Cuando las palabras necesitan ser acción…
Cuando las luces se resisten a ser sombras…
Cuando la sangre circula a mayor velocidad…

Es porque llegó el momento de contar una buena historia

LATA**SAGRADA**

¡FUERTES!

"THE HEART FIELD"

1 INTRODUCCIÓN

¡Fuertes! es un filme que aborda temas como la hermandad, el amor, la pérdida, y el deseo de sobrellevar los retos más exigentes.

Un equipo de futbolistas de principios del siglo XX lo pone todo en el campo de juego, por coraje, honor y gloria.

Ellos forjarán sus nombres en la historia y vivirán para siempre como leyendas.

EL FÚTBOL EN EL SIGLO XX

Justamente en esa cita mundialista también participo Bolivia, junto con 15 seleccionados más, dos de sus principales figuras fueron Renato Sainz, y Eduardo Reyes Ortiz, apodado el "Chato" figura del campeón vigente The Strongest, club con el que había obtenido la corona los años 1917, 1922, 1923, 1924, 1925, 1930 y se encontraba en campaña para conseguir su séptima copa en torneos oficiales, un sueño cada vez más cercano.

CONTEXTO HISTÓRICO

2 FÚTBOL

EL FÚTBOL EN EL SIGLO XX

Habían pasado 2 años desde la primera Copa del Mundo, el Football ganaba en popularidad, en Europa y Sud América, Argentina acababa de perder la final del primer mundial contra Uruguay por 4-2, resultado que desató una ola de desmanes en Buenos Aires, que incluyeron un asalto a la Embajada Uruguaya que por poco resquebraja las relaciones entre ambos países, en una Región sumida en la inestabilidad diplomática.

EL FÚTBOL EN BOLIVIA

Justamente en esa cita mundialista también participo Bolivia, junto con 15 seleccionados más, dos de sus principales figuras fueron Renato Sainz, y Eduardo Reyes Ortiz, apodado el “Chato” figura del campeón vigente The Strongest, club con el que había obtenido la corona los años 1917, 1922, 1923, 1924, 1925, 1930 y se encontraba en campaña para conseguir su séptima copa en torneos oficiales, un sueño cada vez más cercano.

CONTEXTO HISTÓRICO

2 VARIABLES

Fue precisamente en esta época, tan romántica como volátil, que se produce una alineación de 3 ingredientes que generan una historia que el mundo tiene que conocer.

1 GUERRA DEL CHACO

La guerra más importante en Sudamérica del siglo XX, en sus 3 años de duración, Bolivia movilizó 250.000 soldados contra 120.000 paraguayos, con una gran cantidad de bajas (60.000 bolivianos y 30.000 paraguayos) e incontables heridos, mutilados y desaparecidos. Los distintos tipos de enfermedades tanto físicas como psicológicas, la característica hostil del teatro de operaciones y la falta de agua y buena alimentación produjeron el mayor porcentaje de bajas y afectaron la salud de los soldados sobrevivientes.

2 CLUB STRONGEST

El Club, fundado en 1908, siempre será caracterizado por su garra y su valentía, se trata de un equipo que despierta amor y fidelidad absoluta en sus hinchas, un equipo que desde sus inicios buscó la victoria y la gloria.

Se podría afirmar que The Strongest en sus más de 100 años de vida ganó indudable trascendencia a nivel nacional e internacional, en el ámbito deportivo, institucional e inclusive histórico.

3 BATALLA DE CAÑADA STRONGEST

La batalla de Cañada Strongest entre Bolivia y el Paraguay, se libró entre el 10 y el 25 de mayo de 1934. Fue la mejor oportunidad que tuvo el ejército boliviano, durante toda la guerra, de cercar a una gran unidad paraguaya. Se caracterizó por una excelente planificación estratégica, y la gran valentía del contingente Stronguista que acudió al llamado de guerra en defensa de la patria que los vió nacer.

