

ANEXOS

Olloboi



Natalia Pereira Fery
Antia Piñeiro Añón
Aldara Suárez Miguéns

ÍNDICE

1- ANEXO I.....	3
2- ANEXO II.....	6
3- ANEXO III.....	10
4- ANEXO IV.....	16
5- ANEXO V.....	22

ANEXO I

ANEXO I: Exploración do certame

'Este anexo é un resume da información desenvolta no arquivo grupal “1ª FASE EXPLORACIÓN GRUPAL”.

Oloboi é un festival de curtametraxes de carácter didáctico para estudantado/profesorado en Boiro; desenvolto dende 2010 pola asociación co mesmo nome. É unha das maiores plataformas de canteira do audiovisual galego e transcorre vía web de xaneiro a maio, mes no que culmina cun acto presencial con proxeccións, entrega de premios...

A historia do festival comeza no 2008 no instituto Leliadoura (Ribeira), cando se forma o Colectivo Audiovisual Rodaxe ca realización do proxecto de gravación dunha curtametraxe, chamado “Tolo Corazón”. Esta idea vaise xestando e no 2011 celébrase realmente o primeiro certame na Casa da Cultura de Boiro.

A partir de aí, o evento é concurrido por figuras como Miguel de Lira ou Tonhito de Poi e a capitanía vai adquirindo máis membros, enriquecendo o proxecto.

No 2016 o encontro repártese en 2 dúas en dúas estruturas: IES a Cachada e a Casa da Cultura, abarcando outros actos como charlas e “ollobradoiros”; para o ano seguinte nace o proxecto educativo que os define “Aprendo con Oloboi” e a “Muchachada Matiné” (cine de guerrilla). A celebración do acto trasládase aos Asteleiros Triñanes e cada edición abrangue maior cantidade de público e pezas presentadas.

Oloboi carece de seccións como tal, todo se presenta en conxunto; mais realízanse varias categorías á hora de premiar: Oloboi Peque (Intantil e Primaria), Oloboi Plus18 (centros de ensino superior ou profesorado), Oloboi Xubilo (profesorado xubilado), Oloboi Xeral.

As bases de participación implican que as pezas deben estar relacionadas co ámbito escolar de calquera nivel educativo, realizadas nos 3 últimos anos, sen estar presentadas anteriormente e accesibles a todo o mundo.

A organización do evento divídese en varias categorías:

1. Capitanía (organizadores principais): Ana Moreiras (docente luguesa no IES A Cachada de Boiro; labores de coordinación, produción e comunicación dende 2010), Lolo Garrido (ourensá docente no CPI de Catoira; labores de coordinación e deseño dende 2010), Susana Diz (ourensá e licenciada en Belas Artes; labores de coordinación, produción e arte dende 2013), Petro Álvarez (ourensán, docente no CPI Eusebio Lorenzo Baldeirón de Dodro; labores de coordinación e xestión dende 2010), Yaiza Vicente (boirense licenciada en comunicación audiovisual; labores de produción, xestión e deseño informático dende 2016), Francisco Javier Paz (padronés, técnico en informática; labores de xestión e deseño informático dende 2017) e Sara Hermo (boirense, licenciada en cine; labores de produción e Community Manager dende 2019).
2. Cómplices e invitados especiais: Esmorgantes, Mónica García, Marta Doviro, Tonhito de Poi, Marcos e Touriñán, Alberto de Boiro, Monti Castiñeiras, Sabela Arán, Quique Otero, María Yáñez, Sabela Herminda, Xesús Ron, Camila Bossa, Alfonso Zarauza, Morris Durán, Lino Braxe.

