓN Y VENTA	\$	2.848,19
GRAN TOTAL		\$	32.083,55

Figura 2.8. Presupuesto general proyectado

2.2 Producción

La fase de rodaje se desarrolló durante tres días, lapso determinado debido a la compleja coordinación de locaciones y disponibilidad del reparto y equipo técnico. El primer día se dedicó a la totalidad de la grabación de la cápsula de “servicio” y la primera parte de la cápsula de “comida” dentro las instalaciones de Miyako Sushi, para luego trasladarse a una calle secundaria en Urdesa, la cual debía ser poco traficada para las tomas del recorrido del repartidor. Durante estas grabaciones iniciales, se presentaron des tiempos en el cronograma a pesar de los ensayos previos realizados, lo que nos motivó a incorporar una asistente de dirección para las siguientes jornadas, decisión que ayudó a optimizar el flujo de trabajo y la resolución de imprevistos en el set.

El segundo día transcurrió en los exteriores del Templo Yuang Heng, enfocándose en la continuación de la cápsula que faltaba concluir en la que se debía de desarrollar una suerte de analepsis que sitúa al personaje en un entorno inmersivo. Dentro de los aspectos técnicos se optó por usar la iluminación natural apoyada por un rebotador para suavizar el contraste en el rostro de la actriz. Para realizar esta única toma se usó la óptica Zeiss de 35mm con una apertura de F/1.5 para obtener

una profundidad de campo reducida y unos tonos verdosos propios de la naturaleza de este lente con distancia focal fija.

La última grabación comenzó en el interior de la casa ubicada en el sector del Barrio Centenario. Allí, se grabaron los insertos de la cápsula de “ambiente” utilizando un objetivo Sigma 24–70mm en planos cerrados para poder mostrar con mayor claridad la expresión de desagrado del actor ante un plato de sardinas que le era servido. Posteriormente se realizó el traslado de todo el equipo de producción y reparto para ejecutar un último plano secuencia mediante un *travelling* con estabilizador, capturando las interacciones entre la familia en una sola toma que sea fluida. Esta decisión buscó mantener un ritmo al momento de editar para que los cortes parezcan fluidos y mostrar de mejor manera el contraste de la experiencia de consumo en el local comparado con la situación doméstica grabada en las horas iniciales de producción.

2.3 Postproducción

El proceso de ingesta del material fue relativamente sencillo ya que se contó con el apoyo de los informes de tomas que se realizaron previamente en la etapa de producción, de manera que se tuvo que discriminar el material mediante los códigos aprobados que había en esos informes. Con el material recolectado se procedió al proceso de montaje dentro del software de Davinci Resolve, en la que se realizaron diferentes versiones para probar cual podía sostener de manera más consistente la manera en la que se planteaba plasmar la narrativa.

Posteriormente se continuó con el proceso de sonorización y musicalización en el que, después de haber añadido los diálogos, efectos de sonido, sonido ambiente y *soundtrack*, se procedió a exportar la línea de tiempo en formato AAF para poder procesarla a través de la herramienta Vordio y trabajar la línea de tiempo en el software de edición de sonido Reaper. Allí se realizó la ecualización de las pistas de sonido y mezcla de los diferentes efectos de sonido, además de la exportación de las pistas dentro de los niveles permitidos de los LUFS, para después exportar la banda sonora y añadir las ya corregidas pistas de audio a Davinci Resolve.

Para los clips de video se realizó una colorización basada en un árbol de nodos dentro del apartado de color, en el que se modificaron, el espacio cromático, exposición, contraste, balances de blancos y saturación para conseguir el apartado estético que buscábamos, además se añadieron nodos en los que se aplicó un efecto de granulado para que el filme tenga un aspecto más realista.

Los grafismos de “experiencia miyako” que aparecen al final de los videos publicitarios se desarrollaron dentro del software de After Effects debido a la practicidad que ofrece el software para crear los mismos y después incorporarlos a la línea de tiempo de Davinci Resolve. Finalmente se realizó la exportación en el formato MP4 con el códec H.264 para facilitar su reproducción en distintos dispositivos además de que se exportó con una resolución de 4K a 29.97 *frames*.

