

PLAN DE PROMOCIÓN INTERNACIONAL

ANTECEDENTES DE PROMOCIÓN

Desde hace 10 años produzco y distribuyo mis documentales de forma independiente, los cuales me han permitido ingresar en festivales, mercados y eventos de la industria cinematográfica internacional (IDFA Docs for Sale, Berlinale, Cannes Short Film Corner, San Sebastian, BAFICI, entre otros). He logrado exhibir mis producciones en más de cien festivales nacionales e internacionales: HIJOS DE LA TIERRA (San Martín, 2014) hasta la fecha ha participado en 34 festivales; y EL SUEÑO DE SONIA (Puno, 2015), en 16 festivales.

Espero que mi nuevo documental RIO VERDE (San Martín, Iquitos 2016), repita el mismo éxito de mis producciones anteriores. Gracias a que realicé esta distribución, cuento con los e-mails de los programadores de festivales, por lo cual considero que será más fácil que nuestro nuevo documental sea estrenado en un festival internacional de categoría A.

ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN INTERNACIONAL

PLAN DE DISTRIBUCION

Comenzaremos el plan de promoción internacional enviando el documental RIO VERDE al IDFA, en Ámsterdam, buscando estrenar en el festival de cine documental más grande del mundo, por la cantidad de películas exhibidas en calidad de estreno, periodistas y miembros de la industria cinematográfica que acuden cada año. Es un festival especializado, ya que sólo participan documentales y no películas de ficción. El año 2013 nuestro documental HIJOS DE LA TIERRA formó parte de las películas seleccionadas para el mercado IDFA / DOCS FOR SALE, fue la única película peruana que participó ese año.

Confiamos en que RIO VERDE repita el éxito de nuestras producciones anteriores y logre posicionarse en el circuito internacional, de esta forma ayudaremos a divulgar la cinematografía peruana dentro del circuito de festivales de clase A (Cannes, Berlinale, San Sebastian, Locarno, Sundance y Venecia). Esto nos permitirá generar *buzz* y la película sea invitada a festivales de otros países, así como atraer el interés de compradores y distribuidores internacionales.

Los festivales más atractivos son aquellos que exhiben el mayor número de estrenos mundiales y atraen la mayor cantidad de prensa, agentes de ventas y compañías distribuidoras. Además de contar con mercados y exhibiciones especiales para la prensa y los

miembros de la industria cinematográfica, *market screenings* para los compradores, agentes de ventas y programadores de otros festivales.

Después de su estreno, enviaremos la película a todos los festivales de cine documental que clasifican para el Oscar, de acuerdo a la lista elaborada por la Academia (Academy awards Documentary qualifying festival list).

Pondremos énfasis en distribuir el documental durante el primer año en los festivales de Europa y los Estados Unidos, ya que por experiencia conocemos que los festivales Latinoamericanos nos invitarán después de haber sido exhibidos en festivales de prestigio internacional. Por esta razón, solo nos concentraremos en exhibir el documental en los festivales de Latinoamérica durante el segundo año (Festival de Cine de Lima, Cartagena de Indias, Mar de Plata, BAFICI, Guadalajara, Habana), después de haber ganado el respaldo de la crítica especializada.

Esta selección se ha hecho en base a años de estudio del comportamiento (*case study*), de películas en festivales, su distribución y exhibición posterior a su estreno en un festival internacional de prestigio.

	NOMBRE	SECCIÓN	LUGAR	FECHA	Deadline
1	IDFA	Paradocs	Holanda	Noviembre	1 de Agosto
2	Sundance Film Festival	International Short Films	Estados Unidos	Enero	23 de Setiembre
3	Festival de Cine de Róterdam	Tiger Awards Competition for Short Films	Holanda	Enero	15 de Octubre
4	Berlin Film Festival	Berlinale Shorts / Forum	Alemania	Febrero	30 de Octubre
5	Festival de Cine de Toronto		Canadá	Abril	29 de Mayo
6	Festival de Cine de Tribeca	Documentary Shorts	Estados Unidos	Abril	18 de Marzo
7	Festival de Cine de Cannes		Francia	Mayo	11 de Marzo
8	Festival de Cine de Locarno		Suiza	Agosto	31 de Mayo
9	Festival de Cine de Venecia	Orizzonti	Italia	Agosto	19 de Junio
10	Festival de San Sebastián		España	Septiembre	1 de Julio

MERCADOS

IDFA - Docs for Sale	Ámsterdam, Holanda
Rotterdam - CineMart	Rotterdam, Holanda
Festival de Cine de Berlín - European Film Market. "Meet the Docs"	Berlín, Alemania
Clermont – Ferrand	Clermont – Ferrand, Francia
Cannes - Short Film Corner	Cannes, Francia

En cuanto a los cortometrajes documentales "EL SUEÑO DE SONIA" e "HIJOS DE LA TIERRA", ya que se encuentran en su segundo y tercer año de distribución, los exhibiremos en festivales temáticos, especializados en cine gastronómico y festivales de películas para niños, respectivamente. Además de festivales especializados en cine documental, cine antropológico y cine indígena.

