



## 1. Introducción

Después de varios años trabajando en algunas empresas del sector audiovisual, decido aventurarme en un proyecto que, además de ser el Proyecto de Fin de Carrera de la *Escola Universitaria Politécnica de Mataró*, es una apuesta de futuro personal. A lo largo de todo este tiempo, además de crear el modelo de negocio, he investigado sobre personas que en algún momento en sus vidas tuvieron una idea empresarial y la llevaron a cabo. Hay casos muy variados, a algunos les ha ido bien y a otros no tan bien, pero en cualquiera de los casos, fueron valientes y salieron de dudas.

En diciembre de 2008 y tras un largo periodo de tiempo de reflexión, decido tirar hacia delante la idea. En aquél entonces se iniciaba el periodo de pre-elección del PFC y después de varios años trabajando por cuenta ajena, decidí centrarme en acabar definitivamente mis estudios e invertir mi tiempo libre en el desarrollo de la idea. Además, gracias a mi último trabajo, disponía de un ligero colchón económico. En resumen: dinero, tiempo e ilusión.

Este PFC contiene muchas horas de trabajo práctico. Para mostrar una idea de negocio convincente, la empresa necesita mostrar un portfolio de trabajos realizados. Algunos de los proyectos e iniciativas también constan en el trabajo incluyendo todo el proceso de producción.

El siguiente PFC consta de dos partes:

Una parte práctica en la que se han realizado una serie de proyectos para empresas, organismos e instituciones (portfolio) y una memoria escrita en la que se explica el proceso y estrategias seguidas para la creación de una Productora Audiovisual Multimedia.

Este PFC es un plan de empresa real adecuado al sector audiovisual donde se pretende desarrollar el modelo de negocio.

*Objetivos*

## 2. Objetivos

Inicialmente se crea la marca comercial que se utiliza para conseguir nuevos clientes. Debe responder a una necesidad creativa y de originalidad para diferenciarse del resto de empresas del sector y que permita a sus futuros clientes decantarse por la empresa. Para ello se tienen en cuenta aspectos como la seriedad y la confianza.

Una vez se crea la imagen corporativa inicial, se comienza el proceso de producción de la misma. Se empieza por la definición final del logotipo y se inicia el proceso de producción de la propia página web, papelería y *merchandising*.

A partir de la creación de la página web se procede al posicionamiento de la misma en buscadores. Entre otras cosas, se crea un blog corporativo de noticias y actualidad del sector audiovisual. El objetivo primordial de la empresa es posicionarse en Internet entre productoras del sector.

Otro de los elementos importantes a la hora de poder ofrecer productos y servicios es la realización de un portfolio de ejemplos de trabajos realizados. En este aspecto se justifica el largo periodo de producción de nuestra marca iniciado en diciembre de 2008. Desde entonces, se elaboran una serie de proyectos audiovisuales que actualmente forman parte del portfolio de *Onvideoh*.

Los objetivos a largo plazo son los comunes a la mayoría de empresas. Crecer a base de realizar proyectos de mayor envergadura.

Entre los objetivos de la empresa los clasificaremos en dos tipos: *objetivos a corto plazo* y *objetivos a largo plazo*.

*Objetivos*

## 2.1 Objetivos a corto plazo

- Crear portfolio

El objetivo a corto plazo primordial es trabajar en nuevos proyectos. La capacidad económica de los clientes no es un aspecto prioritario durante el primer año de vida de la empresa. A partir de trabajar en nuevos proyectos se definirá el portfolio de trabajos realizados para poder presentar a posibles clientes.

- Posicionamiento de la empresa en Internet

Durante los primeros años de actividad de la empresa, se evitará invertir en inmuebles, ya sean de compra o alquiler. Inicialmente a empresa no necesita un espacio de trabajo específico ya que para conseguir nuevos clientes, se confía en Internet como canal principal. Para ello, la empresa debe aparecer en las primeras posiciones en los principales motores de búsqueda con las palabras clave correspondientes a los servicios y productos ofrecidos.

- Partners & Networking

Localizar a personas, empresas e instituciones a partir de las cuales la empresa pueda empezar a desarrollarse. Los organismos e instituciones públicas o privadas, son una ventana que permiten crear vínculos entre empresas en desarrollo que en muchos casos pueden facilitar las relaciones entre nuevas ideas y empresas ya consolidadas. El fin último de las relaciones con otras empresas es adquirir nuevos clientes a través de colaboraciones o convenios.

## 2.2 Objetivos a largo plazo

- Desarrollo empresarial

El objetivo a largo plazo es el común a la gran mayoría de las empresas, crecer. Para conseguir este objetivo se añadirán nuevos servicios y productos en los que la empresa confíe y vea volumen de negocio. La fórmula con la que la empresa pretende desarrollarse es a partir de *trabajar, ahorrar, invertir en nuevos proyectos, material audiovisual y formación*.

- Formalizar legalmente la empresa

Formalizar jurídicamente la empresa no es un objetivo a corto plazo ya que uno de los principios del modelo empresarial propuesto, es retrasar al máximo el pago de impuestos. La formalización legal se realizará cuando el volumen de negocio asegure regularidad de cobros y compense económicamente al desarrollo de la empresa.

- Establecer un espacio de trabajo

Una vez se cree la estructura legal de la empresa y el volumen de negocio sea considerable, se procederá a la búsqueda de inmuebles para poder recibir clientes, trabajar en grupo en un lugar común y almacenar bienes. Establecer un lugar de trabajo es uno de los últimos objetivos ya que la inversión de capital en inmuebles es uno de los gastos más elevados en la creación de nuevas empresas. Retrasar los gastos de alquiler, hipotecas, impuestos de luz, agua, internet, etc, forma parte de las estrategias de la empresa para disminuir la inversión de capital inicial.