CAPÍTULO 3

3. RESULTADOS Y ANÁLISIS

El desarrollo del proyecto produjo como resultado tres cortos publicitarios que respondieron efectivamente a los objetivos previamente planteados. Se analizó la iluminación aplicada a varios productos audiovisuales, lo que permitió entender su afectación en los espacios narrativos y emocionales. A partir de este análisis, se seleccionaron técnicas y esquemas de iluminación que reforzaron el mensaje narrativo y aportaron a los contrastes visuales requeridos para la puesta en escena, y se referenciaron ampliamente técnicas visuales empleadas dentro de cápsulas audiovisuales.

El proceso de producción se alineó según lo planificado en el diagrama de Gantt que se puede observar en la tabla 2.1. Dentro de la realización de las distintas etapas se evidenció que el proceso de preproducción bien planificado fue fundamental para cumplir con las fechas de rodaje sin contratiempos significativos, permitiendo tener una capacidad de respuesta ante imprevistos, gracias a la planificación previa de espacios designados para cubrir los mismos. Dentro de las fechas de rodaje, se terminó de reconfirmar y coordinar los espacios de grabaciones, debido a que la disponibilidad del local de Miyako Sushi estaba determinada por su actividad comercial, lo que impidió apartar el espacio por horas prolongada. Asimismo, se apreció que la incorporación de una asistente de dirección fue fundamental para llevar el control de los tiempos y el cumplimiento de actividades críticas y fundamentales que requerían una persona designada. También, tener la oportunidad de trabajar con un equipo con varias habilidades y diferentes cargos que ayudó que cubrir la mayoría de las necesidades de nuestro proyecto sea viable.

Después de culminar los procesos de preproducción, producción, post producción, distribución y ventas (ver Tabla 2.1), se logró realizar este proyecto con un presupuesto real ejecutado de \$6,825 USD. Este valor fue obtenido gracias a la optimización de recursos y trabajo con alianzas estratégicas que evitaron, por

ejemplo, la compra de equipos de grabación, alquiler de espacios y contratación de un *crew* de producción profesional. Sin embargo, el valor comercial proyectado de esta producción, contemplando alquileres, equipos de alta gama y salarios del mercado asciende a \$32,083 USD, lo que confirma que la propuesta fue económicamente viable y tecnológicamente factible debido a los equipamientos que se usaron para la producción (ver Tabla 2.5).

CAPÍTULO 4

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

La aplicación de los principios de construcción narrativa y técnicas de iluminación en cápsulas dirigidas a redes sociales demostró que es posible elevar el nivel de producción de las marcas gastronómicas locales. En este caso Miyako Sushi. Se evidenció que un buen estándar estético no necesariamente está sujeto a grandes presupuestos, sino de la efectividad del trabajo colaborativo y el apoyo del talento humano que permitió sobrellevar limitaciones financieras sin disminuir la calidad final de las piezas.

El desarrollo y planificación estructurado del plan de rodaje son factores críticos para cumplir con los plazos dentro de los tiempos delimitados. El no aprovechar el uso de este recurso conlleva riesgos directos como pérdidas económicas y desgaste del personal. Al contrario, la implementación de estas planificaciones auxiliadas por roles de control como la asistencia de dirección, garantizan la fluidez del desarrollo del proyecto y el cuidado del ambiente laboral en el set.

Este trabajo valida la importancia del desarrollo de proyectos con este tipo de iniciativa, ya que permite que las marcas tengan la oportunidad de incorporar contenido de calidad en sus redes sociales. La propuesta aporta a la mejora del estándar general del entorno digital al contrarrestar la inmediatez propia de la naturaleza de los contenidos cortos. Además, permite que los productores audiovisuales emergentes puedan trabajar de la mano con marcas comerciales, generando los espacios necesarios para poder plasmar y ejecutar sus ideas.