Para posicionar la película a nivel internacional, hemos seleccionado festivales en los que la película tendrá aceptación y así expandir su difusión y cobertura de promoción en términos geográficos.

Una lista previa de los festivales a los que se enviará la película es la siguiente:

FESTIVALES ESPECIALIZADOS EN CINE DOCUMENTAL

(ORGANIZADOS POR TERRITORIOS Y DEADLINES DE INSCRIPCIÓN)

EUROPA

1	Cinéma du Réel	Francia	1 de Septiembre
2	Visions du Réel	Suiza	Enero
3	Viennale	Australia	13 de Julio
4	Sheffield Doc Fest	Inglaterra	Septiembre
5	CPH: DOX	Dinamarca	15 de Septiembre
6	Dok Leipzig	Alemania	10 de Julio
7	DocPoint	Finlandia	1 de Octubre
8	Documenta Madrid	España	25 de Abril

SUDAMERICA

É Tudo Verdade	Brasil	18 de Diciembre
DocBsAs	Argentina	31 Julio
Doc Montevideo	Uruguay	18 de Junio
EDOC	Ecuador	15 de Diciembre

NORTEAMERICA

1	Hot Docs	Canadá	16 de Noviembre
2	AFI Docs	Estados Unidos	5 de Febrero
3	Full Frame	Estados Unidos	31 de Octubre
4	LAFF	Estados Unidos	30 de Enero
5	San Francisco	Estados Unidos	5 de Octubre
6	Seattle	Estados Unidos	7 de Octubre
7	SXSW	Estados Unidos	9 de Septiembre
8	Telluride	Estados Unidos	1 de Julio
9	True / False	Estados Unidos	13 de Septiembre

COMERCIALIZACIÓN

El documental RIO VERDE será un éxito a nivel internacional gracias al uso de la publicidad asociada a la Amazonia peruana. La imagen de la selva, tierra donde crece el mejor cacao y café del Perú, ayudará a comercializar la película por su trasfondo cultural, ecológico e histórico.

Aprovecharemos el boom de la reciente película colombiana EL ABRAZO DE LA SERPIENTE, nominada al Oscar, la cual despertó gran interés por los temas amazónicos, siendo exhibida comercialmente en un gran número de países después de su éxito en el Festival de Cannes. Así como el interés actual que existe respecto al ayahuasca y el shamanismo en el mundo occidental.

El documental posee elementos universales para atraer la atención de un público interesado en conocer los misterios de los pueblos amazónicos, su cultura ancestral, magia y mitos.

PLAN DE VIAJE

Me interesa estar presentes en los foros de coproducción y mercados internacionales de películas con el objetivo de promocionar nuestras producciones a canales de televisión y compañías de distribución, así como buscar socios estratégicos e inversionistas para nuestras futuras producciones. Por otro lado es importante mencionar que buscaremos inversionistas que estén interesados en financiar futuras producciones en el Perú.

Considero que es importante estar presente en el 40º Festival de Cine Margaret Mead en New York, Estados Unidos (Octubre 13-16), el festival de cine antropológico más antiguo del mundo, el cual ha confirmado la participación de la exhibición de EL SUEÑO DE SONIA.

Viajar a este festival me permitirá ampliar mi *network*, red de contactos profesionales a nivel internacional, y conocer e interactuar con los documentalistas profesionales asistentes a dicho festival. Por otro lado es importante mencionar que buscaremos inversionistas que estén interesados en financiar futuras producciones en el Perú. Además, visionar películas etnográficas me permitirá producir en el futuro documentales de mejor calidad, al estudiar las nuevas tendencias del mercado audiovisual, en cuanto a temas, forma y contenido.

La presencia del director en los festivales internacionales es importante para garantizar el éxito de una película. Es importante negociar con los distribuidores y entregarle una muestra del producto en persona, para que nos asocie con la película.

