



Dirección y Producción
de Medios Audiovisuales



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

TARRITO
PRODUCCIONES



+ CONCIENCIA
- IMPRUDENCIA



1. ONE PAGER



GENERO:

Drama y ficción.

DURACIÓN:

3 Min Aprox.

FORMATO:

Digital Full HD.

TEMA:

Cultura Ciudadana.



123.4
65783

2. TITULO, TEMA, PREMISA

+CONCIENCIA - IMPRUDENCIA

CULTURA CIUDADANA

“AL MANEJAR COMO ANIMALES NO SE VALORA VIDA”



3. EQUIPO DE DESARROLLO



DIRECTOR :
JEISSON MORENO, estudiante de Medio Audiovisuales,
amante del cine y la fotografía.



PRODUCTORA:
ANA MARIA CASTAÑO, estudiante de
Medio Audiovisuales, amante de la
música, y el arte en general.



STORY LINE

Luis, ocasiona un accidente que le cambia la vida, produciendo la perdida de su mejor amigo, **AL MANEJAR COMO ANIMAL NO SE VALORA LA VIDA.**



4. PREVISIÓN DEL FINANCIAMIENTO

LISTA AYUDA PARA EL DPA

ENTIDADES:

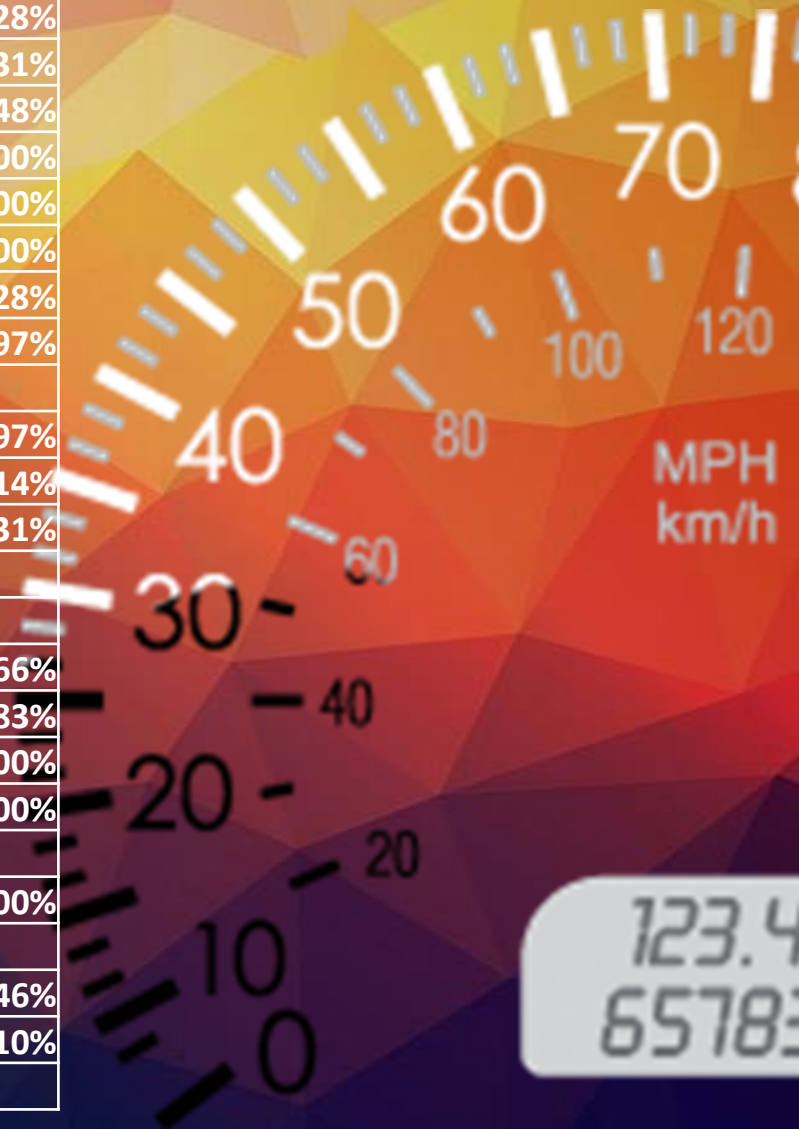
- SHATF marca de cascos, interesados en mostrar que son los mas seguros del mercado.
- KONTROL marca de cascos, interesados en mostrar que son los mas seguros del mercado.
- CONVOCATORIA DEL FDC