## 3. Productos y Servicios

### 3.1 Diseño Web

Existen diferentes mecanismos y herramientas para realizar diseños web. *Onvideoh* se especializa en un reconocido gestor de contenidos, *Joomla*, además de otros gestores como *Wordpress* o *Blogspot*. Además del diseño web, se incluyen los siguientes servicios:

- Renovación del sitio web corporativo
- Actualización del catálogo web
- Mantenimiento regular de contenidos
- Posicionamiento y mantenimiento en redes sociales
- Actualización de la imagen corporativa de la empresa

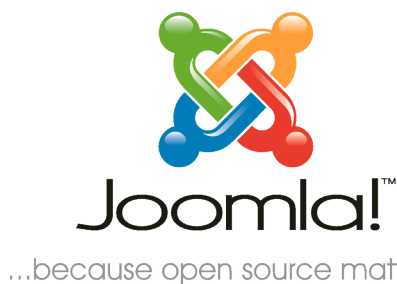
#### 3.1.1 Definición de gestor de contenidos CMS

Un sistema de gestión de contenidos (*content management system*, abreviado CMS) es un programa que permite crear una estructura de soporte para la creación y administración de contenidos, principalmente en páginas web, por parte de los usuarios. Los primeros sistemas de administración de contenidos fueron desarrollados por organizaciones que publicaban una gran cantidad de contenido en Internet y necesitaban continuas actualizaciones; como por ejemplo revistas *online*, periódicos



y publicaciones corporativas. La evolución de Internet hacia portales con más contenido y la alta participación de los usuarios directamente, a través de blogs y redes sociales, ha convertido a los gestores de contenidos en una herramienta esencial en Internet, tanto para empresas e instituciones como para las personas.

### 3.1.2 Joomla



*Joomla* es un sistema de gestión de contenidos basado en la tecnología *Open Source*, que permite la creación y administración de páginas web. Un sistema que permite manejar de forma independiente el diseño y los contenidos. De esta forma es posible controlar el contenido de forma fácil, publicar, modificar y actualizar, fotos, textos y apartados, sin tener que darle formato de nuevo, y por lo tanto, sin necesidad de conocimientos de programación.

- Principales ventajas
  - **Diseño:** Gracias a la formación de diseño se presta especial atención a los detalles gráficos de los proyectos.
  - **Usabilidad:** Simplificación y mejora en la navegación.
  - **Actualización:** Posibilidad de actualización por parte del cliente de forma online y desde cualquier ordenador.
  - **Precio:** Joomla nos permite insertar a la web funcionalidades avanzadas pre-programadas, ahorrando tiempo de programación, y por lo tanto dinero.
  - **Posicionamiento:** el sistema con el que Joomla crea las páginas web permite la detección de sus textos por los buscadores.

### 3.1.3 Usabilidad del sitio web

La propuesta sobre el diseño web será desarrollada cumpliendo los requisitos técnicos de usabilidad teniendo en cuenta que la aplicación siga los criterios de accesibilidad para buscadores (accesible para arañas del buscador, equilibrio del uso *Flash* y animaciones...).

Se comprueba el correcto funcionamiento de las páginas web diseñadas sobre el siguiente conjunto de navegadores:

- Internet Explorer 7 o superior (Windows)
- Firefox 1.5 o superior (Windows, MacOS X)
- Chrome (Google: Windows, MacOS X)
- Safari (MacOs X)

### 3.1.4 Metodología de trabajo

- Diseño de la interficie gráfica

Se desarrollará una propuesta gráfica tomando las guías de estilo corporativas (logo, colores, tipografía...), teniendo en cuenta el público objetivo y las directrices del cliente, mostrando 2 de las pantallas principales del sitio en formato PSD/JPG.

- Comprobación de funcionamiento

Una vez aprobada la gráfica se procederá a montar la estructura de cada uno de los apartados; el montaje de los módulos/componentes/funcionalidades...

*Productos y servicios*

- **Introducción de contenidos**

Una vez diseñada la interficie gráfica de la web se procede a la introducción del contenido de la misma a través de artículos, teniendo en cuenta el posicionamiento de la web en los principales motores de búsqueda. Se presta especial atención a las palabras clave deseadas e introducción de metadatos, además de la correcta combinación de todos los elementos audiovisuales.

## 3.2 Posicionamiento y mantenimiento de blogs y redes sociales

Además del diseño de la página web y de todos sus contenidos, se ofrece la posibilidad de posicionar la empresa en las redes sociales y blogs más conocidos. Dichas plataformas son una herramienta muy útil para aumentar el tráfico de visitas a la página web corporativa y mantener informados a todos los contactos sobre actualizaciones, lanzamiento de promociones o productos.

- Mecanismos y objetivos
  - Diseño de perfiles de usuario
  - Gestión de contactos
  - Estrategias mailing
  - Actualización de noticias
  - Renovación de la imagen corporativa en Internet
  - Posicionamiento en Google
  - Nuevos contactos con futuros clientes

- Facebook



Facebook es un sitio web gratuito de redes sociales. Originalmente era un sitio para estudiantes de la *Universidad de Harvard* pero actualmente está abierto a cualquier persona, empresa u organización que tenga una cuenta de correo electrónico. Los usuarios pueden participar en una o más redes sociales, en relación con su situación académica, su lugar de trabajo o región geográfica. Actualmente cuenta con más de 200 millones de usuarios.

*Productos y servicios*

- Twitter



*Twitter* es un servicio gratuito de *microblogging* que permite a sus usuarios enviar micro-entradas basadas en texto, denominadas “*tweets*”. Estas actualizaciones se muestran en la página de perfil del usuario, y son también enviadas de forma inmediata a otros usuarios. A principios de 2008, el equipo de *Twitter* estaba compuesto por 18 personas. Durante 2009 han multiplicado su plantilla por cuatro y en septiembre del mismo año cuenta con casi 50 millones de usuarios entre los que se encuentran personas, empresas y organizaciones.

- Blogspot



Sitio web periódicamente actualizado que recopila cronológicamente textos o artículos de uno o varios autores, apareciendo primero el más reciente. Fue creado por *Pyra Labs* y comprado por *Google* en 2003. Actualmente existen más de 27 millones de bitácoras en el mundo. Su mayor ventaja es la facilidad de posicionamiento en el buscador más importante, *Google*.

### 3.3 Realización Audiovisual

*Onvideoh* también ofrece servicios en calidad de productora audiovisual a particulares y empresas. Estos son algunos de los formatos audiovisuales ofrecidos por la empresa en los que tiene experiencia gracias a la elaboración del *portfolio*.

