



# Guiones v3 + creativos Campaña jun26

7 guiones: café quemado para B2C (Funnel 1 y 3) y B2B research-driven (Funnel 2). Cada uno con su hook A/B, escenas híbridas humano + AI, score anti-genérico y verificación adversarial. Cierra con el inventario de creativos (qué existe vs. qué falta producir).

---

DOCUMENTO	FECHA	REEMPLAZA
Entregable 2 / 2	Junio 2026	guiones B2B v1/v2 (G4/G5) — deprecados

**VOZ**  
Español neutro peruano · mute-first · híbrido humano+AI

1. **B2C** **g1-v3** — Guion 1 (v3) — Café Quemado — "Comparativa Jergón + Dardo" · Pack Amazónico
2. **B2C** **g2-v3** — Guion 2 (v3) — Jergón — "Café Quemado" (Pattern-interrupt sensorial + Víbora)
3. **B2C** **g3-v3** — Dardo — "No es ácido. Está quemado." (Café Quemado + Cerbatana)
4. **B2C** **g6-v3** — Pack Amazónico — "Tu café no es fuerte, está quemado" (Café Quemado → Tienda)
5. **B2B** **g4-v3** — Guion 4 (v3) — B2B HORECA — "El café que sí deja margen" (Anti-comodato + Margen por taza)
6. **B2B** **g5-v3** — Oficinas — "El café de tu oficina dice de ti" (Anti-comodato + Libertad)
7. **B2B** **g7-v3** — Guion 7 (v3) — HORECA Hoteles — "El café de la misma región de tu hotel" (Co-branding de origen + ESG)

**Criterio.** El concepto "café quemado" (villano = tueste industrial, jamás el consumidor) potencia solo B2C (F1 y F3). El B2B (F2) se construye sobre la investigación: anti-comodato, margen por taza y co-branding de origen, con cierre 100% humano. El descuento de primera compra aparece como token {DESCUENTO\_1RA\_COMPRA} hasta que Luis Alonso confirme el COGS — nunca como porcentaje duro.

anti-genérico · overall 85

hook 88 · scroll-stop 87 · distintividad 84 · craving 83 · verificación adversarial: PASS (cero voseo ·

sin provincias en B2B · sin descuento duro)

## Guion 1 (v3) — Café Quemado — "Comparativa Jergón + Dardo" · Pack Amazónico

**Embudo:** F1-CTWA (Click-to-WhatsApp, Lima COD) · **Producto:** Comparativa Jergón + Dardo / Pack Amazónico (½kg S/55 · 1kg S/99) · **Duración:** 20s

**Objetivo:** Click-to-WhatsApp, Milo cierra Lima COD. Empujar el Pack Amazónico ½kg desde el hook (umbral donde Milo regala envío Lima sin evaporar margen — 02-presupuesto-y-kpis.md línea 32). El primer pedido pierde S/13; el embudo se vuelve rentable por recompra Milo (02 líneas 46-58), no por la venta fría.

**Crítico anti-genérico:** genérico=False · overall 85 · hook 88 · scroll-stop 87 · distintividad 84 · craving 83

### 💡 Insight

Le echas la culpa al café de especialidad por "ser muy fuerte" o "amargo", cuando lo que vienes tomando hace años no es café fuerte: es café **quemado**. El instantáneo y el comercial de bolsa se tuestan al carbón para esconder grano malo — por eso sabe a ceniza, a agrio, a cenicero. No es tu paladar el malo: es el tueste. Caliente tuesta cada perfil **en su punto exacto**: el Jergón a medio-alto para que muerda como cacao puro (panela, pasas negras), el Dardo a medio para que florezca dulce (miel, vainilla, chocolate). El villano nunca eres tú ni "el café": es el tueste industrial. El Pack Amazónico te deja probar los dos y descubrir cuál es tu redención. (Perfiles: brand/caliente\_cafe\_data\_v2.md §1.1-1.2 y §2.3 #Producto.)

### 🔗 Hook

**Deja de tomar café quemado.**

**Frame 0 (scroll-stop):** Frame 0 HÍBRIDO: macro REAL de granos de café tostándose en sartén/tostador, justo pasando del punto a CARBÓN — humo gris subiendo, brillo aceitoso, un grano ennegreciéndose en cámara lenta. Texto-shock GIGANTE legible en mute desde el frame 0 (antes del VO): "DEJA DE TOMAR CAFÉ QUEMADO". Cero taza linda, cero founder sonriendo, cero bolsa todavía. Primero el villano sensorial: el grano quemándose. El hook verbal queda abierto (no cierra) para arrastrar al siguiente segundo. Es el ÚNICO creativo de la serie donde el "quemado" se muestra literal (decisión de la ficha: macro de grano REAL pasando a carbón + AI cel SOLO para el humo/ceniza).

### Variantes de hook generadas

Las 3 líneas del brief son el set A/B obligatorio de este funnel:

- A · prohibición ★: «Deja de tomar café quemado.»
- B · espejo: «Esto es lo que bebes en tu taza de café instantáneo.»
- C · diagnóstico: «Tu café sabe agrio y a ceniza porque está quemado.»

Variantes de respaldo (mismo ángulo, por si A/B/C se gastan):

- contraste: «No es café fuerte. Está quemado. Hay una diferencia, y se siente en el estómago.»

- *redención*: «El café no tiene que saber a cenicero. Dos tuestes en su punto te lo prueban.»

## Escenas

#	TIEMPO	VISUAL	AUDIO/VO	TEXTO PANTALLA	SFX	CAPTURA
1	0.0-2.5s	Macro REAL de granos tostándose, pasando del punto a carbón: humo gris, brillo aceitoso, un grano ennegrecido. Texto-shock GIGANTE ya en el frame 0 (legible en mute), entra con micro-zoom: 'DEJA DE TOMAR CAFÉ QUEMADO'. El VO arranca ~0.4s después del texto.	Esto es lo que bebes todos los días y le dices "café fuerte".	DEJA DE TOMAR CAFÉ QUEMADO	Crepitar seco de grano quemándose + chisporroteo grave (impact) sincronizado al texto	híbrido
2	2.5-5.0s	El humo gris se convierte en una TRANSICIÓN AI cel primal (tinta negra, Tartakovsky): volutas de humo/ceniza que se enroscan y barren el cuadro hacia la oscuridad. De la ceniza emerge a imagen REAL: cuchara de instantáneo/polvo oscuro cayendo en agua → se ve turbio, sin vida.	No es fuerte. Está quemado para esconder grano malo. Por eso sabe a ceniza.	quemado ≠ fuerte	Whoosh de ceniza barriendo + drone grave de tensión bajo la transición AI	AI
3	5.0-7.5s	Corte de redención. Frame LIMPIO de marca que CONGELA 0.5s: dos bolsas reales centradas sobre fondo oscuro — JERGÓN del Alto Mayo y DARDO del Monte, logo CALIENTE legible, sin texto compitiendo. Quien hace p50-skip puede recitar los dos nombres.	Caliente tuesta cada café en su punto. Dos perfiles, no uno quemado.	CALIENTE · JERGÓN · DARDO	SILENCIO de 0.5s sobre el frame de marca (el silencio ES el efecto), luego entra nota cálida muy baja	humano
4	7.5-11.0s	SPLIT comparativo REAL (no AI): pantalla partida 9:16 apilada. ARRIBA Jergón: macro de grano tostado medio-alto, ámbar oscuro, cae en cámara lenta; caption 3 palabras. ABAJO Dardo: macro de grano medio, más claro, cae; caption 3 palabras. Etiqueta de tueste discreta en cada mitad.	Jergón: tueste medio-alto, muerde como cacao puro. Dardo: tueste medio, florece dulce.	Jergón → panela · cacao · pasas ·	Dardo → miel · vainilla · chocolate	Dos 'tick' graves de grano cayendo, uno por mitad + música cálida sube
5	11.0-14.0s	CRAVING EN SILENCIO. Imagen REAL: dos sorbos cortos encadenados (misma persona o dos manos): taza 1 (Jergón) sorbo lento, ojos entrecierran por el cuerpo intenso; taza 2 (Dardo) sorbo, media sonrisa por el dulzor. Vapor real. Reacción genuina, no aprobación.	(SIN VO ~2s — solo los dos sorbos)	¿con cuál empiezas?	Dos sorbos ASMR reales + 'mmm' involuntario + nota cálida sostenida; CERO VO	humano
6	14.0-17.0s	Imagen REAL: las dos manos juntan las bolsas Jergón + Dardo formando el Pack Amazónico sobre fondo oscuro. Aparece el CTA (~p70-p75) con chip WhatsApp terracota limpio. Open loop "¿cuál es el tuyo?" sigue vivo.	Pruébalos los dos con el Pack Amazónico. Escríbele a Milo: te llega contra entrega en Lima.	Escríbele a Milo 📲 wa.me/51917661328	Pop de notificación WhatsApp (uno solo, limpio)	humano

#	TIEMPO	VISUAL	AUDIO/VO	TEXTO PANTALLA	SFX	CAPTURA
7	17.0-20.0s	PAYOFF + precio. Bodegón REAL del Pack Amazónico (Jergón + Dardo). Precio animado simple en crema con highlight terracota: 'Pack Amazónico ½kg S/55'. Tag fijo abajo 1.5s: 'o 1kg S/99'. Línea de descuento 1ra compra como chip discreto. Cierre: último 'flick' Al cel de humo que se DISIPA limpio sobre el logo CALIENTE (la ceniza se va = la redención). Botón WhatsApp en el tercio inferior.	Deja el quemado. Prueba los dos. ¿Con cuál empiezas?	Pack ½kg S/55 · 1kg S/99 — wa.me/51917661328	Ka-ching suave en el precio + cierre musical + último soplo de humo que se disipa	híbrido

## CTA

Escríbele a Milo por WhatsApp: wa.me/51917661328 (chip animado desde el segundo 14.0 / ~p70; botón fijo en el tercio inferior en el cierre). El CTA + precio entran antes de p75 — el ad es de 20s, así que se respeta "CTA+precio antes de que el ojo se canse" con margen para que el split comparativo y el doble craving respiren primero. Cierre 100% Milo Lima COD (inbound, 01-funnels-arquitectura.md líneas 46-73).

## Ancla de precio

En pantalla solo 2 números: "Pack Amazónico ½kg S/55 · 1kg S/99". El Pack ½kg es el héroe (umbral donde Milo regala envío Lima sin evaporar margen, 02-presupuesto-y-kpis.md línea 32; contribución Lima del Pack ½kg ≈ S/6.5, del 1kg ≈ S/19.7, 02 líneas 21-22). El 1kg va como tag visual fijo abajo 1.5s para subir AOV sin saturar el VO. El descuento de primera compra entra como chip discreto, NO en el frame narrativo principal, para preservar el Q-score (consenso del panel: BOFU, no en el frame del ad).


**Token de descuento (placeholder GATED):** chip de cierre = {DESCUENTO\_1RA\_COMPRA} (**pendiente COGS Luis Alonso**) — NUNCA escribir un % duro. Piso de precio = ~70% del PVP (descuentos -10% a -25%). Milo lo aplica en el cierre conversacional como refuerzo de CTA, no en el creativo.

## WhatsApp pre-cargado

Hola Milo, vi el del café quemado. Quiero probar los dos cafés en su punto – el Pack Amazónico (Jergón + Dardo). ¿Me ayudas a pedirlo con pago contra entrega en Lima? [cc:e1-quemado-comp]

*Watermark invisible [cc:e1-quemado-comp] al final del mensaje precargado: NanoCRM lo parsea para fijar funnel=e1, creative=quemado-comp, atribuir a Caliente y nunca mezclar con VentaCasas (cuenta compartida act\_822105772743184, filtrar por campaña 120251165445480367). Milo NO lo muestra ni lo comenta (01-funnels-arquitectura.md líneas 49-55, 67-70).*

## Copy del anuncio

1. Deja de tomar café quemado. Lo que llamas "café fuerte" es grano malo tostado al carbón para esconder el defecto — por eso sabe a ceniza y te cae mal. Caliente tuesta en su punto: Jergón intenso (panela, cacao, pasas) y Dardo dulce (miel, vainilla, chocolate). Pruébalos los dos → Pack Amazónico ½kg S/55. Escríbele a Milo  wa.me/51917661328

2. Tu café instantáneo está quemado, no fuerte. El tueste industrial achicharra el grano para tapar lo malo. Dos tuestes en su punto te lo prueban: Jergón (medio-alto, cacao) vs Dardo (medio, miel y vainilla). El Pack Amazónico trae los dos. Pago contra entrega en Lima.
3. ¿Tu café sabe agrio y a cenicero? No es tu paladar — está quemado. Caliente tuesta cada perfil en su punto exacto. Prueba el intenso y el frutal con el Pack Amazónico (½kg S/55 · 1kg S/99) y descubre cuál es el tuyo. ¿Con cuál empiezas?

## ✓ Por qué NO es genérico

El villano es el **tueste industrial mostrado literal** (grano REAL pasando a carbón en macro, único creativo de la serie que lo hace), nunca el consumidor ni "el café" — pattern interrupt sensorial legible en mute en el segundo 0. No es founder-demo: nadie baja una taza y asiente. El distintivo soldado son los DOS nombres-criatura (Jergón=víbora del Alto Mayo, Dardo=rana del monte) recitados en el frame de marca congelado, anclados a perfiles de tueste reales y diferenciados (medio-alto vs medio), no a un genérico "café con carácter". El mecanismo comparativo es honesto: split-screen REAL de los dos granos cayendo con sus notas, no infografía. El craving es DOBLE e involuntario (dos sorbos encadenados, ojos que entrecierran por el cuerpo, media sonrisa por el dulzor), filmado en SILENCIO sin VO de notas encima. Una sola intervención AI fuerte (el humo/ceniza cel primal que barre y luego se disipa limpio en el cierre = la metáfora de la redención), no tres mediocres. CTA + precio + descuento gated entran tarde (p70-p75) a propósito: el ad de 20s deja respirar la comparativa antes de vender. Ningún ad de café instantáneo puede firmar "tu café está quemado" mostrando el carbón real.

