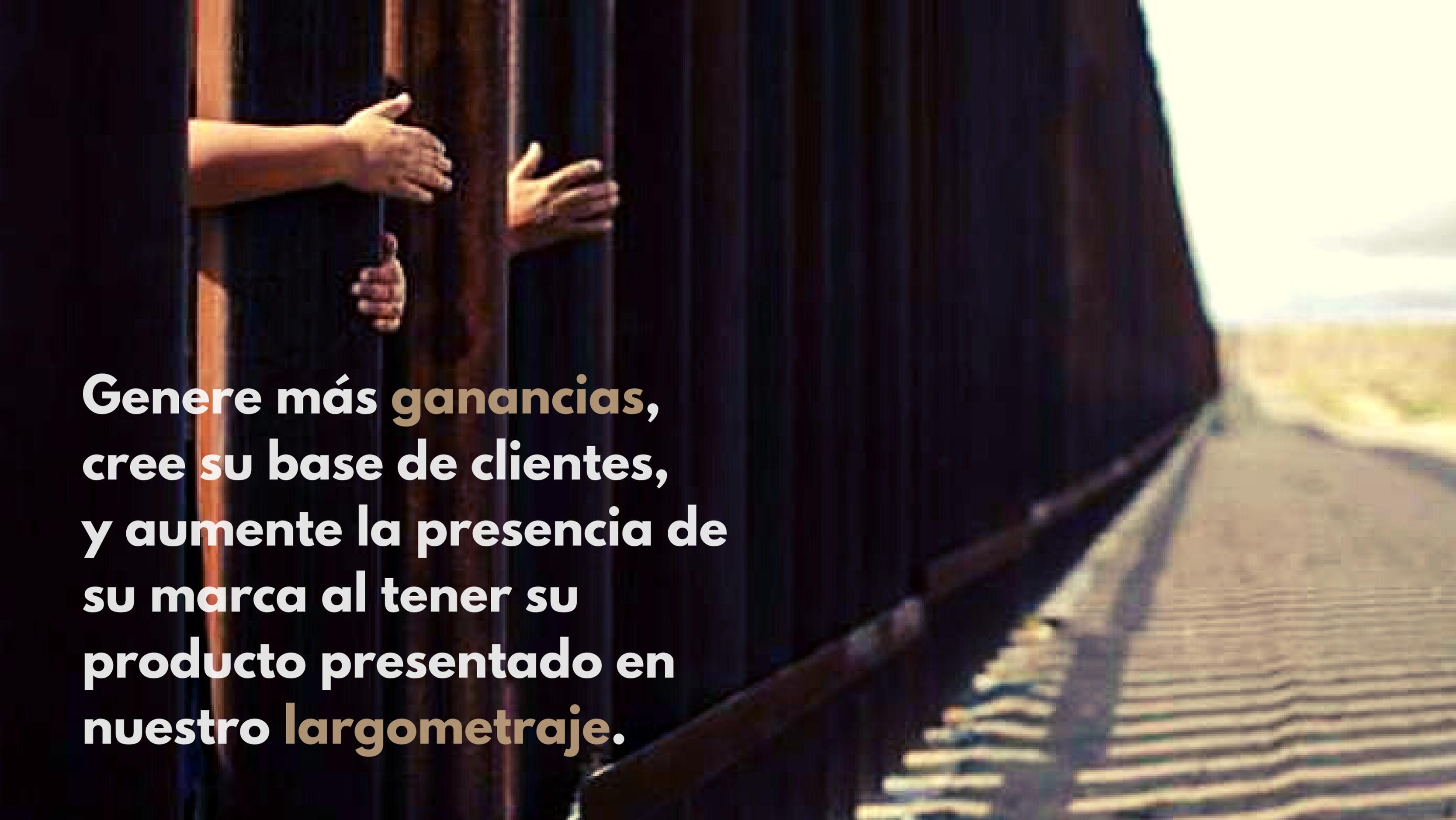


COLOCACIÓN DE PRODUCTOS PLAN DE INTEGRACIÓN PATROCINIOS

DE GRINGO A LA TUMBA



**Genere más ganancias,
cree su base de clientes,
y aumente la presencia de
su marca al tener su
producto presentado en
nuestro largometraje.**

DE GRINGO A LA TUMBA...