#### 3.1 Video Corporativo

El video corporativo es un elemento muy utilizado por las empresas y con una capacidad de comunicación muy efectiva. Internet permite a las empresas alojar sus videos en sus propias páginas web y en los principales servidores gratuitos de video streaming como *www.youtube.com* o *www.vimeo.com*. Entre otras cosas, gracias a los videos corporativos, las empresas pueden explicar los servicios que ofrecen y mostrar ejemplos de sus trabajos realizados. *Onvideoh* se encarga de planificar todos los procesos de producción del video corporativo y de su distribución a través de los diferentes canales que ofrece Internet.

La metodología de trabajo viene determinada por el siguiente proceso de producción:

##### 1. Briefing

Marcar los objetivos junto con la empresa del video corporativo a realizar. Analizar cómo transmitir el mensaje del video, la duración, el soporte, la finalidad, el tono y el estilo. Al finalizar el *briefing* inicial, se presenta una estimación del presupuesto del proyecto.

*Productos y servicios*

## 2. Investigación

Conocer los orígenes, la evolución y cada uno de los servicios que ofrece la empresa. Impregnarse de los principios básicos de la entidad para posteriormente definir un guión totalmente personalizado. El fin último del proceso de investigación es conocer a la empresa y todos sus departamentos.

## 3. Localización

Junto con la empresa, se visitarán todos los espacios disponibles para poder realizar el video corporativo, instalaciones, despachos, personas disponibles, etc. A partir de los escenarios disponibles se realiza el guión literario y técnico. En el caso de optar por localizaciones externas, se añadirán al presupuesto final.

## 4. Guión Literario

Se describen cada una de las secuencias que se necesitan grabar y el argumento de cada una de ellas.

## 5. Guión Técnico

Se plasma en forma de escaleta cada uno de los planos definidos con anterioridad en el guión literario.

## 6. Plan de rodaje

Se programa en orden cronológico, los planos a rodar definidos en el guión técnico. El plan de rodaje se realiza en función de las localizaciones y personajes que intervienen en la producción audiovisual teniendo en cuenta su influencia en el video final y el presupuesto del proyecto.

## 7. Rodaje

Cada proyecto vendrá determinado por unos días de rodajes concretos. Aunque el rodaje de cada video corporativo necesitará un calendario independiente, la previsión inicial para cada uno de ellos es de tres días laborables.

## 8. Montaje

El montaje de la grabación se realizará durante las siguientes dos semanas posteriores al último día de rodaje. La duración del montaje varía en función de las necesidades técnicas del video a realizar.

## 9. Postproducción

El proceso de postproducción incluye tanto el tratamiento de la imagen final del video (etalonaje) como la masterización de audio. Dependiendo de la complejidad de los efectos y animaciones 3D y 2D, se determinarán los días de trabajo necesarios.

## 10. Alojamiento

Además de la producción audiovisual del video corporativo, se incluye la exportación en los formatos adecuados para que el cliente pueda visionar el video a través de tecnología streaming en alta calidad. Facilitamos el video bajo compresión H264 y .FLV para que el departamento informático de la empresa lo aloje en la página web de la empresa si lo desea.

## 11. Promoción/distribución

Se diseña a medida la campaña de distribución del video final optimizando las



*Productos y servicios*

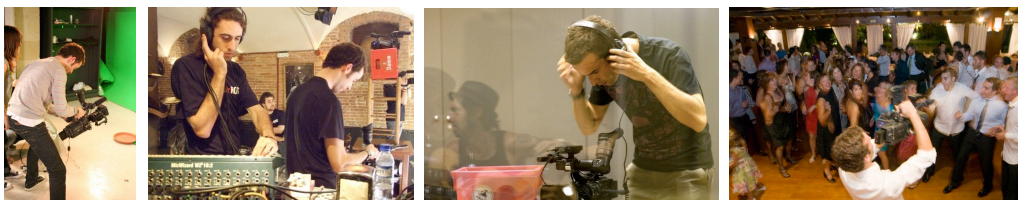
posibilidades de los servidores de video gratuito *online* como *youtube*, *vimeo* o *veoh* entre otros, teniendo en cuenta el posicionamiento del video en Internet y sus motores de búsqueda. La finalidad de este proceso es dar a conocer el video al mayor número de posibles clientes de la empresa.

## 3.2 Grabación de eventos

Cada vez son más las empresas que deciden registrar sus eventos en formato audiovisual para posteriormente alojar los videos en Internet o almacenarlos en el archivo historico de la empresa. El género audiovisual es muy similar al del video corporativo pero adecuado a un evento particular. Dependiendo de las necesidades del cliente se adecuan los medios técnicos y humanos para desarrollar las tareas de grabación y postproducción. En función de la finalidad del video, se facilitan los videos en su formato original (.mov), en soporte DVD (mpeg) o comprimido para su reproducción via *streaming* (.flv, h264).

El proceso de producción para la grabación de eventos es el siguiente:

- Briefing del acto.
- Previsión medios técnicos y humanos necesarios.
- Diseño de producción.
- Grabación.
- Montaje.
- Post-producción.
- Entrega del producto final.



### 3.4 Retransmisiones Online



Existen dos maneras de retransmitir eventos *online* a través de Internet. Una de ellas es a través de la contratación de servidores específicos programados por empresas especializadas externas a *Onvideoh*. Esta opción no es la más adecuada por que entre otras cosas es demasiado cara debido al elevado coste de transferencia de datos entre ordenadores. La manera óptima de realizar retransmisiones *online* es a través de webs especialmente diseñadas en la emisión de contenidos de video *streaming*. Existen diferentes webs especializadas en este servicio que permiten a sus usuarios realizar retransmisiones simples (gratuitas) o complejas (de pago).

- Principales ventajas

Son muchos los beneficios que puede obtener una empresa gracias a la retransmisión de un evento de forma *online*. El beneficio principal es la capacidad de asistir de forma virtual a un acto. Entre ellos podemos encontrar presentaciones de producto, conferencias, *meetings*, promociones e incluso retransmisiones de conciertos o programas de TV.

Dependiendo de la finalidad de la retransmisión, se adecuarán los medios audiovisuales necesarios y se elaborará un presupuesto a medida. El lenguaje audiovisual utilizado es

muy parecido al televisivo. Entre otros aspectos, la audiencia en Internet puede desconectar de la retransmisiones con demasiada facilidad y se deben tener en cuenta la realización y formato de la retransmisión. Una de las intenciones de las retransmisiones de *Onvideoh* es ofrecer los conocimientos y medios técnicos necesarios para realizar retransmisiones de eventos online de una forma óptima y efectiva para el cliente.