Existen certames similares cos que Olloboi comparte determinadas características, tales como:

- **FIC ANDAINA:** evento que busca a integración e fomento das capacidades dos nenos con diversidade funcional, e as súas pezas deben tratar este tema ou cunha persoa pertencente a este grupo. Contan cunha sección escolar para alumnado e docentes de centros educativos.
- **MARES DA FIN DO MUNDO:** mostra de cine documental relacionada co medio ambiente e pesca sostible, celebrado en Outes. Contan cun taller para nenos a partir de 14 anos.
- **SOMOS A CURTA:** festival nado na facultade de Ciencias da Comunicación da USC no 2011, actualmente centrado en pezas audiovisuais en galego de cinema real; promovendo a realidade galega a través do audiovisual.
- **ASOCIACIÓN AO NORTE** (Viana do Castelo): asociación que propón actividades de aprendizaxe abarcando diferentes niveis de ensinanza: Olhar o real (experimentación documental), Video na escola (promover primeiro contacto ca linguaxe audiovisual), Historias na plaza (sensibilizar no proceso de preparación e rodaxe film), El Lumiere na aula (proxecto pegadóxico para brindar espazo creación audiovisual), Cinepoesía (texto poético realizando videos a partir dun poema), ¡Acción!- Festival Nacional de Video Escolar (promover práctica e cultura no contexto audiovisual e fomentar o intercambio de ideas).

Olloboi conta con presenza nas RRSS, así como unha páxina web e presenza en diferentes periódicos e medios. As súas redes sociais son Facebook, Twitter, Flickr, Vimeo, Instagram e Youtube.

Cartaces: O Olloboi ao longo dos anos, foi tendo diferentes carteis promocionais os cales se van adaptando as diversas liñas temáticas. A evolución dos mesmos co paso dos anos está recollida, como xa se indicou, en “1ª fase de exploración grupal”.

Exemplos:

2010



2019



Logos: ao igual que os cartaces, van evolucionando co paso dos anos

Exemplos:

2010



2020



Premios: José Sellier (2020), Mestre Mateo (XVIII Edición), Boa Práctica de Xestión Cultural en Galicia (2018)

ANEXO II

ANEXO II: Obxectivos de promoción

Este anexo é un resume do documento “Melloras Promoción”, no cartafol individual de Antía.

Definimos unha serie de obxectivos a acadar co noso plan de promoción, concretando en cada un deles como levalos a cabo, según as ferramentas xa mencionadas na memoria no apartado “Métodos”.

1. CREACIÓN E MANTEMENTO DUNHA REDE LOCAL FUNCIONAL

O evento de Olloboi, aínda que acolle a toda a contorna galega, realízase en Boiro, polo que nos esforzamos en incluír a patrocinadores/colaboradores de esa zona; propoñendo unha rede cos diferentes locais para manter a presenza do Olloboi durante todo o ano e fomentando a sensación de integración.

Para isto, propoñemos crear elementos como pegatinas para locais e centros, placa conmemorativa para o concello e alusión no catálogo.

2. CREACIÓN, COIDADADO E MANTMENTO DUNHA REDE RELACIONAL

Festival-centros

Olloboi conta cunha axenda desactualizada de profesorado e participantes e, debido a iso, a comunicación con eles límitase á participación no taller e no día do festival.

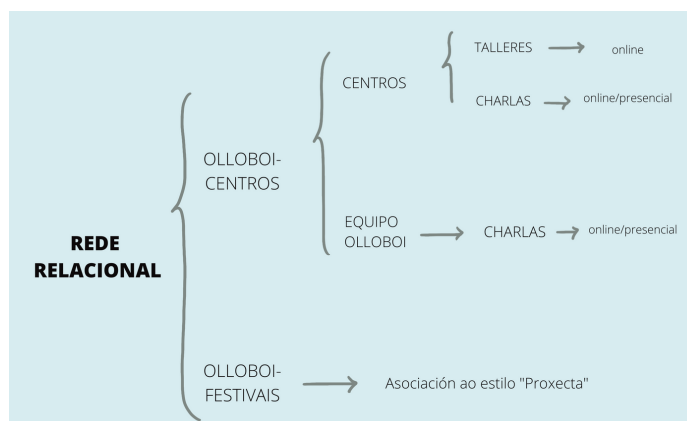
Pretendemos establecer unha comunicación constante para que sexan un elemento activo da promoción:

- a) Que os centros que soen acudir o festival dean charlas e talleres no festival, para falar da súa experiencia e a aprendizaxe do festival. Para a distribución disto apoiariámonos na rede xeográfica de participantes creada, con isto publicitaríase o festival por toda a contorna galega.
- b) Membros de Olloboi acudirían tamén durante o ano a falar e promocionar Olloboi nos distintos centros galegos. Isto responde a idea de que a rede festival-centros non é algo puntual, senón que debe manterse. (O ideal sería unha que unha figura en exclusiva se centrara en manter contacto entre ambos e xerar información).