Finalmente se concluye que la propuesta es técnica y económicamente viable, y que no solo funge como apoyo a la identidad de las marcas gastronómicas locales, sino que evidencia el valor de un trabajo planificado, mediante la gestión óptima de recursos, las alianzas estratégicas y trabajo colaborativo, permitiendo que sea posible para los productores emergentes, entregar productos de alta calidad, manteniendo un equipo de trabajo profesional sin la necesidad de llegar a presupuestos exorbitantes.

Recomendaciones

- Permitir que los estudiantes de la carrera de Producción para Medios de Comunicación puedan alquilar equipos del Centro de Producción Audiovisual para que desarrollen sus proyectos, de manera que la facultad apoye al soporte económico de los mismos.
- Promover la creación de un formato con el aval de la universidad en el que los estudiantes puedan gestionar con mayor facilidad, permisos exteriormente de la universidad.
- Generar espacios en los que las productoras audiovisuales puedan acoger propuestas de Materia Integradora y así apoyarlos con presupuesto, equipos y personal.

BIBLIOGRAFÍA

- Begoña Gutiérrez, S. M. S. (2002). *La luz como elemento expresivo de la narrativa audiovisual*. Revista Científica de comunicación y edición.
- Benavides Polo, C., & González Loyola, P. (s. f.). *Afecto y memoria: El efecto de la publicidad emocional sobre la recordación de marca*. Estudios de la Gestión, No. 18. PDF.
- Charles Spence, Katsunori Okajima, Adrian David Cheok, Olivia Petit, & Charles Michel. (2015). *Eating with our eyes: From visual hunger to digital satiation*. 11. PDF.
- Costa Sánchez, C. (2017). *Estrategias de videomarketing online. Tipología por sectores de negocio*. Communication y Society. (17-38).
- Del Pino Romero, C., & Castelló Martínez, A. (2015). *La comunicación publicitaria se pone de moda: Branded content y fashion films*. PDF.
- Mark, G. (2023, febrero). *Speaking of Psychology: Why our attention spans are shrinking, with Gloria Mark, PhD* [APA]. <https://www.apa.org/news/podcasts/speaking-of-psychology/attention-spans>
- Odalys Elizabeth Salavarría Campuzano & Belkys Juliana Mero Espinoza. (2025). *Proyecto para el acondicionamiento de sistemas de iluminación en cabinas de grabación audiovisual*. PDF.
- Taylor y Francis Group. (2014, diciembre 7). *What Makes a Super Bowl Ad Super? Five-Act Dramatic Form Affects Consumer Super Bowl Advertising Ratings*. PDF. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679220406>
- University of North Georgia. (2025). *Video Standards, Requirements and Guidelines*. <https://ung.edu/marketing-communications/video-reqs-guidelines.php>

APÉNDICES

Apéndice A. Guion

Guion de ambiente

MIYAKO UN LUGAR PARA TODOS

INT. MIYAKO SUSHI. - TARDE

Está la familia en el interior del restaurante comiendo tranquilamente mientras que se va haciendo un acercamiento de cámara hacia ellos. Cuando llega la cámara a hacer un primer plano de la señora, ella comenta.

AMA DE CASA

Aquí se los ve tranquilitos, pero en la casa...

CORTE A:

INT. COMEDOR DE CASA

Se ve que están sirviendo un pollo a la brasa en la mitad de la mesa para proceder a repartirlo, pero los integrantes de la familia se comienzan a desesperar y cada uno quiere agarrar un pedazo. Justo cuando van a meter la mano la mamá les da un golpe en las manos con una espátula plástica a cada uno de los que intentan agarrar el pollo, como espantando a las moscas.

CORTE A:

INT. MIYAKO SUSHI. - TARDE

Después de que la mamá habla, un mesero le pasa su plato de comida al papá (se tiene que observar bien el plato de comida en cámara), entonces se hace un primero plano del y dice:

OFICINISTA

En la casa, se come lo que hay... y si no nos gusta... Salados.

El papá alza los brazos haciendo un gesto de "no me importa" (REVISAR REFERENCIAS)

CORTE A:

INT. COCINA - TARDE

La mamá está terminando de servir un plato en el que como base tiene arroz blanco y encima le vierte una lata de sardinas, sin más decoración. El papá que en un principio estaba viendo cómo su esposa preparaba la comida, gira hacia la cámara y hace una cara de disgusto. Se hace un enfoque hacia la cara del papá. Él hace una mirada tipo "The Office"

CORTE A:

INT. MIYAKO SUSHI.

