



MEMORIA DESCRIPTIVA, TECNICA Y PRESUPUESTARIA

(NOMBRE DEL PROYECTO)

Fecha: 2011

INDICE:

V. PROYECTO (NOMBRE DEL PROYECTO)	3
V.1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO (NOMBRE DEL PROYECTO)	3
V.1.1 <i>Objetivos generales</i>	3
V.1.2 <i>Esquema del proyecto</i>	4
V.2. INDICADORES DE BASE PARA EL DISEÑO DEL PROYECTO (NOMBRE DEL PROYECTO)	8
V.2.1 <i>Sociedad de la información 2010</i>	8
V.2.2 <i>Conclusiones</i>	14
V.3. PREVISIÓN DEL IMPACTO DEL PROYECTO (NOMBRE DEL PROYECTO)	15
V.3.1 <i>Visión del entorno</i>	16
V.3.2 <i>Impacto de la aplicación de NTIC's</i>	17
V.3.3 <i>Criterio de calidad</i>	18
V.3.4 <i>Impacto y valor tecnológico</i>	19
V.3.5 <i>Cronograma</i>	23
V.3.6 <i>Control y seguimiento</i>	24
V.3.7 <i>Retorno</i>	25
V.4. PRESUPUESTO.....	27
V.5. OTRAS SUBVENCIONES Y AYUDAS SOLICITADAS	28
VI. OBSERVACIONES DEL SOLICITANTE	29
VI.1. MEMORIA DEL SOLICITANTE	29
VI.2. SOCIO TECNOLÓGICO	29

V. Proyecto (NOMBRE DEL PROYECTO)

V.1. Descripción del proyecto (NOMBRE DEL PROYECTO)

El proyecto (NOMBRE DEL PROYECTO) se concibe para promover la **competitividad de (Nombre de la figura física o jurídica PROMOTORA) (PYME)** en el nuevo marco del mercado audiovisual, **teniendo en cuenta sus recursos propios**, como son su capital humano, conocimiento del sector, red de asociados local, nacional e internacional, cartera de clientes e histórico de proyectos, y proveedores externos de servicios (técnicos y especializados)

(NOMBRE DEL PROYECTO) posibilitará conectar y estructurar estos activos, interrelacionarlos y desarrollarlos **para ampliar la distribución y promoción de contenidos y servicios audiovisuales.**

Buscamos mejorar mediante herramientas TIC la retroalimentación y producción de **ideas innovadoras y nuevos proyectos** nacidos sobre la base de lo que ya somos, a la vez que se promueve la **incursión en el mundo laboral de nuevo talento**. También nos ayudará a entender y manejarnos en la **comercialización de materiales y contenidos audiovisuales online**, observar y atender nuevas **fuentes de demanda**, los **canales alternativos de distribución**, y formatos. Además, la dinámica colaborativa que pretendemos a través de (NOMBRE DEL PROYECTO) contribuirá a atender las necesidades de **formación interna** y del sector y tomar acción.

V.1.1 Objetivos generales

- **Conectar** el entorno inmediato de perfil medio de la industria audiovisual **con las oportunidades globales**
- **Desarrollar y difundir contenidos** digitalizados a través de redes profesionales, mediante acceso legal y con el fin de captar talento y capital que promueva su **desarrollo continuo**
- Congregar a **los alumnos, profesionales por cuenta propia y otras PYMES** de la industria audiovisual para permitirles acceder a producciones nacionales e internacionales mediante la **asociación y el intercambio** de recursos propios
- Fomentar la puesta en marcha de **producciones con fines sociales**

- **Crear empleo** de perfiles tecnológicos relacionados con la producción audiovisual digital
- **Conseguir financiación** privada para los proyectos, expandiendo la reputación profesional de la red adscrita e informando de las oportunidades en el mercado: demanda nacida de nuestra cartera de clientes, proyectos licitados y los agentes internacionales del sector
- Ayudar a **incrementar la competitividad** de nuestras producciones mediante el **desarrollo profesional y la formación** – información continua.

V.1.2 Esquema del proyecto

(NOMBRE DEL PROYECTO) es una **plataforma online** creada para la **comunicación y asociación entre profesionales**, y para el **desarrollo y la distribución legal de contenidos** audiovisuales online. Se programa sobre CMS libre multimedia multi-idioma (por ejemplo, Mediacore u opciones php), con versión en inglés para el posicionamiento y captación en los mercados internacionales estratégicos identificados (*en capítulo V.2.*)

(NOMBRE DEL PROYECTO) conecta 4 líneas de servicios retroalimentadas:

- **RED SOCIAL PROFESIONAL**: Perfiles y portfolio mediante suscripción de **profesionales independientes, PYMES y alumnos** relacionados con la producción audiovisual. Se segmentarán por categorías y se habilitará espacio para especialistas de base tecnológica: innovación y desarrollo de contenidos, edición y optimización de materiales, adaptación para canales de distribución alternativos y nuevas creaciones en todas las disciplinas implicadas. Imagen, grafismo, animación, música, etc.

Secciones:

Espacio Curricular y coordenadas de contacto: Local / Nacional / Internacional

Enlaces a muestras de trabajo

Puntos fuertes de desempeño

Recursos propios para intercambiar

Intereses

Complementos:

Blog y Foro
Skype (embebido)
Vimeo (embebido)
Búsqueda avanzada
Directorio (enlaces externos)

- **ESCAPARATE DE PROYECTOS**: Documentación de proyectos en curso o pendientes de ejecución. Se trata de **promover**, a través de incentivos sencillos, **el lanzamiento y desarrollo de producciones** tanto de índole comercial en cartera como proyectos personales, y materiales realmente innovadores para disfrute desde teléfono o terminales ligeras.

El objetivo es recabar la PARTICIPACIÓN y la FINANCIACIÓN necesaria para acometer las buenas **ideas** y ejecutar proyectos con **calidad**; tender puentes entre los intereses de los profesionales, la demanda de proyectos y los recursos a disposición.