ESTRUCTURA DEL PROYECTO

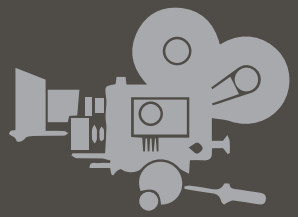
3 VISIÓN

Presentamos los componentes que, desde nuestra visión estratégica, debe tener un proyecto fílmico para ser exitoso.

> “Además de la bravura y fiereza de los soldados bolivianos, lo que erizó los cabellos de los paraguayos, fue el grito del “Huaricasaya Kalatakaya” con el que los bravos combatientes Stronguistas intimidaron, estremecieron y aniquilaron al enemigo; combatientes bolivianos que sin embargo dejaron derramada mucha sangre gualdinegra en el campo de batalla.., sangre en defensa de la Patria…, esa misma templada sangre con la que estamos hechos los Stronguistas…”

VISIÓN CINEMATOGRÁFICA

Generar un producto estética y narrativamente atractivo que asegure una buena crítica y una excelente difusión.



VISIÓN COMERCIAL

Generar una excelente recepción y distribución para hacer de este producto algo rentable. maximlzando su potencialidad en mercados nacionales e internacionales.

VISIÓN DE MARKETING

Generar expectativa y difusión mucho antes de exponer el producto, generar Buzz, y asegurar la difusión del producto en Plataformas Digitales de Video Streaming.

ESTRUCTURA DEL PROYECTO

3 FICHA TÉCNICA

DESCRIPCIÓN:

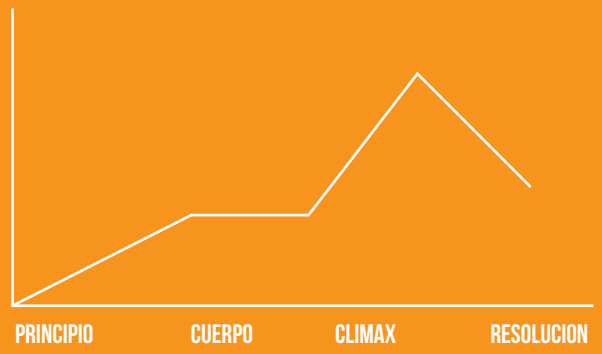
Género: Drama, Épico
Sub Géneros: Acción, Deportes, Guerra
Duración aproximada:115 minutos
Apta para todo Público
Idioma: Español subtitulado al inglés