PLAN DE COMUNICACIÓN

A través de webs y blogs especializados en cine difundiremos la película para estimular el interés del público potencial, informando las fechas en las que se exhibirán los documentales (EL SUEÑO DE SONIA, HIJOS DE LA TIERRA, RIO VERDE) en cada festival internacional.

Trabajaremos intensamente difundiendo el documental a través de medios alternativos, como el internet y las redes sociales, especialmente a través de Youtube y Facebook, y la página web oficial de la película. Divulgaremos el tráiler y entrevistas con el director, personajes principales, con el objetivo de despertar la curiosidad de nuestra audiencia.

Buscaremos promocionar y posicionar RIO VERDE, entre la prensa y el público especializado internacional, con el objetivo de generar interés en potenciales programadores de festivales, distribuidores y exhibidores internacionales, *sales agents*, *comissioner editors* y compradores.

Promocionaremos el documental en las redes sociales desde un mes antes de su estreno en el primer festival internacional. Usaremos las redes sociales como un espacio de interacción y comunicación con nuestro público, así como para estar en contacto constante e inmediato. Crearemos una fanpage que defina la identidad de la película desde su estética y estilo gráfico.

A través de *Facebook Pages* publicaremos anuncios de la página de la película documental en las cuentas de otros usuarios. Esta estrategia nos permitirá alcanzar un mayor

número de fans, likes y espectadores interesados en ver la película en festivales donde se exhiba la película en cada país.

Buscaremos que después de la exhibición del documental en un festival, se genere un “boca a boca” virtual, que los espectadores recomienden la película a sus amigos de Facebook. Esto nos ayudará a difundir la película después de la primera exhibición en un festival (normalmente son 3 exhibiciones durante un mismo festival) y más gente quiera ir a verla confiando en la reputación compartida por sus amigos o conocidos

Facebook puede analizar esto utilizando la opción de *demographics* (de esta forma es posible segmentar a los usuarios que se quiere llegar de acuerdo a su nivel de estudios, nivel socioeconómico, intereses, productos y marcas que consume, lugares a los que viaja).

VOCES DE OTROS CONSUMIDORES

Antes de que la película sea exhibida en un festival en el siguiente país, recurriremos a nuestros contactos de la industria cinematográfica en otros países, quienes como líderes de corriente pueden influenciar de forma positiva a sus amigos de Facebook y recomendarles que asistan a ver la película.

PÚBLICO INTERESADO EN EL PERÚ

Nos interesa llamar la atención del público de extranjeros que ya han visitado el Perú y la película sirva para que recuerden su viaje a la selva o promocionar la Amazonia como un futuro destino turístico y vengan a conocer nuestro país.

SITIO WEB DE LA PELICULA

La página web será actualizada semanalmente con información del día y país en que se exhibirá el documental. En la página principal se podrá apreciar el Tráiler y Teasers, los logos de los festivales seleccionados, el link de la fanpage de Facebook y demás redes sociales.

Otras secciones incluirán:

- Información de los personajes, objetivo de la película.
- NOSOTROS. Información del director y del equipo técnico detrás del documental.
- NOTICIAS. Entrevistas, notas de prensa en medios de comunicación.

Brindaremos información acerca del contexto geográfico, cultural, donde se desarrolla el documental. Además de información importante como Sinopsis, Nota del director, Fotos promocionales, Presskit.

PRENSA INTERNACIONAL ESPECIALIZADA

El agente de prensa que mueva las obras cinematográficas y el estreno de RIO VERDE, en los medios y redes sociales, dará a conocerlos masivamente e incrementará la concurrencia del público en festivales internacionales.

Durante los festivales, buscaremos que revistas internacionales especializadas publiquen notas de la película y entrevistas con el director. Así como participar en ruedas de prensa organizadas por el festival, dar entrevistas a webs, blogs de cine y canales de televisión.

Entre las revistas especializadas en cine se encuentran: *Variety*, *Screen Daily*, *Hollywood Reporter*, *Cahiers du cinema*, *Le film français*, *Indiewire*.

INFORMACIÓN SOBRE EL MATERIAL PROMOCIONAL

Diseñaremos brochures y editaremos DVD's donde se incluyan mis más recientes producciones documentales (*HIJOS DE LA TIERRA*, *EL SUEÑO DE SONIA*, y *RÍO VERDE*). En el pasado, he diseñado material promocional para mis documentales adoptando las tendencias actuales del mercado internacional.