Se hace un paneo hacia el hijo menor (6 años aprox.) está comiendo el ramen con sus palitos y la cámara le hace un primer plano a la cara, pero el solamente se queda mirando justo cuando le va a dar un bocado.

CORTE A:

INT. COMEDOR DE CASA. - DÍA

Aparece el niño comiendo desastrosamente en su casa, tiene espagueti regado por toda la cara y manos. Está hecho todo un desastre. (Esta escena tiene que mostrar el contraste claro entre el niño haciendo desastre y no haciéndolo, se plantea que el niño mantenga la misma expresión y posición en ambos planos para hacer un corte por forma)

CORTE A:

INT. MIYAKO SUSHI.

EL niño termina de dar su bocado, pero se mancha un poquito, entonces la mamá interviene y le limpia el cachete con una servilleta.

Tomando eso como punto de partida, la cámara regresa hacia la mamá.

AMA DE CASA

(con un tono de complicidad con su hijo)

AHHHH, pero en miyako si sabe comportarse, ¿no?

La mamá mira hacia otra cámara y dice:

AMA DE CASA

CUANDO ELLOS DISFRUTAN, YO TAMBIÉN. POR ESO SIEMPRE VOLVEMOS A MIYAKO.

Se realiza un alejamiento de cámara desde la familia y se culmina con una toma general del interior de Miyako.

FUNDIDO A NEGRO.

#ExperienciaMiyako

Guion de comida:

UN VIAJE EN CADA BOCADO

EXT. FACHADA DEL RESTAURANTE - TARDE.

CLIENTE

Una mujer camina por la vereda, mientras lo hace, escucha ruido ambiente, típico de la ciudad acalorada y apurada de Guayaquil. Justo mientras pasa en frente del local, se deja de escuchar el ruido ambiente y se escucha una melodía asiática suave.

La mujer sigue caminando y vuelve a escuchar el ruido ambiental, así que regresa.

Se detiene, observa por unos segundos el exterior del restaurante y entra.

El sonido de la calle se desvanece.

Adentro siente calma y se escucha música suave, casi ambiental.

CORTE A:

INT. RESTAURANTE - TARDE.

La mujer se sienta junto a una ventana. El camarero se acerca, le entrega el menú con una sonrisa.

Ella asiente, sin palabras.

CORTE A:

INT. COCINA – TARDE

Aparecen los chefs preparando un roll.

PLANOS DETALLE:

El cuchillo cortando el roll con facilidad.

El brillo del arroz.

El alga extendiéndose.

Las manos del chef agregando los detalles finales.

INT. MIYAKO SUSHI - TARDE

PLANO MEDIO DEL PLATO SIENDO COLOCADO CON CUIDADO FRENTE A LA MUJER. (BUSCAR REFERENCIAS)

La mujer toma un roll con los palillos, lo observa.

Hay un primer plano de su mirada, observa con tranquilidad. Da el primer bocado y cierra los ojos mientras lo disfruta.

(El sonido ambiente se apaga por completo. La música cambia: instrumentos tradicionales asiáticos, suaves y envolventes.)

CORTE A:

INT. – TEMPLO BUDISTA

La mujer termina de parpadear y abre los ojos.

La mujer, aún vestida igual, se ve inmersa en este lugar.

De pronto le da otro bocado al rollo, el ambiente vuelve al restaurante.

VUELVE A:

INT. – RESTAURANTE - TARDE

Ella sigue en su asiento, tranquila, con una expresión de satisfacción y calma.

Toma otro roll, respira profundo, y sonrío.

PLANO DETALLE DEL PLATO: LOS ROLLS PERFECTAMENTE SERVIDOS, EL VAPOR, LOS COLORES INTENSOS, RECALCAR LA PRESENTACIÓN.

FUNDIDO A NEGRO

#Experiencia Miyako.