...es una película excitante que te mantiene al borde del asiento. Tiene lugar en México, donde una niña de 7 años, junto con la ayuda de un gringo de mala reputación, intenta desesperadamente reunirse con su madre en los Estados Unidos.

'Es la fusión de "Bonnie y Clyde" y "Man on Fire"'.
© 2017

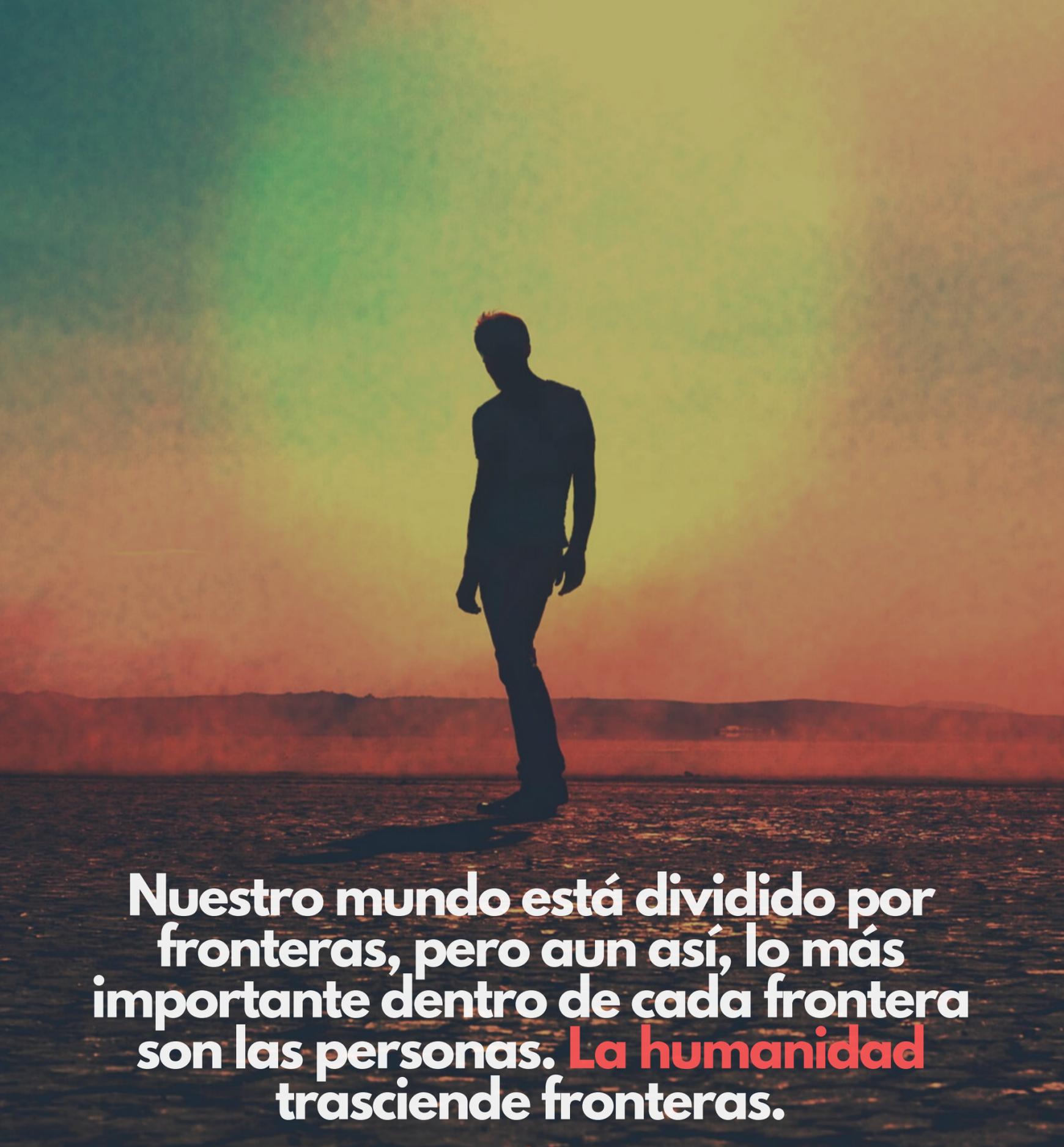
DE GRINGO A LA TUMBA se basa en el cortometraje internacionalmente galardonado FROM GRINGO TO GRAVE.