POSTER

Diseñaremos un poster atractivo de la película, y viajaré con el poster a los festivales donde sea seleccionado, asegurándome de colgarlo en un lugar que garantice su máxima visibilidad.

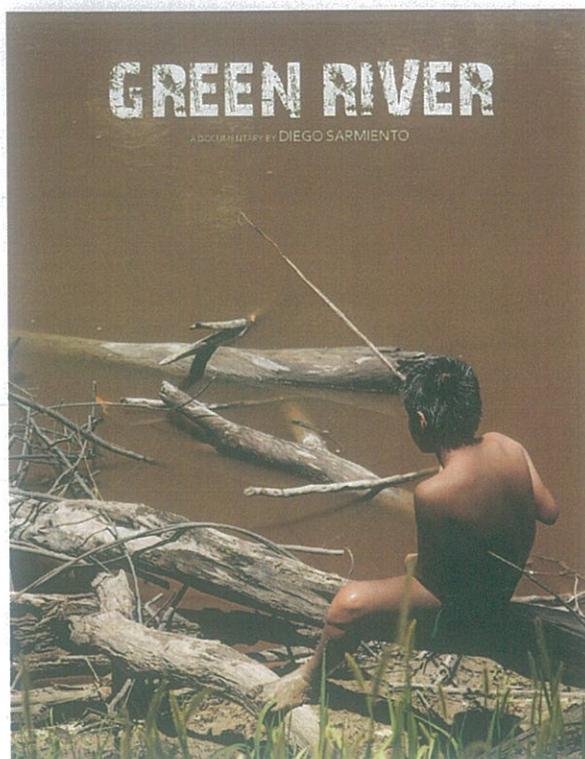
La propuesta gráfica de una película es uno de los factores decisivos para atraer a nuestro público. Utilizaremos fotografías reales tomadas durante la grabación de *RIO VERDE* que remitan al espectador a un tiempo habitado por shamanes amazónicos.

El material promocional será diseñado buscando exaltar el exotismo de la selva. En las imágenes se verá a los protagonistas del documental rodeados por la inmensa naturaleza amazónica, que los hará verse pequeños en comparación con su entorno.

Este es un ejemplo de fotografía que podría ser utilizado para el poster, DVD y las postales. Buscamos transmitir una atmósfera de misterio: el personaje aparece de espaldas y no se puede percibir su rostro. Él está envuelto por un río de aguas oscuras donde no se distinguen detalles y abarca gran parte de la composición de la imagen.

Conforme el documental sea seleccionado en los festivales, incorporaremos los logos y premios en el material promocional.

Creemos que el premio de promoción internacional nos dará la oportunidad de hacer llegar esta obra a su público, contribuyendo a brindar una propuesta de cine educativo y cultural producido en el Perú.



POSTALES

En los días previos a la exhibición del documental, distribuiré postales en lugares estratégicos donde sean visibles para los visitantes, con un sticker adherido indicando las fechas de exhibición durante los días del festival. Por su tamaño, las postales son prácticas de llevar a reuniones, cocteles y galas.

Las postales se harán en dos tamaños, A5 (para entregarlo a distribuidores y personas claves de la industria cinematográfica, incluirá el link de visionado y contraseña), y A6 (para entregarlo al público ya que es del tamaño de una postal).

DVD

Editaré un DVD que incluya mis documentales más recientes para obsequiarlos a posibles compradores de canales de TV (sales agents), distribuidores y programadores de festivales.

PRESS KIT

Diseñaré e imprimiré una docena de Press kits del documental exclusivamente para programadores de festivales, agentes de venta y distribuidores. Este tendrá información del documental, información técnica, sinopsis, motivación del director, además de fotografías del rodaje.

DOCUMENTOS DE INSCRIPCIÓN Y ACEPTACIÓN DE FESTIVALES

ACEPTACIÓN A FESTIVALES INTERNACIONALES (2016)

FESTIVALES CONFIRMADOS

"El Sueño de Sonia"

FESTIVAL	LUGAR	FECHA
7° Slow Filme – Festival Internacional de Cinema e Alimentação	Goiás, Brasil	15 al 18 de septiembre
3° Muestra Internacional de Cine Indígena	Maracaibo, Venezuela	29 de septiembre al 1 de octubre
40° Margaret Mead Film Festival	Nueva York, Estados Unidos	13 al 16 de octubre