### 🎬 Creativos necesarios

- REAL — Macro de granos de café quemándose literal hasta carbón (humo real, brillo aceitoso); preparar varias tandas, el quemado consistente es difícil (escena 1, ÚNICO creativo de la serie donde el quemado se muestra literal)
- REAL — Polvo de café instantáneo cayendo turbio en vaso de agua (escena 2, cierre de la transición)
- REAL — Frame de marca: bolsas Jergón del Alto Mayo + Dardo del Monte centradas, logo CALIENTE legible (packaging final, no placeholder) (escena 3)
- REAL — Split comparativo: macro de granos de cada perfil cayendo en cámara lenta (Jergón ámbar-oscuro medio-alto / Dardo más claro medio), ~120fps (escena 4)
- REAL — Doble craving: dos sorbos encadenados con vapor real, ojos que entrecierran (Jergón) y media sonrisa (Dardo); filmar 3 tomas de cada sorbo (escena 5)
- REAL — Manos juntando las dos bolsas formando el Pack Amazónico (escena 6)
- REAL — Bodegón del Pack Amazónico (Jergón + Dardo) para el payoff de precio (escena 7)
- AI Kling i2v — Transición de humo/ceniza cel primal (tinta negra Tartakovsky) que barre el cuadro hacia la oscuridad; prompt aprobado en el guion (escena 2)
- AI Kling i2v — Micro-flick de humo que se disipa limpio sobre el logo CALIENTE (la ceniza se va = redención); prompt aprobado en el guion (escena 7)
- AUDIO — SFX por beat con skill meta-ads-video; crepitar/chisporroteo/soplo de humo con ElevenLabs Sound Generation (pedir aprobación, consume créditos)
- VO — Locución español neutro peruano, cero voseo, grabada aparte
- EDICIÓN — Montaje 9:16 mute-first con subtítulos quemados crema #F2EAD8, terracota #C8500A solo en CTA/precio, con skill meta-ads-video/Remotion (no ffmpeg crudo)
- BLOQUEANTE — Validar {DESCUENTO\_1RA\_COMPRA} con COGS de Luis Alonso (piso ~70% del PVP) antes de fijar el chip de descuento
- BLOQUEANTE — Sesión de fotos real + 6 testimonios antes de lanzar a tráfico pagado; marcar placeholders donde la sesión no esté lista

El storyboard de rodaje completo (escena por escena, prompts Kling, casting, SFX) vive en guiones -v3/g1-v3-cafe-quemado-comparativa.md.

anti-genérico · overall 85

hook 89 · scroll-stop 88 · distintividad 90 · craving 82 · verificación adversarial: PASS (cero voseo ·

sin provincias en B2B · sin descuento duro)

## Guion 2 (v3) — Jergón — "Café Quemado" (Pattern-interrupt sensorial + Víbora) · F1-CTWA

**Embudo:** F1-CTWA (Click-to-WhatsApp, Lima COD) · **Producto:** Jergón del Alto Mayo (250g · S/25 · ancla Pack ½kg S/55) · **Duración:** 15s

**Objetivo:** Click-to-WhatsApp, Milo cierra. Lima COD. Optimización a Conversaciones (señal barata) en Fase 1; el ad empuja Pack ½kg desde el hook (umbral donde Milo regala envío Lima sin evaporar margen — 02-presupuesto línea 32).

**Crítico anti-genérico:** genérico=False · overall 85 · hook 89 · scroll-stop 88 · distintividad 90 · craving 82

### Insight

Le echas la culpa a "tu paladar" o a que "el café fuerte es muy fuerte", pero el café instantáneo/comercial que tomas todos los días sabe a ceniza y a agrio por una sola razón: está **quemado**. Tueste industrial al límite, granos viejos, calor a lo bruto para tapar el defecto. El sabor a cigarrillo apagado no es "intensidad" — es carbón. Jergón del Alto Mayo es el opuesto exacto: tueste medio-alto **tostado en su punto** (82 pts, caliente\_cafe\_data\_v2 §1.2), que en vez de ceniza te da panela, cacao y pasas negras, con acidez cítrica suave que no muerde el estómago. Y el nombre no es decoración: lo bautizaron como la víbora jergón, la más venenosa de la Amazonía, a propósito — el activo distintivo soldado a la marca (distintividad 92 en g1, anclado en la víbora, NO en "café con carácter" que es genérico — 01-funnel línea 90).

### Hook

*Esto es lo que bebes cada mañana: café quemado.*

**Frame 0 (scroll-stop):** Frame 0 HÍBRIDO — macro REAL de granos de café tostándose en una sartén/tambor pasando de su punto a CARBÓN (humo real subiendo, grano que se ennegrece y se agrieta), encima entra la transición AI cel SOLO para el humo/ceniza primal. Texto-shock GIGANTE legible en mute desde el frame 0 (antes del VO): "CAFÉ QUEMADO". El villano es el **tueste industrial / café comercial**, JAMÁS el consumidor (01-funnel línea consenso). Cero taza, cero bolsa de Jergón todavía: primero el crimen visual del quemado. El hook verbal queda abierto (no cierra con "Punto.") para arrastrar al siguiente segundo.

### Variantes de hook generadas

- *prohibición (A)* ★: «Deja de tomar café quemado.»
- *confesión (B)*: «Esto es lo que bebes en tu taza de café instantáneo.»
- *diagnóstico (C)*: «Tu café sabe agrio y a ceniza porque está quemado.»
- *callout/nombre*: «Le pusiste azúcar para tapar el quemado. Este se llama Jergón — no se tapa.»
- *contraste primal*: «Café quemado sabe a carbón. Café tostado en su punto sabe a panela y cacao. ¿Cuál tomas?»

## Escenas

#	TIEMPO	VISUAL	AUDIO/VO	TEXTO PANTALLA	SFX	CAPTURA
1	0.0-2.5s	Macro REAL de granos tostándose y pasándose a carbón (humo real, grano que se ennegrece y agrieta). Transición AI cel primal (tinta negra) SOLO sobre el humo/ceniza que sube. Texto-shock GIGANTE ya presente en frame 0, legible en mute, entra con micro-zoom: 'CAFÉ QUEMADO'. El VO arranca ~0.4s después del texto.	Esto es lo que bebes cada mañana... café quemado.	CAFÉ QUEMADO	Chisporroteo seco del grano quemándose + un crackle grave + silencio breve de tensión	híbrido
2	2.5-4.5s	Corte al opuesto: macro REAL de un grano de Jergón tostado EN SU PUNTO (miel-ámbar, brillante, vivo) cayendo en cámara lenta. Whip-pan a la bolsa de Jergón y CONGELA 0.4s en un frame LIMPIO: logo CALIENTE + 'JERGÓN del Alto Mayo' grandes y solos, sin texto compitiendo. Quien hace p50-skip puede recitar el nombre.	El café no es agrio. Está quemado. Este está tostado en su punto.	CALIENTE · JERGÓN	Whoosh del whip-pan, luego SILENCIO de 0.4s sobre el frame de marca	híbrido
3	4.5-7.0s	ÚNICA transición AI fuerte (2D cel primal, tinta negra agresiva tipo Tartakovsky): de la etiqueta se desprende la silueta de la víbora jergón que rept a se enrosca alrededor de UN grano tostado en su punto; la lengua bífida marca el punto de tensión. NO es diagrama: es amenaza primal. Vuelve a imagen real del grano miel-ámbar bajo luz dura.	Le pusieron nombre de la víbora más venenosa de la selva. Intenso de verdad, no quemado.	la víbora más venenosa de la Amazonía	Siseo de serpiente sutil + tono de tensión ascendente	AI
4	7.0-9.0s	CRAVING EN SILENCIO. Imagen real: persona se lleva la taza, sorbo lento. Vapor real pega en la cara y entrecierra los ojos involuntariamente; deglución VISIBLE en la garganta; pausa de 0.5s mirando la taza como '¿qué fue eso?'. Reacción genuina, no aprobación. Notas de cata van como caption sobreimpreso de 3 palabras, NO en VO.	(SIN VO ~1.5s — solo el sorbo)	panela · cacao · pasas negras	Sorbo real + ASMR ligero + un 'mmm' involuntario + nota cálida de música muy baja	humano
5	9.0-11.5s	Imagen REAL (NO AI): la persona deja la taza, niega con la cabeza, media sonrisa retadora a cámara ('esto NO es quemado'). Reto vivo: el open loop NO se cierra aún. Aparece el CTA temprano (~p35-p40) con un chip de WhatsApp limpio en terracota.	¿Café agrio porque te cae mal? No. Estaba quemado. Jergón es de baja acidez. Escríbele a Milo: 250g, 25 soles, pago al recibir en Lima.	Escríbele a Milo 👉 wa.me/ 51917661328	Pop de notificación de WhatsApp (uno solo, limpio)	humano

#	TIEMPO	VISUAL	AUDIO/VO	TEXTO PANTALLA	SFX	CAPTURA
6	11.5-15.0s	PAYOFF + precio. Bodegón real: bolsa de Jergón 250g; al lado, sutil, la bolsa de Dardo formando el Pack Amazónico. Precio animado simple: 'Jergón 250g S/25 · Pack ½kg S/55'. Tag fijo abajo 1.5s: 'o 1kg S/99, ahorras S/21'. Cierre: rostro real retando a cámara; la víbora Al hace UN último 'flick' de lengua sobre el logo CALIENTE. Botón WhatsApp en el tercio inferior.	Deja de tomar café quemado. ¿Aguantas el Jergón de verdad?	Jergón S/25 · Pack ½kg S/55 — wa.me/51917661328	Ka-ching suave en el precio + cierre musical + siseo final muy corto	híbrido

## CTA

Escríbele a Milo por WhatsApp: wa.me/51917661328 (chip animado desde el segundo 9.0 / ~p35-p40; botón fijo en el tercio inferior en el cierre). CTWA directo a la conversación — **el creativo ES la landing** (01-funnels E1). Sin formularios de email.

## Ancla de precio


En pantalla solo 2 números: "Jergón 250g S/25 · Pack ½kg S/55". El señuelo del 1kg va como tag visual fijo abajo 1.5s ("o llévate 1kg: S/99, ahorras S/21") SIN que el VO lo apure, para que el ojo lo capte y suba AOV sin saturar. **El descuento de primera compra NO va en el frame del ad** (preserva la narrativa y el Q-score): vive en el cierre conversacional de Milo como refuerzo de CTA → token {DESCUENTO\_1RA\_COMPRA} (**pendiente COGS Luis Alonso — placeholder bloqueante, NUNCA escribir "10%" duro**).

## WhatsApp pre-cargado

Hola Milo, vi el del café quemado. ¿Es cierto que el Jergón es bien intenso pero tostado en su punto, de baja acidez y no cae mal al estómago? Quiero pedir el de 250g (o el Pack Amazónico) con pago contra entrega en Lima. [cc:e1-quemado-jergon]

*El watermark [cc:e1-quemado-jergon] va invisible al final del mensaje; NanoCRM lo parsea para fijar funnel=e1, creative=quemado-jergon, atribuir a Caliente y cruzar contra el session-id/campaña 120251165445480367. Milo NO lo muestra ni lo comenta.*

## Copy del anuncio

1. Tu café sabe agrio y a ceniza por una sola razón: está quemado. Tueste industrial al límite para tapar el defecto. Jergón del Alto Mayo es el opuesto — tostado en su punto: panela, cacao, pasas negras, baja acidez. Deja de tomar café quemado. Escríbele a Milo  wa.me/51917661328
2. Eso que llamas "café fuerte" no es fuerte: está quemado. Jergón intenso de verdad, 82 pts, tostado en su punto y de baja acidez (no muerde el estómago). 250g S/25 · Pack ½kg S/55. Pago contra entrega en Lima.
3. Le pusiste azúcar para tapar el sabor a carbón. Ese café estaba quemado. Jergón se llama así por la víbora más venenosa de la Amazonía — intenso, pero tostado en su punto. El que ya entendió, escribe.

## ✓ Por qué NO es genérico

Abre con el **crimen visual** del café quemándose REAL (humo, grano que se ennegrece) + texto-shock legible en mute en el segundo 0, no con producto pasivo ni founder-demo. El villano es el tueste industrial/café comercial, JAMÁS el consumidor — el callout culpa al café malo con humor seco. El concepto "café quemado" es un pattern-interrupt sensorial soldado al activo distintivo de la marca: el nombre VÍBORA como advertencia real (no adorno), que abre un open loop ("¿por qué nombrarías tu café como la serpiente que te mata?") y NO se resuelve a mitad de ad — el reto "¿aguantas el Jergón de verdad?" queda vivo hasta el payoff. El craving es involuntario e irreproducible (vapor que pega en la cara, deglución visible, pausa de "¿qué fue eso?"), filmado en SILENCIO sin VO de notas de cata encima. El contraste quemado → tostado-en-su-punto es el único creativo de la serie que muestra el "café quemado" literal (consenso del panel: "único creativo donde el quemado se muestra literal"). Una sola transición AI brutal (la víbora cel primal), no tres mediocres. CTA temprano (~p35-p40) ya carga verbo + riesgo + precio antes de p50. Ningún otro ad de café peruano en el scan (Casa Vieja, Kuntur, Antídoto, Puma — meta-ads-competitor-scan §1.3) firma "tu café está quemado" + víbora amazónica.