En esta línea de trabajo, para atraer nuevo talento y promover la producción de contenidos de interés general, (Nombre de la figura física o jurídica PROMOTORA) intermediará con su base de clientes:

Grandes empresas + Organizaciones sin ánimo de lucro + Escuelas y Universidades, para desarrollar **proyectos audiovisuales de impacto social** en los que intervengan, además, recién egresados y alumnos.

De esta manera se pone en valor la capacidad promotora de una entidad pequeña, en este caso de (Nombre de la figura física o jurídica PROMOTORA), mediante la **red orgánica de alianzas** generada desde sus propios recursos.

La promoción de estas acciones así como la difusión de los contenidos se originará desde el propio medio para el que fue concebido (si se trata de un proyecto corporativo), desde los departamentos de comunicación y marketing de las entidades involucradas, a través de festivales, concursos y en definitiva de los canales de exhibición ordinarios, y mediante el impulso directo de (Nombre de la figura física o jurídica PROMOTORA) en su plataforma online ((NOMBRE DEL PROYECTO)) y su presencia Web (Facebook, Twitter; Blogs y Newsletter)

Seremos proactivos, y por cada acción de éxito procuraremos resonancia y contagio para que otras empresas y colectivos nos redirijan pedidos u ofrezcan su colaboración afiliándose con nosotros.

La esencia de este Escaparate de Proyectos no es la producción lucrativa sino generar expectación y demanda, y lograr presupuesto para ejecutar proyectos. Creemos que este es el magma para la verdadera innovación: trabajar y aprender. (Nombre de la figura física o jurídica PROMOTORA) aporta con el proyecto (NOMBRE DEL PROYECTO) su “grano de arena” para **animar la actividad y el empleo en el sector**.

Todos los proyectos serán susceptibles de seguimiento público, y se crearán hitos para la comunicación y visibilidad de los mismos. De esta manera contribuiremos a que todos, público y clientes, puedan entender y sentir lo que es un proceso creativo y de producción; indirectamente ayudaremos a reducir la brecha entre creadores y receptores, y a incentivar el reconocimiento de este trabajo. Estamos convencidos de que este es el camino que animará al público a apreciar la calidad de una creación, y en última instancia, a pagar por disfrutarla.

- **CATALOGO**: Repositorio indexado de contenidos, muy enfocado en **cortometrajes y piezas “píldora”** para “consumo” en tiempo real. En este espacio se dará cabida tanto a contenidos de libre acceso bajo sello Creative Commons como a contenidos de pago por suscripción Premium, para vista Streaming, y descarga por unidades en las plataformas comercializadoras.

Contenidos propios inéditos:

Ingresaremos en **inventario** el catálogo de (Nombre de la figura física o jurídica PROMOTORA) y de las **Escuelas y Universidades asociadas**: La Escuela XXX participará en este proyecto (ver carta anexa), y estamos estableciendo contactos para incluir acuerdos de base con los principales centros de formación y acreditación nacionales, por el momento.

Los profesionales suscritos que quieran participar en el repositorio podrán hacerlo, tanto para difundir su obra en “abierto” como para incorporarlas en Streaming o en las plataformas de descarga.

Habilitaremos secciones para la promoción: como ejemplo, invitaciones a preestrenos y merchandising.

*La posibilidad de acudir a las *premieres* se ampliará a todo el público mediante la venta de entradas a precios populares y tarifas especiales para estudiantes.

Catálogo libre de exhibición gratuita: Consolidada en el canal Vimeo

Enlaces a repositorios externos: Acceso al catálogo de otras plataformas legales a través de nuestra red mediante acuerdos comerciales

- **FORMACION**: Dentro del proyecto (NOMBRE DEL PROYECTO), la formación informal debe entenderse por su conexión directa con tres servicios anteriores. Deseamos incorporar a la plataforma un elemento estructurado de **acceso al aprendizaje continuo y colaborativo**. No nos planteamos herramientas sofisticadas aunque entendemos el coste de implementar y mantener esta funcionalidad. Pensamos integrar un **LCMS de código abierto** ya que la estabilidad de la herramienta no es una prioridad. Existen plataformas de alta operatividad y valor tecnológico, con soportes para diversos modelos de aprendizajes y con herramientas de gestión solventes y accesibles, así como adaptadas a estándares SCORM, IMS, QTI, etc. Hay que recordar que estas plataformas están en proceso continuo de mejora porque su desarrollo es colaborativo, y que la mayoría ofrece servicio de asistencia técnica.

Entre las más adecuadas encontramos Claroline por su usabilidad, ATutor por ser muy completa y Moodle, la más conocida. Sakai promete ser la gran alternativa a la hora de conciliar y compartir información con Universidades y Escuelas.

Nuestra plataforma soportará contenidos multimedia, descarga de documentos, y dispondrá de ficheros compartidos y repositorio de guías y unidades didácticas modulares. También nos gustaría implantar sistemas de autoevaluación, co-evaluación, y consultas. Todo ello es posible con LCMS *open source*.

Como se inferirá, el valor añadido del Proyecto (NOMBRE DEL PROYECTO) está en la reunión coordinada de estos cuatro servicios, ofreciendo lo que podría llamarse “calidad de nicho”. Se trata de una iniciativa operativa teniendo en cuenta nuestras necesidades y capacidades actuales, y las oportunidades del sector, para adaptarnos y ganar competitividad. Es un punto de partida.

