

# HAMBRIENTO

NO TENGAS MIEDO. ALGO ASÍ NO PUEDE SER REAL.



JS  
FILMS

# HAMBRIENTO

NO TENGAS MIEDO. ALGO ASÍ NO PUEDE SER REAL.

Formato

Idioma original / País

Duración

Género

Temática

Referencias

Público objetivo

Director, productor y guionista

Director de fotografía

Compositora musical

Largometraje de ficción

Español / España

100 min.

Drama / Terror psicológico

Sobrenatural / Home invasion

Los Otros / IT

Mujeres y hombres (25 - 50)

Josué Ramos

Jon D. Dominguez

Aránzazu Calleja

Logline

Envuelta en la pena dejada por el abandono de su marido, Camila y su pequeño hijo Joel se enfrentan a una oscura fuerza encarnada en la piel de un horrible mendigo, que se ha instalado en su hogar para alimentarse de su dolor y su miedo.



JRS FILMS

(+34) 645 821 324

mail@josueramos.com

28012 - Madrid

Con la financiación de



## SINOPSIS

Navidades de 1990. La vida de Camila está rota desde que su marido Julio la abandonó hace ya seis meses, partiéndole el corazón y dejándola sola con el pequeño Joel, un niño de 6 años con espina bífida que se vale de unas diminutas muletas para poder andar, y que desde entonces ha dejado de hablar.

A pesar de la dura situación, Camila se esfuerza por sacar adelante a Joel acudiendo a su nuevo empleo como limpiadora, mientras lucha contra la soledad y la depresión, aferrándose a la vana esperanza de que algún día, Julio volverá a casa arrepentido.

Sin embargo, el sutil aroma de dolor que desprende Camila ha atraído hacia ella a un horrible personaje, un repugnante mendigo que, tras aparecerse en sus sueños, hace que tenga un accidente en su trabajo, provocando que la despidan y que se recluya en casa.

Cuando Camila siente que el mendigo se ha instalado en su propio hogar para acosarla, la paranoia se apodera por completo de todo su ser, evocando los oscuros episodios psicóticos vividos en su infancia tras la extraña muerte de su padre.

Ya sea real o solo fruto de su mente atormentada, el mendigo está hambriento, y ansía alimentarse a toda costa del dolor y el miedo de ella y de Joel, aunque deba hacer cosas inimaginables para lograrlo.



## NOTAS DEL DIRECTOR

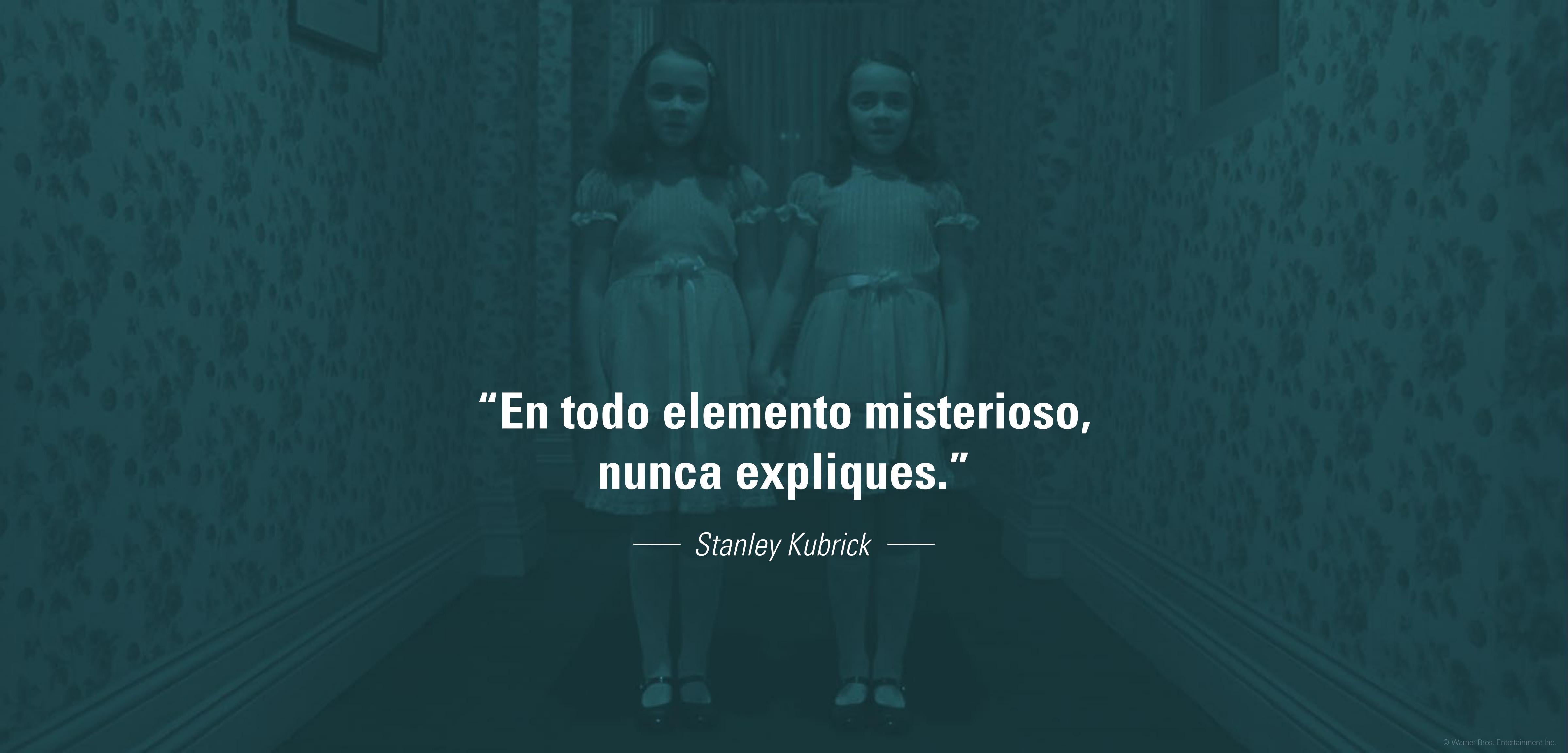
*Hambriento* redefine el género y se presenta casi como si fuera un cuento o una fábula, pero narrado de forma extremadamente realista. Una propuesta innovadora que fusiona de manera única el drama social y el terror sobrenatural.

Esta no es una película de miedo convencional, se trata ante todo de un drama familiar que explora las terribles consecuencias del desamor y el dolor por la pérdida, y donde el terror surge como metáfora de la tragedia que ocurre en el interior de los personajes.