### 🎬 Creativos necesarios

- RODAJE REAL — Escena 1: macro de granos de descarte (NO Jergón) tostándose hasta carbón con humo real, sartén/tambor, luz dura lateral, fondo dark
- RODAJE REAL — Escena 2: macro de un grano de Jergón tostado en su punto (miel-ámbar, brillante) cayendo en slow-mo ~120fps + bolsa real de Jergón 250g para el frame de marca limpio
- RODAJE REAL — Escena 4: sorbo craving (FILMAR 3 TOMAS, elegir la más involuntaria), vapor real, deglución visible, taza cerámica oscura
- RODAJE REAL — Escena 5: protagonista deja la taza, niega, media sonrisa retadora a cámara
- RODAJE REAL — Escena 6: bodegón Jergón 250g protagónico + Dardo secundario (Pack Amazónico) + retorno a rostro retando
- AI KLING i2v — Escena 1: overlay cel del humo/ceniza primal sobre el grano quemándose ('bold black ink linework, rising smoke and ash, primal style, aggressive 2D cel animation, high contrast, flat shadows')
- AI KLING i2v — Escena 3: transición fuerte de la víbora jergón enroscando el grano ('bold black ink linework, primal pit viper silhouette coiling around a single coffee bean, aggressive 2D cel animation, high contrast, menacing, bifid tongue as focal tension point, flat shadows')
- AI KLING i2v — Escena 6: micro-flick de lengua de víbora sobre el logo CALIENTE ('bold black ink linework, pit viper bifid tongue quick flick over a logo, aggressive 2D cel animation, high contrast, flat shadows')
- VOZ EN OFF — locutor español neutro peruano (cero voseo), grabar las 4 líneas de VO de escenas 1,2,3,5,6
- SFX (skill meta-ads-video / ElevenLabs Sound Generation, pedir aprobación): chisporroteo/crackle del grano quemándose, whoosh whip-pan, siseo de serpiente, sorbo ASMR + 'mmm', pop WhatsApp, ka-ching de precio, siseo final
- MÚSICA — pista única de tensión minimalista sub-bass + drone grave ~70 BPM, casi ausente esc 1-3, cálida en esc 4, sube en esc 5, cierre seco en esc 6
- GRAFISMOS/EDICIÓN (Remotion): texto-shock 'CAFÉ QUEMADO' frame 0, subtítulos quemados crema #F2EAD8, chip+botón WhatsApp terracota #C8500A, ancla de precio Jergón S/25 · Pack ½kg S/55 + tag 1kg, paleta dark #12080A/#1E110E
- PACKAGING FINAL — bolsas reales Jergón 250g y Dardo (usar packaging final, no placeholder si ya existe)
- BLOQUEANTE — definir {DESCUENTO\_1RA\_COMPRA} (pendiente COGS Luis Alonso): vive SOLO en el cierre conversacional de Milo, NUNCA en el frame; sin esto el ad igual corre con ancla S/25/S/55 limpia
- REGLA CLIENTE — no lanzar a pauta sin sesión de fotos real + 6 testimonios; marcar tomas como placeholders documentados hasta entonces

El storyboard de rodaje completo (escena por escena, prompts Kling, casting, SFX) vive en guiones -v3/g2-v3-cafe-quemado-jergon.md.

**anti-genérico · overall 85** hook 89 · scroll-stop 87 · distintividad 90 · craving 83 · verificación adversarial: **PASS** (cero voseo ·

sin provincias en B2B · sin descuento duro)

## Guion 3 (v3) — Dardo — "No es ácido. Está quemado." (Café Quemado + Cerbatana) · CTWA B2C

**Embudo:** F1-CTWA (Click-to-WhatsApp, Lima COD) · **Producto:** Dardo del Monte (250g · S/35 · ancla Pack ½kg S/55) · **Duración:** 15s

**Objetivo:** Click-to-WhatsApp, Milo cierra COD en Lima. Mono-SKU Dardo: el frutal/dulce (miel, vainilla, chocolate) como redención del café quemado. Empuje a Pack Amazónico ½kg para subir AOV.

**Crítico anti-genérico:** genérico=False · overall 85 · hook 89 · scroll-stop 87 · distintividad 90 · craving 83

### Insight

Crees que odias el café porque te sabe agrio, áspero, a ceniza — y le echaste la culpa al café "fuerte" o a tu estómago. Pero ese sabor no es del grano: es del **tueste industrial pasado de punto**. El café comercial se quema para esconder grano malo y rendir más, y ese amargo a carbón es lo que aprendiste a llamar "café". El Dardo del Monte está tostado **en su punto** (tueste medio, 84 pts SCA, brand/caliente\_cafe\_data\_v2.md §1.1): por eso sabe a miel, vainilla y chocolate, con acidez frutal brillante — no agrio, **dulce**. El villano nunca eres tú: es el tueste quemado. Y el nombre no es adorno: **Dardo** = la rana dardo de la selva, cuyo veneno los cazadores ponían en la **cerbatana** — preciso, certero, te da justo donde el café comercial falla.

### Hook

*Tu café no es ácido. Está quemado.*

**Frame 0 (scroll-stop):** Frame 0 HÍBRIDO macro REAL: primerísimo plano de granos de café en una paila/ tostador pasándose de punto — el grano vira de ámbar tostado a marrón oscuro a casi-carbón, hilo de humo gris subiendo, legible en mute desde el frame 0. Texto-shock GIGANTE crema sobre el humo (antes de que entre el VO): "TU CAFÉ ESTÁ QUEMADO". Cero taza feliz, cero bolsa, cero "buenos días". Primero el villano real: el grano quemándose en cámara. El hook verbal queda abierto (no cierra) para arrastrar al segundo siguiente.

### Variantes de hook generadas

- A (prohibición/contrarian) ★: «Deja de tomar café quemado.»
- B (revelación): «Esto es lo que de verdad bebes en tu café instantáneo.»
- C (corrección del síntoma) ★ HOOK PRINCIPAL: «Tu café sabe agrio y a ceniza porque está quemado — no porque sea "fuerte".»
- curiosidad/nombre: «Lo llamaron Dardo por la rana cuyo veneno cargaban en la cerbatana. Tu café comercial nunca dio en el blanco.»
- frutal/redención: «Café que no necesita azúcar: sabe a miel y vainilla porque está tostado en su punto, no quemado.»

## Escenas

#	TIEMPO	VISUAL	AUDIO/VO	TEXTO PANTALLA	SFX	CAPTURA
1	0.0-2.5s	MACRO REAL del grano quemándose en la paila: vira de ámbar a casi-carbón, hilo de humo gris real subiendo. Texto-shock GIGANTE ya en el frame 0 (legible en mute), entra con micro-push: 'TU CAFÉ ESTÁ QUEMADO'. El VO arranca ~0.4s después del texto. Cero producto, cero taza.	Tu café no sabe agrio porque sea fuerte... está quemado.	TU CAFÉ ESTÁ QUEMADO	Crepitar/chisporroteo real del grano quemándose + golpe seco grave (impact) sincronizado al texto + breve silencio de tensión	humano
2	2.5-5.0s	ÚNICA transición AI fuerte (2D cel primal, tinta negra agresiva tipo Tartakovsky): del humo gris del grano quemado se desprende una silueta de cerbatana que dispara un dardo de tinta negra; el dardo cruza el cuadro y al impactar 'apaga' el carbón → corte limpio a imagen REAL de granos tostados en su punto (ámbar, brillantes, sin humo). El dardo da en el blanco donde el café comercial falla.	Lo queman para esconder grano malo y rendir más. Nosotros lo tostamos en su punto.	tostado en su punto, no quemado	Whoosh del dardo + 'tac' seco del impacto + drone de tensión que resuelve a nota cálida al aparecer el grano bueno	AI
3	5.0-7.0s	FRAME DE MARCA. Whip-pan a la bolsa de Dardo del Monte. CONGELA 0.4s en un frame LIMPIO: logo CALIENTE + 'DARDO del Monte' grandes y solos sobre fondo oscuro, sin texto compitiendo, sin SFX encima. Junto a la bolsa, un dardo/rana dardo de la selva como sello visual (real o atrezzo). Quien hace p50-skip puede recitar el nombre.	Dardo del Monte. Tueste medio, ochenta y cuatro puntos.	CALIENTE · DARDO	Whoosh del whip-pan → SILENCIO de 0.4s sobre el frame de marca (el silencio ES el efecto)	humano
4	7.0-9.5s	CRAVING EN SILENCIO. Imagen REAL: persona se lleva la taza, sorbo lento de un café claro-ambarino (filtrado V60). Vapor real, ojos que se abren un poco (sorpresa de dulzor, no de golpe amargo); media sonrisa involuntaria; pausa de 0.5s mirando la taza como '¿esto es café?'. Notas de cata van como caption sobreimpreso de 3 palabras, NO en VO.	(SIN VO ~1.5s — solo el sorbo)	miel · vainilla · chocolate	Sorbo real ASMR + un 'mmm' involuntario casi inaudible + nota musical cálida muy baja	humano
5	9.5-11.5s	Imagen REAL (NO AI): persona aparta con la mano el azucarero (no le hace falta), niega con la cabeza, media sonrisa a cámara ('no necesita azúcar'). CTA temprano (~p35) con chip de WhatsApp limpio en terracota #C8500A en el tercio inferior.	¿Le echas azúcar al café? Es que está quemado. El Dardo es dulce solo. Escríbele a Milo: Dardo 250g, 35 soles, pago al recibir en Lima.	Escríbele a Milo 📩 wa.me/51917661328	Pop limpio de notificación WhatsApp (uno solo)	humano

#	TIEMPO	VISUAL	AUDIO/VO	TEXTO PANTALLA	SFX	CAPTURA
6	11.5-15.0s	PAYOFF + precio. Bodegón REAL: bolsa de Dardo 250g junto a Jergón formando el Pack Amazónico ½kg. Precio animado simple en crema con highlight terracota: 'Dardo 250g S/35 · Pack ½kg S/55'. Cierre: rostro real con media sonrisa; el dardo AI da un último 'tic' sobre el logo CALIENTE (tinta negra, cerbatana). Botón WhatsApp terracota fijo en el tercio inferior.	Prueba los dos con el Pack Amazónico. Tueste en su punto, sin quemar.	Dardo S/35 · Pack ½kg S/55 — wa.me/51917661328	'Ka-ching' suave en el precio + cierre musical + 'tac' final muy corto soldado al dardo	híbrido

## CTA

Escríbele a Milo por WhatsApp: wa.me/51917661328 (chip animado desde el segundo 9.5 / p35; botón fijo en el tercio inferior en el cierre). Mono-SKU Dardo con empuje suave a Pack Amazónico ½kg en el payoff (sube AOV sin saturar el frame).

## Ancla de precio

En pantalla solo 2 números: "Dardo 250g S/35 · Pack ½kg S/55". El Pack ½kg (S/55) es el ancla que activa el regalo de envío Lima de Milo (02-presupuesto-y-kpis.md §1: solo regala envío cuando ticket ≥ Pack ½kg; el 250g suelto a S/35 deja contribución S/10.5 y NO lleva envío gratis). El refuerzo de descuento de 1ra compra **no va en el frame** (preserva el Q-score de la narrativa): {DESCUENTO\_1RA\_COMPRA} se entrega solo en el cierre conversacional de Milo. **(token parametrizado — pendiente COGS Luis Alonso; NUNCA escribir "10%" duro).**

## WhatsApp pre-cargado

Hola Milo, vi el del café quemado. Quiero probar el Dardo del Monte (frutal, miel y vainilla). ¿Me ayudas a pedir el de 250g o el Pack Amazónico con pago contra entrega en Lima? [cc:e1-quemado-dardo]

*Watermark invisible al final: [cc:e1-quemado-dardo]. Milo NO lo muestra ni lo comenta; NanoCRM lo parsea del primer mensaje para fijar funnel=e1, creative=quemado-dardo y filtrar por la campaña de Caliente (120251165445480367), aislando del spend de VentaCasas (cuenta compartida, 01-funnels-arquitectura.md Embudo 1).*

## Copy del anuncio

1. Tu café no es ácido. Está quemado. El tueste industrial lo carboniza para esconder grano malo — por eso sabe a ceniza y le echas azúcar. El Dardo del Monte está tostado en su punto: sabe a miel, vainilla y chocolate, dulce sin azúcar. Dardo 250g S/35 · Pack ½kg S/55. Pago al recibir en Lima 🙌 wa.me/51917661328
2. ¿Le echas azúcar al café? No es que necesites azúcar — es que tu café está quemado. El Dardo es tueste medio, 84 puntos, acidez frutal brillante. Lo llamamos Dardo por la rana de la cerbatana: certero donde el café comercial falla. Escríbele a Milo.

3. Deja de tomar café quemado. El que sabe a agrio y carbón está pasado de tueste. El Dardo del Monte sabe a miel y vainilla porque está tostado en su punto. Pruébalo con el Pack Amazónico y elige tu favorito. Lima contraentrega.

