

**PROGRAMA DE COMPETITIVIDAD DE CONGLOMERADOS  
Y CADENAS PRODUCTIVAS**



**FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS**

<b>Nombre del Proyecto</b>	Red para la internacionalización de Servicios y Contenidos Audiovisuales.
<b>Breve descripción del Proyecto</b>	La iniciativa busca posicionar al grupo como referente en la producción de servicios audiovisuales, así como también en la producción de contenidos televisivos de calidad, a costos razonables. Se fuisona la experiencia de los proponentes en distintas áreas que van desde la producción y postproducción hasta el marketing específico y la optimización de contenidos a las necesidades de las productoras y broadcasters. Ello se complementa con acciones de consultoría y benchmarking.
<b>Conglomerado</b>	Audiovisuales
<b>Tipo de Proyecto</b>	Cerrado
<b>Proponente/s</b>	Federico Sosa
	Diezcatorce Compañía Productora
	Jugo TV
<b>Responsable</b>	Mariano Mosca
<b>Teléfono/Celular</b>	
<b>email</b>	<a href="mailto:mosca.mariano@gmail.com">mosca.mariano@gmail.com</a>
<b>Cargo</b>	socio
<b>Alineación con PRC</b>	Por una parte, su alineación obedece a que es un proyecto de red orientada al mercado, que incluye acciones concretas de promoción y aprendizaje, así como el diseño de planes y contratación de consultorías específicas. Por otro lado, genera capacidades nuevas en las empresas participantes.

<b>Fecha de Inicio</b>	<b>Fecha Finalización</b>	<b>Duración (meses)</b>
01/04/2009	31/07/2010	15

<b>Porcentaje de cofinanciamiento solicitado al PACC</b>	60%
--	-----

**PROGRAMA DE COMPETITIVIDAD DE CONGLOMERADOS  
Y CADENAS PRODUCTIVAS**



**FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS**

Costo total previsto	Aporte PACC	Aporte Beneficiarios	Otros aportes
46.300	27.700	18.600	
100%	60%	40%	

Cédula de Identidad	Nombre	Dirección	En representación de
	Federico Sosa		Federico Sosa
	Danny Jokas		Diezcatorce Compañía Productora
	Cecilia González		Jugo TV
	Mariano Mosca		Jugo TV

**Resumen Ejecutivo**

*Explicitar en forma clara y sintética: Oportunidad o Problema a solucionarse, Objetivos, Fundamentación de acciones previstas y costos asociados, Organización para la ejecución, Beneficiarios, Financiamiento, Situación esperada a la terminación del proyecto, Sostenibilidad, Riesgos y mitigación*

**1. OPORTUNIDAD O PROBLEMAS A SOLUCIONAR.**

- Tomando como referencia el camino recorrido por la producción publicitaria, donde la buena relación costo-seguridad-calidad ha logrado atraer inversiones del exterior, buscamos replicar la experiencia en el ámbito de la realización de contenidos y servicios de producción para diferentes plataformas: televisión, web, celulares, entre otras.

- Los medios televisivos uruguayos plantean condiciones de crecimiento limitadas para las productoras independientes, debido al reducido tamaño del mercado y a una política cautelosa a la hora de tomar riesgos con contenidos nacionales. Este problema puede ser tomado como una oportunidad al conformar una red de empresas con posibilidad de asumir riesgos financieros para la producción local, teniendo como objetivo final su comercialización en el exterior. A su vez el testeo en el mercado local es condición necesaria para la internacionalización de contenidos, ya sea como lata o formato.

**FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS**

---

- Consideramos que los productores de contenidos nacionales presentan ciertas falencias a la hora de detectar que clase de proyectos pueden dar respuesta a la necesidad de las grillas de programación y cuáles son los procesos de tomas de decisión para poner al aire un contenido. Por éstas razones buscamos generar una alianza estratégica, uniendo equipos de trabajo con experiencia en realización audiovisual para el mercado local y extranjero, y profesionales vinculados a los medios, con profundo conocimiento de los criterios de selección de contenidos y de los mecanismos de toma de decisión a nivel de programación.
- A la hora de establecer nuestros productos en el mercado local, sabiendo que un buen resultado en el país origen es condición necesaria para una posterior exportación. Esta alianza nos brinda en ese terreno una ventaja a partir de la experiencia a nivel de “inteligencia de mercado”, análisis de audiencias, ratings y shares.
- El constante crecimiento de la televisión digital y las nuevas plataformas, implicará a mediano plazo una mayor demanda de contenidos.
- Asimismo Uruguay presenta inmejorables condiciones para la realización de producciones audiovisuales, debido a los bajos costos, el alto nivel de seguridad, la calidad y variedad de locaciones y talentos, así como importante grado de profesionalismo en las áreas técnicas.
- Teniendo en cuenta que existe una iniciativa de “Film Comission” & “Film and TV Promotion Office” (FCP), consideramos que para optimizar recursos es ideal que nuestro proyecto se apoye en esa estructura. La conformación de la red de empresas compuesta por Diez y Seis, Federico Sosa y Jugo.tv, puede ser vista como una oportunidad por la FCP ya que encontrará un grupo articulado con capacidad de responder rápidamente a las iniciativas piloto que la Comisión presente. Sumando esfuerzos a esta articulación estratégica, las tres empresas profundizaremos nuestras acciones más allá del ámbito de intervención de la FCP.
- Por último entendemos oportuno aprovechar la coyuntura de creciente valoración del mercado latinoamericano, como fuente generadora de contenidos.

## 2. OBJETIVOS

- Establecer vínculos comerciales que perduren y se prolonguen en el tiempo.
- Posicionar al grupo en el mercado internacional como un agente de producción de contenidos de calidad, eficiente en cuanto a tiempos y con costos muy convenientes.
- Cerrar negocios con mercados internacionales, siendo una alternativa sustentable, ya sea en realización integral de proyectos, servicios de producción y/o venta de formatos y contenidos originales.
- Generar alianzas estratégicas con otras empresas nacionales que nos permitan llevar los contenidos a otras plataformas (internet, celular, etc)

## 3. FUNDAMENTACIÓN DE ACCIONES PREVISTAS Y COSTOS ASOCIADOS.

Asesorías externas

## FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS

---

Teniendo en cuenta que nos encontramos en la fase inicial del proyecto, consideramos que hoy por hoy, la principal fortaleza del grupo es ofrecer "servicios de producción". En ésta área, las tres partes cuentan con reconocida trayectoria en el desarrollo de producciones televisivas, publicitarias y otros esquemas audiovisuales.

Evidentemente, hoy en día la cartera de contenidos del grupo es escasa. De todas formas contamos con algunos productos que bien pueden ser ofrecidos al mercado internacional y creemos que el desarrollo del área de servicios de producción al exterior, nos permitirá paralelamente ir ampliando dicha cartera y fortaleciendo nuestro posicionamiento como un agente generador de contenidos de calidad a costos razonables.

Dado que los objetivos de nuestro proyecto implican la vinculación y transacciones internacionales de servicios de producción/contenidos/formatos entre las tres empresas visualizamos que la estrategia requiere de asesorías externas para cubrir dos aspectos diferentes: el desarrollo del modelo de negocio con su proyección financiera correspondiente y la asesoría para la estrategia de internacionalización.

Para esta última asesoría, contamos con la pre aceptación de Hugo Di Guglielmo, ex-gerente de programación de Artear Canal 13 / Argentina, actual consultor internacional de programación, y vicepresidente de Promofilm Argentina, responsable también de la comercialización de contenidos para dicha productora. Su tarea tiene dos aspectos diferentes: en primer lugar, el "coaching" para el desarrollo y seguimiento de nuevos formatos; y en segundo lugar, nos parece oportuno contar con un profesional que está presente en los principales eventos de comercialización de contenidos: Mipcom, Natpe, entre otros.

Por su trayectoria y confiabilidad, es una persona que cuenta con un acceso privilegiado a nuestros posibles clientes y de quién podemos aprender herramientas y códigos para el desarrollo de negocios internacionales.

### Recursos propios

Los esfuerzos de internacionalización demandarán horas de trabajo de las tres empresas, y sus respectivos directores, para generar contactos y desarrollar proyectos acordes a las necesidades detectadas en posibles compradores.

La presencia en algunas ferias para conocer los mecanismos de oferta y demanda y la situación actual del mercado es fundamental. Asimismo es una oportunidad de generar relaciones personales fortaleciendo los vínculos que se hayan ido generando a distancia. Ésta acción estará en sinergia con lo que pueda proponer la Film Commission & Promotion.