Así, la figura del mendigo, lejos de representar el "mal" de forma estereotipada, simboliza algo mucho más profundo y universal: la voz interior del ego. Una entidad que se alimenta de la negatividad y que, si no se toma conciencia de ella, puede atormentarnos con pensamientos y sentimientos oscuros, llevados en este caso hasta sus últimas consecuencias.

Es por eso que la película se aleja de los clichés del género y propone un terror íntimo y reflexivo, pero creando a la vez imágenes inolvidables con un simbolismo muy potente, que desafían al espectador a enfrentar sus propios miedos. *Hambriento* es sin duda una intensa experiencia visual y emocional que deja huella, una propuesta original y necesaria dentro del cine de terror psicológico, capaz de resonar profundamente en cualquier espectador.

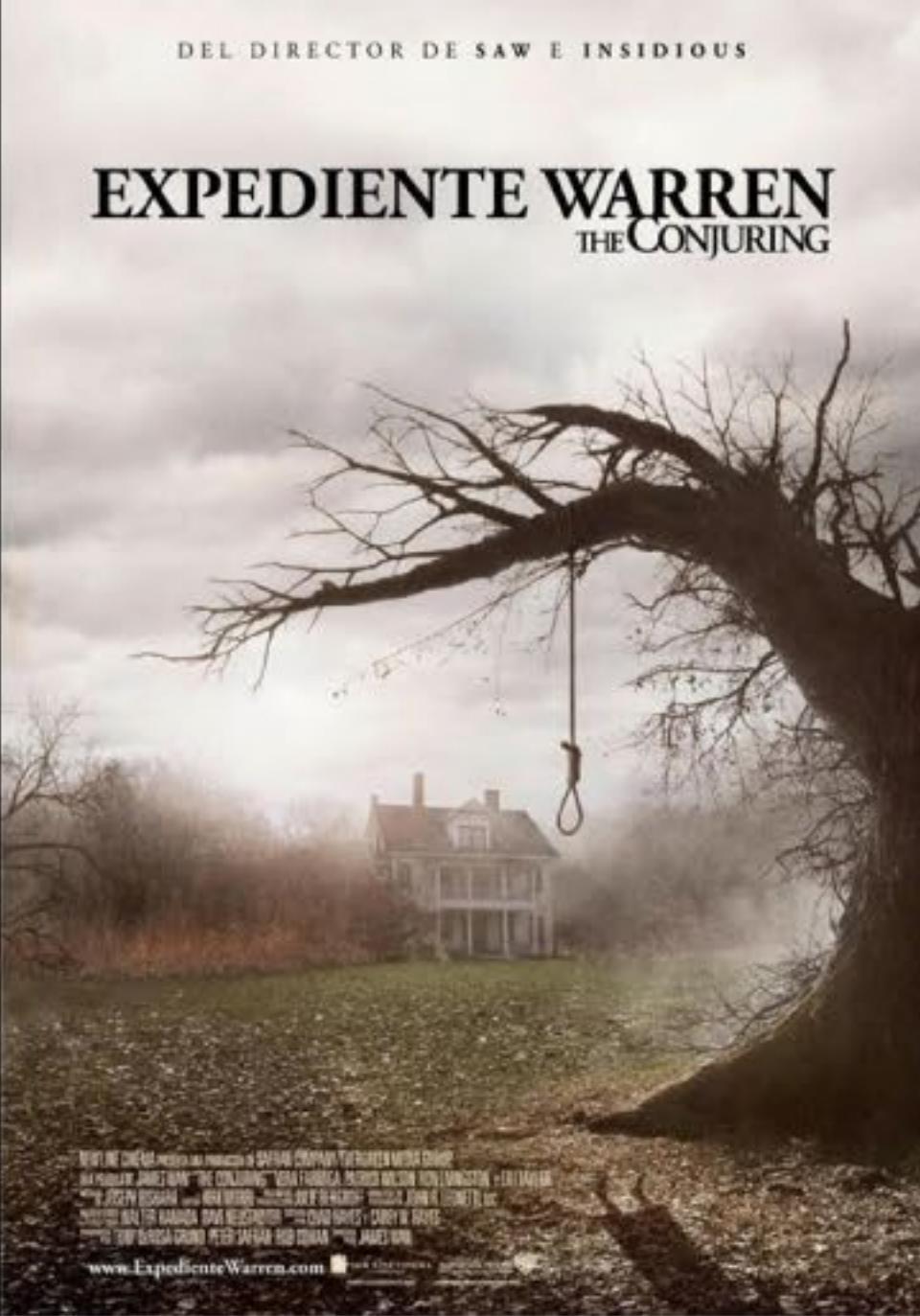




**“En todo elemento misterioso,  
nunca expliques.”**

— *Stanley Kubrick* —

## REFERENCIAS



*Hambriento* se nutre de algunas de las películas de terror más influyentes y exitosas de las últimas décadas, combinando dosis de horror psicológico, suspense y lo sobrenatural. Al igual que *Los Otros* (2001), construye su tensión a través de la atmósfera y la ambigüedad, con una protagonista atrapada en una realidad que se desmorona. La combinación de un terror sutil con un trasfondo emocional profundo ha demostrado ser altamente efectiva, como lo confirma el éxito global de *Los Otros*, con más de 200 millones de dólares recaudados.

Siguiendo la línea de *IT* (2017), *Hambriento* introduce una entidad perturbadora que encarna los miedos infantiles y los traumas del pasado, donde Pennywise se convierte en un reflejo del deterioro psicológico de los protagonistas. Además, toma inspiración de *Babadook* (2014) en su exploración del terror como metáfora de la depresión, consiguiendo una historia inquietante con una fuerte carga emocional. Ambas películas demostraron que el horror inteligente y bien construido puede conectar con audiencias amplias y generar un fenómeno de culto.

El tono opresivo y la sensación de fatalidad creciente recuerdan a *Hereditary* (2018), una obra que revolucionó el género con su progresión psicológica y su aterrador realismo. *Hambriento* comparte esta evolución de la locura, donde lo sobrenatural y lo psicológico se entrelazan de manera aterradora. A nivel visual, el film también adopta la meticulosa puesta en escena de *Expediente Warren* (2013), utilizando el diseño de producción y el sonido como herramientas clave, y garantizando una película tanto impactante como comercialmente atractiva.

Siguiendo la fórmula de estos grandes éxitos, *Hambriento* tiene el potencial de convertirse en un referente moderno del cine de terror. Su equilibrio entre una historia con profundidad emocional y una ejecución visual inquietante la posiciona de forma estratégica en un mercado donde el horror sigue siendo uno de los géneros más rentables. Apostar por esta película es apostar por una producción con un enorme atractivo comercial, capaz de atraer tanto a la audiencia general como a los amantes del terror de calidad.

