

EXCAPES

*Supera un reto
Vive la aventura*

CUMPLE UN SUEÑO

Isla Guadalupe, Baja California

🐠 **NADA CON UN** 🐠
TIBURÓN BLANCO

Sumérgete en el Océano Pacífico

Aquismón, San Luis Potosí

🪂 **SALTO BASE**

Salta al interior de una cueva
de **376** metros de profundidad



0 EJEMPLAR GRATUITO



PROHIBIDA SU VENTA

A person is captured mid-stride, descending a rustic wooden staircase. They are wearing a black long-sleeved shirt, dark shorts, and bright blue sneakers with white laces. A backpack is visible on their back. The staircase is made of weathered wooden planks and has a simple metal railing. The background is a warm, golden sunset over a rocky landscape with some greenery. The sun is low on the horizon, creating a strong lens flare and illuminating the scene with a warm glow.

EXCAPES

***“No viajamos para escapar,
viajamos para que la vida no se nos escape.”***



EXCAPES

Número 0, Año 2015

ÍNDICE.....	5
INTRODUCCIÓN.....	6
AUDIENCIA OBJETIVO.....	7
EL DOCUMENTAL.....	8
WEB SERIE.....	10
ESTRUCTURA DE LA SERIE.....	12
PRODUCTOS AUDIOVISUALES.....	14
PROGRAMACIÓN.....	16
BENEFICIOS DE ESCAPES.....	18
PATROCINADORES.....	20



EXCAPES

Su propósito es generar un movimiento y una comunidad de jóvenes viajeros que vivan al máximo. Ese es el objetivo de *EXCAPES* y para lograrlo se ha diseñado un proyecto transmedia que inicia con entretener al espectador, enrolarlo para convertirlo en usuario, inspirarlo para llamarlo a la acción y finalmente facilitar esta acción; o sea viajar y vivir al máximo.

EXCAPES está constituido por: un documental, una web serie, una página web, una variedad de pequeños productos audiovisuales y un par de invitaciones. Todos estos productos están relacionados entre sí y promueven una interacción con el espectador.

AUDIENCIA OBJETIVO: MILLENNIALS



EXCAPES está construido para los *millennials* que utilizan sus deseos y anhelos para lograr su objetivo de generar un movimiento y comunidad de jóvenes viajeros.

Los *millennials* son una generación inconforme con los estilos de vida y modelos de éxito que las generaciones anteriores les quisieron heredar; por lo que se encuentran en constante búsqueda de una identidad propia.

La inconformidad de los *millennials* se extiende a la manera en que consumen su material audiovisual de entretenimiento; no están conformes con los contenidos de la televisión abierta además de que prefieren consumir los contenidos de televisión y cine por medio de internet en los tiempos que ellos eligen. Esta también es una generación que busca ser socialmente responsable y tener causas a las cuales ayudar, aunque sea solo con un *like*.

Para los *millennials*, es más importante compartir las actividades que realizan en las redes sociales que realmente realizarlas, buscan validar sus acciones por medio de *likes*; sin embargo están en constante búsqueda de nuevas experiencias que le den sentido y emoción a sus vidas.

EL DOCUMENTAL

Una historia de aventura

El objetivo del documental es introducir y promover al personaje principal y la serie al público.

El documental sigue a un joven que se arriesga a salir a la aventura, decide escapar de la rutina y viaja por lugares desconocidos en busca de la felicidad. En el viaje el joven se encuentra con situaciones que lo llevan a enfrentar sus miedos, aprende a disfrutar la vida, a vivir con menos y se cruza con personas que lo apoyan y se convierten en valiosas amistades.

En el viaje el personaje llega a la conclusión de que quiere impulsar y motivar a más jóvenes a viajar y vivir al máximo por lo que decide hacer una serie en la que invite a grupos de amigos a viajar con él y los ayude a vivir al máximo.

Vivir al máximo, según el personaje y *EXCAPES*, significa vivir sin rutina, disfrutar la vida, enfrentar los miedos, desarrollar relaciones estrechas, conocer lugares nuevos, personas nuevas y ayudar a los demás. El documental revelará la historia de nuestro presentador.