La realización de retransmisiones *online* diferencia a *Onvideoh* del resto de empresas del sector audiovisual.

### 3.4.1 Livestream Broadcast

Entre las diferentes webs que posibilitan realizar retransmisiones en directo, *Onvideoh* se especializa en *Livestream.com*.

*Livestream*, antes conocido como *Mogulus*, es una plataforma de streaming de vídeo en directo que permite a los usuarios ver y difundir contenidos de vídeo a través de una o varias cámaras conectadas via *firewire* a un ordenador y con conexión a Internet.

*Onvideoh* facilita la retransmisión de eventos y actos proporcionando su experiencia con la interficie de *Livestream* y todos los medios técnicos y humanos necesarios para la retransmisión.

Equipo humano disponible para la realización de retransmisiones:

- Operadores de cámara
- Mezcladores
- Grafistas
- Sonidistas
- Eléctricos

*Productos y servicios*

- **Servicios Premium**

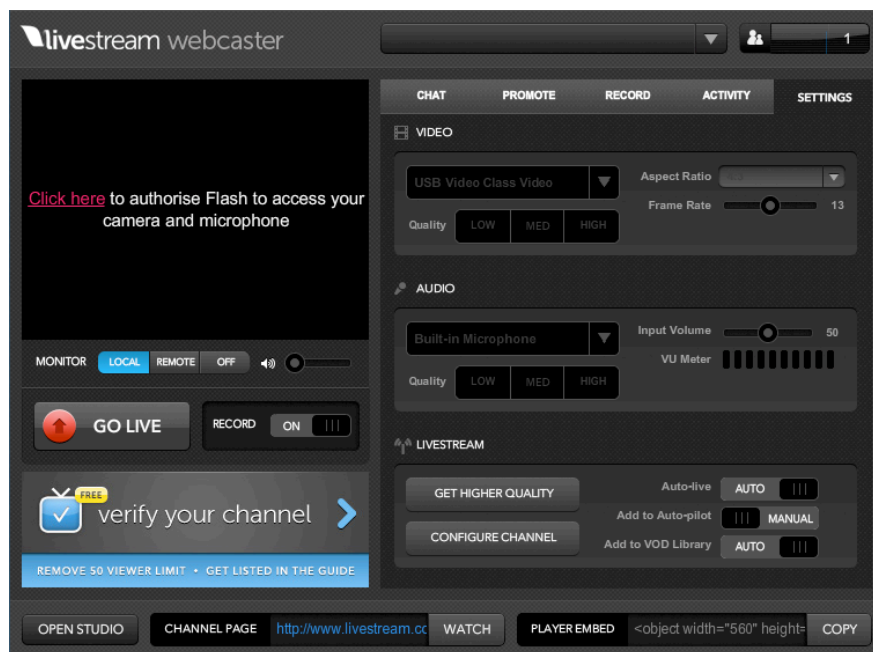
*Livestream* diferencia entre servicios gratuitos y de pago. Entre los servicios de pago (premium) el cliente tiene acceso a los siguientes servicios:

- ↘ **Eliminación de publicidad:** Elimina los anuncios publicados en el reproductor de video.
- ↘ **High Quality Streaming:** Retransmite bajo la codificación de archivos *H264* o *VP6* utilizando el codificar *On2 VP6* para obtener la mejor calidad posible.
- ↘ **Crea tu propia publicidad:** Gana dinero integrando anuncios en el reproductor de la retransmisión desde *ScanScout*, *Tremor* o *Google Adsense*.
- ↘ **Estadísticas en profundidad:** Accede a estadísticas sobre la audiencia actualizada al minuto.
- ↘ **Personaliza el reproductor:** Elimina los logotipos de *Livestream* y añade los de la empresa u organización que patrocine la retransmisión.
- ↘ **Crea canales privados:** Añade contraseñas al reproductor de video online para que sólo puedan acceder aquellas personas que desees.
- ↘ **Aumenta la capacidad de almacenaje:** Cada retransmisión es almacenada en tu cuenta de *Livestream* y puede ser reproducida en diferido cuando el usuario acceda al reproductor.

### 3.4.2 Metodología de trabajo

- Instalación de *Webcaster*

Una vez registrado en canal en *Livestream*, se pueden realizar las retransmisiones de dos formas distintas. Una de ellas es utilizando el programa gratuito *Webcaster*. *Webcaster* se instala en en PC o Mac y automáticamente detecta las cámaras conectadas al equipo. Una vez detectada la cámara se accede al menú de configuración de la retransmisión donde se eligen las opciones de formato de audio y video. Este sistema es aconsejable para retransmisiones simples con una sola cámara sin grafismo ni *cairons*.



\*\*Imagen del panel de control de *Webcaster*.