Un adecuado seguimiento de los contactos comerciales que se vayan generando implica mantener a lo largo del tiempo y con continuidad una comunicación fluida con los mismos. Creemos necesario disponer de alguien abocado a ejecutar acciones de promoción del grupo (newsletters, mailings, envío de demos), coordinación de entrevistas, actualización de la web, entre otras tareas administrativas. Para ello es necesario contemplar costos de funcionamiento.

### Materiales institucionales

**FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS**

---

Es necesario contar con elementos de promoción impresos y materiales institucionales audiovisuales (edición y armado de reels), con una calidad acorde a los estándares internacionales. Incorporar indicadores y estadísticas a nivel de públicos sobre el rendimiento en el país de origen es un valor agregado para la comercialización internacional.

El sitio web funciona como canal de acceso y vidriera donde podemos ser contactados, por ello es importante destinarle recursos a una buena presentación institucional a través de este medio.

**4. ORGANIZACIÓN PARA LA EJECUCIÓN.**

Jugo.tv

- Análisis de mercados, audiencias e identificación de potenciales necesidades.
- Selección y co-creación de proyectos.
- Generación de vínculos nacionales (canales y medios) e internacionales.
- Desarrollo de la estrategia comercial y de comunicación de cada producto.

Diezcatorce

- Producción ejecutiva (presupuestación)
- Desarrollo logístico.
- Infraestructura técnica y humana.

Federico Sosa

- Co-creación de proyectos
- Dirección artística y realización.

**5. QUIÉNES SON LOS BENEFICIARIOS.**

El grupo de empresas asociadas a esta iniciativa.

**6. CÓMO SE FINANCIA.**

Complementaremos la cofinanciación pretendida del PACC, con inversiones conjuntas y en los siguientes porcentajes: Jugo.tv 50%, Diezcatorce 25% y Federico Sosa 25%.

**7. CUÁL ES LA SITUACIÓN ESPERADA A LA FINALIZACIÓN DEL PROYECTO.**

**FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS**

- Posicionarnos como una opción generadora de contenidos y desarrollo de proyectos a nivel internacional.
- Fortalecimiento del grupo como instrumento para apoyar la internacionalización de las empresas
- Lograr comercializar al menos 1 formato al exterior, y haciendo rentable al grupo audiovisual y sus respectivas empresas.
- Tener un distribuidor interesado en comercializar nuestros productos.

**8. SOSTENIBILIDAD.**

Creemos que a partir de esta primera etapa de trabajo en conjunto, lograremos establecer una red de contactos comerciales, que nos reporten una rentabilidad suficiente para sustentar el proyecto en el futuro.

**9. RIESGOS Y MITIGACIÓN DE LOS MISMOS.**

Por un lado percibimos como riesgo el poco conocimiento del diseño de planes de negocios.

Por otro, equivocar las estrategias a la hora de generar vínculos comerciales con el exterior, que generen gastos infructuosos para nuestros objetivos.

Es por estas razones que entendemos como fundamental el asesoramiento de profesionales para el desarrollo de una estrategia financiera, y de una adecuada inserción en los mercados internacionales.

**Objetivos, Indicadores y forma de verificación**

*Indicadores para evaluar una vez ejecutado el proyecto, si se alcanzaron el propósito y los productos esperados*

	<b>Síntesis Objetivos</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Verificadores</b>
<b>Propósito</b>			
1	Posicionar al grupo en el mercado internacional como un agente de producción de contenidos y servicios de calidad, eficiente en cuanto a tiempos y con costos muy convenientes.		
<b>Productos</b>			
1	Definir estrategia para la internacionalización del grupo de empresas (Plan de negocios)	Participación de asesores externos con experiencia en los mercados internacionales. Elaboración del plan estratégico para la internacionalización de servicios y contenidos del grupo	contratación del asesor. existencia del plan para la internacionalización. compra de información de mercados internacionales