PRESUPUESTO DPA

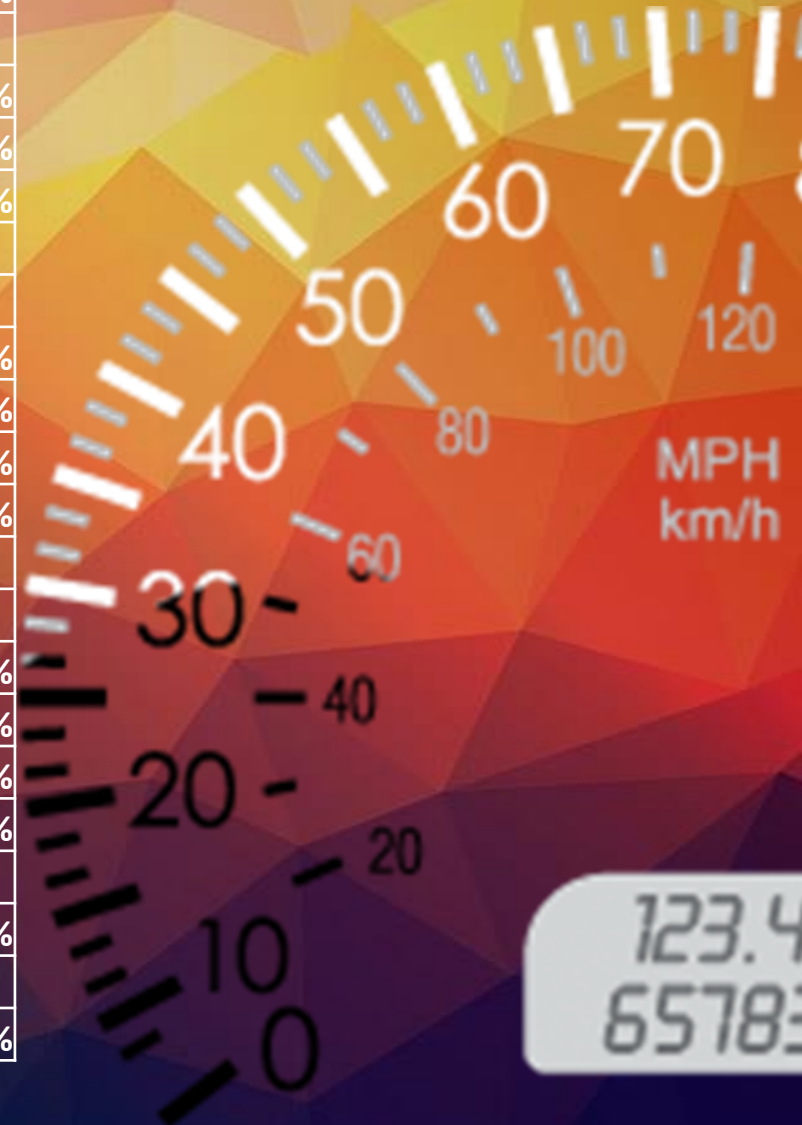
Modelo de presupuesto de DPA

Rubro	Descripción	Costo Unitario \$	Unidad de medida	Cantidad	Total \$	%
1	Director de DPA	\$ 1.000.000	Honorarios	1	\$ 1.000.000	18,28%
2	Jefe de negocios	\$ 200.000	Honorarios	2	\$ 400.000	7,31%
3	Guionista	\$ 150.000	Honorarios	2	\$ 300.000	5,48%
4	Editor de guión	\$ 0	Honorarios	0	\$ 0	0,00%
5	Jefe de investigación*	\$ 0	Honorarios	0	\$ 0	0,00%
6	Investigador*	\$ 0	Honorarios	0	\$ 0	0,00%
7	Director*	\$ 1.000.000	Honorarios	1	\$ 1.000.000	18,28%
8	Asesores de negocios	\$ 600.000	Honorarios	1	\$ 600.000	10,97%
9	Equipo técnico*					
9.1	Sonidista	\$ 600.000	Jornadas	1	\$ 600.000	10,97%
9.2	Director de fotografía	\$ 500.000	Jornadas	1	\$ 500.000	9,14%
9.3	Editor	\$ 400.000	Jornadas	1	\$ 400.000	7,31%
	Subtotal					
10	Alquiler de equipos*					
10.1	Cámara	\$ 100.000	Jornadas	2	\$ 200.000	3,66%
10.2	Sonido	\$ 100.000	Jornadas	1	\$ 100.000	1,83%
10.3	Isla de edición	\$ 0	Jornadas	0	\$ 0	0,00%
10.4	Material virgen	\$ 0	memorias	0	\$ 0	0,00%
	Subtotal					
11	Posproducción*	\$ 0	Jornadas	5	\$ 0	0,00%
12	Derechos					
12.1	Protagonista (Imagen e intimidad)	\$ 80.000	Honorarios	1	\$ 80.000	1,46%
12.2	Otros (10 en total)	\$ 30.000	Honorarios	2	\$ 60.000	1,10%
	Subtotal					



