



Mireya Peñalver

UNA NOTICIA · UN PERSONAJE

IDEA PRINCIPAL: UNA NOTICIA, UN PERSONAJE

El contenido principal de **Actualici** se realizará a través de ***streamings* en Twitch**. En cada programa seleccionaremos una persona vinculada con la **actualidad periodística** y lo relacionaremos con un **personaje de ficción**. Nuestro modelo de negocio está pensado para un **formato transmedia**, de forma que emplearemos las redes sociales para incluir nuevos contenidos que crearemos a partir de los directos de Twitch. Así, los *streamings* contarán con una primera parte de noticias generalistas, una segunda parte de análisis y debate del personaje de ficción seleccionado a raíz de alguna de las noticias y una tercera parte de recomendaciones de cine. De tal forma que nuestro usuario pueda adquirir conocimientos vinculados con la actualidad y el cine.



Canvas del modelo de negocio

Socios claves

Productoras y distribuidoras de cine:

- Disney
- Universal Pictures
- Warner Bros.

Diarios digitales:

- El país
- El Mundo
- La Vanguardia
- ABC

Revistas especializadas en cine:

- Fotogramas
- Espinof

Plataformas streaming:

- Netflix
- HBO
- Amazon

Actividades claves

Tenemos un negocio B2B2C:

- Con empresas para la publicidad o acuerdos de colaboración.
- Con los consumidores.

Recursos claves

- Profesionales encargados de generar y compartir los contenidos.
- Capital que vamos a aportar como socios
- Infraestructura: estudio insonorizado.
- Tecnología: crear cuenta de Twitch y de Twitter, micrófonos, cámara, wifi, ordenadores.

Propuesta de valor

- Es un nuevo enfoque original para conocer la actualidad a través del cine y el cine a través de la actualidad.
- Por lo tanto, nos diferenciamos de la competencia uniendo ambas partes a través del desarrollo de la personalidad de un personaje ficticio que tenga semejanzas con una persona o acontecimiento de actualidad.

Relaciones con el cliente

- Trato instantáneo y directo.
- Recompensas por participación (merchandising o entradas por sorteo, descuentos).
- Gamificación por Twitter.
- Interacción en el debate de Twitch.

Canales

- Twitch
- Redes sociales
- Mail

Segmentos de clientes

- Personas entre 20 y 50 años.
- Que tengan acceso a internet y manejo de las tecnologías.
- Con interés por el cine.
- Empresas vinculadas al sector del cine para incluir anuncios y emplazamientos publicitarios.

Estructura de costes

- Diseñador de contenido en Twitter.
- Programador web.
- Dominio.
- Redactor.
- Base de datos.
- Hosting.
- Gestoría.
- Impuestos.

Fuente de ingresos

- Suscripciones
- Donaciones de subs.
- Publicidad
- Eventos
- Tarjeta de crédito
- Pay-Pal
- Transferencia bancaria

PESTEL

	Código	Descripción	Importancia	Duración	OP	AM
Políticos	P1	Orden económico de un país	1	LP	X	
	P2	Libertad de prensa	1	LP		X
	P3	Lobbies y grupos de presión	2	CP		X
	P4	Regulación y desregulación estatal	3	CP		X
	P5	Políticas fiscales	2	CP		X
	P6	Financiación	2	CP	X	
	P7	Subvenciones	2	CP		
Económicos	E1	Fluctuación de los precios	2	CP		X
	E2	Recesión	1	MP		X
	E3	Inflación	1	MP		X
	E4	Aumento de los costes laborales	1	LP		X
	E5	Aumento de la renta per cápita	2	CP	X	
	E6	Aumento de las inversiones en nuestro sector objetivo	3	CP	X	
	E7	Aumento de la demanda	3	CP	X	
Socioculturales	S1	Estructura de edad	2	CP		X
	S2	Índice de disminución de la población	2	CP		X
	S3	Distribución de la riqueza	1	LP		X
	S4	Brecha digital	3	CP		X
	S5	Hábitos de consumo	2	LP	X	
	S6	Modas - tendencias	3	CP	X	
	S7	Expansión del idioma (español)	3	CP	X	
Tecnológicos	T1	Nivel de innovación	2	LP	X	
	T2	Acceso a las nuevas tecnologías	3	CP	X	