Guion de servicio:

LA CALIDAD SE MANTIENE

INT. COCINA DE MIYAKO SUSHI - TARDE

COCINERO

LA CÁMARA RECORRE LA COCINA DE MIYAKO.

Se escuchan sonidos reales: cuchillos cortando, agua hirviendo, el golpe de los palillos sobre los bowls.

Las manos de los chefs preparan ramen con cuidado. Uno separa los recipientes: sopa, fideos, toppings.

(TODO CON MOVIMIENTOS RÁPIDOS ARRASTRAR EL SHUTTER SPEED PARA QUE SE VEA BORROSO, POR ABAJO DEL DOBLE. MUSICA RÁPIDA)

Otro coloca una pequeña tarjeta dentro del empaque.

VOZ EN OFF (cálida, humana):

“En Miyako, cada plato se prepara con dedicación.

Pero también pensamos en los que prefieren disfrutarlo en casa.”

PLANO DETALLE DEL CHEF CERRANDO LA BOLSA CON EL LOGO DE MIYAKO. SE LA ENTREGA AL REPARTIDOR CON UNA SONRISA.

CORTE A:

EXT. CALLE DE LA CIUDAD - TARDE (GOLDEN HOUR DE SER POSIBLE)

REPARTIDOR

El repartidor en moto atraviesa calles tranquilas, procurando que el pedido llegue perfecto. Va escuchando música. Él va completamente relajado moviendo la cabeza suavemente.

VOZ EN OFF:

“El servicio no termina cuando la comida sale del restaurante.

Cada entrega lleva el mismo cuidado, la misma atención...”

CORTE A:

El repartidor sube las escaleras, y toca el timbre de un departamento.

INT. APARTAMENTO DEL CLIENTE - TARDE

CHICA JOVEN

Una joven abre la puerta. Sonríe al recibir la bolsa.

El repartidor asiente con amabilidad, sin necesidad de palabras.

Ella coloca la bolsa sobre la mesa, abre los empaques con calma.

Saca una tarjeta que dice:

“Para disfrutar tu ramen como recién hecho: calienta la sopa antes de mezclarla con los fideos.”

Ella sigue las instrucciones.

Y se muestran:

Tomas rápidas del proceso de calentado en el microondas/proceso de preparación y mezcla de ingredientes en casa.

PLANO DETALLE DEL VAPOR SUBIENDO.

El sonido del líquido cayendo.

PLANO CERRADO DE SU ROSTRO RELAJADO AL DAR EL PRIMER BOCAD

VOZ EN OFF:

“Aquí o en casa, el sabor se mantiene”


VOZ EN OFF (FINAL):

#Experiencia Miyako.”

Apéndice B. Guion técnico

GUION TÉCNICO: SERVICIO							
ESCENA	Nº PLANO	ACCIÓN	PLANO	ÁNGULO	MOVIMIENTO	AUDIO	REFERENCIA VISUAL
1	1	La cámara recorre la cocina de Mjako mostrando actividad y ambiente.	Plano general	Normal	Travelling lateral	Sonido real de cocina (cuchillos, agua hirviendo, pailas)	
1	2	Plano de los chefs preparando ramen, separando sopa, fideos y toppings.	Plano detalle	Normal		Música rítmica + ambiente cocina	
1	3	Chef coloca una tarjeta dentro del empaque.	Plano medio	Normal	Cámara fija	Continuación música + sonido real	
1	4	Chef cierra la bolsa con un logo de Mjako y le entrega al repartidor con una sonrisa.	Plano detalle	Normal	Paseo corto	VOZ EN OFF: "En Mjako, cada plato se prepara con dedicación..."	
2	1	Repartidor en moto atravesando calles mientras transporta el pedido.	Plano general	Normal	Travelling seguimiento	Ambiente calle + música suave + VOZ OFF: "El servicio termina cuando el plato sale de la cocina..."	
2	2	Primer plano del rostro del repartidor, concentrado.	Primer plano	Normal	Staccato	Continuación música + ambiente tránsito leve	
2	3	Repartidor llegando al edificio y subiendo escaleras.	Plano medio	Normal	Seguimiento ascendente	Paseo + timbre de fondo	
2	4	Dedo tocando el timbre del departamento.	Plano detalle	Normal	Cámara fija	Timbre + ambiente interior	
3	1	Cliente abre la puerta precisely el pedido con una sonrisa.	Plano medio	Frontal	Empuje corto al frente	Ambiente interior suave	
3	2	Cliente coloca la bolsa sobre la mesa y abre los empaques.	Plano cercano	Normal	Cámara fija	Sonido de bolsa y empaques	
3	3	Plano detalle de la tarjeta con el logo y frase de Mjako.	Plano detalle	Normal	Cámara fija	Silencio ambiental + suave música de fondo	
3	4	Cliente sirve la sopa caliente y mezcla los ingredientes.	Plano medio	Normal	Paseo suave	Paseo de líquidos + sonido del vapor	
3	5	Plano detalle del vapor saliendo del ramen recién preparado.	Plano detalle	Contrapicado leve	Cámara fija	Sonido ambiente + leve música	
3	6	Primer plano del cliente disfrutando el primer bocado.	Primer plano	Normal	Empuje lento	VOZ EN OFF: "Aquí o en casa, el sabor se mantiene..."	
4		Pantalla negra con el logo de Mjako.	Gráfico / plano fijo	Frontal	Corte a negro	VOZ EN OFF: "¡Experiencia Mjako!" + cierre musical	