PLAN DE FINANCIAMIENTO

CONCURSO NACIONAL DE PROYECTOS DE PROMOCIÓN INTERNACIONAL CINEMATOGRÁFICA

EMPRESA: Desfase Films

PROYECTO: Promoción Internacional de Obras Cinematográficas

(Documentales de Diego Sarmiento: "Hijos de la tierra", "El sueño de Sonia" y "Río Verde")

#	ORIGEN	PAÍS	ESTADO	IMPORTE (S/.)	PORCENTAJE
1	Desfase Films*	PERÚ	APROBADO (Aporte Propio)	2,500	11%
2	Concurso DAFO	PERÚ	POR CONFIRMAR	20,000	89%
			TOTAL	22,500	100%

* El aporte propio de Desfase Films está aprobado y se responsabilizará de Gastos Generales (Aspectos Jurídicos y Financieros); y la elaboración del Trailer de "Río Verde".

PRESUPUESTO

PRESUPUESTO GENERAL DE LA PROMOCIÓN INTERNACIONAL DE OBRAS CINEMATOGRÁFICAS

			1 dólar =	S/.3.35
COD.	Ítem	Total ítem en Nuevos Soles	Subtotales en Nuevos Soles	Totales en Dólares
1	GASTOS GENERALES		1,000	299
1.1	ASPECTOS JURÍDICOS Y FINANCIEROS	1,000		299
2	GASTOS DE POSTPRODUCCIÓN PARA PROMOCIÓN		10,400	3,104
2.1	COPIAS	1,000		299
2.2	TRANSPORTE DE COPIAS	1,250		373
2.3	TRAILER	1,500		448
2.4	LOGÍSTICA	6,650		1,985
3	PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN		11,100	3,313
3.1	PUBLICIDAD Y PAUTA	2,200		657
3.2	HONORARIOS	8,900		2,657
4	TOTAL		22,500	6,716

**PRESUPUESTO DETALLADO DE LA PROMOCIÓN INTERNACIONAL
DE OBRAS CINEMATOGRÁFICAS**

1 dólar =

S/.3.35

COD.	Ítem	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total en Nuevos Soles	Total ítem en Nuevos Soles	Subtotales en Nuevos Soles	Totales en Dólares
1	GASTOS GENERALES						1,000	299
1.1	ASPECTOS JURÍDICOS Y FINANCIEROS						1,000	299
1.1.1	Asesoría legal y gastos legales	Paquete	1	500	500			149
1.1.2	Gastos financieros, transacciones, transferencias bancarias y otras	Paquete	1	500	500			149
2	GASTOS DE POSTPRODUCCIÓN PARA PROMOCIÓN						10,400	3,104
2.1	COPIAS						1,000	299
2.1.1	Copia DCP "Río Verde" (incluye disco duro)	Paquete	1	1,000	1,000			299
2.2	TRANSPORTE DE COPIAS						1,250	373
2.2.1	Flete, transporte copias de las obras	Paquete	5	250	1,250			373
2.3	TRAILER						1,500	448
2.3.1	Elaboración trailer internacional "Río verde"	Paquete	1	1,500	1,500			448
2.4	LOGÍSTICA						6,650	1,985
2.4.1	Pasaje Lima - Nueva York - Lima	Paquete	1	2,235	2,235			667
	Visa Estados Unidos	Paquete	1	540	540			161
2.4.3	Alojamiento Estados Unidos	Días	5	750	375			112
2.4.4	Gastos de viaje (Alimentación, transporte interno, otros)	Paquete	1	1,500	1,500			448
	Inscripción a festivales	Paquete	10	150	1,500			448
2.4.6	Inscripción anual a festivales a través de web	Paquete	1	500	500			149
3	PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN						11,100	3,313
3.1	PUBLICIDAD Y PAUTA						2,200	657
3.1.1	Publicidad en Redes Sociales	Meses	3	100	300			90
3.1.2	Diseño y actualización de página web	Paquete	1	1,200	1,200			358
3.1.3	Impresión material promocional	Paquete	1	700	700			209
3.2	HONORARIOS						8,900	2,657

3.2.1	Diseño y Producción de la Estrategia de Promoción Internacional	Paquete	1	2,800	2,800	836
3.2.2	Concepto y diseño material impreso	Paquete	1	1,000	1,000	299
3.2.3	Agentes de prensa	Paquete	1	2,400	2,600	776
3.2.4	Campaña digital redes sociales	Paquete	1	2,000	2,500	746
4	TOTAL				22,500	6,716