PRESUPUESTO DPA

13	Gastos legales	\$ 0	Honorarios	0	\$ 0	0,00%
14	Investigación de mercado	\$ 0	Honorarios	0	\$ 0	0,00%
15	Gastos de oficina					
15.1	Alquiler	\$ 0	Meses	0	\$ 0	0,00%
15.2	Servicios	\$ 0	Meses	0	\$ 0	0,00%
15.3	Varios	\$ 0	Meses	0	\$ 0	0,00%
	Subtotal					
16	Gastos de comunicación					
16.1	Teléfono	\$ 50.000	Meses	1	\$ 50.000	0,91%
16.2	Correo	\$ 30.000	Paquete	1	\$ 30.000	0,55%
16.3	Internet	\$ 30.000	Meses	2	\$ 60.000	1,10%
16.4	Otros	\$ 0	Meses	0	\$ 0	0,00%
	Subtotal					
17	Traslado y alojamiento					
17.1	Traslados rodaje	\$ 20.000	Jornadas	1	\$ 20.000	0,37%
17.2	Traslados pitching	\$ 20.000	Gasolina Moto	1	\$ 20.000	0,37%
17.3	Alojamiento pitching	\$ 0	Jornadas	0	\$ 0	0,00%
17.4	Otros	\$ 50.000	Paquete	1	\$ 50.000	0,91%
	Subtotal					
18	Otros gastos	\$ 1.000	paquete	1	\$ 1.000	0,02%
19	Imprevistos (10 %)				\$ 0	
	TOTAL				\$ 5.471.000	100%