V.2. Indicadores de base para el diseño del proyecto

(NOMBRE DEL PROYECTO)

V.2.1 Sociedad de la información 2010

Para idear el proyecto (NOMBRE DEL PROYECTO), hemos consultado diversos informes y estudios sobre el acceso a la comunicación y los contenidos mediante TIC. Entre otras fuentes:

- i) **INE, Encuesta sobre equipamiento y uso TIC nacional 2010**, y datos Europeos sobre nuevas tecnologías
- ii) **The Global Information Technology Report 2009–2010:**
http://www3.weforum.org/docs/WEF_GITR_Report_2011.pdf
- iii) **UIT: Evaluación de la sociedad de la información 2010**
<http://www.itu.int/ITU-D/ict/publications/idi/2010/index.html>

Estos son algunos indicadores significativos:

Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares 2010

Resultados nacionales. Utilización de productos TIC por las personas

Uso de productos TIC por características demográficas y tipo de producto

Unidades: Número de personas (16 a 74 años) y porcentajes horizontales

	Total Personas	Personas que usan teléfono móvil	Personas que han utilizado alguna vez el ordenador	Personas que han utilizado alguna vez Internet	Personas que han comprado alguna vez a través de Internet
Total Personas	34611522	92,2	73,1	68,5	29,3
Sexo: Hombre	17318789	92,3	75,4	71,1	33,2
Sexo: Mujer	17292733	92	70,8	65,8	25,4
Edad: De 16 a 24 años	4441181	97,8	97,3	96,3	36,4
Edad: De 25 a 34 años	7325536	98,1	92,5	89,4	45,7
Edad: De 35 a 44	7649938	97,3	85,6	81,2	36,6

años					
Edad: De 45 a 54 años	6439617	93,7	70,1	64,2	24,8
Edad: De 55 a 64 años	4993398	86,6	45,8	38,1	12,2
Edad: De 65 a 74 años	3761852	68,2	22,4	16,4	4,5
Hábitat: Más de 100.000 habitantes y capitales de provincia	14377917	93,1	78	73,8	32,1
Hábitat: De 50.000 a 100.000 habitantes	3386755	92,5	72,9	69,3	30,6
Hábitat: De 20.000 a 50.000 habitantes	4937257	93,4	74,3	69,9	30
Hábitat: De 10.000 a 20.000 habitantes	4466155	92,2	71,1	65,5	28,8
Hábitat: Menos de 10.000 habitantes	7443438	89,4	64,1	58,6	23,2
Tamaño del hogar: Hogares de 1 miembro	1923148	86,6	61,2	54,8	26,2
Tamaño del hogar: Hogares de 2 miembros	7852347	86,8	59,9	54,8	24,6
Tamaño del hogar: Hogares de 3 miembros	9920429	93,1	74,8	69,9	30,5
Tamaño del hogar: Hogares de 4 miembros	10677172	96,2	82,5	78,8	33,1
Tamaño del hogar: Hogares de 5 ó más miembros	4238426	92,1	75,1	70,7	26,9
Nacionalidad: española	32157329	91,8	72,8	68	29,8
Nacionalidad: extranjera	2454193	97,3	77,2	74	22,8

Fuente: Instituto Nacional de Estadística
Copyright INE 2011

Personas que han comprado determinados productos por Internet (películas, música, libros,...) en los últimos 12 meses por características socioeconómicas y preferencia en su descarga por Internet en alguna ocasión

Unidades: Número de personas (16 a 74 años) y porcentajes horizontales

	Total de personas que han comprado por Internet películas, música, libros, revistas, periódicos, material formativo on line, programas de ordenador y actualizaciones (últimos 12 meses)
Estudios terminados: Educación Primaria	91262
Estudios terminados: Primera etapa de Educación Secundaria	287976
Estudios terminados: Segunda etapa de Educación Secundaria	772994
Estudios terminados: Formación Profesional de Grado Superior	436466
Estudios terminados: Educación Superior	1434186
Estudios terminados: Otros	0

Notas:

1.- Situación laboral: las cifras correspondientes a esta variable se han obtenido en base a la autoclasificación del entrevistado

Fuente: Instituto Nacional de Estadística

Copyright INE 2011

El uso de TIC en la Unión Europea:

Los países que disponen de indicadores TIC superiores a la media comunitaria se encuentran, principalmente, en el Norte de Europa, según los datos correspondientes a 2009, último año del que se dispone de información de Eurostat.

Por el contrario, la mayoría de países que no alcanzan el 90% de la media comunitaria están situados en el área mediterránea o son de reciente ingreso en la Unión Europea.

Nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Datos Europeos Tecnologías de la información y comunicación en los hogares

Personas que usan de forma regular Internet por países, periodo y sexo.

Unidades: porcentaje de personas con edades entre 16 y 74 años.

	2009	2010
	Total	Total
UE 27	60	65
UE 25	62	67
Zona euro	60	66
Bélgica	70	75
Bulgaria	40	42
República Checa	54	58
Dinamarca	82	86
Alemania	71	74
Estonia	67	71
Irlanda	60	63
Grecia	38	41
España	54	58
Francia	65	75
Italia	42	48
Chipre	45	50
Letonia	61	62
Lituania	55	58
Luxemburgo	83	86
Hungría	57	61
Malta	55	60
Países Bajos	86	88
Austria	67	70
Polonia	52	55

Portugal	42	47
Rumanía	31	34
Eslovenia	58	65
Eslovaquia	66	73
Finlandia	79	83
Suecia	86	88
Reino Unido	76	80
Islandia	90	..
Noruega	88	90
Croacia	44	51
Turquía	30	33

Notas:

1.- Porcentaje de individuos que acceden a internet, en media, al menos una vez a la semana (en los últimos tres meses).

Nota: Los datos están sujetos a actualización continua. La información más actual está disponible en la web de Eurostat. Los datos españoles proporcionados por Eurostat no siempre corresponden a la última actualización y la información más reciente es la publicada en el apartado de resultados detallados correspondiente.

Fuente:EUROSTAT

Personas que han adquirido bienes y servicios a través de Internet por país, periodo y sexo.

Unidades:porcentaje de personas con edades entre 16 y 74 años.

	2009	2010
	Total	Total
UE 27	28	31
UE 25	30	33
Zona euro	27	31
Bélgica	25	27
Bulgaria	3	3
República Checa	12	15
Dinamarca	50	54
Alemania	45	48
Estonia	12	13
Irlanda	29	28
Grecia	8	9
España	16	17
Francia	32	42
Italia	8	9
Chipre	13	14
Letonia	8	8
Lituania	6	7
Luxemburgo	46	47
Hungría	9	10
Malta	27	32
Países Bajos	49	52
Austria	32	32
Polonia	18	20
Portugal	10	10
Rumanía	2	2
Eslovenia	14	17

Eslovaquia	16	19
Finlandia	37	41
Suecia	45	50
Reino Unido	58	60
Islandia	27	..
Noruega	54	53
Croacia	6	9
Turquía	2	4

Notas:

1.- Porcentaje de individuos que han adquirido bienes o servicios para uso privado en internet en los últimos tres meses.