CÓDIGO TÉCNICO - CEMES							
SE-ESB	PLANO	ACCIONES	PLANO	DETALLE	RECONOCIMIENTO	ACCION	REFERENCIAS VISUALES
1	1	Hacer caminata por la zona en una tarde soleada en Guayaquil.	Plano general local	Normal	Touring local	Recorrido ambiente de ciudad, calles, mercados, parques.	
1	2	Hacer picnic frente a Miyuki Barrio, en sencilla ambientación de interiores y exteriores en estilo japonés.	Plano general local	Normal	Cámara fija	Turistado sencillo sobre calles + interiores japoneses suaves.	
1	3	Las mujeres siguen caminando y vuelven a encucchar el ruido de Guayaquil. Se detienen por un segundo y deciden regresar.	Plano plano local	Normal	Cámara fija	Recorrido ambiente de ciudad, calles, mercados, parques.	
1	4	Unige al momento, la abstracción por unos segundos e imagen.	Plano general local	Normal	Cámara fija	Turistado sencillo sobre calles + interiores japoneses suaves.	
2	1	Interior del restaurante, mujer se sienta junto a una ventana.	Plano general	Normal	Cámara fija	Servicio ambiente interior suaves, estética ambiental japonesa.	
2	2	Mujer mira el menú y sonríe con una sonrisa.	Plano medio	Normal	Plano suave de seguimiento	Servicio ambiente de platos y vajilla.	
2	3	Hacer ambiente en silencio y servicio al menú.	Plano medio	Normal	Cámara fija	Música ambiental continua.	
3	1	Corte a la cocina los chefs preparando sushi con detalle.	Plano general	Normal	Touring panorámico	ambiente cocina sencilla, silenciosa, orden.	
3	2	Cuchillo corta el rol de sushi.	Plano detalle	Normal	Cámara fija + corte rápido	Flujo sencilla + sonido limpio de corte.	
3	3	Plano del bello del arroz y textura del alga.	Plano detalle	Normal	touring	Servicio ambiente lento, estética suaves.	
3	4	Plano del chef agregando detalles finales.	Plano detalle	Normal	Touring lento	ambiente cocina + estética ambiental.	
4	1	Plano medio del plato servido frente a la mujer.	Plano medio	Normal	Cámara fija	Servicio suaves de restaurantes de platos, estética continua.	
4	2	Hacer toma un rol con los pabillos y la abstracción.	Plano medio	Normal	Plano suave al rostro	Servicio ambiente abstracto.	
4	3	Plano plano de su mirada tranquila.	Resolución plano plano	Normal	Cámara fija	Estética intencional frente al fondo.	
4	4	Ella se prepara para beber y mira los ojos mirando la bebida.	Plano plano	Normal	Empuje suaves	Música japonesa tradicional se eleva.	
5	1	Corte a templo japonés antiguo (interior exterior).	Plano general	Plano lento	Touring lento abstracto	Música instrumental tradicional evocadora.	
5	2	Hacer abstracción los ojos y abstracción el ambiente del templo.	Plano medio	Normal	Cámara fija	Música continua, estética ambiental del templo.	
5	3	Hacer de otro lado y el ambiente exterior al momento.	Plano medio	Normal	Corte abstracto / transición suaves	Turistado musical, templo + ambiente interior.	
5	4	Hacer en sus ambientes, templo y su entorno.	Plano general	Normal	Cámara fija	Música japonesa suaves + sonido de ambiente interior.	
5	5	Plano detalle del plato sobre servidos, vapor y color intenso.	Plano detalle	Normal	Cámara fija	Flujo de vapor + abstracción contemplativa.	
6	1	Transición a imagen con logo Miyuki y branding final.	Estética + cámara	Final	Transición a imagen	©D COPV "Miyuki" + estética final	