## TONO Y ATMÓSFERA

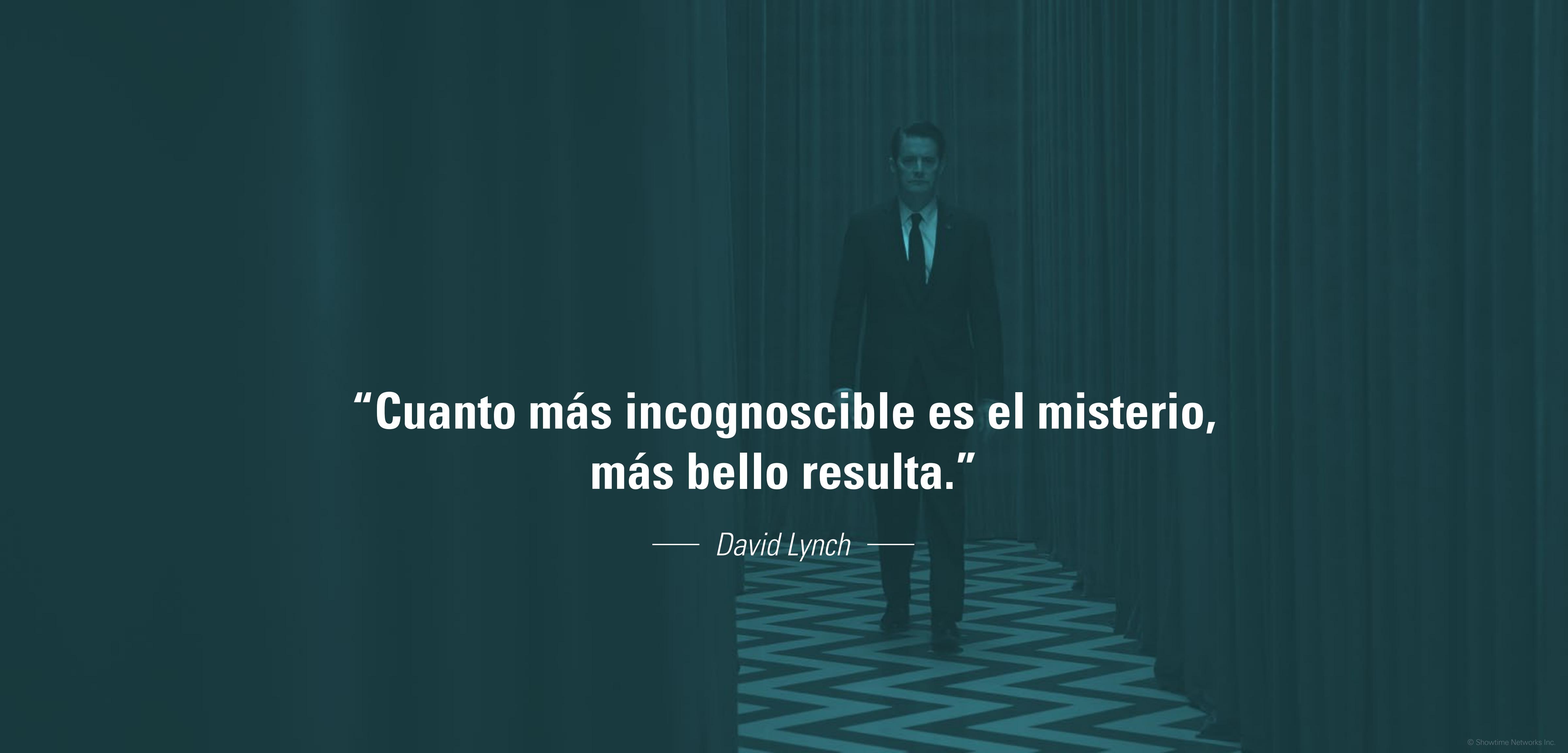
*Hamriento* evoca la nostalgia por la cultura de principios de los 90, sumergiendo al espectador en una época llena de referencias icónicas y estéticas retro, gracias a una cuidada puesta en escena: desde los decorados, el vestuario y la cinematografía vintage, hasta una banda sonora que mezclará instrumentación clásica con sintetizadores actuales.

Una buena referencia visual la podemos encontrar en las magníficas fotografías de Gregory Crewdson, que acostumbra a retratar a sus personajes en espacios repletos de misterio, con numerosos detalles que nos revelan mucho de la personalidad de sus habitantes.

El film consigue fusionar de forma sorprendente el horror y lo paranormal, con la ternura y la inocencia. Una dualidad que humaniza a los personajes y añade una dimensión emocional que enriquece la narrativa, aportando así una experiencia que capta tanto la imaginación como el corazón.

El guion de *Hamriento* ha sido escrito basándose en el fenómeno *Uncanny* (extrañamente familiar), un término acuñado por Freud que se fundamenta en la incertidumbre, la sensación de que algo o alguien posee una extraña característica que nos impide saber con seguridad si se trata o no de una amenaza. De modo que cada escena está diseñada para elevar la inquietud y el misterio hasta su máxima expresión.





“Cuanto más incognoscible es el misterio,  
más bello resulta.”

— *David Lynch* —

## LOCALIZACIONES

Rodar en **Canarias** supone importantes ventajas para cualquier proyecto audiovisual. La ciudad de La Laguna, con su centro histórico declarado Patrimonio de la Humanidad, ofrece un entorno perfecto para el *mood* de nuestra historia: sus calles empedradas y angostas, flanqueadas por casonas coloniales de piedra y balcones de madera, conforman un laberinto de sombras donde cada rincón puede ocultar un secreto ancestral. Un lienzo perfecto para transmitir la opresión emocional que vive Camila, aportando un aire de autenticidad inigualable.

Para lograr una atmósfera más inmersiva, la casa familiar de *Hambriento*, donde transcurre buena parte del film, se construirá en un set de rodaje diseñado a medida. Este enfoque permitirá controlar cada detalle visual y narrativo, desde la disposición de las estancias hasta la textura de las paredes, aportando también una libertad creativa total para los movimientos de cámara.

Además, el gran reclamo para las productoras de rodar en Canarias, es la desgravación fiscal del 50 % sobre los gastos de producción, que junto al régimen económico y fiscal canario (REF) —que incluye exenciones del impuesto canario (IGIC) y reducciones arancelarias— y una infraestructura audiovisual cada vez más potente, convierte a las islas en un destino ideal para la producción cinematográfica.



## PERSONAJES



Camila Dolera

Madre soltera, con un empleo inestable y una vida marcada por la lucha constante, su prioridad absoluta es el bienestar de su hijo, Joel. A pesar de su dulzura y devoción maternal, carga con una profunda herida emocional. En su interior, se libra una batalla entre el deseo de mantener la estabilidad y el miedo de que su propia mente le juegue una mala pasada. La sombra de la ansiedad y el pasado la persiguen, empujándola hacia un abismo del que quizás no pueda escapar.