2) Se excluyen las inversiones financieras.

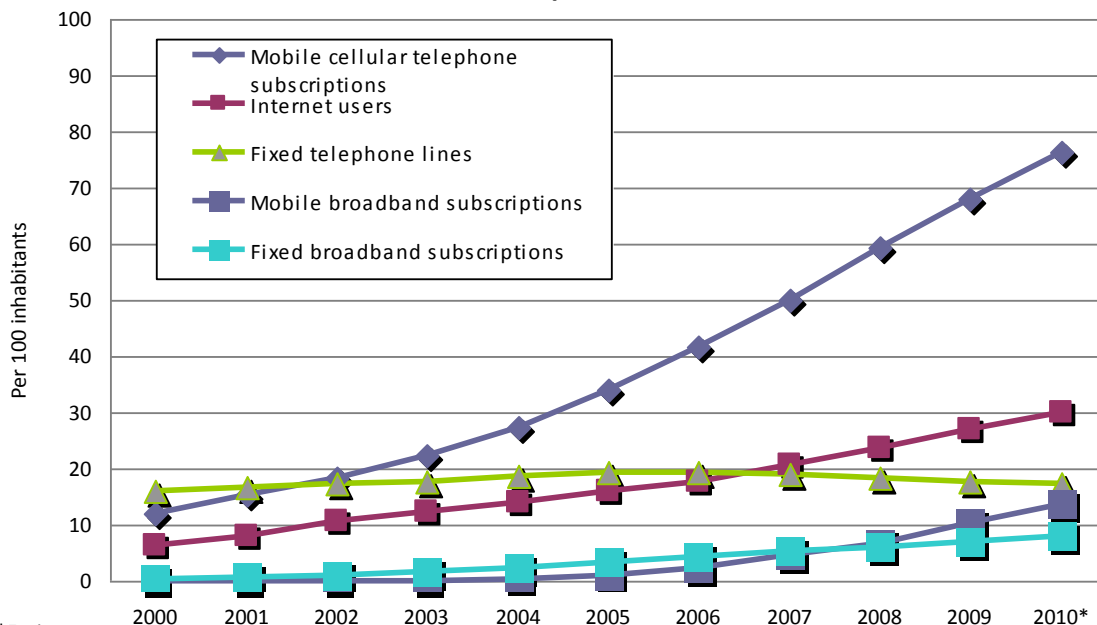
Nota: Los datos están sujetos a actualización continua. La información más actual está disponible en la web de Eurostat. Los datos españoles proporcionados por Eurostat no siempre corresponden a la última actualización y la información más reciente es la publicada en el apartado de resultados detallados correspondiente.

Fuente:EUROSTAT

De las 10 economías TIC más avanzadas del mundo, ocho están en el **norte de Europa**, y Suecia encabeza el IDI por segundo año consecutivo. La República de Corea y Japón son, respectivamente, tercera y octavo. España ocupa un discreto puesto, el 25.

La **tecnología móvil celular** sigue siendo el principal motor del crecimiento de las TIC, especialmente en **los países en desarrollo**, donde la penetración móvil media era superior a 50% en 2009. Actualmente, más de 70 economías en todo el mundo han rebasado la tasa de penetración del 100%, y los países desarrollados promediaban 113% al final del año pasado.

Global ICT developments, 2000-2010*



*Estimates

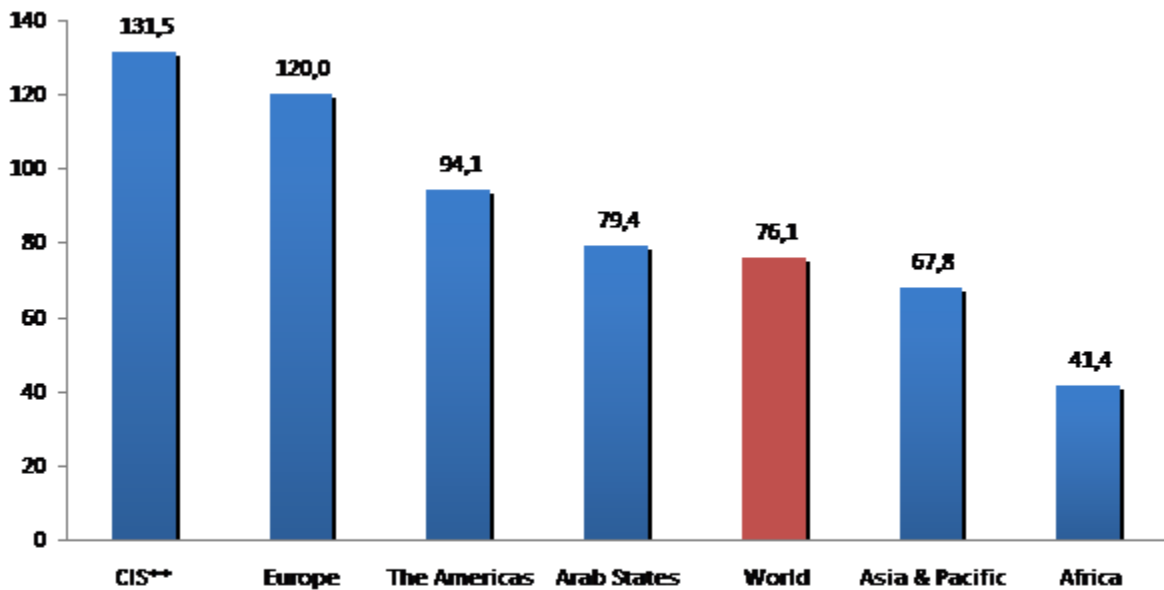
Source: ITU World Telecommunication /ICT Indicators database

Mobile cellular subscriptions per 100 inhabitants, 2010*
Region

2010*

CIS**	131,5
Europe	120,0
The Americas	94,1
Arab States	79,4
World	76,1
Asia & Pacific	67,8
Africa	41,4