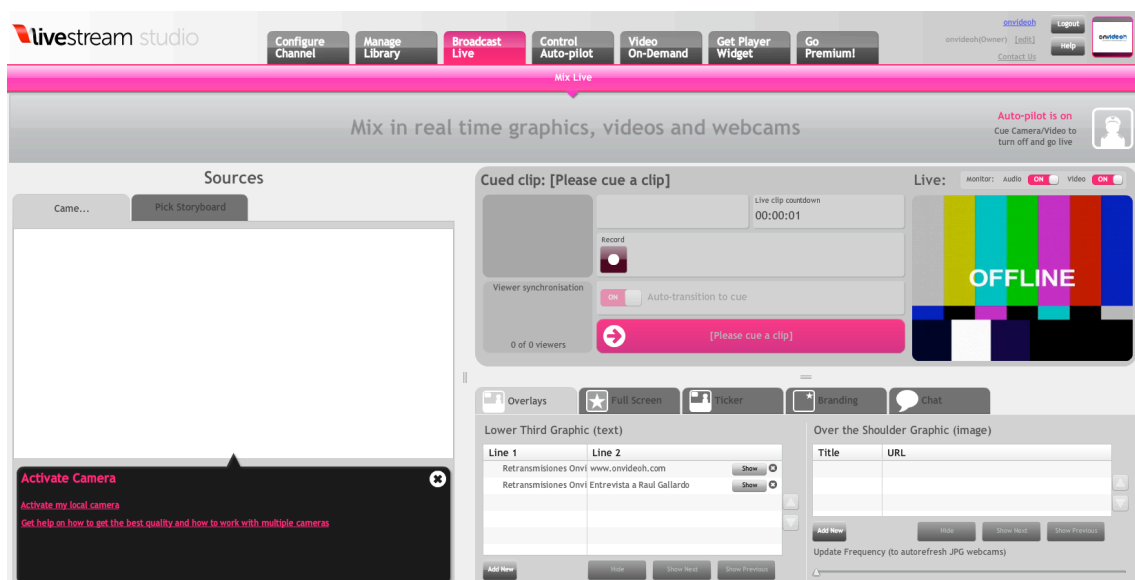
*Productos y servicios*

- Retransmisión a través de *Livestream Studio*

Para realizar retransmisiones más complejas es aconsejable utilizar el mezclador online que proporciona *Livestream*. El acceso al panel de configuración se realiza de forma *online* sin necesidad de instalar plugins o programas externos. *Livestream Studio* detecta automáticamente las cámaras conectadas al equipo y a la cuenta registrada del usuario. Desde el panel de control podemos diseñar títulos y *cairons* que podremos añadir a nuestra retransmisión de forma manual o automatizada. Otra de las posibilidades de *Livestream Studio* es poder añadir videos externos de *Youtube* u otros servidores de *videostreaming* e incluso videos de retransmisiones realizadas con anterioridad.

- Retransmisiones multicámara

Livestream permite conectar diferentes cámaras a la misma cuenta. De esta forma podemos tener varios ordenadores con diferentes cámaras conectadas. Una vez conectadas las cámaras a los equipos/ordenadores, accedemos desde uno de ellos a *Livestream Studio* y automáticamente aparecerán los monitores *preview*.



\*\*Imagen del reproductor *Livestream Studio*.

### 3.5 Internet Marketing

Uno de los elementos más importantes a la hora de crear una imagen corporativa o *branding* de una empresa es su posicionamiento en los principales motores de búsqueda en Internet. El *website* de una empresa no debe conformarse en ser únicamente un escaparate de servicios o trabajos realizados sino una ventana para conseguir nuevos posibles clientes.



*Onvideoh* coordina todos los elementos y técnicas disponibles para mejorar el posicionamiento de las empresas en Internet entre las que se encuentran las siguientes:

1. Reestructuración y adaptación de sitios webs corporativos.
2. Creación de perfiles en redes sociales y su mantenimiento regular.
3. Creación y mantenimiento de blogs corporativos.
4. Creación y posicionamiento de videos corporativos en buscadores.



### 3.5.1 Estrategias SEO (Search Engine Optimization)



Optimización de motores de búsqueda (SEO) es el proceso de mejorar el volumen o la calidad de tráfico a un sitio web y de la aparición en los motores de búsqueda. Existen dos formas de realizar posicionamiento en Internet: gratuito o de pago.

El posicionamiento de pago es conocido como SEM y aunque se tiene en cuenta, el objetivo de las campañas de Internet Marketing de Onvideoh se basarán en la versión gratuita, SEO.

Está comprobado que aparecer en la primera página de Google es garantía de visitas al sitio web. Por este motivo se presta especial atención a las estrategias SEO llevadas a cabo tanto para *www.onvideoh.com* como para las empresas que soliciten dicho servicio.

Existen cientos de empresas que presumen de conocer el secreto sobre cómo posicionarse en la primera posición o aumentar el *pagerank* de *websites*.

**“El principal secreto de *Google* es que no tiene secreto”**

La combinación de todas las estrategias SEO posibles son el secreto del éxito para mejorar el posicionamiento de las empresas en Internet. *Onvideoh* no es especialista en este servicio.

### 3.5.2 Joomla & Blogs

El gestor de contenidos *Joomla*, en el que *Onvideoh* se especializa, muestra especial facilidad para su indexación a los buscadores. La introducción de metadatos y palabras clave se realiza de forma sencilla a través del gestor de artículos. El cliente que realice la introducción de contenidos a través de su *Joomla*, puede introducir personalmente todos los metadatos, título de la página, creación de links, etc.

Los blogs proporcionan tráfico entre empresas del sector y noticias de actualidad. La creación y gestión inteligente de blogs, es uno de las estrategias que se aplican a las empresas.

### 3.5.3 Posicionamiento de videos en Internet



*Onvideoh* confía en que la comunicación audiovisual es cada vez más importante en nuestra sociedad. A medida que Internet avance en su capacidad tecnológica, el video aumentará su importancia y estará cada vez más presente en la WWW.

Al mismo modo que *Google* utiliza unos mecanismos para posicionar las páginas web en su *pagerank*, las webs de alojamiento y reproducción de video también tienen los suyos. *Onvideoh* conoce los mecanismos de webs de *videostreaming* como *Youtube* o *Vimeo* basados en *tags*, descripciones y títulos de video.

### 3.6 Reportajes (wedding reports)

Tras varios estudios de mercado, se encuentran serias deficiencias en el mercado audiovisual respecto a los reportajes matrimoniales. *Onvideoh* ofrece un servicio diferente al resto de empresas especializadas y adapta las nuevas tecnologías y a las tendencias del cliente. *Onvideoh* ofrece un pack de video y fotografía que incluye los siguientes servicios:

- Fotografía digital

El reportaje fotográfico de todo el evento se facilita a los clientes en formato digital CD y en album impreso de 33 x 25,4 cm de un máximo de 100 páginas. El servicio de fotografía incluye la edición digital y la maquetación para la versión impresa del album.

- Video digital

El video reportaje de todo el evento se facilita a los clientes en formato digital DVD. La duración total de los diferentes videos será de entre 40 y 60 minutos y se presenta en la autoría del *DVD Contents* personalizada con los diferentes menús y submenús.

- Diseño Web

Todos los contenidos suministrados de fotografía y video, se alojan en una página web especialmente diseñada para los clientes. En el *website* se incluyen videos resumen del evento y reproductores con la diferentes galerías fotográficas. Los clientes tienen acceso a la descarga de las fotografías a través de la página web y pueden reenviar el link a todas personas que lo deseen.