ESTRUCTURA CINEMATOFRÁFICA

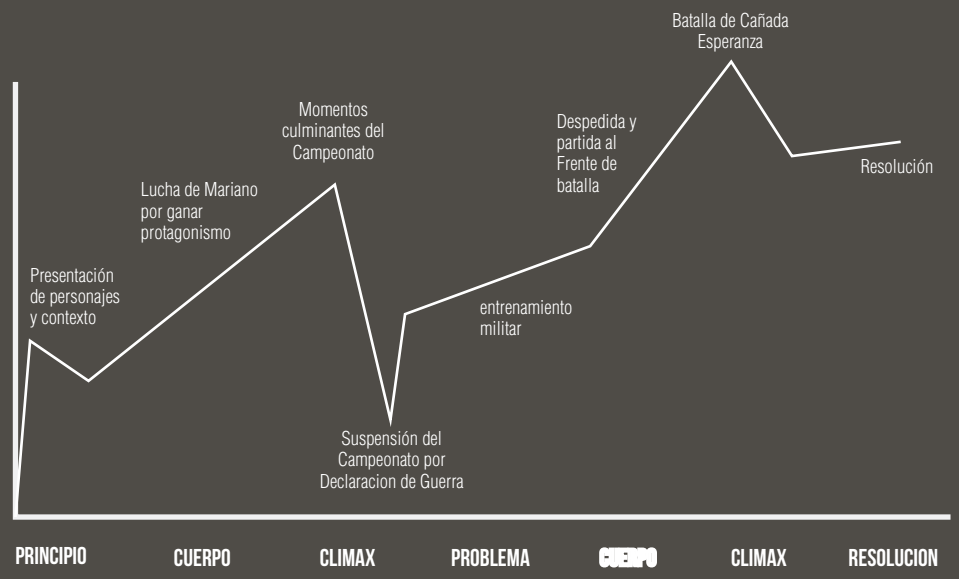
3 NARRATIVA

Desde nuestra manera de entender el cine, una estructura exitosa es aquella que puede mantener a los espectadores interesados de principio a fin.

Una estructura de pelicula se puede representar en un gráfico, mientras más empinada la línea y más cambios de tono, más exitoso es un producto fílmico.



ESTRUCTURA ¡FUERTES!

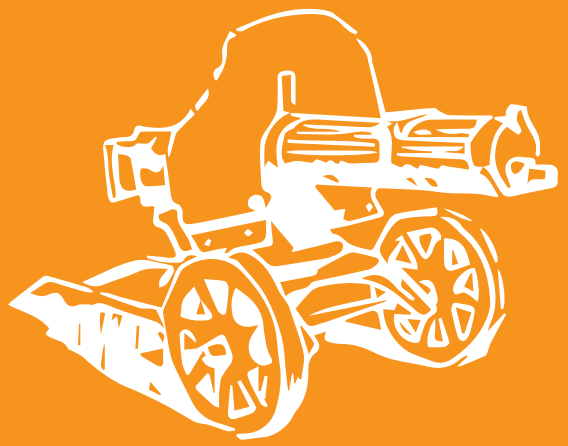


GÉNERO

La película juega principalmente con dos géneros; Deportes, mediante el cual conocemos a todos los personajes y desarrollamos una serie de conflictos, con sus respectivas resoluciones, y Guerra.
Al ser tematicas tan diferentes y apasionantes se generan dos puntos de clímax situación provechosa desde la óptica del entretenimiento.

PERSONAJES

4

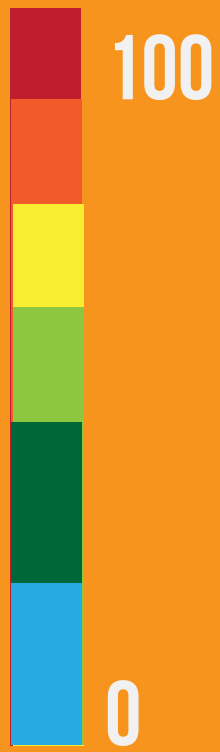


MIX PERSONAJES

FICCIONADOS	REALES
Mariano Velasco	José Rosendo Bullaín
El Choco Guzmán	Eduardo Reyes Ortiz
Coach Attilio	FroilánPinilla
Matilde	Renato Sainz
Vicente	Luis Bascón
Renata	Juan Lechín Oquendo
“Nimbles”	Gerardo Peláez
Héctor	Luis Emilio Aguirre
Madre Matilde	
	Víctor Zalles