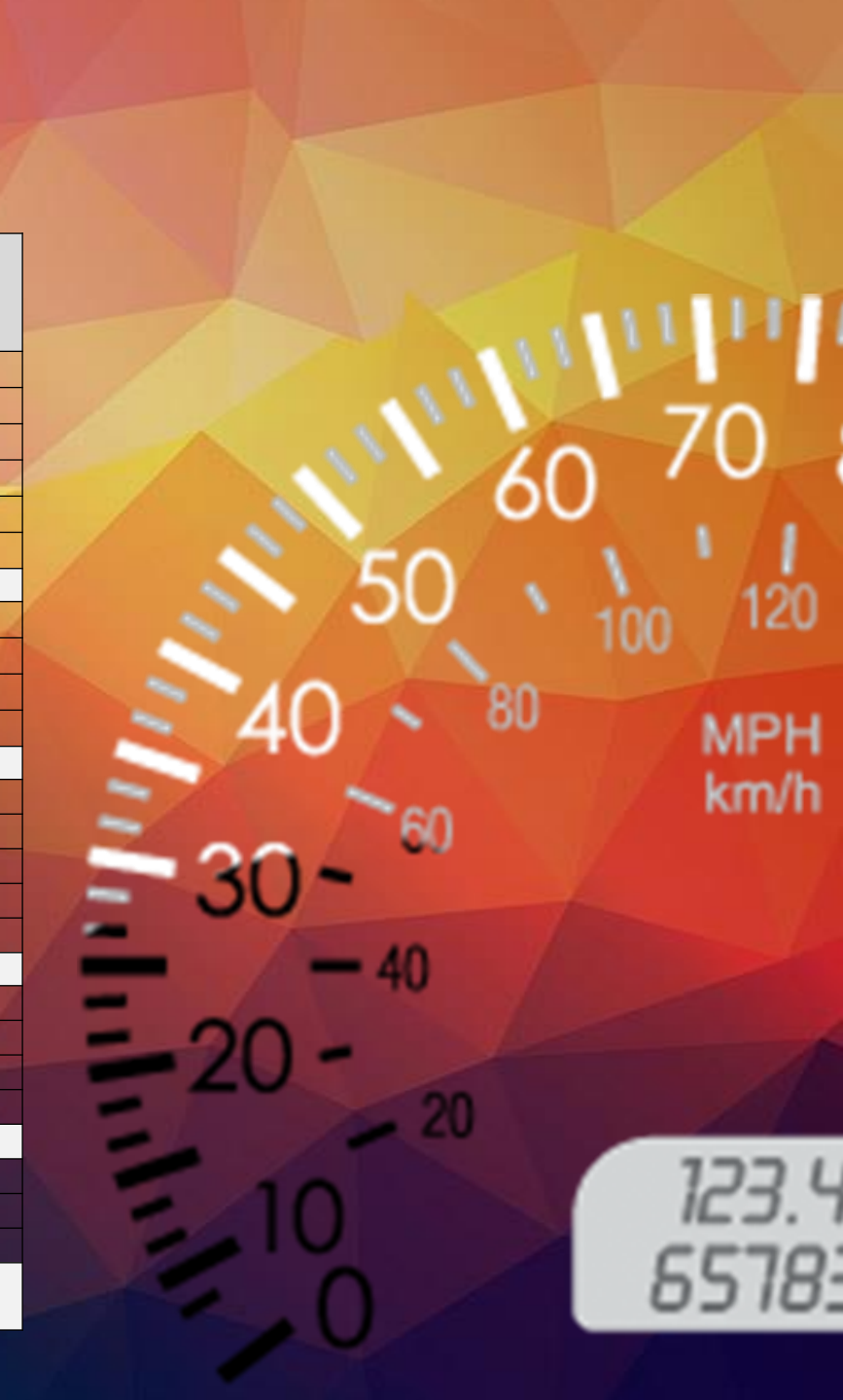


MODELO AUTOFINANCIAMIENTO DPA

RUBRO	DESCRIPCION	COSTO UNITARIO \$	UNIDAD DE MEDIDA	CANT.	TOTAL \$	%
1	DIRECTOR DPA	\$ 12.000	Honorarios	1	12000	33
2	JEFE DE NEGOCIOS	\$ -	Honorarios	1	0	0
3	GUIONISTA	\$ 20.000	Honorarios	1	20000	35
4	EDITOR DE GUION	\$ 8.000	Honorarios	1	8000	32
5	JEFE DE INVESTIGACION*	\$ -	Honorarios	1	0	0
6	INVESTIGADOR*	\$ -	Honorarios	1	0	0
7	DIRECTOR*	\$ -	Honorarios	1	0	0
8	ASESORES DE NEGOCIOS	\$ -	Honorarios	1	0	0
SUBTOTAL HONORARIOS		\$ 40.000				100

MODELO AUTOFINANCIAMIENTO DPA

RUBRO	DESCRIPCION	COSTO UNITARIO \$	UNIDAD DE MEDIDA	CANT.	TOTAL \$	%
9	EQUIPO TECNICO*	\$ -			\$ -	
10	ALQUILER DE EQUIPOS*	\$ -			\$ -	
11	POSPRODUCCION*	\$ -	JORNADAS	5	\$ -	
12	DERECHOS	\$ -			\$ -	
13	GASTOS LEGALES	\$ 3.000	Honorarios	1	\$ 3.000	
14	INVESTIGACION DE MERCADO	\$ 1.500	Honorarios	1	\$ 1.500	
	SUBTOTAL				\$4.500	
15	GASTOS DE OFICINA					
15.1	ALQUILER	\$ 450	Meses	6	\$ 2.700	
15.2	SERVICIOS	\$ 120	Meses	6	\$ 720	
15.3	VARIOS	\$ 30	Meses	6	\$ 180	
	SUBTOTAL				\$3.600	
16	GASTOS DE COMUNICACIÓN					
16.1	TELEFONO	\$ 150	llamadas	6	\$ 900	
16.2	CORREO	\$ 600	Paquete	1	\$ 600	
16.3	INTERNET	\$ 150	Meses	6	\$ 900	
16.4	OTROS	\$ -		0	\$ -	
	SUBTOTAL				\$2.400	
17	TRASLADO Y ALOJAMIENTO					
17.2	TRASLADO PITCHING	\$ -	Pasajes aereos	0	\$ -	
17.3	ALOJAMIENTO PITCHING	\$ -	Jornadas	0	\$ -	
17.4	OTROS	\$ 10.000	Trans. Permisos	5	\$ 50.000	
	SUBTOTAL				\$50.000	
18	OTROS GASTOS	1000	Paquete	1	\$ 1.000	
19	IMPREVISTOS (10%)				\$ 2.038	
	SUBTOTAL				\$ 3.038	
SUBTOTAL	SIN HONORARIOS				\$ 63.538	