Mobile cellular subscriptions per 100 inhabitants, 2010*



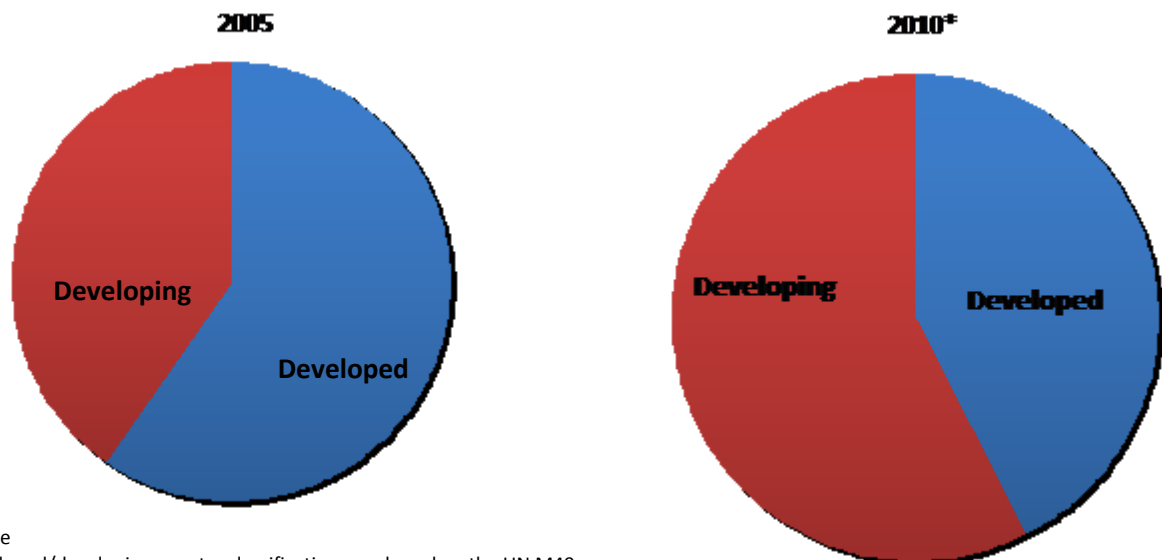
* Estimate

** Commonwealth of Independent States

Regions are based on the ITU BDT Regions, see: <http://www.itu.int/ITU-D/ict/definitions/regions/index.html>

Source: ITU World Telecommunication /ICT Indicators database

Internet users, by level of development



* Estimate

The developed/developing country classifications are based on the UN M49, see:

<http://www.itu.int/ITU-D/ict/definitions/regions/index.html>

Source: ITU World Telecommunication /ICT Indicators database

Estimated Internet users (in millions)	2005	2006	2007	2008	2009	2010*
Developed	620	654	720	762	821	885
Developing	416	505	673	850	1.037	1.199
Total	1.036	1.159	1.393	1.611	1.858	2.084

ITU ICT Development Index (IDI): 2009 top five per region

Europe	IDI Rank	Asia & Pacific	IDI Rank	Americas	IDI Rank	Arab States	IDI Rank	CIS	IDI Rank	Africa	IDI Rank
Sweden	1	Korea (Rep.)	3	United States	19	UAE	29	Russia	48	Seychelles	66
Luxembourg	2	Japan	8	Canada	21	Bahrain	33	Belarus	55	Mauritius	72
Denmark	4	Hong Kong, China	11	St Vincent and the Grenadines	46	Qatar	45	Ukraine	58	South Africa	92
Netherlands	5	Singapore	14	Argentina	49	Saudi Arabia	52	Kazakhstan	69	Cape Verde	102
Iceland	6	Australia	15	Uruguay	50	Kuwait	65	Moldova	73	Botswana	109

V.2.2 Conclusiones

Partiendo de nuestras capacidades y recursos actuales, debemos trabajar con la siguiente **orientación**:

- **Mejorar nuestra imagen y servicios Web**, creando una plataforma social profesional y de contenidos que nos permita **ampliar nuestra red** de contactos, y los recursos para la **producción y la distribución** de materiales.
- Los servicios y productos deben presentarse, al menos, en castellano e inglés. Existe una **demanda potencial** que no estamos atendiendo, y que eventualmente puede requerir **servicios en zona especializados**, y *know how* local. Asimismo, idealmente se atenderían el resto de lenguas co-oficiales.
- Debemos **promocionar en Internet**, no sólo a través de campañas y acciones de marketing sino también a través de **planes de comunicación y posicionamiento** estratégico continuo en la red (directorios,

agregadores internacionales, etc.), y mantenernos en contacto permanente con usuarios y clientes: Necesitamos incorporar en plantilla, a tal fin, un perfil profesional experto, preferiblemente con experiencia en producción audiovisual o multimedia.

- Debemos **crear productos** audiovisuales de pequeño formato, que puedan ser distribuidos y disfrutados a través de móviles, laptops y terminales ligeras, y también en los mercados emergentes: Latinoamérica es un ejemplo muy accesible para nosotros.
- Debemos “inventar” **conceptos audiovisuales más flexibles, adaptados, y de bajo coste**. Las nuevas tecnologías nos permiten no solo desarrollarlos y distribuirlos, sino lo más difícil, generar las ideas.

V.3. Previsión del impacto del proyecto (NOMBRE DEL PROYECTO)

con indicadores, sobre la actividad del solicitante, sobre el impacto ocasionado en el sector en que se inscriba la actividad y sobre número de horas de trabajo por persona financiadas con la

V.3.1 Visión del entorno

La actividad nacional no es ajena a la interrelación entre los mercados, no ya europeos sino mundiales. El estado de las cosas nos habla de la **fragmentación nuclear de la actividad económica entorno a proyectos**: empresa/s “líder” + otras empresas + aliados estratégicos + fuerza laboral (estable, efímera y dispersa) + colaboradores + inversores, etc. = la nube empresarial se organiza de acuerdo al capital específico y el valor diferencial de cada elemento.

Se necesita: **Cualificación + Autonomía y Trabajo en Equipo + Responsabilidad Intrínseca**. Y las TIC como medio para la gestión colaborativa.