CINEMA TÉCNICO - ANIMADO							
ORDEN	TÍTULO	GENERO	PAIS	ANIO	DIRECCION	DESCRIPCION	IMAGENES
1	1. Cámara trasera al interior de Miguel Susti, la familia en un momento.	Familia general	Internacional	1997	Handberg de autorretrato	Desde ambiente del momento (familia, reunión)	
2	2. Primer plano de la madre mientras habla.	Familia general	Internacional	1997	Cámara fija	PRIMO CUBA: "Hoy se los va a traer, pero en la casa..."	
3	3. Cámara a nivel de cámara, todos volvan el perfil a la izquierda y giran por un momento.	Familia general	Internacional	1997	Cámara fija	Desde de momento familiar, padre.	
4	4. Madre prepara las mesas con una elegancia a los hijos.	Familia madre	Internacional	1997	Cámara fija + movimiento rápido		
5	5. Cámara a Miguel Susti mientras entrega platos al padre.	Familia madre	Internacional	1997	Familia hacia el padre	Desde ambiente del momento	
6	6. Primer plano del padre mientras el plato y hablando.	Familia padre	Internacional	1997	Cámara fija	OFICINISTA: "En la casa, se come lo que hay... y si no hay nada... ¡Quilón!"	
7	7. Cámara a través del fogón, madre cocina como con bambini.	Familia madre	Internacional	1997	Cámara fija	Desde de cocina hogareña	
8	8. Primer plano de la madre al mirar la comida.	Familia madre	Internacional	1997	Cámara fija + movimiento rápido	Edición + movimiento cámara	
9	9. Cámara a Miguel Susti mientras habla primer plano al hijo menor.	Familia madre	Internacional	1997	Familia hacia el hijo	Desde ambiente del momento	
10	10. Primer plano del niño a punto de comer comida.	Familia padre	Internacional	1997	Cámara fija	Mi hijo hacia de fondo	
11	11. Cámara al momento de estar allí como si fuera de fondo.	Familia madre	Internacional	1997	Cámara fija + movimiento rápido	Desde ambiente del momento, madre	
12	12. Cámara de regreso a Miguel Susti, él se levanta y la madre lo acompaña.	Familia madre	Internacional	1997	Cámara fija	ambiente momento + cámara movimiento	
13	13. Madre cocina y habla como hijo de complejidad.	Familia madre	Internacional	1997	Cámara fija	PRIMO CUBA: "¡Borrón, pero se Miguel si sabe complicación...!"	
14	14. Madre mira a cámara y de momento final.	Familia madre	Familia directa	1997	Cámara fija	PRIMO CUBA: "¡Borrón, pero se Miguel si sabe complicación...!"	
15	15. Momento general de la familia comiendo en Miguel.	Familia general	Internacional	1997	Desde del + movimiento rápido	Mi hijo hacia + ambiente momento	
16	16. Transición a negro con logo Miguel y Handberg.	Edición / Logo	Familia	1997	Familia a negro	LOGO OFF: "MiguelSusti.com"	