## ✓ Por qué NO es genérico

Cero founder-demo: nadie baja una taza humeante y asiente con buenos días. Abre con el VILLANO REAL en macro — el grano quemándose en cámara (idea #4 myth-bust "café quemado", docs/ads-library-ideas-ranking.md: ya es orgánico de Caliente con 1.5k, aquí se vuelve creativo de pauta) — y un texto-shock legible en mute en el segundo 0. El callout culpa al **tueste industrial**, NUNCA al consumidor ni a su estómago (regla del brief: el villano es el café comercial). El distintivo soldado a la marca: el nombre **Dardo = rana de la cerbatana** como mecanismo visual real (el dardo AI "apaga" el carbón y da en el blanco), no adorno — abre un open loop ("¿por qué nombrar tu café como un dardo venenoso?") que se resuelve en el payoff. El craving es involuntario (sorpresa de dulzor donde esperabas amargo, media sonrisa, "¿esto es café?"), filmado en SILENCIO sin VO de notas de cata encima. Una sola transición AI brutal (cerbatana/dardo cel primal apagando el carbón), no tres mediocres. El gesto humano que mató el infográfico: apartar el azucarero porque NO le hace falta (prueba viva del dulzor). CTA temprano (p35) ya carga verbo + precio. Ningún otro ad de café peruano puede firmar el "no es ácido, está quemado" anclado en la cerbatana.

### Creativos necesarios

- GRABACIÓN REAL — Escena 1: macro extremo de granos de café quemándose en paila/tostador (viran ámbar → carbón con humo gris real); filmar varias tomas para humo consistente. Es el villano/scroll-stop.
- GRABACIÓN REAL — Escena 2 cierre: macro de granos tostados EN SU PUNTO (ámbar-miel brillantes, sin humo), para el contraste cromático tras el dardo.
- GRABACIÓN REAL — Escena 3: frame de marca con bolsa real de Dardo del Monte 250g (packaging final, logo CALIENTE legible) + sello dardo/figura de rana dardo de la selva.
- GRABACIÓN REAL — Escena 4: close-up del sorbo de café FILTRADO claro-ambarino (V60), vapor real, micro-sorpresa de dulzor (ojos que se abren, media sonrisa). FILMAR 3 TOMAS, elegir la más involuntaria.
- GRABACIÓN REAL — Escena 5: persona apartando el azucarero + negación + media sonrisa ('es dulce solo').
- GRABACIÓN REAL — Escena 6: bodegón Pack Amazónico ½kg (Dardo + Jergón) + retorno a rostro con media sonrisa.
- AI Kling i2v — Escena 2: cerbatana 2D cel primal (tinta negra) que dispara un dardo cruzando el cuadro y 'apaga' el carbón. PROMPT: bold black ink linework, primal blowgun firing a single sharp dart across frame, aggressive 2D cel animation, high contrast, flat shadows, the dart as focal motion line, menacing precise gesture.
- AI Kling i2v — Escena 6: micro-'tic' del dardo sobre el logo CALIENTE. PROMPT: bold black ink linework, a sharp dart quick-striking a logo, aggressive 2D cel animation, high contrast, flat shadows, precise motion line.
- VOZ EN OFF — español neutro peruano, masculino/neutro, 4 líneas de VO (escenas 1,2,3,5,6; escena 4 SIN VO).
- SFX (skill meta-ads-video / ElevenLabs con aprobación previa): crepitar real del grano quemándose + impact (1); whoosh+'tac' del dardo apagando el carbón (2); whoosh whip-pan + 0.4s silencio (3); sorbo ASMR + 'mmm' (4); pop WhatsApp (5); ka-ching + cierre + 'tac' final (6). Música: pista de tensión que RESUELVE a calidez (arco quemado → en su punto), BPM ~72.
- EDICIÓN — meta-ads-video/Remotion (NUNCA ffmpeg crudo): 9:16 mute-first, subtítulos quemados crema #F2EAD8, paleta dark #12080A/#1E110E, terracota #C8500A solo en CTA/precio/dardo, texto-shock legible antes del VO, CTA+precio antes de p50.
- PLACEHOLDERS documentados: si no hay sesión de fotos final + 6 testimonios reales, marcar tomas de producto/sorbo como placeholders (regla cliente: no lanzar a pauta sin sesión real).

El storyboard de rodaje completo (escena por escena, prompts Kling, casting, SFX) vive en guiones -v3/g3-v3-cafe-quemado-dardo.md.

anti-genérico · overall 85

hook 89 · scroll-stop 87 · distintividad 90 · craving 82 · verificación adversarial: PASS (cero voseo ·

sin provincias en B2B · sin descuento duro)

## Guion 6 (v3) — Pack Amazónico — "Tu café no es fuerte, está quemado" (Café Quemado → Tienda) · FINAL

**Embudo:** F3-Tienda (Landing 04-tienda · Culqi/Yape o WhatsApp backup) · **Producto:** Pack Amazónico (1kg S/99 nacional prepago · ½kg S/55 Lima) · **Duración:** 18s

**Objetivo:** Llevar a la TIENDA VIRTUAL (no a WhatsApp directo) a quien "quiere pensarlo": compra sola en checkout Culqi/Yape o deja su WhatsApp para que Milo cierre en outbound <5 min. {DESCUENTO\_1RA\_COMPRA} como refuerzo de checkout (gated COGS Luis Alonso), NO en el frame del ad.

**Crítico anti-genérico:** genérico=False · overall 85 · hook 89 · scroll-stop 87 · distintividad 90 · craving 82

### 💡 Insight

El que toma café instantáneo o comercial cree que "no le gusta el café fuerte". Mentira: nunca tomó café fuerte — tomó café QUEMADO. El amargo-ceniza que conoce no es intensidad, es un grano carbonizado, sobre-tostado para tapar defectos. Por eso le sabe agrio y a cenicero, y por eso le echa azúcar. La revelación del ángulo café-quemado (decisión cerrada #1, ver 01-funnels-arquitectura.md líneas 254 y 19-90): el villano es el grano quemándose EN CÁMARA. La solución no es "elige el intenso o el frutal" — es **no elijas, prueba los dos tostados en su punto**: Jergón tueste medio-alto (panela, cacao, pasas negras — caliente\_cafe\_data\_v2.md línea 74) y Dardo tueste medio (miel, vainilla, chocolate — línea 42), juntos en el Pack Amazónico. Y como esta persona "lo piensa" en vez de abrir WhatsApp en caliente, el cierre no es un chat: es un botón a la tienda donde decide solo (la fricción de chatear es justo lo que la frena). El modal/tienda convierte 7x el WhatsApp directo en este segmento indeciso.

### 🪝 Hook

*Tu café no sabe fuerte. Sabe quemado.*

**Frame 0 (scroll-stop):** Frame 0 HÍBRIDO arrancando HUMANO: macro real de granos de café en una tostadora/sartén oscura, el humo empieza a subir y un grano se ennegrece y CRUJE en cámara — café quemándose de verdad, primerísimo plano. Texto-shock GIGANTE legible en mute desde el frame 0 (antes del VO): "ESTO ES LO QUE BEBES". Cero bolsa, cero logo, cero precio todavía. Primero el villano: el grano carbonizándose. El hook verbal queda abierto (no cierra) para arrastrar al siguiente segundo. La transición quemado → en-su-punto será la ÚNICA intervención AI fuerte (cel 2D primal).

### Variantes de hook generadas

- quemado/shock ★ (A): «Deja de tomar café quemado.»
- confesión (B): «Esto bebes en tu taza de café instantáneo.»
- diagnóstico (C): «Tu café sabe agrio y a ceniza porque está quemado.»
- no-elijas/pack: «No elijas entre intenso y frutal. El Pack trae los dos, tostados en su punto.»
- indeciso/tienda: «¿Lo estás pensando? Pídelo en la tienda y decide tú — sin chatear con nadie.»



## Escenas

#	TIEMPO	VISUAL	AUDIO/VO	TEXTO PANTALLA	SFX	CAP
1	0.0-2.5s	Macro REAL de granos en tostadora/sartén oscura. El humo sube, UN grano se ennegrece y cruje en cámara. Texto-shock GIGANTE ya en el frame 0 (legible en mute), entra con micro-zoom: 'ESTO ES LO QUE BEBES'. VO arranca ~0.4s después del texto. Cero producto, cero logo.	Tu café no sabe fuerte. Sabe quemado.	ESTO ES LO QUE BEBES	Crujido seco del grano quemándose + chisporroteo grave + silencio breve de tensión	humo
2	2.5-5.0s	ÚNICA transición AI fuerte (2D cel primal, tinta negra agresiva tipo Tartakovsky): del grano carbonizado real brotan llamas de tinta negra que se RETIRAN y revelan dos granos sanos, tostados en su punto, brillantes. Es el giro 'quemado → en su punto'. Vuelve a imagen REAL de dos granos miel-ámbar cayendo en cámara lenta.	El amargo a ceniza no es café fuerte. Es un grano carbonizado para tapar defectos.	quemado ≠ fuerte	Whoosh de las llamas retirándose + drone de tensión que resuelve en nota cálida	AI
3	5.0-8.0s	Imagen REAL: split sutil o dos tomas seguidas de las dos preparaciones. Jergón (taza oscura, cuerpo denso) y Dardo (más claro, brillante). Notas de cata como caption de pocas palabras, NO en VO. Sin precio aún.	Tostados en su punto: Jergón intenso — panela, cacao, pasas. Dardo frutal — miel, vainilla, chocolate.	JERGÓN: panela · cacao · pasas — DARDO: miel · vainilla · chocolate	Vertido/pour real + ASMR ligero + música cálida baja	humo
4	8.0-10.5s	CRAVING EN SILENCIO (cero VO ~1.3s). Imagen REAL: persona da un sorbo lento, vapor real pega en la cara, ojos entrecierran involuntariamente, deglución visible, micro-pausa de '¿qué fue eso?'. Reacción genuina, no aprobación.	(SIN VO ~1.3s — solo el sorbo)	así sabe en su punto	Sorbo real ASMR + 'mmm' involuntario casi inaudible + nota cálida sostenida	humo
5	10.5-13.5s	PAYOFF Pack + decisión. Bodegón REAL dark: las dos bolsas (Jergón + Dardo) forman el Pack Amazónico. Aparece el CTA a TIENDA (no WhatsApp): botón/chip terracota 'Pídelo en la tienda'. Precio antes de p50 ya entró en mente con el bodegón.	No elijas. Prueba los dos con el Pack Amazónico. Pídelo en nuestra tienda virtual.	Pack Amazónico — Pídelo en la tienda 🛒	Pop suave de UI (botón) + música sube ligero	híbrido

#	TIEMPO	VISUAL	AUDIO/VO	TEXTO PANTALLA	SFX	CAP
6	13.5-18.0s	CIERRE + precio + refuerzo. Bodegón Pack fijo. Precio animado en crema con highlight terracota: '1kg S/99 · ½kg S/55'. Línea de refuerzo de checkout: '{DESCUENTO_1RA_COMPRA}' en tu 1ra compra'. Tag fijo abajo 1.5s: 'Lima contraentrega · Nacional prepagado por agencia'. Botón TIENDA fijo en el tercio inferior. La víbora/llama Al hace un último flick de tinta sobre el logo CALIENTE.	Decide tú, en la tienda. {DESCUENTO_1RA_COMPRA} en tu primera compra.	1kg S/99 · ½kg S/55 — Tienda: caliente.cafe · {DESCUENTO_1RA_COMPRA} 1ra compra	Ka-ching suave en el precio + cierre musical seco + flick final corto	híbrido

## CTA

**CTA a la TIENDA VIRTUAL (landing 04-tienda), NO a WhatsApp directo** (decisión cerrada del funnel — ver 01-funnels-arquitectura.md línea 254 y consenso del panel F3). Botón/chip terracota 'Pídelo en la tienda' desde el segundo 10.5 (≈p58, payoff) y botón fijo en el tercio inferior en el cierre. En la tienda hay dos caminos (decisión 04-tienda): (1) compra ya con Culqi/Yape o COD Lima; (2) modal low-friction que captura solo el WhatsApp → webhook → NanoCRM lead funnel=e3 + session-id → Milo outbound <5 min. WhatsApp queda como backup DENTRO de la tienda, nunca como destino del ad.

## Ancla de precio

En pantalla solo 2 números de pack: "Pack Amazónico 1kg S/99 · ½kg S/55". El Pack 1kg S/99 es el empuje (AOV objetivo S/99, 02-presupuesto-y-kpis.md línea 69; contribución S/29.7 nacional prepagado, línea 22). El {DESCUENTO\_1RA\_COMPRA} aparece SOLO como refuerzo de checkout en el cierre (escena 6), NUNCA en el frame del hook ni del bodegón — el A/B mide contribución neta con/sin descuento. NUNCA escribir "10%" duro: el token es literal {DESCUENTO\_1RA\_COMPRA} y está GATED en el COGS de Luis Alonso.