- Tejido de la nueva economía: RED = La intersección de oportunidades, capacidades e idiosincrasias mediante encuentros felices, posibles gracias a la **COMUNICACIÓN**, veloz, sin fronteras.

- Fruto de la aplicación compleja y completa de las NTIC emergen nuevas fórmulas para el desempeño: el teletrabajo y la **colaboración y producción en línea** son claros ejemplos. Mano a mano, se desarrolla también la **gestión “inteligente” del conocimiento** y, conjugada, la **formación online**. Esta formación se presenta, por lo tanto, ligada al conocimiento y la cultura de la industria, de las organizaciones y las personas; ligada al intercambio.

V.3.2 Impacto de la aplicación de NTIC's

Hoy, un denominador común en nuestra industria es la digitalización y la información online integrada en todos los proyectos. **Ninguna empresa podrá obviar la transformación digital.** La implantación de herramientas y el uso de tecnología Web es el medio estratégico para:

- **Fortalecer la cadena de los procesos** hacia el resultado; un aliado para EL CONOCIMIENTO / RECONOCIMIENTO hacia LA EJECUCION
- **Organizar los contenidos y transmitirlos** de forma inmediata
- Poner de relieve la información significativa y de calidad
- **Generar conocimiento** valioso y compartirlo
- **Analizar potencialidades** del mercado y de las personas
- Gestionar mejor el **capital humano**: incentivo de empleabilidad, afianzamiento del compromiso entre los asociados...
- Reforzar la **redundancia de funciones** profesionales y técnicas
- Incrementar las **competencias instrumentales** necesarias a la hora de articular mejor el trabajo y mejorar el producto final y su distribución
- Vincular las necesidades de las empresas con nuevas apariciones en la industria (personas, productos, nuevos clientes)
- **Detectar necesidades** de reclutamiento en la propia empresa y en el sector
- Aumentar el espacio de las nuevas iniciativas y la **creatividad**
- **Desmontar las incertidumbres** de los profesionales más expertos y valiosos que se sienten incapaces ante en el nuevo escenario-red, mediante la colaboración directa con los profesionales más jóvenes
- Para comercializar mediante los **nuevos canales de distribución**
- Para hacer **“marca propia”** como profesional independiente o como empresa
- Gestionar de la **realidad diversa del entorno competitivo**: fomento de las relaciones interpersonales, reconocimiento de la creatividad y valía profesional
- Contribuye al “aplanamiento” de la estructura del sector

- Para la **igualdad de oportunidades**
- Para la **autonomía** en el desempeño y el **reciclaje** profesional
- Y para aprender lo que tenemos que continuar aprendiendo

V.3.3 Criterio de calidad

Pensamos que un esfuerzo bien dirigido para la **concienciación sobre los estándares mínimos exigibles en productos y servicios audiovisuales** es tan importante como el diseño de las normas para la acreditación y distribución.

Es necesario hacer campaña en pos de la calidad. Será muy difícil distinguirse en tanto nuestros **usuarios y clientes** no aprecien lo que ello implica porque no conocen las condiciones, no participan de los procesos y por lo tanto no perciben a priori su valor. Si no contribuimos a este reconocimiento, seremos incapaces de conducir el futuro de la industria cultural **fomentando el consumo pero también la creación y puesta en marcha de iniciativas.**

No debemos olvidar que el punto de vista del consumidor es el foco central para dar forma a cualquier servicio y producto, y que son sus hábitos y preferencias los que orientan el devenir del mercado. Dirigir su **elección en favor de la calidad** es, en parte, responsabilidad de la propia industria.

Hay que conseguir la integración sensata de los factores que comprenden el servicio y la producción cultural desde el punto de vista del proveedor/creador con las expectativas y **percepciones** del consumidor. Tampoco podemos ignorar las consecuencias que este desajuste tiene en la **relación comercial entre empresas dentro del sector**: Asistimos a un desplome en las tarifas de los servicios profesionales preocupante; una inercia forzada a la baja que en nada contribuye a la mejora del producto final y al progreso de nuestra actividad, y que pone en riesgo día a día nuestro crecimiento.

Promover la calidad y el trabajo, mirando al mercado y **participando activamente** en él, es nuestra meta.

V.3.4 Impacto y valor tecnológico

El proyecto (**NOMBRE DEL PROYECTO**) pretende ser **el lugar de encuentro y promoción de iniciativas en el campo audiovisual**, en contacto permanente con el público y permeable a las oportunidades. Nace con vocación global a partir de su estructura local, y está firmemente comprometido con la calidad, la empleabilidad y el talento.

Por ello, (**NOMBRE DEL PROYECTO**) cumplirá rigurosamente con los siguientes **estándares técnicos y la normativa legal de aplicación** desde su concepción, sin que ello implique desarrollos complejos que comprometan su futuro.

Como se ha visto, (**NOMBRE DEL PROYECTO**) tiene cuatro servicios conectados:

- a) **Red social profesional**: fuente directa de recursos a la vez que fomenta la asociación entorno a proyectos y oportunidades
- b) **Escaparate de proyectos**: Iniciativa para el reclutamiento y la financiación
- c) **Catálogo de contenidos**, sobre Streaming.
- c) **LCMS *open source*** para el aprendizaje y la formación “informal” continua.

PANEL RED DE PROFESIONALES:

Una de las **necesidades** a cubrir por parte de la plataforma es la de la generación de **comunidades profesionales**, en base a la tipología de los contenidos. La finalidad será que puedan interaccionar, y que exista un flujo **constante de información** que ayudará a la creación de proyectos.

Funcionalidades básicas:

- Inclusión de un nuevo tema o categoría, en función del cual se generarán las diferentes comunidades de usuarios.
- Búsqueda de un tema / categoría. Visualización de los usuarios incluidos en dicha comunidad.
- Eliminar el usuario de una comunidad.