**PROGRAMA DE COMPETITIVIDAD DE CONGLOMERADOS  
Y CADENAS PRODUCTIVAS**



**FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS**

2	coordinación interna del grupo	se consolidó la organización de la red y se convirtió en una herramienta para la comercialización de servicios y contenidos en el exterior. ingreso de apoyo para la coordinación	informe de actividades de la red y de la coordinación. presentación de informes de avance del grupo. se cubrieron los costos de funcionamiento y se definió la estrategia para la sostenibilidad del grupo una vez culminada la cofinanciación. comprobantes de gastos
3	promoción del grupo en el exterior	plan de marketing internacional ejecutado. desarrollo y mantenimiento de herramientas de marketing y comunicación dirigida a potenciales clientes del exterior	la red dispone de una base de datos de potenciales clientes del exterior. dispone de plan de marketing. existencia de los instrumentos de promoción de comunicación del grupo enfocados a mercados internacionales. contratación del asesor y comprobantes de gastos
4	insertar al grupo en el contexto internacional	plan estratégico ejecutado. participación de asesores externos. participación del grupo en mercados y eventos internacionales (misiones comerciales y contactos con potenciales clientes del exterior)	informe de misiones cumplidas. comprobantes de gastos

**Productos, actividades y apertura de costos**

Productos a alcanzar		Actividades que se realizan para alcanzarlo		Rubros que componen el costo de la actividad			Presupuesto (U\$S)	
1	Definir estrategia para la internacionalización del grupo de empresas (Plan de negocios)		Asesoría para la elaboración del Plan de Negocios	1	Honorarios	Contratación de expertos	<a href="#">6.000,00</a>	
			Diseño e implementación de la estrategia de internacionalización	1	Honorarios	Planificación	Contratación directa	<a href="#">9.600,00</a>
				2	Movilidad y viáticos internacionales	Movilidad y viáticos consultor		<a href="#">3.000,00</a>

**PROGRAMA DE COMPETITIVIDAD DE CONGLOMERADOS  
Y CADENAS PRODUCTIVAS**



**FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS**

			Información de mercados internacionales	1	Otros	Compra de información de mercado		<a href="#">2.000,00</a>
2	coordinación interna del grupo		apoyo a la coordinación del grupo, seguimiento de proyectos	1	Honorarios			<a href="#">7.500,00</a>
3	promoción del grupo en el exterior		Elaboración de plan de marketing e instrumentos de comunicación	1	Insumos	diseño, armado e impresión de catálogos		<a href="#">4.500,00</a>
				2	Insumos	Creación, edición y armado de reels y catálogos visuales		<a href="#">9.000,00</a>
				3	Insumos	web: diseño, programación, mantenimiento y hosting		<a href="#">3.500,00</a>
4	insertar al grupo en el contexto internacional		Presencia en al menos 2 eventos internacionales	1	Movilidad y viáticos internacionales	Movilidad y viáticos		
				2	consultorías internacionales	Implementación y seguimiento de la estrategia	Seguimiento	<a href="#">1.200,00</a>
								<b>46.300,00</b>

**Flujo de fondos**

Período utilizado	Bimestre
-------------------	----------

*Realice una proyección de los egresos e ingresos imputables al proyecto.*

*Para los ingresos no deben considerarse los aportes del PACC.*

01/04/2009	01/06/09	01/08/09	01/10/09	01/12/09	01/02/10	01/04/10	01/06/10	31/07/10				
------------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	--	--	--	--

**PROGRAMA DE COMPETITIVIDAD DE CONGLOMERADOS  
Y CADENAS PRODUCTIVAS**



**FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS**

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<b>Egresos</b>												
Asesoría para la elaboración del Plan de Negocios	4000	2000										
Diseño e implementación de la estrategia de internacionalización		1960	1920	1920	2920	1920	1960					
Información de mercados internacionales	2000											
apoyo a la coordinación del grupo, seguimiento de proyectos		625	1250	1250	1250	1250	1250	625				
Elaboración de plan de marketing e instrumentos de comunicación		3500	13500									
Presencia en al menos 2 eventos internacionales								1200				
<b>Total Egresos</b>	<b>6.000</b>	<b>8.085</b>	<b>16.670</b>	<b>3.170</b>	<b>4.170</b>	<b>3.170</b>	<b>3.210</b>	<b>1.825</b>				
Acumulado Egresos	6.000	14.085	30.755	33.925	38.095	41.265	44.475	46.300				

<b>Ingresos</b>												
Aporte PACC	3.000	11.060	8.700			5.020						
Aporte Beneficiarios	3.000	6.950	8.650									
Plan de negocios (cuota parte y adelanto)	2000	1000										
Estrategia de internacionalización		1950	1900									
Información de mercado	1000											
Coordinación del grupo		500	1250									
Plan de marketing		3500	5500									
Presencia internacional												
<b>Total ingresos</b>	<b>6.000</b>	<b>18.010</b>	<b>17.350</b>			<b>5.020</b>						
Acumulado Ingresos	6.000	24.010	41.360	41.360	41.360	46.380	46.380	46.380	46.380			