## CTA tienda

**Destino:** Landing 04-tienda (ecommerce Culqi+COD, LIVE). Reusar, NO crear landing nueva (decisión 01-funnels-arquitectura.md líneas 194-201). URL de marca en pantalla: caliente.cafe (placeholder de dominio público de la tienda — confirmar slug final con el equipo). Camino primario en la página = modal/campo único WhatsApp (convierte 27.7% vs 3.9% del WA directo). Submit → webhook → NanoCRM funnel=e3 + session-id + campaign\_id Caliente → encola outbound Milo <5 min. Mensaje outbound que Milo dispara al recibir el lead (referencia, NO va en el ad):

Hola, soy Milo de Caliente Café ☕🌿 Vi que quieres coordinar tu Pack Amazónico. ¿Te muestro cómo te llega y lo dejamos listo hoy? 🙌

*Nota crítica (decisión cerrada #3 + consenso panel): la oferta de **provincias / Shalom prepagado NO se nombra en el creativo**. En el ad solo aparece "Lima contraentrega · Nacional prepagado por agencia" como microcopy neutro; el detalle de provincia lo levanta Milo en la conversación outbound, jamás en la pieza pagada, hasta validar logística.*

## Copy del anuncio

1. Tu café no sabe fuerte. Sabe quemado. El amargo a ceniza es un grano carbonizado, no intensidad. Prueba dos tostados en su punto con el Pack Amazónico: Jergón (panela, cacao) + Dardo (miel, vainilla). Pídelo en nuestra tienda virtual y decide tú  — {DESCUENTO\_1RA\_COMPRA} en tu primera compra.
2. Deja de tomar café quemado. No es café fuerte: es un grano sobre-tostado para tapar defectos. El Pack Amazónico trae los dos perfiles en su punto — intenso y frutal. 1kg S/99 · ½kg S/55. Pídelo en la tienda y elige tú, sin chatear con nadie.
3. ¿Tu café sabe agrio y a ceniza? Está quemado. No elijas entre intenso y frutal: el Pack Amazónico trae los dos, tostados en su punto. Cómpralo en la tienda virtual (tarjeta, Yape o coordínalo por WhatsApp) — {DESCUENTO\_1RA\_COMPRA} en tu primera compra.

## Por qué NO es genérico

Cero founder-demo y cero "elige tu perfil" plano. Abre con el VILLANO en cámara: un grano de café QUEMÁNDOSE de verdad (crujido + humo real), con texto-shock legible en mute en el segundo 0 — pattern interrupt sensorial, no producto pasivo. El distintivo soldado a la marca: la reframing "tu café no es fuerte, está quemado" reconvierte la objeción ("no me gusta el café fuerte") en un open loop ("entonces, ¿qué he estado tomando toda mi vida?") que NO se resuelve hasta el payoff. Una SOLA transición AI brutal (las llamas de tinta que se retiran y revelan el grano sano, cel 2D primal Tartakovsky), no tres mediocres; el resto es craving humano irreproducible (vapor que pega en la cara, deglución visible, pausa de "¿qué fue eso?"), filmado en silencio sin VO de notas de cata encima. Y el cierre es deliberadamente NO-WhatsApp: empuja a la TIENDA porque este segmento "lo piensa" y la fricción de chatear es justo lo que lo frena (el modal convierte 7x el WA directo). El {DESCUENTO\_1RA\_COMPRA} es token-placeholder gated en COGS, jamás "10%" duro ni en el frame del hook. Ningún otro ad de café peruano firma este combo: villano-quemado + no-elijas-pack + cierre-tienda-no-chat.

## Creativos necesarios

- VIDEO REAL: grano de café quemándose en cámara con humo real (tostadora/sartén oscura, macro, luz dura) — el villano del frame 0
- VIDEO REAL: dos granos sanos miel-ámbar cayendo en slow-mo ~120fps (retorno de la transición AI)
- AI Kling i2v: transición cel-2D primal de llamas de tinta negra que se retiran y revelan el grano sano (única intervención AI fuerte) — prompt aprobado en el guion
- VIDEO REAL: dos preparaciones/pours contrastados — Jergón denso/oscurito y Dardo claro/brillante, slow-mo en el vertido
- VIDEO REAL: sorbo de craving con vapor real, ojos entrecerrando, deglución visible (FILMAR 3 TOMAS, elegir la más involuntaria)
- FOTO/VIDEO REAL: bodegón premium dark del Pack Amazónico (bolsas Jergón + Dardo, packaging final, fondo #12080A) — usado en escenas 5 y 6
- AI Kling i2v: micro-flick de tinta negra sobre el logo CALIENTE en el cierre
- OVERLAYS de edición (meta-ads-video/Remotion): texto-shock frame 0, captions de notas de cata, chip/botón terracota TIENDA, precio animado 1kg S/99 · ½kg S/55, línea {DESCUENTO\_1RA\_COMPRA}, tag 'Lima contraentrega · Nacional prepago por agencia', URL caliente.cafe
- VOZ OFF español neutro peruano (cero voseo) — grabar la línea de descuento SIN número o con beep-placeholder hasta confirmar COGS
- SFX: crujido/chisporroteo del quemado y whoosh de llamas (ElevenLabs Sound Generation, pedir aprobación), sorbo ASMR, pop UI botón, ka-ching precio
- GATES BLOQUEANTES antes de pauta: (1) COGS de Luis Alonso para resolver {DESCUENTO\_1RA\_COMPRA}; (2) slug/dominio final de la tienda (caliente.cafe placeholder); (3) sesión de fotos real + 6 testimonios; (4) packaging final del Pack si aún es placeholder

El storyboard de rodaje completo (escena por escena, prompts Kling, casting, SFX) vive en guiones -v3/g6-v3-cafe-quemado-tienda-pack.md.

**anti-genérico · overall 85** hook 87 · scroll-stop 83 · distintividad 90 · craving 72 · verificación adversarial: **PASS** (cero voseo ·

sin provincias en B2B · sin descuento duro)

## Guion 4 (v3) — B2B HORECA — "El café que sí deja margen" (Anti-comodato + Margen por taza) · FINAL

**Embudo:** F2-Leadgen B2B (HORECA / oficinas · Lima COD + Tarapoto) · **Producto:** Mayorista 1kg — Jergón del Alto Mayo S/90 / Dardo del Monte S/125 (tiers -10% / -18% / -22%) · **Duración:** 24s

**Objetivo:** Lead B2B CALIFICADO (form / WhatsApp B2B), Milo filtra BANT y deriva a Luis Alonso para muestra + cupping. NO se mide por CAC cerrado en 30d (ciclo largo); se siembra para LTV. Lima COD + Tarapoto en el creativo.

**Crítico anti-genérico:** genérico=False · overall 85 · hook 87 · scroll-stop 83 · distintividad 90 · craving 72

### Insight

El B2B del café no se gana con la mejor foto: se gana con la matemática que el dueño del local hace en su cabeza. Un kilo de Jergón rinde ~71 tazas filtradas; el costo por taza es ~S/1 y esa misma taza se vende a S/8-12 en la carta (05-informe-b2b.md líneas 104-109: Jergón S/76/kg → ~S/1.07/taza, margen 87-91%; un kilo de Dardo genera S/530-890 en ventas de taza). El argumento no es el descuento — es el **margen por taza**. Y hay un segundo dolor, el de las oficinas: la máquina de cápsulas en comodato te amarra a un contrato y a un café que nadie elige (REPORTE-EJECUTIVO-B2B.md §3, §5; 08-internacional patrón 1). Caliente no tiene capital de máquinas — y convierte esa "debilidad" en pitch asset-light: subes el café sin amarrarte a una máquina. La prueba dura que nadie en la categoría peruana usa: SCA explícito, Jergón 82 / Dardo 84, productores con nombre (Jorge Morocho · Dilmer Guerrero, brand líneas 74, 42).

### Hook

*Tu local vende la taza a S/10. ¿Sabes cuánto te cuesta el café adentro?*

**Frame 0 (scroll-stop):** Frame 0 HUMANO + número GIGANTE: plano de una barra/oficina con luz limpia (NO dark-shock B2C, NO café quemándose — el B2B es el INVERSO visual del B2C, panel creativos línea final). Una taza real servida sobre la barra. Texto-shock legible en mute desde el frame 0, antes del VO: "¿CUÁNTO TE CUESTA EL CAFÉ DE TU TAZA?". Cero víbora, cero shock primal, cero "café quemado" (eso es solo B2C — decisión cerrada). El hook abre un loop de NÚMERO que solo se resuelve cuando aparece "S/1 → S/10".

### Variantes de hook generadas

- *margen-por-taza* ★: «Tu local vende la taza a S/10. ¿Sabes cuánto te cuesta el café adentro? ~S/1.»
- *anti-comodato (oficinas)*: «Sube el café de tu oficina sin amarrarte a una máquina de cápsulas.»
- *rende-por-kilo*: «Un kilo de este café son 71 tazas. A S/10 la taza, eso son S/710 en tu caja.»
- *co-branding origen (hoteles Tarapoto)*: «El café amazónico de la misma región de tu hotel — con nombre del productor en la carta.»
- *prueba-dura SCA*: «¿Cuántos cafés en tu carta tienen puntaje SCA? El nuestro: Jergón 82, Dardo 84.»

## Escenas

#	TIEMPO	VISUAL	AUDIO/VO	TEXTO PANTALLA	SFX	CAPTURA
1	0.0-3.0s	Plano real de barra/oficina con luz LIMPIA. Barista o admin sirve una taza. Texto-shock GIGANTE ya en frame 0 (legible en mute): '¿CUÁNTO TE CUESTA EL CAFÉ DE TU TAZA?'. VO arranca ~0.5s después del texto. NADA dark, NADA café quemándose.	¿Tu local vende la taza a ocho, diez soles? Bien. ¿Y sabes cuánto te cuesta el café adentro?	¿CUÁNTO TE CUESTA EL CAFÉ DE TU TAZA?	Tono limpio de cafetería + un 'tink' de cuchara sobre cerámica	humano
2	3.0-7.0s	Número grande ANIMADO sobre la barra real: 'S/1.07' que se transforma en 'S/10'. Bolsa real de Jergón 1kg al lado. La transición del número es el ÚNICO beat AI (cel 2D primal, tinta negra, alto contraste), el resto es imagen real.	Un kilo de Jergón son setenta y un tazas. Te cuesta cerca de un sol la taza. La vendes a diez.	1 kg = ~71 tazas · costo ~S/1 · vendes S/8-12	Whoosh suave de la transición del número + 'ka-ching' discreto al llegar a S/10	hibrido
3	7.0-11.0s	Imagen REAL: mano sostiene la bolsa, se ve la etiqueta y un sello 'SCA'. Corte a ficha técnica limpia sobre la barra: 'Jergón 82 · Dardo 84'. Foto/plano real del productor (referencia finca Alto Mayo).	Mismo café, puntaje real: Jergón ochenta y dos, Dardo ochenta y cuatro. Origen Alto Mayo, productor con nombre.	SCA · Jergón 82 · Dardo 84 — Alto Mayo	Nota cálida baja + page-flip sutil de la ficha	humano
4	11.0-15.0s	OFICINAS: plano real de oficina/ coworking; un ícono de candado de cápsula (cel 2D primal, AI) se ABRE/ rompe sobre la máquina. Vuelve a imagen real: alguien sirve de la bolsa Caliente, sin máquina amarrada.	¿Oficina? Sube el café sin amarrarte a una máquina en comodato. Sin contrato, sin máquina obligada.	sin comodato · sin contrato amarrado	'click' de candado abriéndose + drone limpio muy bajo	hibrido
5	15.0-19.5s	CTA + calificación. Plano real de Luis Alonso (o vocero comercial) entregando un kit de muestra 2x250g sobre la barra. Chip WhatsApp B2B limpio en terracota #C8500A en el tercio inferior.	Te mandamos la ficha, la tabla por volumen y agendamos un cupping con muestra. Lo cierra una persona, no un bot.	Pide tu muestra + cupping 👉 wa.me/51917661328	Pop limpio de notificación WhatsApp (uno solo)	humano
6	19.5-24.0s	PAYOFF + ancla. Bodegón real: bolsas 1kg Jergón + Dardo. Precio mayorista animado en crema con highlight terracota: 'Jergón 1kg S/90 · Dardo 1kg S/125'. Tag fijo abajo 1.5s: 'Por volumen: -10% / -18% / -22%'. Cierre: vocero a cámara, media sonrisa segura. Botón WhatsApp B2B fijo.	Caliente para tu negocio: café de origen que sí deja margen por taza. Escríbenos y te armamos la propuesta.	Jergón 1kg S/90 · Dardo 1kg S/125 — wa.me/51917661328	'ka-ching' suave en el precio + cierre musical limpio	hibrido

## CTA

Lead form B2B / WhatsApp B2B → **equipo comercial (Luis Alonso)**. Chip animado desde el segundo 15 (p62) y botón fijo en el tercio inferior en el cierre. El ad vende la CONVERSACIÓN / el cupping, NO regala muestra fría:

el kit 2x250g va a precio de evaluación con cupping agendado, gated por BANT (05-informe-b2b.md línea 143). Cierre 100% humano (Luis Alonso) — Milo solo filtra BANT y manda ficha/tabla, NUNCA negocia precio fuera de tabla (05-informe-b2b.md línea 171).

## Ancla de precio


En pantalla solo 2 números de precio mayorista 1kg: "Jergón 1kg S/90 · Dardo 1kg S/125" (PVP mayorista, 05-informe-b2b.md líneas 122–125). El descuento por volumen va como tag visual fijo abajo 1.5s ("Por volumen: -10% / -18% / -22%" = tiers T1 3–9kg / T2 10–24kg / T3 25+kg) SIN que el VO lo apure. El argumento de venta dominante NO es el precio/kg ni el descuento — es el MARGEN POR TAZA (escena 2: ~S/1 costo → S/8–12 venta). NADA de descuento ciego ni token {DESCUENTO\_1RA\_COMPRA}: el B2B mantiene tabla escalonada + cierre humano (decisión cerrada). Piso de negociación = COGS (~70% PVP), lo aprueba Luis Alonso.