- Posibilidad de comunicación entre usuarios.
- Recepción de notificaciones cuando se incluye un nuevo contenido.
- Se podrán realizar **consultas** espontáneas o sobre *items*, directa un usuario profesional especialista o bien a través del foro.
- Las carpetas de favoritos, *playlist*, histórico de búsquedas, navegación privada, etc. se organizará a través del propio navegador recomendado (por ejemplo Mozilla Firefox), y se ofrecerá documentación tutorial al respecto.
- Suscripción a Newsletter periódica, y opción para recibir publicidad de interés
- Servicios y software compartido mediante **intercambio y colaboración**. Acceso a directorio de herramientas *open source*

PANEL ESCAPARATE DE PROYECTOS:

De acceso público general, se habilitarán carpetas de grupo de trabajo exclusivas para el intercambio entre los profesionales finalmente implicados, y para la empresa cliente y promotores.

Funcionalidades básicas:

- Documentación del proyecto promovido (con enlace directo desde la *home*)
- Función “Me gusta” y “Comparte” (Facebook)
- Función “Lánzalo” y hoja de solicitud para empresas
- Función “Micropago” a través de pasarela, para particulares
- Seguimiento: Página update del proyecto, actualizada periódicamente
Comunicación @listas Twitter y Twiteator al Blog
- Promoción y venta de premieres.

PANEL CATALOGO DE CONTENIDOS:

Dependiendo de la exhibición pública o restringida, los contenidos se organizarán a través del canal Vimeo, hosting y servidor de (Nombre de la figura física o

jurídica PROMOTORA) o acceso al servidor externo del partner. Desde el plan de implementación, se tendrá en cuenta la optimización de las piezas y la posibilidad de encastrar embebidos contenidos externos visualizados en streaming. (Nombre de la figura física o jurídica PROMOTORA) planea **ampliar** su contratación de **almacenamiento externo** y backup. Se negocia contrato flexible que nos permita ir creciendo al ritmo de la rentabilidad de la plataforma. También estamos estudiando el reemplazo y reciclaje de nuestro **servidor local**.

El **desarrollo** más complejo en este punto es, por lo tanto, la pasarela de pago y afiliación a PayPal, iTunes y Spotify. (Nombre de la figura física o jurídica PROMOTORA) acometerá estas implementaciones con la ayuda de la empresa SIMTEC, **proveedor tecnológico** con quien tenemos una relación fundada hace años.

El panel contará con una **portada** donde se incluyan las **nuevas** piezas, próximos **estrenos**, los **más vistos**, acceso a categorías y un cuadro de búsqueda.

El **buscador** permitirá localizar categoría y/o fecha de publicación.

La **página de visualización** de vídeo incluye los siguientes elementos:

- Título
- Breve descripción
- Ficha técnica con enlace a los perfiles profesionales suscritos.
- Visor, con opciones de reproducción básicas: detener, pantalla completa, y compartir para contenidos gratuitos (Vimeo, Youtube)

Funcionalidades básicas:

- Catalogación de los contenidos
- Plan de archivo y backup de contenidos propios
- Implantación de licencia Streaming: Ej. JW Player – Adobe Flash Player Windows Media Streaming.
- Configuración de medios de pago

PANEL DE FORMACIÓN:

(NOMBRE DEL PROYECTO) acogerá una plataforma LCMs de código abierto seleccionada entre las propuestas (Moodle, Claroline, Atutor o Sakai) y con las **funcionalidades básicas** ya mencionadas:

- *html* editable de Perfil de usuario (conciliado con la suscripción en la plataforma)
- Repositorio
- Soporte multimedia
- Servicio de consulta
- Foro
- Herramientas de evaluación

V.3.6 Control y seguimiento

Destacamos las siguientes tareas incluidas en el **ciclo de desarrollo y plan de trabajo**:

- **Estructura del equipo** de trabajo y **calendarios** personales.
- Nominación del **director/a del proyecto**.
- **Fases del proyecto** y cronograma
- **Indicadores de calidad** de los procesos.
- Control del trabajo realizado mediante **jefes de equipo**
- Identificación de puntos conflictivos y replanteamientos por **hitos**.
- **Control** continuo de los **costes/esfuerzos**. Cálculo de **desviaciones**.
- **Contabilidad provisional** y estados financieros provisionales.
- Elaboración de **informes** periódicos **de progreso** y estado (semanales / quincelanes).
- Medidas de **ambiente de trabajo**, y protección documental.
- **Informe general** de las fases culminadas y replanteamiento de las siguientes
- **Reuniones de equipo** (novedades, soluciones, **supervisión, y seguimiento**)
- Reuniones de dirección y jefes de equipo programadas. *Skype* o presenciales. Acta de reuniones a disposición de los equipos.
- **Memoria final** del proyecto, elaborada con la participación de todas las personas implicadas

Áreas básicas de control:

- Recursos y Medios
- Calidad
- Plazos
- Normas y Documentación

Sobre estas áreas se realizarán **análisis de desviaciones, identificación y aplicación de acciones correctoras**, tratamientos de situaciones de excepción, supervisión de cumplimiento de normas y especificaciones, **recopilación de información** y búsqueda de soluciones y recursos alternativos.

Elementos de Control:

Los elementos de control utilizados incluyen:

- **Plan del Proyecto**, que detallará fases, actividades, recursos y resultados.
- **Presupuestos y Cronograma**: Valoración de los medios necesarios, que permitirá controlar los recursos aplicados y coste, a partir de información recabada periódicamente.
- **Informes de situación** periódicos, en los se informará a la Dirección General sobre la situación y avance del proyecto.
- **Actas de reuniones** mantenidas por los diferentes equipos y con organizaciones externas al proyecto si las hubiera.
- **Acceso permanente a la información.**

Coordinación:

Las principales herramientas para la coordinación del proyecto son:

- **Reuniones**: se establecerá un calendario de reuniones de encuentro para coordinar los trabajos que se realicen. Estas reuniones se harán especialmente necesarias en la etapa de inclusión de contenidos
- **Comunicación**: Mediante archivos compartidos de acceso remoto, *Skype*, correo electrónico y chat

V.3.7 Retorno

(Nombre del PROYECTO) será muy rentable a largo plazo, procurando el engrose de la cartera de clientes, proyectos, recursos generales, red de contactos y asociados en una progresión continua al alza.