Quique i Sílvia Fotos Videos

# Quique i Sílvia

Foto:  
[www.vamaca.com](http://www.vamaca.com)  
Video:  
[www.onvideoh.com](http://www.onvideoh.com)



Lista de reproducció de Spotify amb les cançons de la BSO

**19/09/2009**  
Petons, Gresca, Amor, Brindis, Amics, Copes, Família, Vestits, Corredisses, Cerimònia, Tiberi, Somriures, Abraçades, Balls, Xerrameca, Glamour, il·lusions, regals, anells, i no hi podien faltar... les imatges, les fotos i els moments en viu d'aquell dia que mai oblidarem, i tot, gràcies a vosaltres!!! Així doncs, ens fa molta il·lusió, poder mostrar-vos en aquesta web, els millors moments que vem passar tots plegats! Us estimem!!! Sílvia i Quique.

Spotify  
Everyone Loves Music

\*\*Inicio de la página web [www.quiqueisilvia.com](http://www.quiqueisilvia.com)

○ Photoself (servicio adicional)

Se facilitan cámaras desechables para que los invitados al evento puedan realizar sus propias fotografías. Se entrega una cámara fotográfica por mesa de invitados. El servicio *Photoself* incluye el revelado en laboratorio y la digitalización de todas las fotografías. La entrega se realiza en formato digital CD y en album impreso.



## 4. Plan de Marketing

### 4.1 Creación de la marca

*Onvideoh* es una productora audiovisual multidisciplinar con el valor añadido de que es una empresa multimedia enfocada a Internet y las nuevas tecnologías. Una vez definidos los servicios que ofrece la empresa se escoge el nombre comercial. Para ello se han tenido en cuenta los nombres comerciales de otras empresas de éxito del sector y la capacidad de adaptación gráfica a un posible logotipo.

Durante el proceso de creación de la marca se comprobó la disponibilidad del dominio (.com) y se realizan diferentes modificaciones del nombre en función de su nombre en Internet. Dado que uno de los objetivos prioritarios de la empresa es posicionarse en Internet, se ha buscado un dominio disponible que contiene la palabra “*video*”. El posicionamiento en internet de la marca es un factor muy importante para adquirir nuevos clientes y este aspecto ha sido el más importante a la hora de determinar el nombre final. Antes de realizar el logotipo se realizó la compra del dominio *www.onvideoh.com*.

## 4.2 Diseño del logotipo

Una vez elegido el nombre comercial, se elaboran varios bozetos con las diferentes opciones. Con el paso del tiempo se han ido renovando y adaptando a la imagen corporativa final de la empresa.

↘ Versión 1      Diciembre de 2008



↘ Versión 2      Enero de 2009



↘ Versión 3      Marzo de 2009



↘ Versión 4      Septiembre de 2009



↘ Versión 5      Diciembre de 2009 (definitiva)



### 4.3 Diseño y creación del sitio web

La creación del sitio web se realiza utilizando el gestor de contenidos (CMS) Joomla en su versión 1.5.8. La marca necesita una actualización continua de la página web y se opta por utilizar un gestor de contenidos para tener una página web dinámica para poder variar todos sus contenidos cuando se desee.

El proceso de producción seguido para la creación del sitio web ha sido el siguiente:

1. Compra del dominio.
2. Contratación de *Hosting/alojamiento*.
3. Instalación de *Joomla 1.5.8* en el servidor.
4. Registro en *Rocketheme.com* para la contratación del *Template Hyperion*.
5. Definición de la estructura y distribución de menús.
6. Creación de menús.
7. Instalación de módulos, plugins y componentes adicionales.
8. Introducción de artículos, secciones y categorías.
9. Diseño de la cabecera Flash de refuerzo a la imagen corporativa.



## 4.4 Conceptos y definiciones

- Dominio

Es la parte principal de una dirección en el web que usualmente indica la organización o compañía que administra dicha página. Existen 3 tipos de dominio:

- Genéricos: .com, .org, .net, .info, .biz, .edu, etc.
- Dominios territoriales de 2º nivel: .es, .cat, etc.
- Dominios territoriales de 3er nivel: .com.es, .nom.es, .org.es, .gob.es, etc.

- Alojamiento/hosting

Servicio que provee a los usuarios de Internet un sistema para poder almacenar información, imágenes, vídeo, o cualquier contenido accesible vía Web.

- Joomla

*Joomla* está calificada como C.M.S o *Content Management System*, sistema de gestión de contenidos, y entre sus principales virtudes permite editar el contenido de un sitio web de manera sencilla. Es una aplicación de código abierto construida mayoritariamente en *PHP* bajo una licencia *GLP*.

- Rockettheme

Empresa especializada en suministrar *templates* y *themes* para gestores de contenidos previo pago.

- Template

Un template/plantilla es una forma de dispositivo que proporciona una separación entre la forma o estructura y el contenido. Es un medio que permite guiar, portar o construir un diseño o esquema predefinido. Blogger, Wordpress o Joomla trabajan a partir de *templates* .



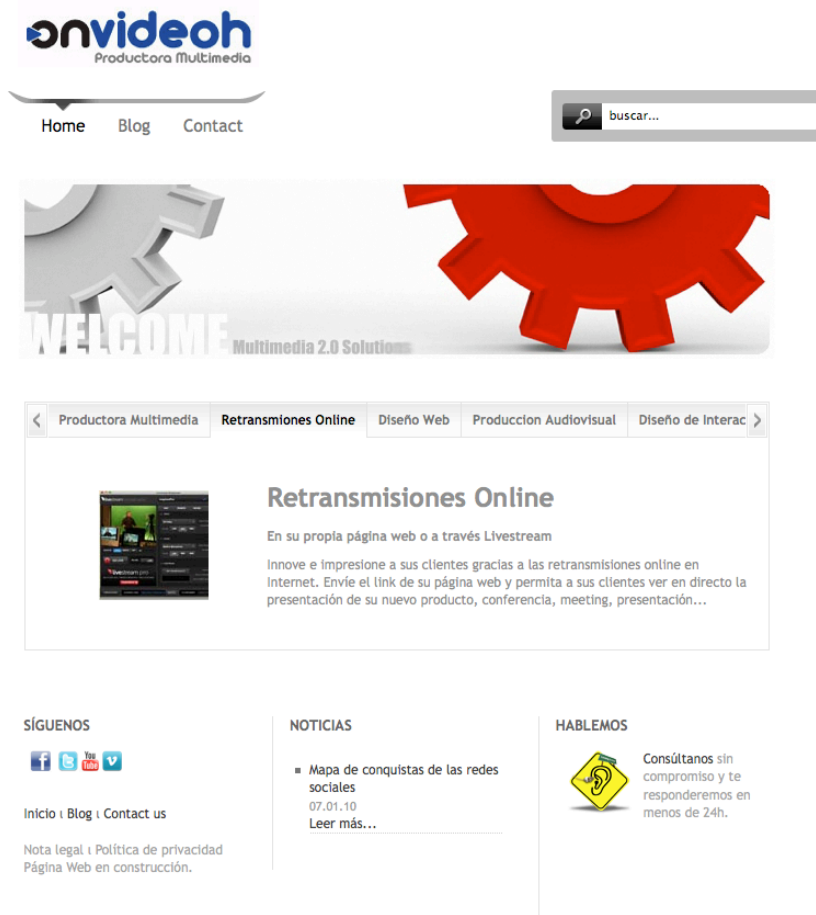
\*\*Posiciones disponibles para la distribución de los módulos del template *Hyperion*, elegido para el diseño de [www.onvideoh.com](http://www.onvideoh.com).