## WhatsApp pre-cargado

Hola, tengo un negocio (cafetería/oficina/hotel) y vi el de Caliente para empresas. Quiero la ficha técnica, la tabla por volumen y coordinar una muestra + cupping. Consumo aprox \_\_\_ kg/mes, estoy en \_\_\_ (distrito/ciudad). [cc:e2-horeca]

*El watermark [cc:e2-horeca] va invisible; NanoCRM lo parsea para fijar funnel=e2, segment=b2b y aislar el spend de VentaCasas por campaña (01-funnels-arquitectura.md líneas 147, 160). Milo NO lo muestra ni lo comenta.*

## Copy del anuncio

1. Tu local vende la taza a S/10. El café adentro te cuesta ~S/1. Un kilo de Jergón = ~71 tazas. Café amazónico de origen (Alto Mayo, SCA 82/84) que sí deja margen por taza. Pide tu ficha + muestra + cupping  wa.me/51917661328 [cc:e2-horeca]
2. ¿Oficina o coworking? Sube el café sin amarrarte a una máquina en comodato. Sin contrato, sin máquina obligada: pides por kilo, lo cierra una persona. Jergón 1kg S/90 · Dardo 1kg S/125, con descuento por volumen. Escríbenos y te armamos la propuesta.
3. ¿Cuántos cafés en tu carta tienen puntaje SCA real? El nuestro: Jergón 82, Dardo 84, origen amazónico Alto Mayo con productor de nombre (Jorge Morocho · Dilmer Guerrero). Café para tu negocio con margen por taza. Coordina tu cupping por WhatsApp.

## Por qué NO es genérico

Cero café quemado (eso es exclusivo B2C, decisión cerrada): el B2B abre con la matemática del dueño — número grande en mute "¿cuánto te cuesta el café de tu taza?" — no con shock primal ni víbora. El distintivo es triple y research-driven, no decorativo: (1) MARGEN POR TAZA animado en pantalla (~S/1 → S/10, 71 tazas/kg) que NINGÚN café peruano pone en su ad; (2) ANTI-COMODATO para oficinas (el candado de cápsula que se abre) convierte la falta de capital de máquinas en pitch asset-light; (3) SCA EXPLÍCITO 82/84 + productor con nombre, prueba dura que la categoría peruana no usa (06-inteligencia-competitiva.md: nadie comunica puntaje SCA). El lenguaje visual es el INVERSO del B2C: luz limpia de local/oficina, no dark-shock-víbora. El AI es mínimo y funcional (solo la transición del número y el ícono del candado), no AI-UGC puro. El CTA no regala muestra fría masiva: vende la conversación + cupping gated, y el cierre es 100% humano (Luis Alonso). Cero promesa de "provincias / todo el Perú" en la pieza (restricción Luis Alonso): solo Lima/Tarapoto en el creativo; provincias se levantan en la conversación humana, no en el ad.

## Creativos necesarios

- Filmación real escena 1 — barra de cafetería/oficina con luz limpia, barista/admin sirviendo una taza humeante (vapor real). Estética premium-clean, NADA dark ni café quemándose.
- Filmación real escena 2 (base) — barra + bolsa 1kg Jergón bajo el número AI superpuesto.
- AI Kling i2v escena 2 — transición del número 'S/1.07 → S/10' (cel 2D primal tinta negra, alto contraste; prompt aprobado en notas).
- Filmación/foto real escena 3 — bolsa 1kg con sello SCA visible + ficha técnica impresa (Jergón 82 / Dardo 84, notas de cata, productor) + plano de apoyo del productor en finca Alto Mayo (Jorge Morocho / Dilmer Guerrero).
- Filmación real escena 4 (base) — oficina/coworking con máquina de cápsulas (atrezzo) + alguien sirviendo de la bolsa Caliente.
- AI Kling i2v escena 4 — ícono de candado de cápsula abriéndose/rompiéndose sobre la máquina (prompt aprobado en notas).
- Filmación real escena 5 — vocero comercial (idealmente Luis Alonso) entregando el kit de muestra 2x250g a cámara con media sonrisa segura.
- Filmación real escena 6 — bodegón premium-clean de bolsas 1kg Jergón + Dardo + retorno al vocero.
- Atrezzo/packaging — bolsas finales 1kg Jergón y Dardo con logo + sello SCA, ficha técnica impresa, kit de muestra 2x250g, máquina de cápsulas de contraste.
- Locución VO — español neutro peruano, tono asesor/socio (no vendedor de descuentos).
- SFX (meta-ads-video / ElevenLabs con aprobación) — tink de cuchara, ka-ching profesional, page-flip, click de candado, pop WhatsApp; música limpia BPM ~95.
- Gráficos de edición (Remotion / meta-ads-video) — texto-shock frame 0, captions, ancla de precio 1kg + tag de tiers, chip/botón WhatsApp B2B terracota.
- BLOQUEANTE NO-creativo: COGS real por SKU (Luis Alonso) para confirmar piso de la tabla; PVP mayorista S/90 / S/125 ya fijados. Regla cliente: no lanzar a pauta hasta sesión real + 6 testimonios; marcar placeholders.

El storyboard de rodaje completo (escena por escena, prompts Kling, casting, SFX) vive en guiones -v3/g4-v3-b2b-horeca-margen-por-taza.md.

anti-genérico · overall 85

hook 87 · scroll-stop 84 · distintividad 90 · craving 72 · verificación adversarial: PASS (cero voseo ·

sin provincias en B2B · sin descuento duro)

## Guion 5 (v3) — Oficinas — "El café de tu oficina dice de ti" (Anti-comodato + Libertad) · FINAL

**Embudo:** F2-B2B Leadgen (Instant Form / WhatsApp B2B → cierre humano) · **Producto:** Suscripción de oficina (1kg recurrente) · **Duración:** 18s

**Objetivo:** Lead B2B CALIFICADO (oficinas/coworkings Lima + Tarapoto, 20–150 personas). Milo filtra BANT, Luis Alonso cierra. NO se optimiza al submit crudo: se optimiza al lead calificado por Milo (01-funne1s-arquitectura.md, Embudo 2: "Optimizar el Lead calificado por Milo, no el submit crudo"). Ticket recurrente S/360–720/mes, churn 1–2%.

*Crítico anti-genérico: genérico=False · overall 85 · hook 87 · scroll-stop 84 · distintividad 90 · craving 72*

### 💡 Insight

El café de tu oficina **habla de ti** antes que tú. La sala de reuniones con una máquina de cápsulas industrial y café aguado dice "aquí ahorramos en lo que importa". Pero hay un costo invisible que nadie te contó: esa máquina "gratis" es un **comodato** — te la prestan a cambio de **firmar consumo mínimo y exclusividad por 12 a 36 meses, con penalidades** (08-b2b-coffee-marketing-internacional.md, Cluster 1: el comodato es "el estándar del sector en LatAm/Perú... contratos de 12–36 meses con penalidades"). Nestlé, Nespresso y Juan Valdez no te venden café: te venden un **candado** (mismo doc, "los 4 patrones": "la máquina es el caballo de Troya... La máquina no es el producto: es el candado"). Caliente da vuelta la debilidad: como **no tiene capital de máquinas**, su pitch es la libertad — café amazónico de especialidad (Jergón 82 / Dardo 84 puntos SCA) que **llega solo cada mes a tu oficina, sin amarrarte a ninguna máquina ni a ningún contrato** (REPORTE-EJECUTIVO-B2B.md §3: Caliente es "café-driven", su terreno natural es atacar cuentas que ya tienen máquina con "trazabilidad de origen + voz de marca + agilidad digital"). El gancho no es precio: es **dignidad + libertad + cero gestión**.

### 🔗 Hook

*El café de tu oficina dice de ti. ¿Qué está diciendo?*

**Frame 0 (scroll-stop):** Frame 0 HUMANO: plano de una sala de reuniones real de oficina (luz limpia y diurna — INVERSO del dark-shock del B2C, según consenso F2: "Lenguaje visual B2B = INVERSO del B2C: luz limpia de local/oficina, NO dark-shock-víbora, NO café quemándose"). Sobre la mesa, un vaso de plástico con café aguado y traslúcido junto a una máquina de cápsulas genérica. Texto-shock GIGANTE legible en mute desde el frame 0, antes del VO: "EL CAFÉ DE TU OFICINA DICE DE TI". Cero víbora, cero café quemándose, cero estética B2C. Primero la escena cotidiana + la pregunta incómoda. El hook queda abierto (no se responde aún) para arrastrar al siguiente segundo.

### Variantes de hook generadas

- *identidad/dignidad* ★: «El café de tu oficina dice de ti. ¿Qué está diciendo?»
- *anti-comodato/libertad*: «Esa máquina de cápsulas "gratis" te amarra 36 meses. El buen café no necesita contrato.»

- *cero-gestión/reposición*: «¿Quién compra el café de tu oficina? Que lo haga solo: llega cada mes sin que muevas un dedo.»
- *prueba SCA/origen*: «Tu oficina toma café de 82 puntos o café de relleno. No hay punto medio.»
- *callout office manager*: «Te encargaron el café de la oficina. Hazte ver bien sin firmar nada.»

## Escenas

#	TIEMPO	VISUAL	AUDIO/VO	TEXTO PANTALLA	SFX	CAPTURA
1	0.0-2.5s	Sala de reuniones real, luz diurna limpia. Sobre la mesa: vaso de plástico con café aguado traslúcido + máquina de cápsulas genérica. Texto-shock GIGANTE ya en frame 0 (legible en mute), entra con micro-zoom: 'EL CAFÉ DE TU OFICINA DICE DE TI'. El VO arranca ~0.4s después del texto.	El café de tu oficina dice de ti. ¿Qué está diciendo?	EL CAFÉ DE TU OFICINA DICE DE TI	Ambiente suave de oficina (teclado, murmullo lejano) + un golpe limpio sincronizado al texto	humano
2	2.5-5.0s	Macro real del café aguado y traslúcido en el vaso de plástico (sin vapor, sin antojo — a propósito poco apetecible). Corte a una mano que firma un contrato sobre la mesa; sobre el papel aparece overlay AI 2D cel primal: un candado de cápsula que se CIERRA con un clic sobre las palabras 'consumo mínimo · 36 meses'.	La máquina "gratis" de tu oficina tiene letra chica: consumo mínimo y contrato de hasta 36 meses.	"GRATIS" = 36 meses de contrato	Clic metálico seco del candado al cerrarse + tono grave breve de tensión	híbrido
3	5.0-8.5s	TRANSICIÓN AI (única fuerte, 2D cel primal tinta negra, alto contraste): el candado de cápsula se PARTE en dos. De la grieta brota una hoja de cafeto que se abre. Vuelve a imagen REAL: barista/persona en la cocina de oficina sirviendo café recién hecho de una bolsa Caliente — vapor real, grano visible.	Caliente no tiene máquina que amarrarte. Solo café amazónico de especialidad que llega solo a tu oficina.	sin máquina · sin contrato	Sonido del candado partiéndose + transición a nota cálida; servido de café real (ASMR ligero)	AI
4	8.5-11.5s	Imagen REAL: vaso/taza con café Caliente recién servido junto a la bolsa de Jergón y Dardo sobre la mesa de oficina. Ficha SCA visible animada simple: 'JERGÓN 82 · DARDO 84 pts'. Personas de la oficina sirviéndose, ambiente real de coffee break. Las notas de cata SÍ pueden ir en texto explícito (es argumento de venta B2B, no craving B2C).	Café de 82 y 84 puntos, del Alto Mayo en San Martín. El mismo que pondrías en una carta, ahora en tu sala de reuniones.	JERGÓN 82 · DARDO 84 pts SCA	Murmullo cálido de coffee break + tecla suave de la animación del número	humano

#	TIEMPO	VISUAL	AUDIO/VO	TEXTO PANTALLA	SFX	CAPTURA
5	11.5-14.5s	Plano de la mesa de oficina con la bolsa Caliente; animación cel simple de un calendario con un check mensual que se repite solo (reposición automática). CTA entra: chip terracota 'Cotiza para tu oficina'. Founder/Luis Alonso a cámara (medio cuerpo, oficina real) cierra el argumento.	Te llega cada mes sin que muevas un dedo. Lo coordinas con una persona, no con un call center. Déjanos los datos de tu oficina.	Cotiza para tu oficina 🖱️	Pop limpio de notificación + nota de cierre que empieza a subir	humano
6	14.5-18.0s	PAYOFF. Bodegón real: bolsas Jergón + Dardo sobre la mesa de la sala de reuniones, luz limpia, una taza humeante real al lado. Texto de cierre + lead. Tag fijo abajo: 'Lima · Tarapoto'. Cierre: el candado AI partido hace un último 'destello' de hoja sobre el logo CALIENTE. Botón lead/WhatsApp B2B en el tercio inferior.	El café de tu oficina puede decir algo mejor. Sin máquina, sin contrato, sin gestión.	Caliente para tu oficina · Lima y Tarapoto	Cierre musical seco y limpio + destello suave de la hoja sobre el logo	híbrido

## CTA

**Lead form / WhatsApp B2B → cierre humano.** Chip 'Cotiza para tu oficina' desde el segundo 11.5 (~p64); botón lead fijo en el tercio inferior en el cierre. El ad NO regala muestras ni promete precio: vende la **conversación/cotización** (consenso F2: "El ad vende la CONVERSACIÓN/cupping, no regala muestras"). El formulario califica (cargo/decisor, tipo de negocio, ciudad/distrito, consumo estimado kg/mes = variable de scoring #1, 05-informe-b2b.md §4.1). Milo responde, manda ficha técnica + brochure PDF, filtra BANT; **Luis Alonso cierra 100% humano** (negociación sobre tabla Tier 1/2/3, piso = COGS ~70% PVP). NUNCA descuento ciego en el creativo.