Ecológicos y sostenibles	E1	Infraestructuras (de Internet)	2	CP		X
		Código Deontológico FAPE	3	CP	X	
		Código deontológico Colegio de Periodistas de Cataluña	2	CP	X	
		Código Deontológico del Sindicato de Periodistas de Madrid	2	CP	X	
		Código ético ANIGP - TV	3	CP	X	
		Libro de estilo VOCENTO	2	CP	X	
		Recomendaciones del Consejo Audiovisual de Cataluña	1	LP	X	
Legales	L1	Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia	2	CP	X	
	L2	Ley de Mercados Digitales y la Ley de Servicios digitales	2	CP		X
	L3	Ley 26/1984, de 19 de julio, General para la Defensa de Consumidores y Usuarios	2	CP		X
	L4	Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Arrendamiento de Vivienda	2	CP		X
	L5	Ley 31/1995, de 8 de noviembre, de prevención de Riesgos Laborales	2	CP	X	
	L6	Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de la seguridad de la información	2	CP		X
	L7	Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Arrendamiento de Vivienda	2	CP		X
	L8	Ley 24/2015, de 24 de julio, de Patentes (BOE)	2	CP		X
	L9	Ley Orgánica 5/2010, de 22 de junio, por la que se modifica la Ley Orgánica 1/1992, de 5 de mayo, de Regulación Jurisdiccional	2	CP	X	
	L10	Código de Responsabilidad Civil (BOE) (Responsabilidad Civil Extracontractual)	2	CP	X	
	L11	Ley 17/2022, de 5 de septiembre, por la que se modifica la Ley Orgánica 1/1992, de 5 de mayo, de Regulación Jurisdiccional	2	CP	X	
	L12	Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual	2	CP	X	
	L13	Ley de Mercados Digitales, marzo de 2022 (Unión Europea)	2	CP	X	
	L14	Ley 12/2021, de 28 de septiembre, por la que se modifica la Ley Orgánica 1/1992, de 5 de mayo, de Regulación Jurisdiccional	2	CP	X	
	L15	Ley 11/2022, de 28 de junio, General de Telecomunicaciones	2	CP	X	

DAFO



FORTALEZAS

1. Facilidad y óptimo manejo de las tecnologías.
2. Medio especializado en el sector del cine.
3. Implicación de los seguidores y fidelidad de sus suscriptores.
4. Ventaja del directo con feedback.
5. Creación en multiplataforma (gamificación).
6. Contenidos en directo y a la carta.



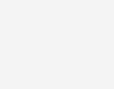
OPORTUNIDADES

1. Carácter global y gratuidad de la red.
2. No es necesario tener un sitio fijo de trabajo (infraestructura).
3. Expansión de la plataforma en un contexto excepcional, por ejemplo, de pandemia. Plataforma en expansión.
4. Aprovechamiento de la marca (Twitch) para mejorar nuestra presencia en la red.
5. La red ofrece mayor personalización y adaptación del consumo audiovisual.
6. Actualización de contenidos inmediatamente.



DEBILIDADES

1. Adquisición de los derechos de autor.
2. Competencia de podcasts similares en cadenas generalistas.
3. Dependencia de los desarrolladores de Twitch.
4. La remuneración depende del público, no es una correlación directa con el trabajo realizado.



AMENAZAS

1. Intrusismo (personas no expertas generan contenido para el entretenimiento/ocio).
2. Incapacidad ocasional de relacionar la actualidad con el cine.
3. Competencia de YouTube, Facebook, Microsoft, Sony, etc.
4. Brecha digital (público que no está en la red).

DAFO



CAMPAÑA DE INFLUENCIA



BLOGS DE REFERENCIA

Realizar colaboraciones con pequeños blogs.
que se dediquen a la publicación de contenidos sobre cine y beneficiarnos los dos de forma gratuita.

REDES SOCIALES



MEDIO PRINCIPAL



ANUNCIOS EN PRENSA Y REVISTAS

Anuncios en prensa y revistas generalistas o especializadas como Fotograma o Espinof.

Fotogramas **ESPINOF**

DISTRIBUCIÓN DE FOLLETOS

Aprovechamos que el miércoles es el día del espectador, como reclamo de la audiencia, para distribuirlos en cines como Cinesa o Yelmo.

Los fines de semana gran reclamo del público para asistir al cine.

EVENTOS

Acudiremos a festivales de cine como el de Málaga o San Sebastián.



CONCLUSIONES

Con nuestra empresa pretendemos informar a los **jóvenes de entre 16 y 30 años**, ya que estos jóvenes por lo general no recurren a los medios tradicionales como la prensa, radio o televisión para informarse. Pretendemos llegar a los jóvenes porque tienen un gran **manejo de las tecnologías** y los jóvenes entre 16 y 30 años son los que más utilizan Twitch para seguir informaciones deportivas o de videojuegos.

De esta forma, queremos incorporar un nuevo modelo de información, en el que no solo conozcan la actualidad informativa, sino que además conozcan la actualidad cinematográfica.

Nuestras informaciones son originales y se diferencian del resto porque ofreceremos una vinculación entre la **personalidad** de los personajes de **actualidad** y los personajes de **películas** (de acuerdo a la similitud en la personalidad). Es un modelo de comunicación que hibrida la información y el entretenimiento. Además, buscamos crear una narrativa transmedia en la que el usuario pueda interactuar con nosotros. Para ello generamos **gamificación** en otras **redes sociales** como Twitter o Tik Tok.

Por otro lado, les atraeremos realizando **sorteos y cuestionarios** que les mantengan enganchados a nuestro contenido.

Por último, hacemos que **Twitch crezca como marca** ofreciendo contenidos relacionados con el cine y la actividad periodística.