



PLAN DE NEGOCIO PARA CINE **INDICACIONES GENERALES**

Carátula de presentación

Nombre de la Película
Presentado por...
Dirección, teléfonos y correo electrónico.

1. Resumen ejecutivo

Muchos inversionistas, bancos y organizaciones de fomento solo leerán inicialmente este capítulo, por lo cual será muy relevante el lograr entusiasmar al lector en esta fase. El Resumen Ejecutivo condensa a lo relevante todo el Plan de Negocio y de la idea de negocio para la película de cine, es decir la extracción de lo más importante en base al resultado de la **TOP 5 Clienting-Profit-Strategy©** basada en **ESC©**.

Es aquí donde los productores y/o emprendedores de la película deben responder algunas preguntas, como por ejemplo:

- ¿Para que tipo de entretenimiento en cine está predestinada la película?
- ¿Qué fortalezas posee?
- ¿Cuáles son los clientes e interesados actuales y futuros?
¿Cómo defino mis “Clientes Ideales”?
- ¿Cuáles son los grupos objetivo o “Clientes Ideales”?
- ¿cuáles son los problemas, necesidades o deseos más candentes de los grupos objetivo?

En este capítulo deberá aprovecharse la oportunidad de demostrar que el proyecto de cine es distinto e incomparable, es decir atractivo. Las fortalezas del proyecto permitirán resaltar aquello en forma más clara.

Será necesaria presentar con entusiasmo el espíritu innovativo. El presentador deberá actuar seguro en su argumentación y sobre todo convencido de la veracidad de la idea y/o concepto.



2. Descripción General del Proyecto

- Título de la película.
- Género. Según el criterio del promotor o productor, se deberá indicar cuál es el género dramático y cinematográfico que caracteriza al guión.
- Virtudes del proyecto. Según el criterio del promotor o productor deberá indicar cuáles son las virtudes o hechos relevantes por los que inversionistas, distribuidores, espectadores, deberían apoyar este proyecto. Por ejemplo:
 - I. Es una temática poco abordada por nuestra cinematografía.
 - II. El talento y experiencia del fotógrafo y del director garantizan una excelente factura.
 - III. Porque contiene la virtud de manejar novedosamente una historia fílmica
 - IV. Porque el hecho que narra el guión conmoverá a las sociedades chilena y mundial.
 - V. Porque cuenta con actores reconocidos;

3. Factores Estratégicos

Factores estratégicos de Clienting (“clientización”) para los diversos tipos de clientes (espectadores, distribuidores, exhibidores, financistas, etc.):

- ¿Porqué Socio Nr. 1 desde la perspectiva de sus Clientes Ideales?
- ¿Porqué “Solucionador de Problemas” o “Cubridor de Necesidades” Nr. 1 desde la perspectiva de sus Clientes Ideales?
- ¿Porqué Innovador Nr. 1 desde la perspectiva de sus Clientes Ideales?
- ¿Porqué Nr.1 para el “Client-Profit” desde la perspectiva de sus Clientes?

4. Sinopsis

Condensada en máximo dos carillas:

Narración breve que sintetice la esencia de la historia, narrada en tercera persona, y en donde quede claro cuál es la anécdota y la situación que viven los personajes principales.

5. Guión

Currículo de la persona o compañía que presenta el proyecto y se hace responsable del mismo, que incluya la trayectoria dentro de la industria cinematográfica; películas filmadas; premios y éxitos económicos obtenidos; año de surgimiento; etc.

6. Definición del proyecto por parte del director de la película

Texto elaborado por el director del proyecto, con extensión máxima de una carilla, en el que se expondrá el planteamiento general del proyecto, así como la idea creativa (valoración temática, descripción de los personajes, forma narrativa de abordar la historia, factibilidad de producción, etc.).



7. Personal de producción, técnico y artístico

Presentar, en forma de lista, a las personas que intervienen en el proyecto; currículo del productor ejecutivo, el director y el o los guionistas; además de los miembros más destacados del equipo técnico y de producción: cine fotógrafo, editor, sonidista, reparto tentativo y/o confirmado, incluyendo cartas de intención de los mismos y todo lo que el productor considere relevante.

8. Ruta crítica

Ruta crítica del proyecto estableciendo fecha de arranque de la preparación; inicio y fin de rodaje; listado de locaciones; etapas de post-producción; fecha de entrega de la copia compuesta; fecha probable de lanzamiento y estreno.

9. Presupuesto

- Resumen: Exposición del presupuesto por conceptos y partidas globales.
- Presupuesto desglosado. Señalando al detalle las cuentas y conceptos que serán cubiertos por cada uno de los socios financieros. Se desglosarán también las necesidades de recursos, clasificadas por rubro y por tipo de gasto. Dentro de este presupuesto deben especificarse las aportaciones propias o de terceros, acompañadas de la documentación que la certifique. Calendario o programación de la aplicación de recursos financieros. Metodología contable y administrativa que se empleará en el control presupuestal del proyecto. Listado de locaciones, listado de producción ("break down") y plan de trabajo. Flujo de efectivo correspondiente al presupuesto presentado.

10. Esquema financiero

- Monto que aporta el productor y forma en que lo hace.
- Monto total del apoyo solicitado a organismos de fomento.
- Señalamiento de porcentajes de participación con esquema de distribución de ganancias, así como anexo de cartas de intención o contratos de coproducción.
- Apoyos a aportaciones en especie o canjes con cartas compromiso.

11. Plan de distribución y comercialización

Documento en donde se presente la factibilidad de comercialización y recuperación de lo invertido, con un estimado de ingresos que el proyecto podría recaudar en mercados nacionales e internacionales, ello desglosado por segmentos y territorios.