El pequeño Joel

Hijo de Camila. Un buen niño de seis años con una inteligencia que va más allá de su edad. Su vida no ha sido fácil, pero su espíritu sigue siendo puro y esperanzador. Nació con espina bífida, que lo obliga a usar muletas para caminar. Es observador y muy perceptivo, lo que le permite notar detalles que a los adultos se les escapan. Su refugio son sus muñecos, que también se convierten en su alter ego para poder expresar sus pensamientos, ya que ha dejado de hablar desde que su padre los abandonó.



Elisa Dolce

Madre de Camila y abuela de Joel, su amor por ellos es incuestionable, aunque su forma de demostrarlo a veces choque con la sensibilidad de su hija. Es pragmática, directa y, sobre todo, protectora. Una mujer de apariencia cálida, pero con carácter fuerte. Teme que su hija se hunda en la misma desesperación que destruyó a su esposo años atrás. Elisa ha visto de cerca los estragos de una mente atormentada y sabe que hay ciertas señales que no deben ignorarse.



El Mendigo

Oscuro, imponente y con una apariencia que pone la piel de gallina. Nadie sabe quién es ni de dónde viene, pero su aspecto lo dice todo: un hombre que ha sido devorado por la vida misma, como un mal augurio que se niega a desaparecer. No parece ser un simple vagabundo; su mera presencia desprende algo antinatural, algo que posee un hambre primitiva e insaciable por las emociones más oscuras que habitan en nuestro interior. ¿Es real? ¿O solo un reflejo de la locura?

## REPARTO



Marta Etura

Nacida en San Sebastián, es una destacada actriz española de cine, teatro y televisión. *La vida de nadie* (2002) le valió una nominación al Goya. En 2005 y 2006 recibió otras nominaciones por *Para que no me olvides* y *Azul oscuro casinegro*. En 2010, ganó el Goya por su papel en *Celda 211*. Además, protagonizó la conocida trilogía del Bartzán, interpretando a la inspectora Amaia Salazar en *El guardián invisible* (2017), *Legado en los huesos* (2019) y *Ofrenda a la tormenta* (2020).



Daniel Sánchez

Pequeño actor de tan solo 6 años, que nos ha sorprendido gratamente tras ser seleccionado en un exigente casting entre más de 50 niños. Su asombrosa concentración y talento innato para la interpretación lo hicieron destacar de inmediato, conquistándonos con su capacidad para transmitir emociones con una naturalidad impresionante. A pesar de su corta edad demuestra una madurez artística poco común, lo que le augura un futuro prometedor en el mundo de la interpretación.



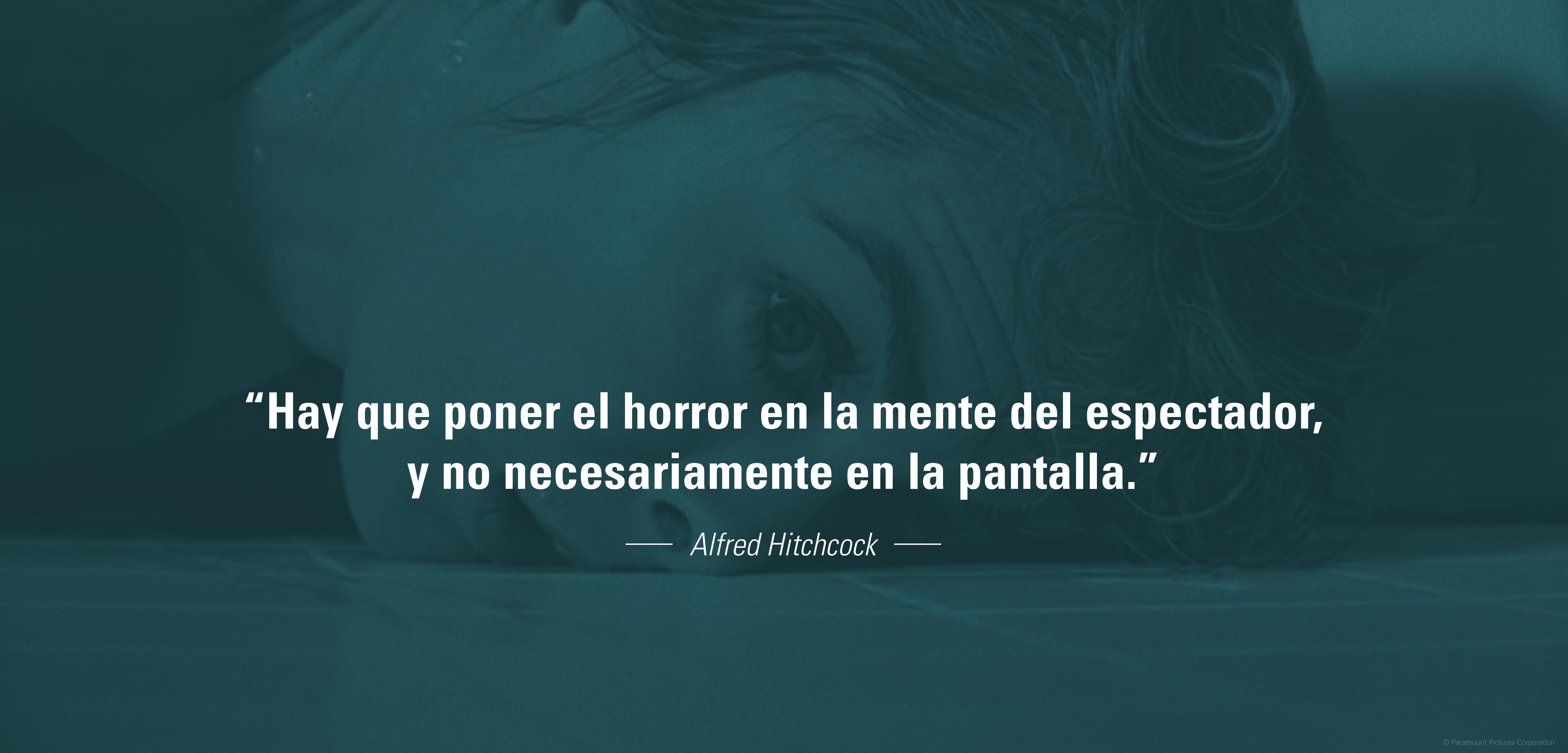
Elena Irureta

Veterana actriz española con más de cuatro décadas de trayectoria. En 2020, su interpretación de Bittori en la serie *Patria* le valió el reconocimiento unánime de la crítica y premios como el Forqué, Feroz y Platino. Además, en 2024 fue galardonada con el Premio Zinemira en el Festival de Cine de San Sebastián por su contribución al cine vasco. A lo largo de su dilatada carrera, ha trabajado con directores de renombre como Julio Medem, Icíar Bollaín o Juanma Bajo Ulloa.