123.4
65783

5. NOTA INTENCIÓN

Este proyecto está concebido para generar conciencia en cada conductor, puntualmente en los motociclistas. Soy motociclista desde hace 3 años en Bogotá y desde entonces he visto una gran cantidad de imprudencias cometidas por todos y cada uno de los conductores, sin importar que tipo de vehículo conduzca.

El espectador podrá familiarizarse con los actos del personaje principal; todos tenemos un conocido o amigo que maneja como un animal, pero si todos ponemos de nuestra parte podremos llegar a generar una cultura de inteligencia vial.



6. SINOPSIS

Luis, de 30 años, se transporta en moto en Bogotá, tiene problemas con los conductores de otros vehículos, debido a su falta de Cultura ciudadana, a raíz de esto se muestra como una persona neurótica al volante, siempre de mal humor. Su familia vive angustiada pensando que algo malo pueda sucederle mientras maneja.

Un día, Luis al ver el semáforo en amarillo acelera su moto a fondo, hay un ciclista que va a pasar la calle, en ese momento cambia el semáforo a rojo y lo atropella, teniendo en su mente cada conversación donde le dicen que recuerde tener cuidado y cambiara su manera de conducir. Luis cae y sufre un golpe que lo deja inconsciente. Estando en el piso, abre sus ojos, se ve reflejado en el espejo roto de la moto con un rostro distinto, como el de un animal; se levanta, con la visión un poco borrosa, consternado camina hacia el ciclista, con el afán de auxiliarlo; al ver que se trata de Javier su mejor amigo, recuerda cada momento que vivieron juntos, pero en particular una conversación en la trataron el tema de la cultura ciudadana y su manera de conducir. Javier le da un fuerte abrazo mientras le murmura al oído, gracias por todo y tenga mas inteligencia vial.

Luis, abre sus ojos, se ve en el espejo, se levanta y al voltear ve la bicicleta y a Javier ya no esta tendido en el suelo.

7. TRATAMIENTO

Luis, hombre de 30 años, maneja su moto como de costumbre, pero hay algo en lo que no para de pensar y es en las conversaciones que ha sostenido últimamente con las personas más importantes para él; Natalia su novia ya no deja que la lleve en la moto a ningún lugar, Lorena su hermana se despide cada día pidiéndole que se cuide y Javier su mejor amigo amante del deporte, siempre le dice que tenga más cultura ciudadana. Mientras tiene su mente ocupada con esto, observa que el semáforo cambia de verde a amarillo, acelera su moto a fondo, el semáforo a hora está en rojo, pero Luis no se percató que un ciclista va a pasar la calle; ya es muy tarde para reaccionar ante este inminente choque.



123.4
65783

7. TRATAMIENTO

Tendidos en el suelo, Luis abre sus ojos, se ve reflejado en el espejo roto de la moto, sorprendido al ver su rostro como el de un animal, se levanta y con la visión un poco borrosa se acerca al ciclista, le pregunta “¿está bien?”, y observa que es Javier su mejor amigo, todo lo que hace Javier es decirle “todo está bien tranquilo, pero tenga más conciencia vial”.

Luis abre sus ojos nuevamente, pero esta vez lo primero que ve es su rostro en el espejo roto de la moto, con su aspecto habitual, al parecer todo ha sido un sueño, sin embargo se levanta con la visión borrosa, y todo lo que ve en el suelo es su moto, sangre, la bicicleta y el casco de su mejor amigo Javier.

Según la Secretaría de Movilidad, en promedio cada tres días muere un motociclista por cuenta de un accidente de tránsito en Bogotá.

123.4
65783

8. ESCALETA

Ver Anexo 3

9. GUION

Ver Anexo 1

10. PRESUPUESTO

Ver Anexo 2

11. RETORNO DE INVERSIÓN

Según el modelo DPA el retorno de inversión sería de 1.000



12. PLAN DE MARKETING

Resumen ejecutivo.