Mencionar o coidado do “efecto chamada” (que non fora inasumible); os centros interesados en participar (charlas/taller) falarían antes co festival e organizaríase un calendario anual para reparto actividades. Se foran demasiados pediríase participacións puntuais nas RRSS.

Olloboi e outros festivais:

Partindo da idea da iniciativa “Proxecta”, vemos necesario relacionar Olloboi con outros festivais, loitando cun dos problemas que o marcan: a “morte” das pezas alí. Propoñemos a posta en contacto con festivais semellantes para acadar unha comunicación cos mesmos e facer prostas comúns, aumentando a popularidade de todos os que se unan a esta iniciativa.



(Esquema ilustrativo da rede relacional proposta. Elaboración propia)

3. OPTIMIZAR A SÚA PRESEZA WEB E NAS RRSS:

Páxina web

Mellorar a disposición e a configuración da páxina web de Olloboi, facéndoa máis intuitiva e sinxela.

División en infantil e adulto:

No menú inicial, separar a pantalla en dúas seccións: unha para nenos e outra para adultos. Refacer o deseño da páxina, con dous botóns principais que nos leven ao portal que precisamos:

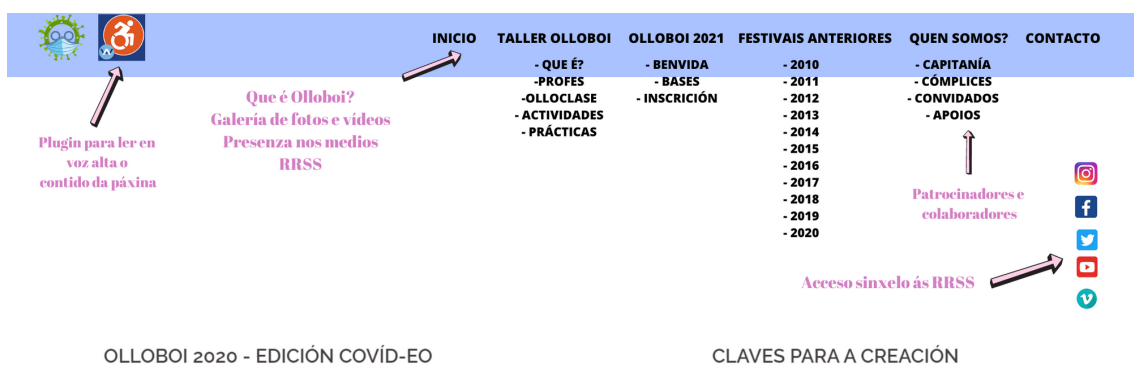
- Na parte infantil o peso reside nas cousas que eles poden facer no festival (como os talleres), con menos texto e máis contido interactivo (vídeos dos gañadores, RRSS...).
- Na parte adulta, visualizaríase o contido ao completo, con elementos que aos rapaces non lle interesaría tanto (patrocinadores...). Seccións mellor divididas.



(Exemplo ilustrativo da pantalla inicial de Olloboi)

Mellorar a disposición e asegurar a accesibilidade a persoas con diversidade funcional

Adaptar a páxina web para que sexa accesible a todo o público, facilitando o acceso para aqueles con algún tipo de diversidade funcional. Definimos varios puntos para acadalo: imaxes acompañadas de descrición alternativa, vídeos subtítulos/con audio descritivo, plugins que faciliten lectura de contido... (ferramentas explicadas en "Melloras Promoción"). Mencionar para isto o plugin WP Accessibility e chaado Accessibility Wordpress Plugin (Monkey) como elementos cruciais para acadar isto.



A pandemia non acouga e as expectativas de volver ás aulas con normalidade non son altas. O que é aínda peor: nin sequera sabemos cando poderemos celebrar o estarmos xuntos cun bo abrazo.