Javier Botet

Actor reconocido por su relevante participación en el cine de terror, donde ha dado vida a numerosas criaturas icónicas. Su complejión física, influenciada por el síndrome de Marfan, le ha permitido interpretar personajes como Tristana Medeiros en la saga *[REC]* (2007-2009), el Hombre Torcido en *Expediente Warren: El caso Enfield* (2016), el leproso en *IT* (2017), el Neomorfo en *Alien: Covenant* (2017), o como Caminante Blanco en la famosa serie *Juego de Tronos* (2019).



**“Hay que poner el horror en la mente del espectador,  
y no necesariamente en la pantalla.”**

— *Alfred Hitchcock* —

## EQUIPO CREATIVO



Jon D. Dominguez

IMDb

Relevante director de fotografía vasco que ha desarrollado una notable carrera en el cine español, participado en una variedad de proyectos que abarcan desde anuncios y videoclips hasta series de televisión y largometrajes.

Ha destacado en películas como *El Hoyo*, *La fiebre de los ricos*, *Fe de etarras* y *Open Windows*, así como en populares series de televisión como *El vecino*, *Vota Juan* y *El fin de la comedia*, siendo nominado al Goya por *Cinco Lobitos*.



Aránzazu Calleja

IMDb

Compositora de bandas sonoras de numerosos largometrajes, con un estilo personal que fusiona elementos electrónicos, acústicos y folk; después de formarse en música en Barcelona y en Berklee College of Music, en Boston.

Su talento ha brillado especialmente en películas como *Los Cronocrímenes*, *El hoyo* y *Akelarre*, que le valió el Premio Goya a la Mejor Música Original, consolidándose así como una voz destacada en la composición cinematográfica contemporánea.



## PROD. DIR. Y GUIONISTA



IMDb

Josué Ramos

Tras curtirse en el mundo del cortometraje con 5 piezas que cosecharon premios en Sitges, Málaga o NoTodoFilm, da el salto al largo con *Bajo la Rosa*, película realizada mediante su propia productora: JRS FILMS.

Este sorprendente thriller psicológico escrito, dirigido y producido por el propio Ramos, contó con más de 50 selecciones en prestigiosos festivales y ganó 30 premios en menos de un año: San Diego, Chicago Latino, Feratum, Festival de Cine de Madrid , Festival Nocturna, Maryland, Oaxaca...

El film ha sido vendido por todo el mundo, adaptado a teatro en varios países, y sus derechos han sido adquiridos por la productora de Chris Hemsworth en Hollywood para realizar un remake americano, además de otro en México.

- ▶ 2023 **Confesiones** (Largo) Productor ejecutivo, Guion
- ▶ 2018 **Bajo la Rosa** (Largo) Productor, Director, Guion
- 2014 **Solo los ojos** (Corto) Productor, Director, Guion
- 2012 **Precipitaciones** (Corto) Productor, Director, G.
- 2011 **Ánima** (Corto) Productor, Director, Guion
- 2010 **New Order** (Corto) Productor, Director, Guion
- 2009 **El Corazón de Anita** (Corto) Productor, D., G.





“El misterio es el elemento clave  
en toda obra de arte.”

— Luís Buñuel —

# PRESUPUESTO

**Presupuesto del proyecto: "HAMBRIENTO"**  
**Productora: JRS FILMS**  
**Basado en la versión 6 del guion**  
**Fecha del presupuesto: 01/06/2025**

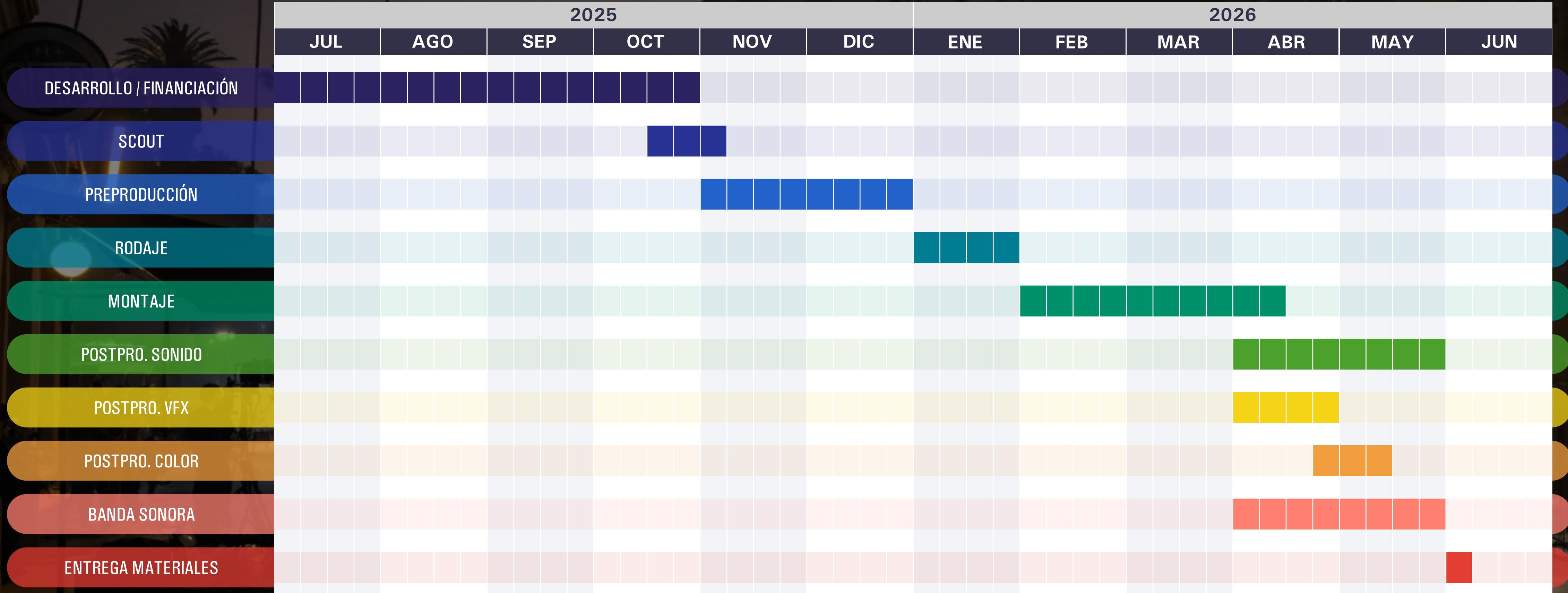
Productor: Josué Ramos  
 Director y guionista: Josué Ramos  
 DOP: Jon D. Dominguez