+Cultura —Imprudencia, es una propuesta artística y de sentido social que pretende a través del trabajo y creación audiovisual transmitir un mensaje de conciencia en una historia que atrapara en pocos minutos al público, un cortometraje de drama y ficción que pretende marcar la diferencia de campañas y propuestas tradicionales, logrando quedarse en la mentes reflexivas de las personas de nuestra comunidad aumentando la conciencia vial y mostrando la final línea que tenemos entre la vida y la muerte.



Introducción

Título de la película	+Conciencia -Imprudencia
Premisa	Al manejar como animales no se valora la vida
Fecha estimada de estreno	20 de Mayo del 2016
Genero	Drama y Ficción
Elenco tentativo	Sin definir
Director Tentativo	Ana Maria Castaño
Guionista	Jeisson Moreno
Duración estimada	2 minutos
Calificación Estimada	Todo el Publico
Banda de sonido Tentativa	Música Alternativa



Público Objetivo:

Publico Primario:

Personas de un rango de edad entre los 23 a 35 años, solteras o con pareja residentes de ciudades principales del país, clase social media y alta con niveles de estudios medios o superiores, trabajadores con poder adquisitivo para compra y mantener una moto.

Publico Secundario:

Personas de 18 a 40 años, de estado el estado civil no es un factor determinante pero principalmente con familia, residentes de principalmente zonas urbanas del país, clases sociales media y alta con frecuencia usan sistemas de movilidad como vehículos y bicicleta.



Matriz FODA

Fortaleza:

- Los cortes que tiene entre plano y plano y lo que transmiten las imágenes del corto para recorrer todos los elementos que lo hacen atractivo al espectador
- La propuesta creativa que hace llamativa la forma en como se muestra la problemática social

Oportunidades:

- En el último año el alto índice de accidentalidad a llevado a la comunidad a un interés en la inteligencia vial y la precaución e la hora de conducir
- El aumento del uso de la moto como sistema de transporte

Debilidades:

- El corto no está enfocado a un público objetivo si no más relacionado con un medio de transporte y sistemas de seguridad vial que puede llegar que se confunda con el objetivo del corto

Amenazas:

- La calidad de equipos que se necesitan para realizar la filmación no estén disponibles por temas de presupuesto y disponibilidad.
- Bogotá está presentando cambio de clima muy drástico, por lo cual podemos tener retrasos en grabaciones por factores climáticos.



Público Objetivo:

Publico Objetivos de Marketing

- Lograr que el producto audiovisual final cumpla con las respectivas propuestas y planteadas desde el inicio del proyecto logrando así buena crítica y evaluación en los expertos de la universidad
- Crear una recordación y conciencia en los espectadores, que puedan entender el mensaje que se quiere muestra
- Logra que los espectadores y críticos vean el corto como un potencial de un futuro proyecto de conciencia social y trabajo de alta calidad audiovisual



Estrategia de Marketing:

- Se buscara una cobertura a nivel principalmente local (Bogotá) con canales de distribución no convencionales que no requieran de mucho presupuesto y así podamos llegar al público objetivo.
- El trabajo de marketing se realizara de manera concentrada en la CUN que es donde se realizar la primera del cortometraje para ver el impacto y respuesta del público ante el trabajo audiovisual detectara sus fallas y aciertos para llegar a otros teatros y publico.
- Se realizara estrategias de comunicación en medios masivos de fácil acceso (internet, redes sociales)



Estrategias de comunicación

- Se hará uso del internet, las redes sociales y de los espacios públicos de la universidad CUN para la campaña de expectativa donde las personas del rango de edad el público esperado acostumbren a estar. Estos medio de comunicación son de menos costos y ayudare a crear un difusión masiva espontanea.
- Se utilizaran personas con experiencias y relatos de accidentes viales para que puedan actuar como portavoces del corte y generen impacto en el publico
- Hacer uso de material gráfico e impreso para colocar en los espacios disponibles en la instalaciones de la universidad 1 o 2 semanas anteriores al estreno del corto



Propuesta de Venta:

+Cultura —Imprudencia, es una cortometraje de drama y ficción que cuenta la forma en como perdemos la vida al actuar de forma irracional a la hora conducir involucrando a aquellos que amamos en la fina línea entre morir o vivir





Piezas de Comunicación

Sitios de internet: YOU TUBE, VIMEO

Piezas graficas: Fotografías, poster.

Redes sociales: Facebook, Twitter.