Esta película tiene algo de lo que carecen otras películas fronterizas, **corazón.**

NUESTRA HISTORIA

Imagínate un viaje por carretera entre una niña de 7 años, quien no habla inglés, pero es bastante sabia para su edad, y un Gringo de mediana edad que no habla nada de español. Su relación tiene toda la complejidad emocional de un padre intentando criar a una pequeña huérfana, o todo lo contrario, una niña intentando criar a un padre irresponsable. Es una carrera contra el tiempo para esta extraña pareja, esquivando a cazarecompensas, agentes de la CIA y carteles; todo mientras aprenden a comunicarse y respetarse entre ellos

A silhouette of a person standing on a beach at sunset. The person is facing left, looking out over the ocean. The sky is a mix of orange, yellow, and green, and the water is dark with some reflections. The person's shadow is cast on the sand.

Nuestro mundo está dividido por fronteras, pero aun así, lo más importante dentro de cada frontera son las personas. **La humanidad** trasciende fronteras.

¿QUÉ ES LA COLOCACIÓN DE PRODUCTOS?

La colocación de productos es una forma de **publicidad** sutil que permite a negocios (grandes y pequeños) mostrar sus productos en una película con propósito de promocionar.



¿Cuál es el propósito?
DARSE A CONOCER

Ejemplos:

The Journal of Management and Marketing Research (JMMR) estima que “el 58% de los espectadores de cine/televisión reconocen una marca cuando es promocionada durante una película”



HERSHEY

Obtuvo un incremento de ganancias del 65% durante el estreno de la película **E.T.**



AVIATOR

TOP GUN incrementó la venta de lentes Aviator en un 40%.



BLACKSTON WINE

SIDEWAYS incrementó sus ventas en un 150%

A close-up photograph of James Bond, played by Daniel Craig, looking intently at the camera. He is wearing a dark suit, a white shirt, and a patterned tie. He is holding a martini glass with a lemon twist garnish. The background is dark and out of focus.

Haz que tu **audiencia** identifique tu **producto** y marca con una estilo de vida heroico y **glamoroso**.

James Bond ordena notablemente un martini, “Agitado no revuelto”. Simplemente al agregar esa línea al diálogo, los cinéfilos asocian el martini con **lujo, emoción y alardear**.

"Agitado no revuelto."



**¿Dónde ocurre
nuestra
historia?**

Ciudad Juárez, Chihuahua
Puerto Palomas, Chihuahua
Agua Prieta, Sonora
Naco, Sonora
El Ceibo, Tabasco

Sierra Vista, Arizona
Naco, Arizona

**¿Dónde se
filmará?**

Ciudad Juárez, Chihuahua
Agua Prieta, Sonora
Naco, Sonora

El Paso, Texas
Douglas, Arizona
Bisbee, Arizona
Naco, Arizona
Sierra Vista, Arizona