Localizaciones: Islas Canarias  
 Días de rodaje: 20  
 Semanas de rodaje: 4

CUENTA	CONCEPTO	TOTAL
01.01	Guion	50.000 €
01.02	Música	30.000 €
02	Personal artístico	108.550 €
03.01	Equipo de dirección	63.268 €
03.02	Equipo de producción	30.454 €
03.03	Equipo de fotografía	29.511 €
03.04	Decoración	6.882 €
03.05	Sastrería	1.908 €
03.06	Maquillaje y peluquería	4.869 €
03.08	Efectos especiales en rodaje	1.809 €
03.09	Equipo de sonido	5.123 €
03.10	Montaje, etalonaje y VFX	75.000 €
03.11	Electricistas y maquinistas	3.722 €
04.01	Decorados y escenarios	50.000 €
04.02	Ambientación	19.450 €

CUENTA	CONCEPTO	TOTAL
04.03	Vestuario	3.000 €
04.05	Varios escenografía	3.100 €
05.01	Estudios de rodaje	61.000 €
05.02	Salas de montaje y sonorización	71.000 €
05.03	Varios producción	36.150 €
06.01	Maquinaria y elementos de rodaje	73.500 €
06.02	Transportes	9.300 €
07.02	Viajes	4.000 €
07.03	Hoteles y comidas	31.000 €
08.03	Discos duros de backup	750 €
09.03	Materiales de delivery	12.000 €
10	Seguros y S.S. a cargo de la empresa	125.851 €
<b>TOTAL COSTE DE REALIZACIÓN</b>		<b>911.201 €</b>
03.02	Productor ejecutivo	45.560 €
11	Gastos generales	56.750 €
12.01	CRI y copias	2.000 €
12.02	Subtitulado	1.500 €
12.03	Intereses pasivos	15.000 €
<b>TOTAL GASTOS GENERALES + P&amp;A</b>		<b>170.810 €</b>
<b>TOTAL COSTE DE REALIZACIÓN</b>		<b>911.201 €</b>
<b>TOTAL GASTOS GENERALES + P&amp;A</b>		<b>170.810 €</b>
<b>GRAN TOTAL</b>		<b>1.032.011 €</b>

# TIMELINE PRODUCCIÓN



## RENTABILIDAD

El género de terror es el más rentable en el cine debido a su bajo costo de producción y alto retorno de inversión. A diferencia de otros géneros, no necesita grandes efectos visuales ni estrellas reconocidas para captar la atención del público. Lo esencial es una narrativa creativa que cuente una buena historia y genere emociones intensas, algo alcanzable con presupuestos ajustados.

Ejemplos como *Paranormal Activity* o *The Blair Witch Project*, realizadas con inversiones mínimas, lograron recaudar millones, multiplicando exponencialmente su inversión inicial. Además, el terror tiene un alcance global: el miedo es un lenguaje universal que conecta con audiencias de todas las culturas y edades, asegurando un mercado amplio y diverso.

El auge de las plataformas de streaming ha incrementado la demanda por propuestas frescas, mientras que la lealtad del público al género garantiza un flujo constante de espectadores ansiosos por nuevas experiencias.

Invertir en cine de terror representa una oportunidad ideal para minimizar riesgos y maximizar ganancias. Es un género donde la creatividad supera al capital, logrando resultados extraordinarios con recursos limitados. Para inversores inteligentes, el terror es la apuesta más segura y rentable del mercado.

### Presupuesto medio de las películas según su género

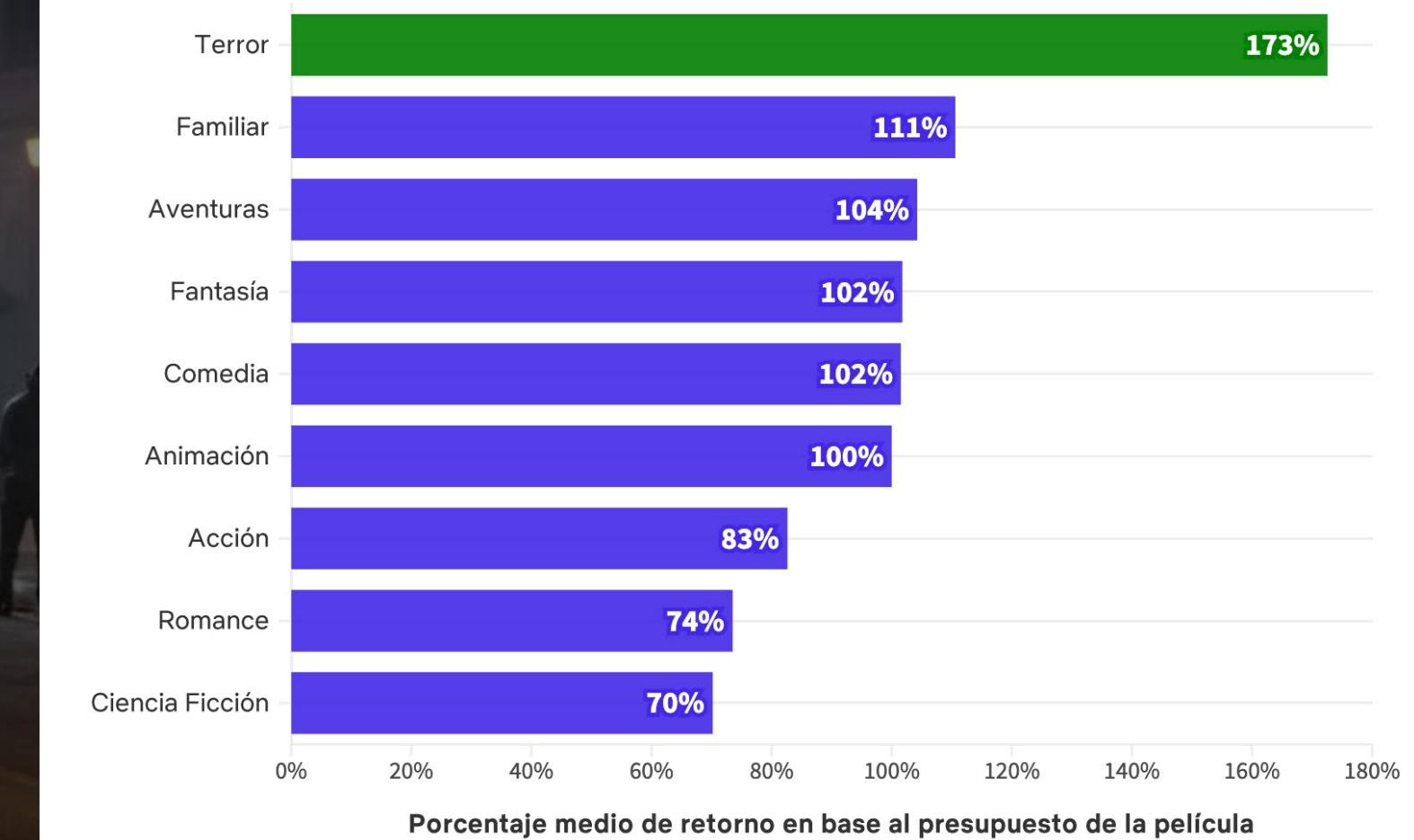
Datasource: Kaggle's "The Movies Dataset"



Como se puede apreciar en estas dos gráficas, el terror es con diferencia el género cinematográfico que menos inversión necesita y, al mismo tiempo, el que mayores beneficios genera. Además, también es el que mejor se vende fuera de España, posicionándose como la apuesta más segura y rentable del mercado audiovisual.