## Ancla de precio

**El creativo NO muestra precio por kg ni descuento.** El B2B no se vende por precio: se vende por **margen por taza + libertad + cero gestión** (consenso F2 + 05-informe-b2b.md línea 109: "El argumento a HORECA no es el descuento — es que un kilo de Dardo genera S/530–890 en ventas de taza"). Para oficinas el ancla mental es el **ticket recurrente** (4–8 kg/mes = S/360–720/mes recurrente, 05-informe-b2b.md §1.1) frente al candado del comodato. La tabla mayorista escalonada (Jergón 1kg S/90 PVP con tiers -10/-18/-22%; Dardo 1kg S/125 PVP) la entrega Milo en la conversación, nunca en la pieza, y siempre con **piso = COGS** (gated por Luis Alonso). El único número que puede aparecer en pantalla es la prueba dura **SCA 82/84**, que es argumento, no precio.

## WhatsApp pre-cargado

Hola, vi el de Caliente para oficinas. Manejamos café para nuestra sala/cocina y queremos algo de mejor calidad sin amarrarnos a una máquina. ¿Me pasas info para cotizar? Somos una oficina en [Lima/Tarapoto] de aprox. \_\_\_ personas. [cc:e2-oficina]

*El watermark [cc:e2-oficina] va invisible al final del mensaje (o como hidden field del Instant Form). NanoCRM lo parsea para fijar funnel=e2, segment=b2b, creative=oficina y filtrar por la campaña de Caliente (cuenta Meta compartida con VentaCasas — 01-funnels-arquitectura.md). Milo NO lo muestra ni lo comenta.*

## Copy del anuncio

1. El café de tu oficina dice de ti. ¿Vaso de plástico con agua marrón, o café amazónico de especialidad (82 y 84 puntos) que llega solo cada mes? Sin máquina, sin contrato de 36 meses, sin que muevas un dedo. Cotiza para tu oficina 🖱️ (Lima y Tarapoto)
2. Esa máquina de cápsulas "gratis" de tu oficina tiene letra chica: consumo mínimo y exclusividad por años. Caliente no te amarra a ninguna máquina — solo café del Alto Mayo que repones automáticamente por WhatsApp. Déjanos los datos de tu oficina y lo coordinamos con una persona.
3. Te encargaron el café de la oficina. Hazte ver bien sin firmar nada: Jergón 82 / Dardo 84 puntos, origen amazónico verificable, reposición mensual automática. Lo cierras con una persona, no con un call center. Cotiza para tu oficina (Lima · Tarapoto).

## Por qué NO es genérico

Cero café quemándose y cero víbora: el B2B se construye 100% sobre los ángulos de la investigación, no sobre el hook B2C (decisión cerrada con el cliente). El lenguaje visual es el INVERSO del B2C — luz limpia de oficina, no dark-shock — lo que ya lo distingue de cualquier pieza de la categoría. El distintivo soldado a la marca es el **anti-comodato**: convierte la mayor debilidad de Caliente (no tener capital de máquinas) en su mayor pitch (libertad sin candado), un ángulo que NADIE en la categoría peruana usa porque todos los que hacen B2B son importadores de máquinas (REPORTE-EJECUTIVO-B2B.md §2: "los que sí hacen B2B son importadores de máquinas, no marcas de origen. Nadie junta el paquete completo"). El hook ataca la **identidad/dignidad** del decisor ("el café de tu oficina dice de ti"), no el producto pasivo. La prueba dura SCA 82/84 va explícita (permitido en B2B como argumento de carta, prohibido como craving en B2C). Una sola transición AI fuerte (el candado de cápsula partiéndose en hoja de cafeto), no tres mediocres. El cierre es humano y la pieza lo dice ("lo coordinas con una persona, no con un call center") — diferenciador real frente al call center anónimo de Nestlé/Nespresso. GEO honesto: solo Lima/Tarapoto en pantalla, sin prometer provincias (restricción Luis Alonso). Ningún otro ad de café B2B en Perú puede firmar esto.

## Creativos necesarios

- RODAJE REAL — Sala de reuniones / cocina de oficina con luz limpia diurna (INVERSO del dark B2C): mesa con vaso de plástico de café aguado traslúcido (preparado a propósito poco apetecible, sin vapor) + máquina de cápsulas NEUTRA/desenfocada (no mostrar marca identificable por tema legal).
- RODAJE REAL — Plano de mano firmando un contrato sobre la mesa con letra chica legible 'consumo mínimo · 36 meses'.
- RODAJE REAL — Servido de café Caliente recién hecho desde la bolsa en cocina de oficina, con vapor real y grano visible (escena 3 retorno).
- RODAJE REAL — Coffee break de oficina: personas business-casual sirviéndose, taza humeante real junto a bolsas Jergón + Dardo sobre mesa de madera clara (escena 4).
- RODAJE REAL — Founder o Luis Alonso a cámara, medio cuerpo, oficina/almacén real, luz limpia, tono cálido y profesional, cierra el argumento humano (escena 5).
- RODAJE REAL — Bodegón de cierre: bolsas Jergón + Dardo sobre mesa de sala de reuniones + taza humeante real, luz limpia (escena 6).
- PACKAGING FINAL — Bolsas reales de Jergón del Alto Mayo y Dardo del Monte con logo CALIENTE legible (no placeholder si ya existe).
- AI KLING i2v (2D cel primal, tinta negra, alto contraste B/N) — (a) candado-cápsula cerrándose sobre la letra chica (esc.2), (b) candado partiéndose en hoja de cafeto que brota (esc.3, transición distintiva), (c) micro-destello de hoja sobre el logo en el cierre (esc.6). Respetar gotchas: sin 'palette'/hand-painted', sin DO-NOT.
- ANIMACIÓN UI/Remotion — Ficha SCA 'JERGÓN 82 · DARDO 84 pts' (número en terracota) + calendario de reposición mensual con check auto-repetido + chip CTA terracota 'Cotiza para tu oficina'. Editar con skill meta-ads-video, nunca ffmpeg.

- SFX — ambiente de oficina, clic metálico del candado al cerrarse, crack del candado partiéndose, ASMR de servido, pop de notificación, cierre seco. Crack metálico vía ElevenLabs Sound Generation si hace falta (pedir aprobación, consume créditos).
- VO — español neutro peruano, registro profesional-cercano, sin voseo, no mezclado sobre el servido de café (esc.3).
- MATERIAL DE VENTA B2B (no-ad, BLOQUEANTE para pauta) — ficha técnica x2 (Jergón 82/Dardo 84: notas de cata, productor, altitud, proceso, SCA), brochure B2B PDF, tabla de precios Tier 1/2/3 gated por COGS de Luis Alonso. Sin esto el ad no se lanza a pagado (regla cliente: + sesión real + 6 testimonios).

El storyboard de rodaje completo (escena por escena, prompts Kling, casting, SFX) vive en guiones -v3/g5-v3-b2b-oficinas-libertad-comodato.md.

**B2B** F2-B2B Leadgen (Lead form / WhatsApp B2B → cierre humano) · HORECA hotel boutique — 1kg Jergón + 1kg Dardo + co-branding de origen · 22s · watermark [cc:e2-hotel]

**anti-genérico · overall 85** hook 87 · scroll-stop 84 · distintividad 91 · craving 72 · verificación adversarial: **PASS** (cero voseo ·

sin provincias en B2B · sin descuento duro)

## Guion 7 (v3) — HORECA Hoteles — "El café de la misma región de tu hotel" (Co-branding de origen + ESG) · FINAL

**Embudo:** F2-B2B Leadgen (Lead form / WhatsApp B2B → cierre humano) · **Producto:** HORECA hotel boutique (1kg + co-branding de origen) · **Duración:** 22s

**Objetivo:** Capturar leads B2B CALIFICADOS de hoteles boutique (Tarapoto/San Martín y Lima) para que un humano (Luis Alonso) cierre con muestra/cupping. NO se vende la bolsa: se vende la CONVERSACIÓN y el co-branding de origen. Optimizar a Lead calificado por Milo (BANT), no al submit crudo (01-funnels-arquitectura.md, Embudo 2). GEO en el creativo SOLO Lima/Tarapoto — provincias se levantan en la conversación humana, nunca en la pieza (restricción Luis Alonso).

**Crítico anti-genérico:** genérico=False · overall 85 · hook 87 · scroll-stop 84 · distintividad 91 · craving 72

### Insight

El huésped de un hotel boutique peruano no quiere un sachet de café industrial: espera que el desayuno refuerce el lugar donde despertó. Un hotel en Tarapoto o en el Alto Mayo que sirve café anónimo (o peor, café importado/instantáneo) está rompiendo su propia promesa de "experiencia local". Caliente es café amazónico de especialidad de **la misma región** — Jepelacio, Moyobamba, San Martín — con productores reales y verificables (Jorge Morocho, Finca Bosque Morocho → Jergón 82 pts; Dilmer Guerrero, Finca Bienath → Dardo 84 pts) y puntaje SCA explícito, algo que **nadie en la categoría peruana usa en su comunicación** (05-informe-b2b.md líneas 59, 88; 06-inteligencia-competitiva.md). El argumento no es precio ni descuento ciego: es que el café local con historia trazable es un activo de marca para el hotel (mención en carta, relato ESG vendible al huésped), exactamente como Café Britt monetiza "origen-país" en el HORECA turístico de Costa Rica (08-b2b-coffee-marketing-internacional.md, Cluster 3 §2) y como Juan Valdez usa su certificación Empresa B como ESG corporativo (ídem §1). El cierre nunca es checkout: es una muestra/cupping humano (05-informe-b2b.md línea 18, decisión reunión 17/06).

### Hook

**Tu hotel promete Amazonía. ¿Y le sirves a tu huésped café de quién sabe dónde?**

**Frame 0 (scroll-stop):** Frame 0 HÍBRIDO de contraste: split visual mute-first. A la izquierda, imagen REAL de un desayuno de hotel boutique con una taza humeante junto a una ventana con vegetación de selva al fondo (la promesa que el hotel ya vende). A la derecha, un sachet/lata de café genérico anónimo, frío, sin identidad. Texto-pregunta GIGANTE legible en mute desde el frame 0, antes del VO: "TU HOTEL PROMETE AMAZONÍA". Cero café quemándose (eso es B2C-only). Luz limpia y cálida de lobby/comedor, NO dark-shock — el lenguaje visual B2B es el INVERSO del B2C (01-funnels-arquitectura.md Embudo 2; consenso del panel: "luz limpia de local/oficina, NO dark-shock-víbora").

### Variantes de hook generadas

- **promesa-rotta** ★: «Tu hotel promete Amazonía. ¿Y le sirves a tu huésped café de quién sabe dónde?»

- *origen-mismo-valle*: «El huésped despertó en San Martín. Dale el café que nació a una hora de su habitación.»
- *co-branding/carta*: «Tu carta puede decir el nombre del productor y la finca. ¿La de tu competencia puede?»
- *ESG/relato*: «Café amazónico, trazable, del mismo valle de tu hotel. Eso es lo que tu huésped quiere fotografiar.»
- *puntaje SCA*: «84 puntos SCA, finca con nombre y apellido, de tu propia región. Eso ya no es solo el desayuno: es parte de tu marca.»



## Escenas

#	TIEMPO	VISUAL	AUDIO/VO	TEXTO PANTALLA	SFX	CAPTURA
1	0.0-3.0s	Split mute-first. Izq: desayuno real de hotel boutique, taza humeante junto a ventana con selva al fondo. Der: sachet/lata de café genérico anónimo, sin identidad. Texto-pregunta GIGANTE ya en el frame 0, entra con micro-zoom. VO arranca ~0.5s después. Luz limpia cálida, NO dark.	Tu hotel vende Amazonía en cada habitación. Pero en la taza del desayuno... ¿café de dónde?	TU HOTEL PROMETE AMAZONÍA	Nota cálida de ambiente (selva suave) + un 'tick' seco al aparecer el sachet genérico	híbrido
2	3.0-7.0s	Productor REAL en finca: Jorge Morocho (o Dilmer Guerrero) entre cafetos con sombra natural, sostiene cerezas de café. Plano honesto, documental, luz natural. Congela 0.5s en frame con nombre + finca legibles.	Este es Jorge Morocho. Su finca, Bosque Morocho, está en el Alto Mayo. La misma región de tu hotel.	Jorge Morocho · Finca Bosque Morocho · Alto Mayo	Sonido ambiente de finca (aves, hojas) muy bajo + nota musical cálida ascendente	humano
3	7.0-10.5s	ÚNICA transición Al fuerte (2D cel primal, tinta negra, alto contraste): mapa del Alto Mayo / San Martín que se dibuja con linework primal; una línea conecta la finca con el hotel marcado en el mismo valle ("a una hora"). Vuelve a imagen real: granos cayendo a cámara lenta.	De la finca a tu carta sin escalas. Café de especialidad, 84 puntos, trazable hasta el árbol.	Mismo valle · 82-84 pts SCA · trazable	Trazo de tinta (whoosh seco) + 'tick' grave del grano cayendo al volver a real	AI
4	10.5-14.0s	Imagen REAL: barista/mesero del hotel sirve la taza a un huésped junto a la ventana de selva; el huésped la fotografía. Bodegón limpio: bolsa 1kg de Jergón + Dardo con etiqueta legible sobre mantel claro. Notas de cata como texto explícito (en B2B Sí van visibles — argumento de venta para la carta).	Lo que tu huésped fotografía y postea. Jergón: cacao y panela. Dardo: miel y vainilla. El relato de origen ya viene incluido.	Jergón: cacao · panela — Dardo: miel · vainilla	Sorbo suave + 'click' de cámara de celular + música cálida sostenida	humano
5	14.0-18.5s	Plano medio frontal, luz limpia: Luis Alonso (o representante comercial) a cámara, cercano y profesional, en un set claro (no dark). Sostiene la ficha técnica/QR. CTA temprano (~p65) con chip B2B limpio en terracota.	Hablemos de tu hotel: te llevo una muestra y hacemos un cupping. Sin contrato amarrado, sin máquina. Escíbeme y armamos la propuesta para tu carta.	Cupping + muestra para tu hotel 🍷 escríbenos	Pop limpio de notificación (uno solo)	humano

#	TIEMPO	VISUAL	AUDIO/VO	TEXTO PANTALLA	SFX	CAPTURA
6	18.5-22.0s	PAYOFF de credibilidad. Bodegón premium-limpio: bolsas 1kg Jergón + Dardo junto a la ficha técnica (puntajes SCA 82/84, productor, finca, altitud). Cierre: la línea AI del mapa hace un último trazo suave que une finca → hotel sobre el logo CALIENTE. Botón B2B fijo abajo. NADA de precio ciego/descuento: la tabla mayorista la ve en la conversación humana.	Café amazónico de tu región, con nombre, finca y puntaje. Para hoteles en Lima y Tarapoto. Hablemos.	Tabla mayorista + cupping — wa.me/51917661328	Cierre musical cálido + trazo de tinta final muy corto soldado al logo	híbrido

## CTA

**Lead form B2B / WhatsApp B2B → cierre 100% humano.** En el ad: chip animado desde ~14s (p65) y botón fijo en el tercio inferior en el cierre. El CTA NO vende la bolsa ni promete descuento: ofrece **cupping + muestra + propuesta para la carta del hotel**. El lead entra al formulario de calificación (consumo kg/mes, tipo de negocio = hotel, ciudad/distrito, decisor) → Milo autorespuesta + ficha técnica/brochure PDF + BANT → si califica (≥5kg/mes + decisor + logística viable) deriva a Luis Alonso para muestra/cupping (05-informe-b2b.md §4.2; 01-funnels-arquitectura.md Embudo 2). Milo NUNCA negocia precio fuera de tabla.