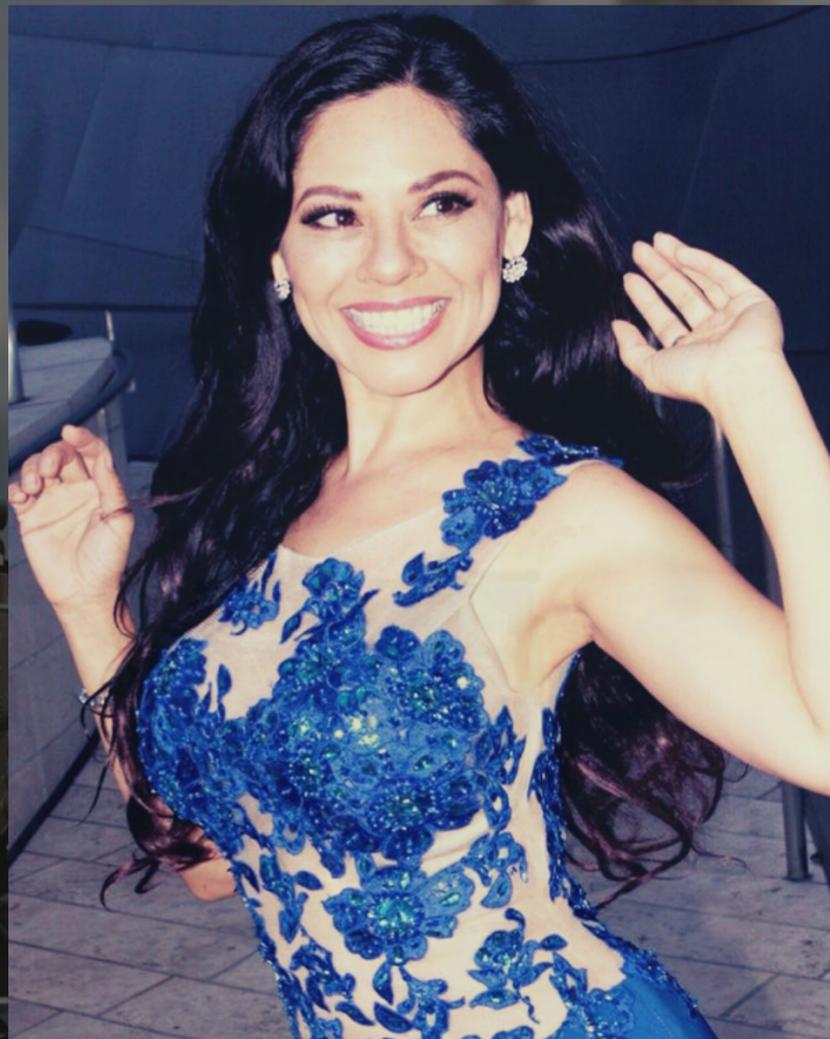
The background features a dark grey gradient. On the left, there is a large, dark silhouette of a person's head in profile, facing right. In the lower center, there is a smaller, dark silhouette of a person sitting at a desk with a laptop, also facing right. The main text is centered and uses a mix of white and red colors for emphasis.

Talento **reconocible**,
con un gran número
de **seguidores**,
comercializa su marca.

Priceonomics reportó que la colocación de productos en películas puede incrementar la presencia de las marcas en un **20%**; NextMedium afirma que ese número puede aumentar en un **43%** cuando las colocaciones se combinan con historias "**emocionalmente atractivas**".



Eric St. John (interpretando a GRINGO) recientemente pasó la primera ronda de selecciones de La **Academia** de Artes Cinematográficas y Ciencias, para el Premio de la Academia por **Mejor Actor** Protagonista por su papel protagónico como John Ripley, en la película "**Ride the Thunder**"



Magi Avila (interpretando a VALENTINA) ha tenido papeles fundamentales en películas como "**Dog Eat Dog**", con Nicolas Cage y Willem Dafoe, "**First Kill**" con Bruce Willis y Hayden Christensen, "**Café Society**" con Steve Carrel, dirigida por Woody Allen, y "**Training Day**" de Jerry Bruckheimer



Mark Justice (interpretando a RAMSEY) es un modelo de ropa interior de la marca **UFM** y un actor que ha protagonizado películas como "**The Immortal Wars**", junto a Tom Sizemore, "**Unwritten**", con Lorenzo Lamas, "**Bleach**", con Tara Reid, así como papeles en "**Jason Bourne**" y "**Paul Blart: Mall Cop**".