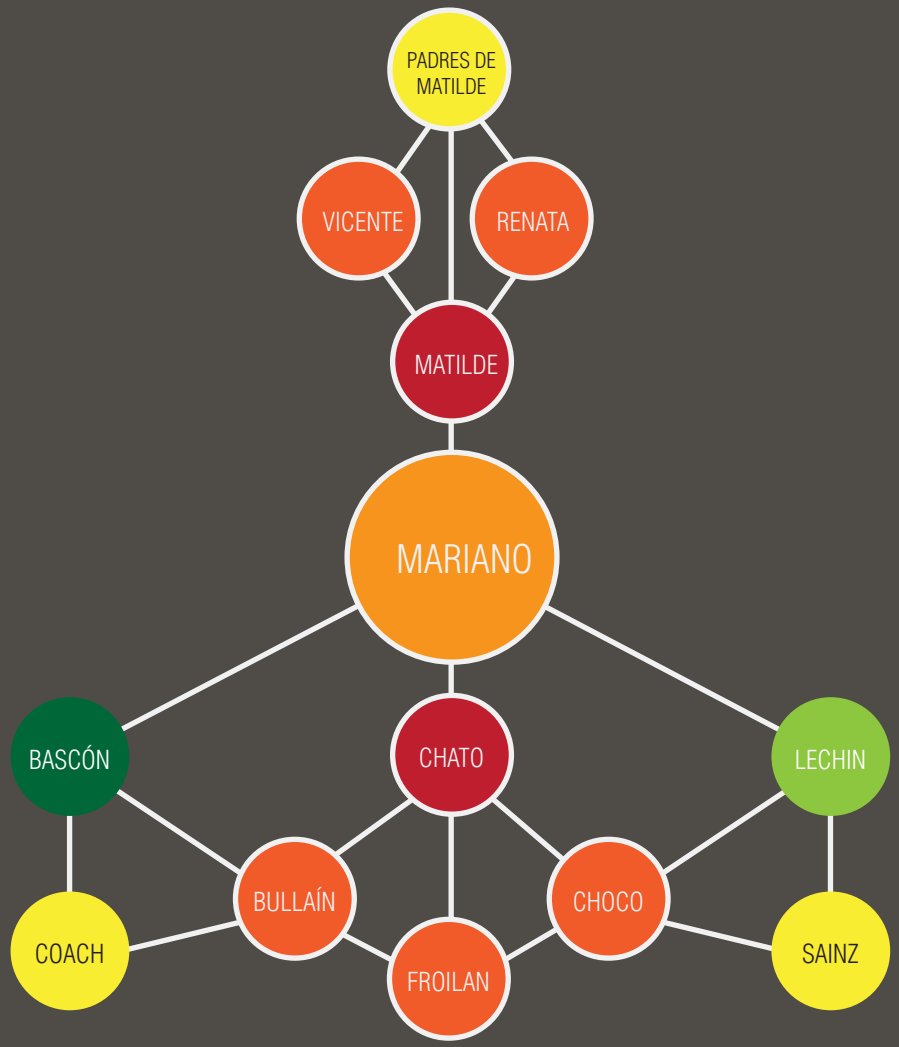
PERSONAJES

4



IMPORTANCIA

MAPA DE RELACIONES



SINOPSIS

5

"Una película inspirada en una historia real"

Fútbol: Mariano Velasco, un joven footballer boliviano recorre un largo y sufrido camino para poder cumplir su objetivo, ingresar al primer equipo del Club The Strongest, en ése momento el principal Club del fútbol boliviano.

Comparte equipo e historias de pundonor deportivo y búsqueda de gloria con personajes históricos como Juan Lechín, Eduardo Reyes "Chato" Ortiz, Froilán Pinilla, Renato Saínz, Luis Emilio Aguirre y José Rosendo Bullaín, destacados futbolistas históricos del club y de la selección boliviana de la época.

La historia discurre con los vaivenes esperados en una película de deportes (Invictus), de pronto la Guerra del Chaco toca las puertas del club, se suspende el campeonato a una fecha de ganarlo, el sueño de gloria parece haber terminado.

Guerra: El Presidente de la Institución, José María Zalles convoca a jugadores, dirigentes, socios e hinchas a una Asamblea en la que se determina apoyar los esfuerzos de guerra, enviando un contingente de voluntarios, entre los cuales se encuentran los jugadores del Primer Equipo.

Reciben un acelerado entrenamiento militar y llegan al Frente de Batalla en un momento delicado para nuestra situación bélica, ya que enfrentábamos a un combativo ejército paraguayo que venía de luchar en la Guerra de la Triple Alianza. Sin embargo el aporte del Contingente atigrado fue decisivo para ganar la batalla que cambió el destino de la guerra… Cañada Esperanza bautizada después como **Cañada Strongest**, que evitó la invasión paraguaya a Villamontes y Tarija, acelerando el fin de la guerra.