## Ancla de precio

**NO hay ancla de precio ni descuento ciego en la pieza B2B** (decisión cerrada: el B2B no lleva descuento ciego; mantiene tabla mayorista escalonada Tier 1/2/3 + cierre humano). En pantalla NO se muestra "-10%" ni precio/kg duro. El argumento de valor en pantalla es **margen por taza + activo de marca**, no precio: para el hotel, 1 kg de Dardo genera S/530–890 en ventas de taza con costo/taza ~S/1.49 y margen 83–89% (05-informe-b2b.md líneas 107, 109). La tabla mayorista real (Tier 1 3–9kg -10% · Tier 2 10–24kg -15/–20% · Tier 3 25+kg -20/–25%, piso = COGS ~70% PVP) se entrega **solo en la conversación humana** con Luis Alonso, gated en el COGS pendiente. En el ad, el "número" que sí puede aparecer como prueba dura es el **puntaje SCA (82/84)** y el **nombre de finca/productor** — eso es trazabilidad, no precio.

## WhatsApp / Lead form pre-cargado

Hola, soy de un hotel boutique y vi lo del café amazónico de la misma región. Me interesa servir un café local con historia en el desayuno y poder mencionar el origen en la carta. ¿Me pasan la ficha técnica y coordinamos una muestra/cupping? [cc:e2-hotel]

*El watermark [cc:e2-hotel] va INVISIBLE al final del mensaje; NanoCRM lo parsea para fijar funnel=e2, segment=b2b, creative=hotel y atribuir a la campaña de Caliente (separada de VentaCasas). Milo nunca lo muestra ni lo comenta.*

## Copy del anuncio (3 variantes)

1. Tu hotel promete Amazonía en cada habitación. ¿Y le sirves al huésped café anónimo en el desayuno? Caliente es café de especialidad del Alto Mayo — la misma región de tu hotel — con productor, finca y puntaje SCA verificables (Jergón 82 / Dardo 84). Café local con historia que tu huésped fotografía y postea. Hablemos de un cupping para tu carta. Hoteles en Lima y Tarapoto 📩 escríbenos.

2. El huésped despertó en San Martín. Dale el café que nació a una hora de su habitación. Trazable hasta la finca (Bosque Morocho, Bienath), con nombre y apellido del productor. No es solo el desayuno: es parte de tu marca y tu relato de origen. Te llevamos una muestra y hacemos un cupping — sin máquina amarrada, sin contrato de cápsulas. Hoteles boutique Lima / Tarapoto.
3. Tu carta puede decir el nombre del productor, la finca y el puntaje SCA. ¿La de tu competencia puede? Café amazónico de especialidad de la misma región de tu hotel, 82–84 puntos, trazable hasta el árbol. El relato de origen ya viene incluido en cada taza. Escribenos y armamos la propuesta + muestra para tu hotel.

## ✓ Por qué NO es genérico

Cero café quemado (eso es B2C-only, decisión cerrada): la pieza se construye 100% sobre el ángulo de investigación co-branding de origen + ESG. No abre con producto pasivo ni founder-demo: abre con una **promesa rota** del propio hotel (vende Amazonía pero sirve café anónimo), un pattern interrupt que ataca la coherencia de marca del prospecto, no el sabor. El distintivo es soldado a un activo que **nadie en la categoría peruana usa**: productor real con nombre y apellido (Jorge Morocho / Dilmer Guerrero), finca verificable y puntaje SCA explícito (82/84) — verificado en 06-inteligencia-competitiva.md / 05-informe-b2b.md que ningún competidor comunica SCA ni trazabilidad. El lenguaje visual es el INVERSO del B2C (luz limpia de hotel, no dark-shock-víbora) y las notas de cata van EXPLÍCITAS en texto (en B2B son argumento de venta para la carta, no craving). El cierre no es checkout ni descuento ciego: es muestra/cupping humano con Luis Alonso sobre tabla mayorista gated en COGS, respetando GEO Lima/Tarapoto sin prometer provincias. La transición AI es única (mapa finca → hotel en el mismo valle, cel primal), no infografía mediocre repetida.

### Creativos necesarios

- FINCA REAL (dependencia crítica): video/foto documental del productor Jorge Morocho (Finca Bosque Morocho) o Dilmer Guerrero (Finca Bienath) en finca con cafetos y cerezas — activo de credibilidad irreproducible que ningún competidor tiene; placeholder de máxima prioridad si no existe
- Escena 1 (real): split desayuno de hotel boutique con taza humeante junto a ventana de selva + sachet/lata de café genérico anónimo para el contraste
- Escena 4 (real): servicio en hotel — mesero sirviendo café a un huésped que lo fotografía con celular (momento postearable) + bodegón limpio de bolsas 1kg Jergón+Dardo sobre mantel claro
- Escena 5 (real): Luis Alonso / representante comercial a cámara en set de luz limpia sosteniendo ficha técnica/QR (cierre humano)
- Escena 6 (real): bodegón premium-limpio con ficha técnica visible (puntajes SCA 82/84, productor, finca, altitud)
- Plano real del grano de café cayendo en cámara lenta (slow-mo ~120fps) para inicio/retorno de escena 3
- AI Kling i2v (único): mapa cel-2D del valle del Alto Mayo conectando finca ↔ hotel (escena 3) — prompt: 'bold black ink linework, 2D cel animation, primal style, hand-drawn map of an amazonian valley, a single line connecting a coffee farm to a hotel marker, flat shadows, high contrast'
- AI Kling i2v (único): trazo de tinta finca → hotel sobre el logo CALIENTE para el cierre (escena 6)
- Ficha técnica x2 (Jergón 82 / Dardo 84): notas de cata, productor, finca, altitud, proceso, SCA — material de venta para handoff humano
- Packaging final 1kg Jergón + 1kg Dardo (etiqueta legible, NO placeholder si ya existe)
- VO español neutro peruano (locución aparte) + SFX: ambientes selva/finca (ElevenLabs, pedir aprobación), pista musical cálida B2B ~85 BPM, edición en meta-ads-video/Remotion
- 6 testimonios reales (regla cliente: no lanzar a pauta sin sesión real + material de finca/hotel + 6 testimonios)

El storyboard de rodaje completo (escena por escena, prompts Kling, casting, SFX) vive en guiones -v3/g7-v3-b2b-hoteles-cobranding-origen.md.

Qué material existe hoy vs. qué falta producir para activar cada funnel.

ESTADO	FUNNEL	ASSET	NOTA
existe	F1-CTWA	G1 Jergon 'No le pongas azucar' 15s (formato FINAL distintividad 92)	Render final en videos/ads-jun26/v1-jergon/ad/output/video1-jergon.mp4 (+13 iteraciones REMOTION). Es el formato canonico a reusar: rostro+1 transicion AI vibora+sorbo craving+ancla precio.
falta	F1-CTWA	G1-v3 comparativa Jergon+Dardo / Pack Amazonico 20s (cafe quemado literal)	Guion g1-v3 escrito; requiere rodaje nuevo (macro quemado literal + split comparativo + doble craving + bodegon Pack). No hay render.
parcial	F1-CTWA	G2-v3 Jergon founder/intenso + vibora (cafe quemado)	Guion g2-v3 escrito; refs Kling vibora generadas (creatives/refs scene-4-serpiente). Falta footage real quemado + sorbo + bodegon y render final del corte v3.
parcial	F1-CTWA	G3-v3 Dardo 'no es acido, es miel y vainilla' + cerbatana/rana	Guion g3-v3 escrito; scaffold Remotion en videos/ads-jun26/v2-dardo/ad PERO output/ VACIO (sin render). Falta footage Dardo + AI cerbatana + sorbo filtrado claro.
falta	F3-Tienda	G6-v3 Pack Amazonico -> Tienda (coordinacion, SIN provincias en frame)	Guion g6-v3 reescrito para cumplir decision #3 (sin nombrar provincias). Requiere rodaje + CTA a 04-tienda. No existe render.
falta	F1-CTWA / F3-Tienda	Escenas AI cafe quemandose / humo-ceniza cel-2D primal (Tartakovsky)	Solo B2C (decision #1). Prompts Kling aprobados en guiones (SIN 'palette'/hand-painted', SIN DO-NOT). No generadas aun; ninguna ref de humo/ceniza en creatives/refs (solo vibora/selva).
falta	F1-CTWA	UGC Dardo (sorbo craving filtrado claro, rostro)	No hay footage Dardo final; existe landing-01-ugc (Jergon) y team-reel, nada Dardo-especifico. Bloqueado por sesion de fotos/video real.
falta	F1 / F3 / B2B	Fotos reales de producto (packshot + lifestyle)	assets/product-photos/README: 0/200 fotos. BLOQUEANTE duro: no se lanza a pauta sin esto. Existen solo refs-master/product (jpgs sueltos) y brand-kit Jergon.
falta	F1 / F3 / B2B	6 testimonios reales	0 testimonios. Regla cliente #5: prohibido lanzar a trafico pagado sin 6 testimonios reales. Bloqueante transversal.
falta	F1 / F3	Packshots Pack Amazonico (1/2kg y 1kg, fondo dark #12080A / terracota)	En shopping list product-photos, no capturados. Hoy solo placeholders/refs sueltas.
parcial	F2-B2B	G4-v3 B2B HORECA margen-por-taza (cafeterias/ restaurantes)	Guion g4-v3 escrito. Lenguaje visual INVERSO al B2C (luz limpia, sin dark/vibora). Falta rodaje barra+barista+numero animado AI + ficha SCA. Sin render.
parcial	F2-B2B	G5-v3 B2B Oficinas anti-comodato/libertad	Guion g5-v3 escrito (P0 B2B). Falta rodaje oficina luz limpia + AI candado-capsula partiendose + ficha SCA Remotion. Sin render.
falta	F2-B2B	G7-v3 B2B Hoteles co-branding origen Tarapoto	Guion g7-v3 escrito. Dependencia critica: VIDEO/FOTO REAL del productor Jorge Morocho/Dilmer Guerrero en finca (irreproducible). assets/refs-master no tiene material de finca/productor. Bloqueante de credibilidad.
falta	F2-B2B	Material POS / venta B2B (ficha tecnica x2, brochure PDF, tabla Tier 1/2/3, kit muestra 2x250g)	No-ad pero BLOQUEANTE para handoff humano de Luis Alonso. No existe en repo. Tabla Tier gated por COGS.
falta	F2-B2B	Fichas de cupping (Jergon 82 / Dardo 84: notas cata, productor, altitud, proceso, SCA)	Argumento de venta B2B (en B2B las notas SI van explicitas en VO/ texto). No producidas; datos existen en brand/caliente_cafe_data_v2.md pero sin maqueta visual.

ESTADO	FUNNEL	ASSET	NOTA
falta	F2-B2B (hoteles) / origen B2C	Fotos retrato productores (Jorge Morocho, Dilmer Guerrero) + finca Alto Mayo	BLOQUEANTE adicional: requiere viaje a San Martin (product-photos README). Activo de credibilidad que ningun competidor peruano tiene.
existe	F1-CTWA	Storyboard Jergon-Selva (PDF v5-aventura) + refs Kling selva/vibora	creatives/Jergon-Selva-Storyboard-v5-aventura.pdf + creatives/refs (scene-1..6, animated). Reutilizable como base de direccion AI cel para piezas Jergon.
existe	F1 / landing	Team reel + landing UGC A/B (Jergon)	videos/team-reel (3 cortes) y videos/landing-01-ugc/final (final-ugc-A/B.mp4). Footage humano disponible para recortes, no son ads-v3 finales.

**Bloqueantes duros de producción:** sesión de fotos real (0/200) + 6 testimonios reales (0/6) + COGS de Luis Alonso (descuento y tabla B2B) + video/foto de productores en finca (G7 hoteles). Sin esto no se lanza a tráfico pagado (regla cliente).