A través de este proyecto **nos abriremos a nuevas oportunidades** nacionales e internacionales, **afirmaremos nuestra marca** y nos pondrá en el camino de la excelencia, para acceder a las **certificaciones de calidad** anheladas (XXX y sellos homologados de certificación de procesos), y necesarias para ciertas licitaciones de interés.

Deseamos **crecer con base en la mejora continua** y no solo en cuanto a nuestra actividad **como productora** audiovisual, sino también **como entidad**.

Con (NOMBRE DEL PROYECTO) conseguiremos:

- **Proyección** nacional e internacional
- Incorporar **talento** a nuestra plantilla fija
- **Asociarnos** con otras entidades y con profesionales independientes (también de la **industria internacional**)
- **Contenidos** novedosos y exclusivos
- Acciones y **proyectos de impacto social**
- **Formación** general e interna
- Implementar planes de **marketing y comunicación a bajo coste**
- Implementar **planes comerciales**
- **Comunicación dinámica** con nuestros clientes
- Reconocimiento de **oportunidades**
- **Nuevas fuentes de ingresos** a través de la plataforma:
 - ⇒ Publicidad contextualizada: albergaremos campañas de **anunciantes del sector**, que además aportará valor.
 - ⇒ Gestión de **bolsa de empleo**
 - ⇒ Canal de **venta de contenidos** y visionados
 - ⇒ Canal de venta de entradas y *merchandising*.
 - ⇒ **Comercialización de guías** didácticas, **videos de formación** y talleres propios
 - ⇒ Participación en foros sectoriales: Conferencias, *Masterclasses*, etc.

V.4. Presupuesto

desglosado por partidas de ingresos y gastos (excluido IVA), del proyecto para el que se solicita la ayuda. Se reflejarán los ingresos con los que se cuenta para la realización del proyecto entre los que habrá que citar la subvención que se solicita en esta convocatoria. El total de ingresos debe coincidir con el total de gastos. Será necesario respetar lo establecido en el artículo 5 de la convocatoria. Los gastos subvencionables se citan en el anexo III de esta convocatoria (se pueden adjuntar los documentos que justifiquen este presupuesto):

INGRESOS:

CONCEPTO	EUROS
SUBVENCION SOLICITADA	€
OTROS INGRESOS:	€
Aporte proveniente de nuestra línea de crédito financiera: Caja xxx y/o Banco xxx	€
Aporte de hasta el 3,5% sobre la facturación general de (Nombre de la figura física o jurídica PROMOTORA), y hasta amortizar el gasto. Se aplicará también sobre los ingresos indirectos	€
TOTAL	€

GASTOS:

CONCEPTO	EUROS
GASTOS SUBVENCIONABLES	
Sueldos y salarios:	
Director de proyecto, 12 meses (obra y servicio.) Imputación 90%	€
Auxiliar de edición jornada parcial 6 meses (temporal prorrogable indefinido) Imputación 60%	€
<i>Inmovilizaciones intangibles:</i>	
Gastos de colaboraciones externas: Investigación	
Plan Técnico del proyecto, Desarrollo y Programación	€
Plan de Diseño Web e Imagen. Imputación 60%	€
Estudio de mercado sobre posicionamiento estratégico segmentado: Nacional e internacional.	€
Plan de Comunicación online y gestión de comunidades.	€
Gastos de colaboraciones externas: Desarrollo	
Servicios profesionales para las instalaciones de red	€
Servicios profesionales de programación, y adaptación CMS multimedia libre	€
Servicios profesionales de diseño. Imputación 80%	€
Servicios profesionales creativos. Imputación 80%	€
Servicios profesionales: lanzamiento canales Social Media	€
Servicios de traducción técnica y <i>copywriting</i>	€
Aplicaciones informáticas:	
Arsys Streaming Windows Media 400MB, xxx€/mes. Aplicado coste de 6 primeros meses para lanzamiento	€
Arsys CloudBuilder Premium adaptado hasta 1TB y Backup xxx€/mes. Aplicado coste de 6 primeros meses para lanzamiento.	€

<i>Inmovilizaciones tangibles:</i>	
Material de instalación de red	€
EPI:	€
Mac-Pro 12 Core Z0M4 + Final Cut preinstalado (aplicación)	€
Monitor LED Cinema Display Apple 27'	€
Servidor Fujitsu Primergy DX200 (u)	€
Cliente ligero HP con monitor (u)	€
Back up unidad externa con copia seguridad al vuelo	€
Subtotal gastos subvencionables	€
GASTOS NO SUBVENCIONADOS	
Sueldos y salarios:	
Director de proyecto, 12 meses (obra y servicio.) Imputación 10%	€
Auxiliar de edición jornada parcial 6 meses (temporal prorrogable indefinido) Imputación 40%	€
Seguridad social a cargo de la empresa (puestos de nueva creación)	€
Reconversión xxxxx.com. Imputación 40% sobre Plan de diseño e imagen.	€
Reconversión xxxxx.com. Imputación 20% sobre Servicios profesionales de diseño.	€
Servicios profesionales creativos. Imputación 20%	€
Suministros, comunicaciones y consumibles. Incremento 20%, 6 meses, sobre gasto ordinario (histórico)	€
Servicios profesionales Plan de Acción, y Refuerzo Comercial	€
Servicios profesionales para optimización de posicionamiento: SEO, SEM	€
Campaña online en comunidades	€
Intereses de deuda Entidades Financieras %	€
Subtotal gastos no subvencionados	€
TOTAL	€

V.5. Otras subvenciones y ayudas solicitadas

para este proyecto, especificando, en su caso, aquellas efectivamente concedidas hasta la fecha y su importe (la no cumplimentación de este apartado se entenderá como que no existen otras ayudas):

Entidad a la que se solicitó la ayuda:	Cantidad solicitada:	Estado (concedida/ en espera):

VI. OBSERVACIONES DEL SOLICITANTE

VI.1. Memoria del solicitante

(Nombre de la figura física o jurídica PROMOTORA) es un proveedor de medios y profesionales de /.../ audiovisual /.../

ALGUNOS DE NUESTROS CLIENTES:

Credenciales profesionales del promotor y el equipo implicado en el PROYECTO

VI.2. Socio tecnológico