EL PERSONAJE

El personaje hace ver a la serie como un proyecto genuino y casual de un joven aventurero.

El personaje es la encarnación de la identidad de *EXCAPES* y está diseñado para generar empatía, cariño, humor, proyección y admiración en el espectador.

Estas emociones son las que motivarán al espectador a seguir viendo la serie, a querer participar en ella y a realizar actividades similares a las que el personaje recomienda y lleva a cabo.



WEB SERIE

El propósito de la serie es entretener al espectador y en el proceso de entretenerlo, inspirarlo a viajar y vivir su vida al máximo.

La serie, filmada al estilo docu-reality, sigue a un Joven que recorre México invitando a grupos de amigos a viajar con él.

En cada viaje el personaje se convierte en uno más del grupo de amigos y juntos exploran lugares desconocidos, realizan actividades que disfrutan, enfrentan retos que los llevan a superar sus límites, miedos, fobias o traumas y ayudan a una causa altruista.



EXCAPES 1X01 Puebla (1080 HD)



EXCAPES ✓

Subscribe 163,513

1,934,719

INVITACIÓN PARA PARTICIPAR

El personaje principal invita a grupos de amigos a viajar con él. Todo lo que tienen que hacer es subir a Youtube un video donde se presenten, platiquen sobre sus sueños y lo que disfrutan más de la vida o de viajar y confiesen un miedo o fobia.

Cada mes el personaje selecciona un grupo de amigos para viajar con él y participar en la serie. Esto provocará que los espectadores deseen participar para ganar un viaje gratis, conocer al personaje principal y aparecer en la serie.

El objetivo de la invitación es generar interacción entre *EXCAPES* y su audiencia y obtener promoción de boca en boca, *shares* y *likes*.





ESTRUCTURA

El personaje principal viaja con el grupo de amigos que seleccionó a un destino donde se graban 4 capítulos de 15 minutos cada uno. La duración permite que el espectador perciba a la serie como algo que puede ver en cualquier momento y lugar.

Cada capítulo sigue al grupo de amigos y al personaje principal mientras realizan actividades que disfrutan, enfrentan retos diseñados para ayudar a uno de ellos a superar su mayor miedo y ayudan a una causa altruista. Después de 4 capítulos se habrán realizado actividades y retos basados en cada uno de los participantes.

Si un amigo disfruta volar pero tiene miedo a nadar, durante un capítulo el grupo de amigos saltará de un paracaídas y volará en parapente para hacer actividades que disfruta; tendrán que recorrer un río rápido en lancha y esquiar en una presa para enfrentar su miedo.

Realizar actividades que los amigos disfrutan y enfrentar retos para superar miedos permite mostrar el destino turístico desde las emociones transmitidas por los amigos con momentos visualmente muy atractivos y llenos de adrenalina y acción.

Durante los 4 capítulos en los que participa un grupo de amigos tendrán que elegir y ayudar a una causa altruista.

El primer capítulo eligen ayudar a un orfanato; en el segundo capítulo visitan el orfanato, observan las necesidades y hablan de cómo pueden ayudarlos; en el tercero tocan guitarra y cantan en la calle para juntar dinero para comprar la pintura; en el cuarto pintan el orfanato y se despiden de los niños.

Mantener una sola causa por cada grupo de amigos ayuda a mantener una trama que une a los 4 capítulos en los que participan y a generar suspenso y expectativa entre los capítulos.

Es poco usual que una serie de viajes dedique tiempo para ayudar a una causa altruista, precisamente por eso llamará tanto la atención que se haga en Excapes.

La audiencia objetiva de Excapes son jóvenes que les gusta pertenecer, promover y/o ayudar a causas altruistas; que van desde rescatar perros de la calle, hasta el movimiento “Yo soy 132”. El momento en que los amigos logran ayudar a la causa estará cargada de emociones positivas que se transmiten al espectador generando “feel good moment”.