La música de **Jason DeRoss** (también conocido como "Lazy Dubb") se puede escuchar en "**Bad Girls Club**", "**Ugly Betty**", "**Without A Trace**", "**Keeping Up With The Kardashians**", "**LA Ink**" y "**Law and Order**". También fue el protagonista de "**Narco Valley**".



Avijah Scarbrough (interpretando a Alana) es reportera y presentadora de televisión de **Spectrum News** en Los Ángeles, una cadena de televisión que funciona las 24 horas del día y que se puede ver en 2 millones de hogares en todo el sur de California. Ella también es reportera para **Good Morning Hawaii**. Además, fue dos veces oradora de **TED**.



Michael Ochotorena (interpretando a Santiago) protagonizó "**Love by Drowning**", junto a Nicky Whelan, "**Dispatched**" y "**John Light**" con su coprotagonista Dean Cain, además de "**Stringer**" junto a Eric Roberts.

Para la lista completa de talentos conocidos protagonizando nuestra película, visita www.screenwritingstaffing.com/gringo or find us on **IMDb.**

VISUALIZACIÓN DEMOGRÁFICA DE GRINGO A LA TUMBA'S

GRUPO DE EDAD:

NUESTRO OBJETIVO DE GRUPO DE EDAD: **21-41 AÑOS DE EDAD.**

De Gringo a la Tumba es clasificación "R", con cualidades similares a SIN NOMBRE, MAN ON FIRE, y TRAFFIC.

MPPA informó que los adultos entre 21-39 años son el grupo demográfico que más va al cine, mientras que Statistica dice que los jóvenes de 18 a 29 años son el grupo que más hace stream de películas.

GENERO:

OUR TARGET GENDER:
NUESTRO GÉNERO OBJETIVO:
TANTO FEMENINO COMO MASCULINO, CON UNA LIGERA INCLINACIÓN HACIA LAS MUJERES.

4 de nuestros 6 personajes principales son mujeres. Los temas /problemáticas que abarcamos incluyen: feminicidio, abuso doméstico e independencia. Según un reporte de la MPAA, las mujeres conforman el 51% de los espectadores de cine, y 52% de suscriptores online.

POBLACION:

NUESTRA POBLACIÓN OBJETIVA:
MEXICO Y ESTADOS UNIDOS.

La historia tiene lugar en la frontera de México-Estados Unidos. Aunque la historia ocurre en la frontera, otras poblaciones a las que planeamos llegar son: Canadá, Guatemala, Francia, y Reino Unido.

Statistica informa que la tasa de suscriptores más alta de Netflix proviene de América del Norte, América Latina y Europa Occidental.

RAZA

NUESTRA RAZA OBJETIVA:
HISPANOS Y CAUCASICOS.

Nuestros 6 personajes principales: Mexicanos (4), Caucasico (1), y Guatemalteco (1). La película gira en torno a un hombre caucásico y una niña hispana.

Segun el New York Times, las películas protagonizadas por personas de color siguen aumentando ". De acuerdo con Sacramento Bee, los latinos compran un quinto de las entradas de cine.

ALCANCE DE REDES SOCIALES:

ALCANCE DE REDES SOCIALES:

Screenwriting Staffing, la compañía productora detrás de DE GRINGO A LA TUMBA, es una comunidad en línea que conecta a escritores de guión con profesionales del cine y el entretenimiento. Han facilitado proyectos como **BRAMBLE HOUSE CHRISTMAS** de Hallmark y el clásico de terror de culto **DEADLY REUNION**. La red de Screenwriting Staffing (a través de las redes sociales y la lista de correo electrónico) alcanza poco menos de 100K. El talento de DE GRINGO A LA TUMBA, tanto delante como detrás de la cámara, tiene un seguimiento en las redes sociales de más de 375K.

UNA AUDIENCIA YA INCORPORADA:

El propósito del cortometraje (**FROM GRINGO TO GRAVE**) era conseguir seguidores incluso antes de rodar el largometraje DE GRINGO A LA TUMBA.

Logramos precisamente eso. El cortometraje ha sido aceptado en 9 festivales de cine, ganando 5 de ellos, en los siguientes países: Estados Unidos, México, Alemania, India, Rusia y Eslovaquia.