## 4.5 Estructura del sitio web

- Inicio/Home

La interficie gráfica de la página de inicio del sitio web está compuesta por 8 módulos visibles. Para la distribución y diseño de los módulos se han tenido en cuenta aspectos como la accesibilidad y la usabilidad.

Para el diseño de la web se utilizan módulos propios del *Template Hyperion* y módulos, componetes y plugins externos gratuitos adecuados a la página web.



\*\*Imagen del HOME de [www.onvideoh.com](http://www.onvideoh.com).

## 4.6 Estructura de los módulos de la página web



**Logotipo:** Imagen estática con el logotipo de la empresa.



**Menú de navegación:** Pestañas animadas interactivas con las diferentes páginas internas del sitio web.



**Buscador de artículos:** Módulo diseñado para que el usuario busque un artículos, secciones o categorías de la web a través de palabras clave y descripciones.



**Cabecera:** Animación flash de presentación de la empresa y de refuerzo a la imagen corporativa.



**Presentación de productos:** Módulo interactivo con la presentación de los artículos con los diferentes servicios que ofrece la empresa.

*Plan de Marketing*

**Mapa web y links a redes sociales:** links a las diferentes pestañas del menú principal del sitio web y logotipos de las diferentes redes sociales y plataformas donde poder seguir información corporativa de la empresa.



**Presentación aleatoria de noticias del blog:** presentación aleatoria de los artículos/noticias presentadas en el blog. El usuario puede acceder a las noticias del blog a través del titular de la noticia.



**Contacto:** módulo con el link al acceso de contacto de la empresa, visible en cualquier unidad de contenido de la página web.

## 4.7 Diseño del Blog

La finalidad del blog de noticias es facilitar el posicionamiento de la empresa en los buscadores y al mismo tiempo mostrar a los usuarios que la empresa está al día. La introducción de los artículos se realiza en función de temas de actualidad y tendencias relacionadas con el sector audiovisual y multimedia.

**Las 20 canciones más escuchadas en Spotify durante 2009**   

Lunes, 04 de Enero de 2010 00:00



 **Spotify hace público el listado con las 20 canciones más escuchadas durante 2009. "Black Eyed Peace" y "Beyoncé" se incluyen en el TOP con varias de sus canciones.**

Sin duda alguna, [Spotify](#) ha sido uno de los fenómenos web más interesantes del pasado año. La plataforma de reproducción musical online ha cambiado el concepto convencional sobre la música. La tendencia no es acumular álbumes y canciones en los discos duros sino reproducirlas directamente. Busca tú artista favorito, accede a todos sus trabajos y reproducélos las veces que quieras.

1. I Gotta Feeling by Black Eyed Peas
2. Right Round - Amended Album Version by Flo Rida
3. Sexy Bitch (Featuring Akon;explicit) by Akon, David Guetta
4. Poker Face by Lady Gaga
5. Halo by Beyoncé
6. Use Somebody by Kings Of Leon
7. Boom Boom Pow by Black Eyed Peas
8. Ayo Technology by Milow
9. When Love Takes Over (Feat.Kelly Rowland) by Kelly Rowland, David Guetta
10. Kids by MGMT

\*\*Una de las entradas publicadas en [www.onvideoh.com/blog](http://www.onvideoh.com/blog)

Cada artículo está compuesto por una fotografía/video, un *lid* de máximo de 4 líneas y un breve texto descriptivo sobre la noticia. Al pie del artículo se añaden los links correspondientes a las fuentes de información y de ampliación de la noticia. La intención de los artículos del blog no es profundizar sobre el artículo sino aportar

*Plan de Marketing*

información breve sobre artículos de interés.

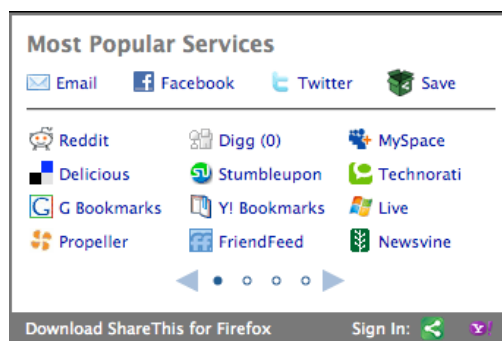
En la parte izquierda del *lid* se añade una fotografía/logotipo referente a la noticia. El motivo de la introducción de esta imagen es que sirva de refuerzo gráfico en caso de que el lector/usuario decida compartir el enlace en otras comunidades o redes sociales como puede ser *Facebook*.

▶ Parámetros - Artículo	
▶ Parámetros - Avanzados	
▼ Información de metadatos	
Descripción	La fotografía NO corresponde NI al cartel del Festival de Música Electrónica Sónar NI a la portada del nuevo disco de The Pinkertones.
Palabras clave	thyssen baronesa jose montilla fotografia 3d museo sant feliu guixols productora multimedia de barcelona audiovisual
Robots	<input type="text"/>
Autor	onvideoh

*Joomla* permite añadir metadatos y descripciones desde el panel de control del gestor de artículos. Cada uno de los artículos va acompañado de 10 palabras clave aproximadamente para que los motores de búsqueda lo encuentren con facilidad. La introducción y edición del texto, imágenes y videos se realiza a través de un editor *WYSIWYG*.