<b>Saldo Bimestre</b>		<b>9.925</b>	<b>680</b>	<b>-3.170</b>	<b>-4.170</b>	<b>1.850</b>	<b>-3.210</b>	<b>-1.825</b>				
<b>Saldo en CAJA</b>		<b>9.925</b>	<b>10.605</b>	<b>7.435</b>	<b>3.265</b>	<b>5.115</b>	<b>1.905</b>	<b>80</b>				

Acumulado Aporte <b>PACC</b>	3.000	14.060	22.760	22.760	22.760	27.780	27.780	27.780				
Acumulado Aporte <b>Beneficiarios</b>	3.000	9.950	18.600	18.600	18.600	18.600	18.600	18.600				

**PROGRAMA DE COMPETITIVIDAD DE CONGLOMERADOS  
Y CADENAS PRODUCTIVAS**



**FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS**

% aporte PACC	50%	59%	55%	55%	55%	60%	60%	60%				
% aporte Beneficiarios	50%	41%	45%	45%	45%	40%	40%	40%				

**Desembolsos del Programa y metas que los determinan (a ser llenado por el Evaluador del Programa)**

*Debe definirse en que momento se reciben los fondos del Programa, que metas deben estar alcanzadas a ese momento y cómo se verifican.*

Desembolso U\$\$		% del total PACC	Metas por Desembolso	Verificadores	Fecha Estimada
1	3.000	11%	Contratación del consultor encargado del Plan de negocios	Contrato firmado y entrega del plan de trabajo. Plan aprobado por la CADU y el ICAU (confirman que el plan está alineado con lo que plantea el presente proyecto)	30-5-09
			-contrato del consultor externo que apoye en el diseño de la estrategia de internacionalización	Contrato firmado y Plan de trabajo. Plan aprobado por la CADU y el ICAU (confirman que el plan está alineado con lo que plantea el presente proyecto)	
2	6.500	23%	plan de negocios finalizado	Comprobante de gastos por la contratación de los consultores. Comprobante gastos viáticos. Presentación del informe final	30-6-09
			-compra de información de mercado para la internacionalización del grupo	Presentación de comprobantes de gastos y del informe. El pago está condicionado a la verificación del PACC que el informe de mercado está dirigido a la internacionalización de contenidos.	

**PROGRAMA DE COMPETITIVIDAD DE CONGLOMERADOS  
Y CADENAS PRODUCTIVAS**



**FORMULARIO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS**

3	3.000	11%	plan de marketing y los servicios para desarrollar los instrumentos de comunicación contratados	Presentación del Plan de marketing para la internacionalización de contenidos y servicios. Comprobante de las contrataciones realizadas y los gastos asociados	31-7-09
4	1.500	5%	contratación del recurso para fortalecimiento de la red de empresas	Presentación de TDR. Presentación del Plan de trabajo y del contrato firmado. Factura por primer desembolso.	31-7-09
5	8.700	31%	Instrumentos de comunicación finalizados	Comprobante de gastos y presentación de los instrumentos desarrollados asociados a la estrategia de internacionalización del grupo. El pago estará sujeto a la verificación que los instrumentos se adecúan a lo planteado en el Plan de marketing para la internacionalización.	30-9-09
			·fortalecimiento del grupo	Informe de avance del grupo y de las actividades del coordinador. Comprobante de los gastos realizados por la contratación del coordinador. Informe de avance aprobado por la CADU y el ICAU	
8	5.000	18%	Ejecución del plan de internacionalización	Informe de actividades realizadas por el grupo y resultados. Aprobación del informe por la CADU y el ICAU. Comprobantes de gastos asociados	30-3-10
			·plan de trabajo y sostenibilidad del grupo	Comprobantes de gastos asociados. Presentación del Plan de trabajo para el 2010 del grupo y comprobantes de gastos. Plan de trabajo aprobado por CADU e ICAU. Propuesta de sostenibilidad financiera de los gastos asociados al desempeño del grupo (coordinador y actividades de comercialización)	
<b>27.700</b>		<b>100%</b>	<b>TOTAL</b>		