SINOPSIS

5

Gloria: La victoria que el destino les negó en los campos deportivos, se les concedió en el campo de batalla, en el cual José Rosendo Bullaín, Luis Emilio Aguirre y muchos otros próceres e hinchas de la institución encuentran la Gloria que tanto buscaron.

Todo esto es relatado en 1ra. persona por Mariano que luchó, sobrevivió, fue herido en el campo de batalla y tuvo que dejar el fútbol profesional, pero fue testigo de la inmolación de lo mejor de una generación que tuvo que cambiar la camiseta por el uniforme, la pelota por el fúsil y en muchos casos la juventud por la muerte.

CRONOGRAMA TENTATIVO

6

Inicio Pre Producción: 1 septiembre

Inicio Rodaje: 6 noviembre

Fin Rodaje: 20 diciembre

Post Producción: 90 días aprox.

Fecha Tentativa Estreno: 8 abril

ESTRUCTURA COMERCIAL

7

CASOS DE ÉXITO

“Mariachi” (1991): Esta película es un caso icónico que demuestra que una buena historia siempre será rentable. Se produjo por $us. 7 Mil y recaudó 2 Millones, sin contar el monto secreto que Columbia Pictures puso por los Derechos del guión para producir un Remake Millonario con Antonio Banderas y otras figuras emergentes de Hollywood.

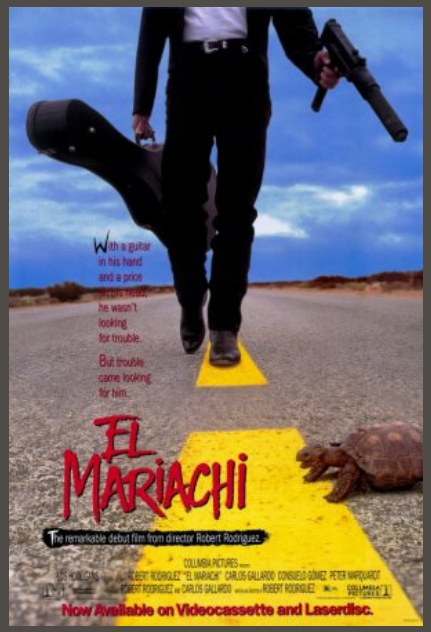
“Sin Derecho a Devoluciones”: Un drama mexicano producido el año 2013, costó $us 5 Millones, obtuvo una recaudación Mundial de $us. 99 Millones, el año que salió al mercado las Plataformas Digitales aún no estaban en su auge, pero aún así consiguió aumentar sus ganancias.

MERCADOS:

-La Paz:
Recaudación convencional
2 Funciones Masivas
Premier Hinchas VIP

- Bolivia:
Recaudación convencional (SCZ, CBA y Capitales de Departamento)
Premier Hinchas VIP (SCZ)

-Mundo:
Distribución Plataformas Video Streaming (Netflix, Amazon, Hulu, ITunes)
Recaudación convencional (Buenos Alres, Sao Paulo, Virginia, Madrid, Barcelona, etc.



ESTRUCTURA DE MARKETING

7

Primera película en la historia del cine boliviano que cuenta con el soporte estratégico, creativo y artístico de publicistas de amplia trayectoria, premiados en festivales nacionales e internacionales:

Campaña de Promoción: Con fases de Expectativa, Lanzamiento y Reactivaciones. Estrategias de Marketing Digital Integral con acciones de BTL en partidos de la Liga.