Estrategia de comunicación:

Distribución de escala alternativa iniciando su proyección en la sala audiovisual de la universidad CUN en Bogotá y siguiendo en pequeñas salas de cine y de la ciudad para poder ser transmitida

Restricciones:

Deben aparecer los logos de la universidad y nombres de los colaboradores involucrado en el cortometraje.



Presupuesto de Marketing

Ítem	Descripción	Valor Unitario \$	Cantidades	Total
1	Marketing			\$ 600.000
	1 Investigaciones de mercado	\$ 600.000	1	\$ 600.000
	2 Gerente de Marketing	\$ -	0	\$ -
2	Diseño Grafico			\$ 2.230.000
	1 Diseño de pendones	\$ 350.000	3	\$ 1.050.000
	2 Diseño de material gráfico para internet	\$ 200.000	5	\$ 1.000.000
	3 Diseño de pakaging	\$ 180.000	1	\$ 180.000
3	Producción materia grafico			\$ 565.000
	1 Impresos en Vinilo (x mt2)	\$ 25.000	15	\$ 375.000
	2 Impresos en banner (x mt2)	\$ 18.000	5	\$ 90.000
	3 Impresión packaging	\$ 50.000	2	\$ 100.000
4	Compra espacios publicitario			\$ -
	1 Internet	\$ -		\$ -
5	Imprevisto 10 %			\$ -
	Total			\$ 3.395.000



13. PLAN FINANCIERO DE PRODUCCIÓN

	CONCEPTO	DETALLE	VALOR	%
PRODUCTORA	APORTES DE CAPITAL		\$ 1.000.000	1,35%
	Aportes en trabajo.	%Director, guionista, productor ejecutivo.	\$ 20.000.000	27,00%
	Aportes en especie.	Alquiler de equipos cámara e iluminación.	\$ 3.000.000	4,05%
	Créditos	TARRITO PRODUC.	\$ 10.000.000	13,50%
	PNT		\$ -	0,00%
	Esponsoreo		\$ -	0,00%
	Donaciones		\$ -	0,00%
	Pre-ventas de distribuciones.		\$ -	0,00%
	Premio y subsidios.		\$ -	0,00%
	Otros		\$ -	0,00%
Subtotal productora			\$ 34.000.000	45,90%
Co- productor1	Aportes de capital		\$ -	0,00%
	Aportes en especies		\$ -	0,00%
	Otros		\$ -	0,00%
Subtotal co-productor 1				0,00%
Co-productor 2	Aportes de capital			0,00%
	Aportes en especies			0,00%
	Otros			0,00%
Subtotal co-productor 2				0,00%
Subtotal financiado			\$ 34.000.000	45,90%
TOTAL PRESUPUESTO			\$ 74.080.000	100%
BUSCANDO			\$ 40.080.000	54,10%



14. POSTER



**+ CULTURA
- IMPRUDENCIA**

DIRIGIDA Y PRODUCIDA POR ANA MARIA CASTAÑO, ESCRITA POR JEISSON MORENO, DIRECTOR DE FOTOGRAFIA JEISSON MORENO, EFECTOS ESPECIALES KATHERIN PACHON Y JULIAN QUINTERO, CON LA ACTUACION DE JEFFERSON GASCA, ROCIO AYALA, LORENA QUITIAN

cin
Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

pta Dirección y Producción
de Medios Audiovisuales

TARRITO
PRODUCCIONES



15. Propuesta estética

Estrategia de comunicación:

Es una propuesta artística de sentido social, pretende a través de la creación audiovisual transmitir un mensaje de conciencia en una historia que atrapara en pocos minutos al público, un cortometraje de drama - ficción que pretende marcar la diferencia de campañas y propuestas tradicionales para estos temas, logrando quedarse en las mentes de las personas y de nuestra comunidad reflexionando sobre la conciencia vial, mostrando así la fina línea que tenemos entre la vida y la muerte.

Donde los efectos especiales usados son de gran importancia, también la utilizaría pesada como la moto y la bicicleta.



15. Propuesta estética

Heridas



15. Propuesta estética

Heridas



Mascara



16. CASTING

PER. PRINCIPAL:

Luis. Hombre entre 25 y 30 años. Motociclista

PER.SECUNDARIO:

Javier, Hombre entre 25 y 30 años. Ciclista

OTROS:

Natalia, mujer entre 24 y 27 años

Lorena, mujer entre 24 y 30 años.