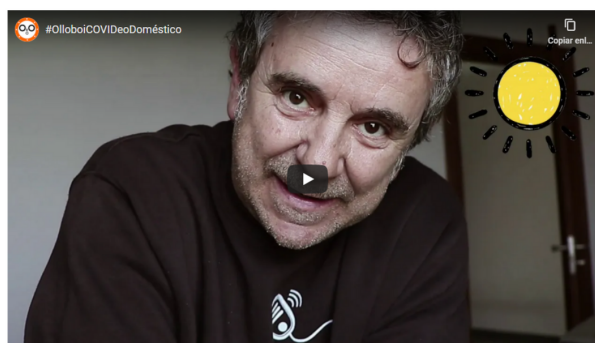
Nestas condicións, o Festival Olloboi que coñecemos carece de sentido. Promovemos a creatividade e o compromiso a través do cine, pero sempre na base do convívio, da experiencia compartida, da celebración.

Non por isto deixamos de traballar para a canteira do noso cine: neste tempo elaboramos dous **videotutoriais** para facer videocreacións na casa (a **creación** e a **edición**) con mobil, e convocamos a categoría **Olloboi COVID-EO**.

Propoñémosvos que xuntedes enerxía e participades nela, agora que empezamos a asimilar o ritmo das teleclases e que a tempestade amaina. Queremos coñecer o voso relato, real ou ficticio, do que **pasou e do está por vir**. Podedes enviarnos esas pezas **ata o 11 de xuño** no **formulario** que atoparedes máis abaixo. Desde o 12 ata o 18 de xuño abriremos voto telemático para que todo o mundo poida escoller unha das creacións presentadas a concurso. O **venres 19** fallaremos as dúas curtas gañadoras: a **do público** e a **do Equipo Olloboi**. Ambas pezas terán un premio en merchandising de Olloboi e poderán **asistir a unha rodaxe real** en canto as condicións de seguridade o permitan.

O resto de pezas enviadas pasarán ó concurso **Olloboi 2021**, e estade seguros dunha cousa: celebraremos o 10º aniversario con todo o respecto que vos merecedes!

Unha forte aperta e a seguir creando. Ollobois!



(Exemplo ilustrativo de adaptación da páxina)

Redes Sociais:

Ampliar a cobertura e modernizar o contido das RRSS de Olloboi; tendo o público máis novo como target principal. A estratexia de difusión en redes focalizaríase fundamentalmente, aínda que non en exclusiva, en Instagram e TikTok.

Instagram

- Vídeos sobre o festival: seguindo a idea dun vídeo promocional, pero máis reducido de tempo. (IGTV/Post/Reels, segundo a duración de cada peza).
- Fragmentos de obras seleccionadas: pequenos fragmentos de obras xa publicadas que xeren interese (post).
- Vídeos de personaxes famosos que participan cada ano: os vídeos promocionais da páxina web adaptados a cada rede, presentando o xurado de cada ano. (IGTV/Post)
- Entrevistas aos gañadores: contactando cos centros participantes en edicións anteriores, para que fixeran un vídeo contando a súa experienci no festival.
- Stories amosando o proceso: pequenas pistas e adiantos do que estamos a facer (montando o escenario, preparando premios...) creando así un diálogo constante.

TikTok

- Adaptación do taller de Olloboi (xa existente) ás RRSS. proposición de pequenas probas e retos relacionadas co evento e co que nel se fai, para que os nenos se divirtan e graven contido que contribúa a difundir o festival. Premiaríanse con recompensas como “Trofeo á creatividade online”.
- Emprego de hashtags: desplegar unha serie de hashtags nos vídeos creados para fomentar a creación dunha comunidade e facilitar acceso.
- Vídeos de personaxes famosos que participan cada ano/sobre o festival/sobre o proceso: semellante a Instagram; pero con matices distintos que xeren visión global.