### Retorno de la inversión según el género cinematográfico

Datasource: Kaggle's "The Movies Dataset"



## PLAN DE VENTAS

Gracias a la desgravación fiscal de las Islas Canarias, que nos asegura la recuperación del 50 % de la inversión, nuestro proyecto adquiere un atractivo financiero excepcional desde el inicio.

La emisión en TV en abierto en España constituye una ventana excepcional para alcanzar a una audiencia masiva y diversa. Esta estrategia se complementa con la venta a plataformas en España, aprovechando el auge del streaming y la creciente demanda de contenidos originales, lo que garantiza una rápida monetización y consolidación en el mercado nacional.

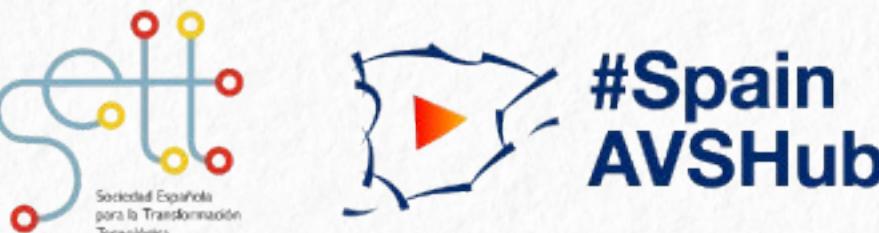
Latinoamérica, reconocida por su consumo de cine de género y su dinamismo cultural, se integra como un pilar estratégico mediante la venta a plataformas en Latam. Esta diversificación geográfica permite maximizar la exposición y reducir riesgos, incrementando las oportunidades de recuperar la inversión de manera eficaz.

Finalmente, las ventas internacionales a través de una agencia de distribución y la participación en el circuito cultural, potencian el alcance global del proyecto. La presencia en festivales y eventos culturales no solo realza el prestigio de la película, sino que también abre nuevas vías de ingresos, haciendo de *Hambriento* una apuesta muy atractiva.

La siguiente tabla presenta una estimación basada en el conocimiento del mercado de nuestro especialista en ventas y distribución, así como en el análisis de otras películas similares en temática y género. Aun así, cabe mencionar que la anterior película de la productora, *Bajo la Rosa*, con un planteamiento muy parecido, recaudó más de 4 veces su coste de realización, tras venderse en las plataformas, televisiones y aerolíneas de 22 países.

FONDO	TIPO	TOTAL
INCENTIVO FISCAL	Contratos de financiación de Islas Canarias	516.006 €
TV ABIERTO ESPAÑA	RTVE, TV Canaria	375.000 €
SVOD ESPAÑA	Netflix, Disney+, Prime Video, HBO Max	300.000 €
SVOD LATAM	Netflix, Disney+, Prime Video, HBO Max	225.000 €
VENTAS INTERNACIONALES	Agencia de distribución	220.000 €
CIRCUITO CULTURAL	Agencia de distribución	85.000 €
		<b>1.721.006 €</b>

# PLAN DE NEGOCIO



## 1. Introducción

El presente plan de negocio se ha diseñado con el objetivo de acogerse a la línea de inversiones directas del SETT (Sociedad Española para la Transformación Tecnológica Entidad Pública Empresarial), mediante el "Spain Audiovisual Hub", incluido en la Adenda al PRTR, que nace para impulsar el crecimiento de la industria audiovisual española y apoyar al sector en su transición y evolución al entorno digital actual para ser más competitivo.

Dotados con 1.712 millones de euros, el SETT quiere incentivar la inversión privada y mejorar el acceso a la financiación en proyectos relacionados con el cine y el audiovisual, persiguiendo los siguientes objetivos:

- Incrementar la competitividad de la industria de la producción de contenidos audiovisuales en España, así como su internacionalización.
- Crear nuevas vías de distribución y comercialización.
- Permitir a los creadores mantener los derechos intelectuales sobre sus obras.

De este modo, el SETT aporta hasta el 49,9 % del capital mediante inversión directa, requiriendo una **co-inversión privada del 50,1 % restante en “pari passu”**. Para ser elegibles, las empresas receptoras deben estar legalmente constituidas, tener domicilio en España y presentar un componente tecnológico (en este caso, producción en formato digital con VFX).

Así mismo, al ser una producción rodada en Canarias con una productora local, se dispondrá de unas condiciones financieras muy ventajosas, encabezadas por un **incentivo fiscal con una deducción del 50 %** (en lugar del 30 % aplicable al resto de España), lo que supone un retorno asegurado de la mitad de la inversión.

Con la finalidad de hacer de ésta una inversión atractiva y reducir el riesgo al mínimo, la totalidad del incentivo fiscal irá destinada en exclusiva para los inversores, compensando íntegramente toda su aportación y obteniendo por lo tanto un porcentaje sobre los beneficios que se generen desde la primera venta del film, ya que los gastos de la producción estarán totalmente cubiertos.

## 2. Estructura de financiación

JRS FILMS propone la producción de un largometraje de alto valor comercial, rodado en Canarias con un presupuesto total de 1.032.011 €, articulando la financiación del siguiente modo:

FONDO	PORCENTAJE	CANTIDAD
INVERSIÓN PRIVADA	50,1 %	517.037 €
SETT (SPAIN AUDIOVISUAL HUB)	49,9 %	514.974 €
	<b>100 %</b>	<b>1.032.011 €</b>

**Incentivo fiscal canario:** deducción del 50 % sobre la inversión total, destinada íntegramente a los inversores privados para que recuperen el 100 % de su aportación.

## 3. Reparto de beneficios

Aunque la inversión total será aportada por los inversores privados y el SETT, JRS FILMS percibirá el 20 % de los beneficios netos por su labor de realización integral de toda la producción, la organización de la estructura financiera y la coordinación de la desgravación fiscal canaria. De modo que el 50,1 % restante de los beneficios netos se asignará a los inversores (lo que corresponde a un **40,08 % del total**), y el 49,9 % al SETT (correspondiente a un 39,92 % del total).