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

CRONOGRAMA GENERAL DE ACTIVIDADES

FECHA DE INICIO	FECHA FINAL	CONCEPTO
Junio 2016	Julio 2016	Desarrollo de Plan de Promoción Internacional
Septiembre 2016	Septiembre 2016	1er viaje (10 días)
Septiembre 2016	Diciembre 2016	Diseño de web
Septiembre 2016	Septiembre 2017	Inscripción a Festivales Internacionales Promoción en Redes Sociales
	Septiembre 2017	Entrega de Informe Final a DAFO

CRONOGRAMA DETALLADO DE ACTIVIDADES

2016

MES	LUN	MAR	MIE	JUE	VIE	SAB	DOM	
SEP 2016				1	2	3	4	
	5	6	7	8	9	10	11	Inicio Promoción en las Redes Sociales
	12	13	14	15	16	17	18	Inicio desarrollo página web / Inscripción True/False / Viaje a Nueva York / Festival de Cine Margaret Mead / Inscripción CPH:DOX / Viaje de retorno a Perú
	19	20	21	22	23	24	25	Inscripción Sheffield Doc Fest, Inscripción Sundance
	26	27	28	29	30			
OCT 2016						1	2	Inscripción DocPoint
	3	4	5	6	7	8	9	Inscripción San Francisco, Inscripción Seattle
	10	11	12	13	14	15	16	Inscripción Rotterdam
	17	18	19	20	21	22	23	
	24	25	26	27	28	29	30	Inscripción Berlinale
	31							Inscripción Full Frame
NOV 2016		1	2	3	4	5	6	
	7	8	9	10	11	12	13	
	14	15	16	17	18	19	20	Inscripción Hot Docs
	21	22	23	24	25	26	27	
	28	29	30					
DIC 2016				1	2	3	4	Fin desarrollo página web
	5	6	7	8	9	10	11	
	12	13	14	15	16	17	18	Inscripción EDOC, Inscripción É Tudo Verdade
	19	20	21	22	23	24	25	
	26	27	28	29	30	31		

2017

MES	LUN	MAR	MIE	JUE	VIE	SAB	DOM	
ENE 2017							1	
	2	3	4	5	6	7	8	
	9	10	11	12	13	14	15	Inscripción Visions du Reel
	16	17	18	19	20	21	22	
	23	24	25	26	27	28	29	
	30	31						Inscripción LAFF
FEB 2017			1	2	3	4	5	Inscripción AFI Docs
	6	7	8	9	10	11	12	
	13	14	15	16	17	18	19	
	20	21	22	23	24	25	26	
	27	28						
MAR 2017			1	2	3	4	5	
	6	7	8	9	10	11	12	Inscripción Cannes
	13	14	15	16	17	18	19	Inscripción Tribeca
	20	21	22	23	24	25	26	
	27	28	29	30	31			

MES	LUN	MAR	MIE	JUE	VIE	SAB	DOM	
ABR 2017						1	2	
	3	4	5	6	7	8	9	
	10	11	12	13	14	15	16	
	17	18	19	20	21	22	23	
	24	25	26	27	28	29	30	Inscripción Documenta Madrid
MAY 2017	1	2	3	4	5	6	7	
	8	9	10	11	12	13	14	
	15	16	17	18	19	20	21	
	22	23	24	25	26	27	28	
	29	30	31					Inscripción Toronto, Inscripción Locarno
JUN 2017				1	2	3	4	
	5	6	7	8	9	10	11	
	12	13	14	15	16	17	18	Inscripción Doc Montevideo
	19	20	21	22	23	24	25	Inscripción Venecia
	26	27	28	29	30			
JUL 2017						1	2	Inscripción Telluride, Inscripción San Sebastián
	3	4	5	6	7	8	9	
	10	11	12	13	14	15	16	Inscripción DOK Leipzig, Inscripción Viennale
	17	18	19	20	21	22	23	
	24	25	26	27	28	29	30	
	31							Inscripción DocBsAs
AGO 2017		1	2	3	4	5	6	
	7	8	9	10	11	12	13	
	14	15	16	17	18	19	20	
	21	22	23	24	25	26	27	
	28	29	30	31				
SEP 2017					1	2	3	Inscripción Cinema du Reel
	4	5	6	7	8	9	10	Inscripción SXSW
	11	12	13	14	15	16	17	
	18	19	20	21	22	23	24	Entrega de informe final a DAFO
	25	26	27	28	29	30		