Desarrollo de Líneas de Negocio complementarias:
- Figuras de acción
- Línea de Ropa Vintage, Deportiva y/o Militar (30's)
- Videogame: Tell Tale Game
- Merchandising Convencional: Poleras,

PRESUPUESTO TENTATIVO

8

- Creación y guionización
- Pre Producción
- Rodaje
- Post Producción Video
- Post Producción Sonido
- Comercialización y distribución
- Promoción y Marketing

TOTAL: USD 1’480.000

RETORNO PROYECTADO

8

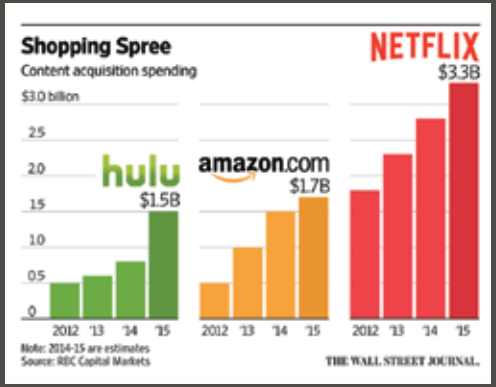
RETORNO PROYECTADO

El retorno lo proyectamos en escenarios moderados, con números altamente factibles, de esta manera el techo es considerablemente alto:

RECAUDACIÓN BOLIVIA: USD 1'728.800 (Un millón setecientos veintiocho mil ochocientos 00/100 dólares americanos).

RECAUDACIÓN INTERNACIONAL: USD 421.200 (Cuatrocientos veintiun mil doscientos 00/100 dólares americanos).

DISTRIBUCIÓN PLATAFORMAS DIGITALES DE VIDEO STREAMING: El Budget con el que cuentó Netflix el 2015 en cuanto la adquisición de contenidos fue de 3.3 Billones de Dólares, Amazon tuvo 1.8 Billones. Ver Anexo.



DINERO INVERTIDO EN 2015

RETORNO POR OTRAS LÍNEASDE NEGOCIO

8

MERCHANDISING
Considerando experiencias similares en cuanto al aprovechamiento integral de personajes e historias, pudimos constatar que los ingresos por este concepto suelen ser iguales o mayores a los de Recaudación.
- Figuras de acción
- Línea de Ropa Vintage, Deportiva y/o Militar (30's)
- Videogame: Tell Tale Game (Smartphones, Tablets y Consolas)
- Merchandising Convencional: Poleras, Quepís, Morrales, - Botines, Pelotas Cuero.
- Regalías Música

PAGO POR DERECHOS DE AUTOR
El producto tiene un potencial innegable, por lo que sería factible se despierte el interés en Estudios del Primer Mundo por adquirir los derechos para producir un Remake.

MODALIDADES DE AUSPICIO

8

Siendo The Strongest una de las Instituciones más arraigadas del país, una **MARCA** que moviliza sentimientos a nivel nacional y que cuenta con una historia de casi 110 años, consideramos que "FUERTES" es una excelente **PLATAFORMA** de exposición para Marcas trascendentales como la suya.

Por otro lado el heroismo de nuestros héroes del Chaco será reflejado, de acuerdo al guión, de una manera inédita, pues haremos énfasis en el lado victorioso del guerrero boliviano, es una visión positiva de este dramático momento de la historia boliviana.

Los invitamos a ser parte de este Proyecto, que busca, con mucha convicción, cambiarle el chip al Cine Nacional.

1 PLACEMENT MARCA

Solamente califican Instituciones y Empresas que tienen más de 80 años de vida institucional y que ueron testigos de la Guerra del Chaco.

2 AUSPICIADOR / HINCHA

Para Auspiciadores que tienen un compromiso comercial pero también emocional con la Institución.

3 AUSPICIADOR / PATRIOTA

Para Anunciantes que empatizan con este trascendental momento de la historia de Bolivia.

4 AUSPICIADOR / SPONSOR

Para Anunciantes que buscan maneras eficientes de fortalecer su Branding.

5 AUSPICIADOR / R.S.E.

Para Anunciantes que tienen una estrategia de RSE con un componente cultural.