## 4. Conclusión

JRS FILMS presenta un proyecto sólido, con respaldo público del SETT y un atractivo incentivo fiscal canario. La combinación de financiación directa, reparto claro de beneficios y potencial de mercado internacional asegura un atractivo retorno para inversores. Estamos a su disposición para ampliar cualquier información y comenzar el proceso de inversión.

# PLAN DE LANZAMIENTO

## 1. Género y Público Objetivo

**Género:** Drama, Terror psicológico. **Temática:** Sobrenatural, Home invasion.

### Segmentos demográficos:

- Adultos (principalmente entre 25 y 50 años) de ambos性。
- Aficionados al thriller y terror psicológico, que valoran tanto una historia emotiva como escalofriante.
- Públicos urbanos, con alto interés en experiencias culturales innovadoras.

### Intereses:

- Narrativas basadas en conflictos internos, tramas con giros inesperados y un tratamiento artístico.
- Propuestas que se alejen del terror convencional, apostando por la exploración de los miedos internos.

## 2. Estrategia de Preestreno y Generación de Expectativa

### Objetivos:

- Crear expectación y “hype” tanto en medios tradicionales como en redes sociales.
- Posicionar la película como una experiencia única, que fusiona un drama emocional con el terror psicológico.

### Acciones clave:

- Teaser y trailer: Diseñar un tráiler que insinúe la dualidad de la película sin revelar detalles cruciales.
- Material promocional gráfico: Desarrollo de pósters y afiches con una identidad visual fuerte.
- Press Kit y EPK: Sinopsis, entrevistas con el director y reparto, fotografías del rodaje y making of.
- Campaña en redes sociales y digital:
  - Crear una página web oficial de la película, contenido exclusivo, making of, entrevistas y material interactivo.
  - Estrategia en redes (Instagram, Facebook, Twitter, TikTok y YouTube) utilizando publicaciones y “stories”.
  - Colaboración con influencers y críticos especializados en cine y terror que se identifiquen con el género.
  - Organizar proyecciones privadas o “screenings” exclusivos para prensa y formadores de opinión en ciudades clave.

## 3. Estrategia de Estreno en Salas (Fase 1)

### Objetivos:

- Maximizar la visibilidad en salas selectas, creando un evento cinematográfico único.
- Generar críticas positivas y una base de fans sólida que facilite la posterior ventana de distribución.

### Acciones clave:

- Distribución como mínimo en **50 salas** de ciudades de relevancia.
- Realizar una premiere en una sala emblemática con la asistencia del elenco, director y equipo de producción.
- Incluir una sesión de preguntas y respuestas y un encuentro con la prensa, para generar contenido y notas de prensa.
- Campañas en radio, prensa escrita y televisión local centradas en la experiencia del estreno y testimonios de críticos.
- Uso de mupis, carteles y publicidad en transportes, en las zonas donde se realizarán los estrenos.

### KPIs a medir:

- Número de entradas vendidas en la semana de estreno.
- Cobertura mediática generada (artículos, menciones en TV y radio).
- Engagement en redes sociales (compartidos, comentarios y menciones).

## 4. Estrategia para la Distribución en Plataformas Digitales y TV (Fase 2)

### Objetivos:

- Expandir el alcance de la película a nivel nacional e internacional a través de plataformas digitales y televisión.
- Mantener el interés del público y revitalizar la narrativa del film con contenido exclusivo durante la “second window”.

### Acciones clave:

- Dos meses tras el estreno en salas, lanzar una campaña digital enfocada en captar espectadores nuevos.
- Publicar nuevos avances, escenas “extra” y entrevistas exclusivas adaptadas a plataformas de streaming.
- Organizar encuentros virtuales, proyecciones en línea y foros de discusión con el equipo creativo.

### KPIs a medir:

- Número de visualizaciones y tiempo de reproducción en plataformas digitales.
- Incremento en la suscripción o audiencia medible a través de la colaboración de plataformas.
- Engagement y reseñas en redes sociales durante la campaña post-salas.

# PLAN DE LANZAMIENTO

## 5. Calendario y Cronograma General

- Fase Preestreno (1–3 meses antes del estreno en salas):**
  - 3 meses antes:
    - Desarrollo de materiales gráficos y audiovisuales.
    - Creación del sitio web y contenido para redes sociales.
    - Inicio de la campaña de teasers.
    - Realización del evento de premiere, sesiones Q&A y cobertura mediática.
    - Publicidad en exteriores y en medios locales.
    - Seguimiento y medición de KPIs.
  - 2 meses antes:
    - Lanzamiento del tráiler y EPK.
    - Organización de proyecciones exclusivas para prensa y críticos.
    - Anuncios en medios digitales y tradicionales.
  - 1 mes antes:
    - Intensificación de la campaña en redes y eventos preestreno.
    - Coordinación de la premiere.
- Fase de Estreno en Salas (Semana 0 – Mes 1):**
  - Semana de estreno:
    - Realización del evento de premiere, sesiones Q&A y cobertura mediática.
    - Publicidad en exteriores y en medios locales.
    - Seguimiento y medición de KPIs.

## Fase Distribución Digital/TV (Mes 3 en adelante):

- Lanzamiento oficial en plataformas digitales y TV dos meses después del estreno en salas.
- Campaña de relanzamiento en medios digitales y redes sociales.
- Organización de circuitos culturales y watch parties.
- Monitoreo continuo y análisis de resultados.

## 6. Evaluación y Seguimiento

### Herramientas de monitorización:

- Ánalisis de métricas de taquilla (ventas de entradas, asistencia por sala).
- Herramientas de análisis de redes sociales (engagement, alcance, conversiones).
- Reportes de desempeño en plataformas de streaming y TV (num. visualizaciones, retención y feedback del usuario).
- Retroalimentación de prensa y críticos especializados, tanto en medios tradicionales como en blogs y podcasts.

### Ajustes en tiempo real:

- Revisar diariamente la respuesta del público y ajustar la estrategia de marketing digital.
- Recoger y analizar las reseñas y comentarios para modificar el contenido promocional en la segunda fase.

## 7. Conclusión

Este plan de lanzamiento está diseñado para capitalizar la exclusividad y experiencia del estreno en salas mientras se prepara una sólida estrategia digital para ampliar la audiencia en la segunda ventana. Al conocer a fondo al público objetivo y utilizando tanto medios tradicionales como digitales, se crea una narrativa que asegura que la película no solo atraiga en su estreno, sino que se convierta en un referente español del cine de terror psicológico. La combinación de eventos exclusivos, contenido interactivo y un seguimiento constante de indicadores clave garantizará una estrategia de éxito que facilite la comercialización y fidelización del público.



JRS FILMS

(+34) 645 821 324

[mail@josueramos.com](mailto:mail@josueramos.com)

28012 - Madrid