Tenemos un mensaje universal que, independientemente de la ubicación, el **público** quiere ver.

SCREENING IN FESTIVALS, THEATERS

El escritor y director **Jacob N. Stuart** tiene un largo historial de participación en festivales de cine internacionales. Sus películas se han proyectado en más de 60, ganando 10 de ellos. Dado el tema de nuestra película, los festivales de cine a los que planeamos llegar tienen su sede en Guadalajara, Ciudad de México, Cartagena, Austin, Boston, Los Ángeles, Salt Lake City, Berlín, Hong Kong, Toronto y Venecia. Después de un circuito en festivales, esperamos un lanzamiento en plataformas teatrales, dirigido a los siguientes estados: Arizona, California, Nueva York, Ohio, Texas y Chihuahua.

VIDEO-ON-DEMAND & STREAMING

VOD proporciona una potencial audiencia **global** que ninguna otra vía puede competir. Según STATISTA, más del 75% de los hogares estadounidenses tienen un servicio de transmisión de video.

Nuestros productores y actores han tenido películas transmitidas por Netflix, Hulu, Amazon Video, entre muchas otras. Una vez completada la ronda de festivales y teatros, planeamos llegar a Netflix y Amazon Video. Otra **plataformas** en las que planeamos transmitir nuestra película incluye iTunes, Tubi, Google Play, y Vudu.

"Talented Actor, Eric St. John, Stars in a New Movie 'De Gringo A La Tumba'."

- yahoo! news

"'De Gringo a la Tumba' is particularly unique as it touches on topics that most movies shy away from."

- WFMJ-TV, NBC/CW

"[De Gringo a la Tumba] is an authentic story that connect to a Global Audience."

- MIZ Hollywood

"'De Gringo a la Tumba' has been likened to major projects like 'Man on Fire,' 'Traffic,' and 'Sicario,' thanks to its amazing storyline" - WFXG FOX 54

**¿Qué te podemos
ofrecer?
Exhibición!**



**No solo colocamos productos en
nuestra película, también los
integramos en nuestro concepto,
haciéndolos una parte **orgánica** y
natural de nuestra historia.**

**La integración de marcas es la
nueva colocación de productos.**

**Nuestra colocación de productos
no es solamente **subliminal**, sino
persuasiva!**

Ambientada en Ciudad Juárez, Filmada en Ciudad Juárez, Artistas de Ciudad Juárez.