PRODUCTOS AUDIOVISUALES

Para mantener el interés del espectador dentro de *EXCAPES* durante toda la semana, entre la publicación de cada capítulo se publicarán también videos con material relacionado con la serie. Además a los espectadores se les invitará a compartir videos propios similares al material adicional y videos donde estén teniendo una aventura con sus amigos o ayudando a una causa altruista. Esto generará engagement y convertirá al espectador en generador de material para *EXCAPES*.

La duración de estos videos será de entre 15 segundos y un minuto; su objetivo es entretener, inspirar y facilitar.

TIPS DE VIAJERO

Los participantes de la serie o un experto hablan sobre algo que sucedió en la serie. Por ejemplo: En la serie los personajes montaron a caballo; en el *Tip de Viajero* una de las protagonistas recomienda usar pantalones de mezclilla; ella llevaba puestos shorts y ahora tiene la entrepierna rosada.



Muestra las 5 mejores opciones para realizar una actividad en cada destino. Por ejemplo: Los 5 mejores antros y bares de la ciudad.

PA-QUE-TE AHORRES

Recomendaciones para los viajeros con un presupuesto limitado, desde dónde comer, cómo viajar, dónde hospedarse, etc.



PLANEA EL FIN

Recomendaciones de viajes

Viajes y actividades que realizar el fin de semana. Además se publicaran videos de bloopers, escenas cortadas de la serie, detrás de cámaras y detrás de producción; para que el espectador que quiera más material de la serie pueda consumirlos.

PROGRAMACIÓN

Calendario de productos audiovisuales

LUNES: Episodio	MARTES: Tips de viajero	MIÉRCOLES: Pa-que-te ahorres	JUEVES: Top 5
VIERNES: Fin de tips	SÁBADO: Detrás de cámara Videos de expectadores	DOMINGO: Bloopers Videos de expectadores	

CADA TEMPORADA INCLUYE: (14 meses)

8 Estados de la República

4 Capítulos por estado

32 Capítulos en total

6 Audiovisuales por semana

192 Audiovisuales adicionales

1 MES	Producción del documental
2 MESES	Producción de capítulos 1 y 2 Promoción del documental
3 MESES	Promoción intensiva
9 MESES	Primera Temporada



SITIO WEB



El portal de *EXCAPES* alojará la serie, los productos adicionales, las convocatorias y todo lo necesario para que el usuario pueda viajar a los destinos de la serie y/o realizar las actividades o actividades similares a las que salen en la serie. De esta manera la serie y los productos adicionales funcionan como fuente de inspiración y llamada a la acción y el sitio web funciona como una agencia de aventuras; que facilita al usuario el planear sus viajes.



EXCAPES desafía al espectador al retarlo a formar parte de una aventura que lo sacará de la rutina; impulsará el desarrollo turístico y económico de los estados en que se realiza el programa; beneficiará a la sociedad en general al promover acciones de carácter altruista y colaborará en la promoción de las marcas que aparezcan en cada capítulo.

BENEFICIOS DE *EXCAPES*



INDUSTRIA DEL TURISMO:

El objetivo último de *EXCAPES* es generar un movimiento de jóvenes viajeros que vivan su vida al máximo; por lo que la industria del turismo será la primera beneficiada. En especial el turismo de los lugares y actividades que se muestran en la serie; pues además de tener exposición y darse a conocer, el espectador los relacionará con las emociones transmitidas por los amigos en la serie.

MARCAS:

El *product placement* es la estrategia de marketing más efectiva actualmente. Además en el sitio web estará todo lo necesario para realizar viajes similares a los que salen en la serie.

Por lo que marcas y compañías de camión, avión, hoteles, restaurantes y actividades que aparezcan en la página serán directamente beneficiadas.

Cualquier marca o compañía que quiera ser relacionada con viajes, aventuras, grupos de amigos, jóvenes y/o altruismo se puede beneficiar del *product placement* dentro de la serie y de tener presencia en los productos audiovisuales adicionales y en el sitio web.



EXCAPES

No sería lo mismo sin el apoyo de





EXCAPES