La finalidad del módulo de *google adsense* no pretende ser una fuente de ingresos de la página web. El objetivo de dicho módulo publicitario es simular el aspecto de blog convencional y al mismo tiempo crear la sensación al usuario que está visitando un blog con visitas.

En la barra lateral se incluyen los links a los perfiles de las redes sociales *Facebook* y *Twitter* para facilitar el seguimiento de los usuarios al blog de *Onvideoh*. (casi 1000 personas, empresas y organizaciones son amigos/seguidores a través de *Facebook* gracias a la actualización continua del blog)



## 4.8 Diseño de las tarjetas de visita

Cualquier comercial de cualquier empresa, independientemente del sector al que pertenezca, necesita una tarjeta de presentación. En este caso, las tarjetas de la empresa se realizan inmediatamente después de definir el nombre comercial. A continuación se presenta el modelo final.



\*\*Reverso 85x55mm



\*\*Frontal 85x55mm





## 5. Proyectos e iniciativas

- Grabación y postproducción de las entrevistas del programa radiofónico “*L'altra cara de la lluna*” editado por *ComRàdio*.

**Autores:** Nando Caballero/direcció, Gemma Moreno/producció, Ferran Pujol i José García/operadors i muntadors.

- Grabación y postproducción del concierto de la banda musical *Adan Ross*. Conjunto de piezas musicales editadas en la autoría del DVD promocional de y diseño de promoción.

**Autores:** Berta Cabezas, Ferran Pujol i Jose Garcia com a operadors de camera i muntadors. Hunab Moreno/so.

- Grabación, postproducción y autoría del DVD de la primera edición de la *Fira Medieval del Prat de Llobregat*.

**Autores:** Jose García en col.laboració amb *Buscaprat* i *Prat Gran Comerç*.

- Dirección, realización y postproducción del documental *Els Carrabiners i el semàfor de la platja del Prat*. Historia de los edificios recuperados por el Ayuntamiento del Prat. Se presenta al festival de medi ambient FICMA 2010.

**Autores:** Jose García i Anna Carretero.

- Grabación y postproducción de reportajes matrimoniales presentados en las páginas web de los clientes y en su correspondiente autoría personalizada de DVDs.

**Autores:** Jose García i Vanessa Martínez.

- Coproducción del capítulo piloto de la sèrie *BCN Live*.

**Autores:** Sergi Castellà (Direcció) i Jose García (aj. Direcció)

*Conclusiones*

## 6. Conclusiones

La creación del modelo empresarial de *Onvideoh* no solo se ha realizado durante el periodo lectivo dedicado al Proyecto Final de Carrera de la EUMPT. La idea empresarial empezó a desarrollarse en diciembre de 2008 y se ha finalizado en enero de 2010. Durante este tiempo, se han invertido aproximadamente unas 1500 horas teniendo en cuenta que durante 365 días se ha trabajado alrededor de unas 4 horas.

La principal inversión en el desarrollo de la propuesta de negocio ha sido el tiempo.

Gracias al sacrificio diario y desarrollo de este PFC, la marca comercial y el mecanismo de trabajo de la empresa se ha creado con éxito. Esto no quiere decir que la empresa asegure su continuidad y desarrollo ya que el mérito de la creación de empresas no es solo cuestión de crearlas y acomodarse, sino crearlas y seguir luchando con tenacidad y regularidad para mantenerlas.

Posiblemente, *Onvideoh* no sea un modelo de empresa precoz. En muchos de los servicios ofrecidos, todavía se necesita experiencia y formación que se pretende adquirir a medida que pase el tiempo.

Al fin y al cabo, *Onvideoh* es una afición. Un *hobbie* que pretende consolidarse como modelo empresarial con el paso del tiempo gracias a la experiencia en el medio audiovisual de José Antonio García Gallardo, su ambición y capacidad de trabajo.



## 7. Mejoras

Actualmente si buscamos en *Google* empresas con el texto “Productora Audiovisual Barcelona” la página web aparece en la tercera página y si buscamos “Productora Multimedia Barcelona” aparece en la cuarta posición. El posicionamiento de la página web en los principales motores de búsqueda de Internet es un aspecto especialmente importante para aumentar las posibilidades de éxito. Una de las mejoras que se pretenden llevar a cabo es mejorar, aún más, el posicionamiento de la página web.

La página web debe responder a las necesidades del cliente y el diseño y contenidos del *website* se adecuará a los avances tecnológicos y experiencia el gestor de contenidos Joomla. Se pretende añadir nuevas animaciones Flash para mejorar el diseño de la página web.

El resto de mejoras hacen referencia a la investigación en nuevas tendencias del mercado y en la formación en técnicas de trabajo. Investigar en nuevas herramientas de diseño web, avances tecnológicos en material audiovisual y estrategias SEO, son algunos de los campos en los que la empresa pretende mejorar a partir de la realización de proyectos prácticos y de formación.

*Bibliografia*

## 8. Bibliografía

Libros y documentos consultados:

- [1] Millán Tejedor y Ramón Jesús, *Marketing Online: cómo darte a conocer en Internet*. Creaciones Copyright, cop 2008.
- [2] Daniel Burgos, *Comercio electrónico, publicidad y marketing en Internet*, Mc Graw-Hill.
- [3] Mary Meerker, *La publicidad en Internet*, Granica 2001.
- [4] Miguel Sainz, *El productor audiovisual*, Síntesis 1999.
- [5] Escuela de cine Andoain, *Comunicación y expresión audiovisual*.
- [6] Francisco González Domínguez, *Creación de empresas: guía del emprendedor*, Pirámide.
- [7] Tara Calishain, *Google: los mejores trucos*, Anaya.
- [8] Inma Rodríguez, *Principios y estrategias de marketing*, Editorial UOC.
- [9] Fernando Trias Bes, *El libro negro del emprendedor*, Empresa Activa.

URLs

- [10] <http://www.joomlaspanish.org/>
- [11] <http://blog-marketing-internet.es/>
- [12] <http://www.videocopilot.net/>