RENATA



ACTIVIST



BIANCA



FUERZA



PROTESTER



JOSELYN



AMILCAR



CHOLO



CARLOS



MARIO



JORGE



ARTURO

PRODUCTOS Y ACCESORIOS DESTACADOS | DE GRINGO A LA TUMBA



TEQUILA



FRITURAS



DULCES



CERVEZA MEXICANA



VINO



BOURBON, WHISKEY



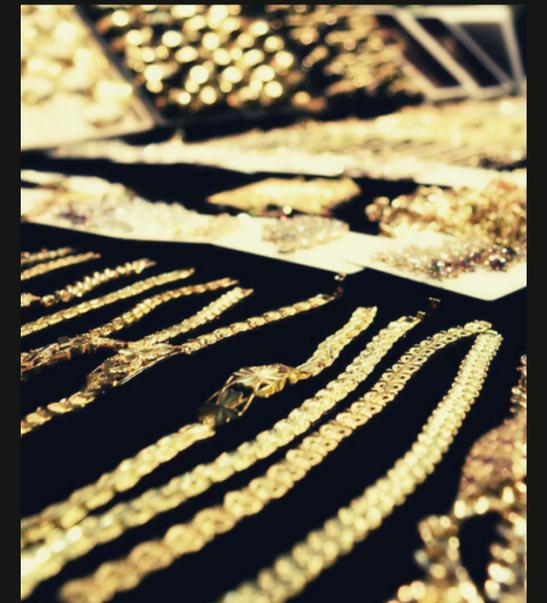
CERVEZA AMERICANA



COSMETICOS



LINEA DE ROPA

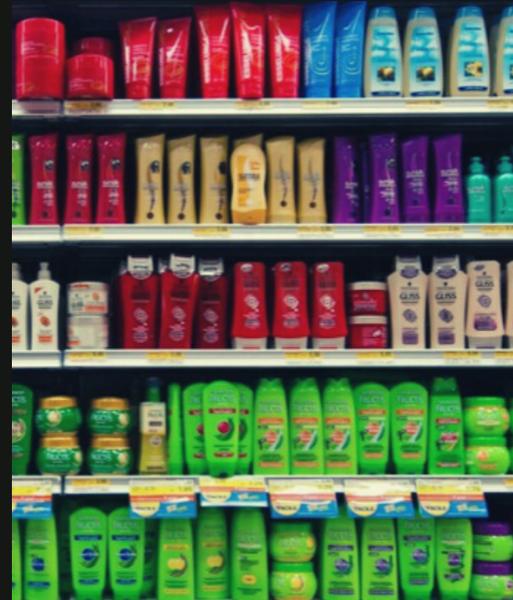


JOYERIA

PRODUCTOS Y ACCESORIOS DESTACADOS | CONTINUADO



JUGUETES



SHAMPOO



CIGARROS



SNACKS AMERICANOS



COMIDA GUATEMALTECA

LOS 15 ARTÍCULOS ANTERIORES SE UTILIZAN EXTENSIVAMENTE (ALGUNOS MÁS QUE OTROS) DURANTE TODA NUESTRA PELÍCULA.

PARA UNA LISTA MÁS DETALLADA DE ARTÍCULOS / PRODUCTOS UTILIZADOS EN NUESTRA PELÍCULA, POR FAVOR CONTÁCTENOS DIRECTAMENTE.



JACOB N. STUART
ESCRITOR-DIRECTOR
DE GRINGO A LA TUMBA

Jacob N. Stuart es un guionista y cineasta producido y premiado internacionalmente, con más de una década de experiencia en la industria. Sus películas se han proyectado en cines de todo el mundo y se han distribuido tradicionalmente a través de DVD / Blu Ray. Actualmente tiene 3 películas en VOD (incluida la premiada película An Addicting Picture).

Jacob es el fundador de **Screenwriting Staffing**, una comunidad de guionistas en línea que conecta guiones y escritores con compradores de la industria del cine y la televisión. A través de su empresa, ha facilitado más de 275 trabajos de redacción y representación, ventas, y opciones.

Jacob anteriormente enseñó guión y cine en la Academia Internacional de Cine de Hollywood, la Asociación de Cine del Sur de Ohio y la Comisión FilmDayton. El se ha presentado en paneles de la industria por toda América del Norte junto con los principales veteranos de la industria. Jacob tiene una Licenciatura en Negocios del Entretenimiento de la Escuela de Cine de Los Ángeles y un Asociado en Ciencias en Cine. Fuera de la escritura de guiones, la dirección y la producción, ha trabajado en el set (supervisor de guión, cámara, grip, casting, sonido) de proyectos como Glee, Intervention, Gene Simmons Family Jewels, Toddlers & Tiaras, Homecoming, entre muchos más.



Nos encantaría hablar con ustedes acerca de sus **metas**, el mensaje de su marca, y lo que buscan de nuestros espectadores.

¿Están listos para comenzar?

Si te interesa conocer más acerca de cómo puedes promocionar tu marca en nuestra película, no dudes en contactarnos! Con gusto agendaremos una cita para platicar.

PITCH DECK/PLAN DE NEGOCIOS

www.screenwritingstaffing.com/gringo
www.screenwritingstaffing.com/sponsors

MARCAS EN MEXICO/LATINOAMERICA:

Claudia Grado Baylon (Producer)
+52 1 614 522 2690
cgradobaylon@gmail.com

MARCAS EN EUA/CANADÁ/REINO UNIDO:

Jacob N. Stuart (Writer-Director)
323-422-9148
jacobnstuart@screenwritingstaffing.com