Twitter

Emprego de hashtags: ferramenta enfocada aos pais/profesores que queiran amosar o que fan os nenos, compartindo enlaces dos vídeos a Instagram/TikTok ou (re) subindo vídeos e fotos a esta plataforma. Ex.: #Olloboi, #Olloboi2021, #OlloboiRetodeActuacion; fomentando comunidade online

Facebook

Tono adulto/informativo, centrado en pais e profesores. Subir estados, vídeos, fotos... aportando maior cantidade de información.

En resumo, transformar e adaptar o taller de Olloboi cas particularidades de cada plataforma; fomentando a creación de contido por parte dos rapaces. Dicar que as RRSS adecúanse a profesorado/alumnado, para que poidan facer uso sinxelo das mesmas.

Ferramentas: IGTV, Reels, Posts, Stories, Tiktoks, Hashtags. (A explicación de cada ferramenta atópase en “Melloras Promoción”, como xa indicamos). O obxectivo é relacionar todas as redes para que, ao visitalas todas, a información se complementa (así como ca páxina web).

4. APOIO EN MEDIOS ESPECÍFICOS

Contar ca promoción en medios tradicionais/online, articulando os valores dos que goza o festival e valor xerado a nivel social; centrándonos en medios específicos.

- Medios locais: asegurando rede local potente. Ex.: La Voz de Galicia, Faro de Vigo, Diario de Arousa... (xa os apoiaron anteriormente).
- Páxinas web específicas: páxinas web, blogs e canles do ámbito cultural e educativo. Ex.: Balea Cultural (<https://balea.gal/>), Yorokobu (<https://www.yorokobu.es/>)... que falan de cultura e adican espazo a aquilo relacionado co cinema; ou El Diario de la Educación (<https://eldiariodelaeducacion.com/>) que trata todo o relacionado co mundo da ensinanza. Son así novos e innovadores focos de promoción.
- Medios rexionais: a pesar da dificultade de acceso, tentar acceder a eles redefinindo os beneficios xerados polo festival.

Os beneficios a mencionar de Olloboi, recollidos no propio Catálogo que imos realizar, son os seguintes: a importancia que ten o taller para aproximar aos cativos ao sector audiovisual, posto que son ferramentas cas que van traballar máis adiante, a estimulación da creatividade e o traballo colectivo a través das pezas que levan a cabo, o fomento da lingua galega e de valores como a igualdade e a cooperación.

5. PLATAFORMAS COMPLEMENTARIAS

Apoio en plataformas como FilmNow, axudando a alongar a vida das pezas presentadas ao festival; como mecanismo de axuda para a distribución das obras en outros espazos.

ANEXO III

ANEXO III: DISEÑO DE PRODUCTOS

CAMISETAS

Elemento de Merchandising

Cantidad: 50 unidades

Cor: branca

Talla: M (única talla)

Material: algodón 100%, gramaxe 150

Parte dianteira: logo de Olloboi no lateral esquerdo

Parte traseira: texto “Olloboi 2021” na parte superior, e con 6 patrocinadores debaixo

Prezo produción: 3,27€/unidade

Prezo venda: 10€/unidade

Beneficio por unidade: 6,73€

Proveedor: “Regalos Publicitarios” (<https://www.regalospublicitarios.com/>)



MOCHILAS DE TEA

Elemento de Merchandising

Cantidad: 50 unidades

Cor: negra

Tamaño: 36x42cm

Peso: 4 gramos

Material: poliéster RPET elaborado a partir de plástico reciclado

Parte dianteira: logo de Olloboi

Parte traseira: logos dos principais investidores cun máximo de seis.

Prezo produción: 2,09€/ unidade

Prezo venda: 8€/unidadeBeneficio por unidade: 5,91€/ unidade

Proveedor: “Regalos Publicitarios” (<https://www.regalospublicitarios.com/>)



CHAVEIROS

Elemento de Merchandising

Cantidad: 100 unidades

Cor: verde fosforito

Tamaño: 6 cmPeso: 2 gr

Material: chapa de metal para o enganche e goma para a parte redonda de cor verde

Parte dianteira: logo de Olloboi

Parte traseira: logos dos principais investidores cun máximo de seis.

Prezo produción: 1,23€/ unidade

Prezo venda: 4€/unidadeBeneficio por unidade: 2,77€/ unidade

Proveedor: “Regalos Publicitarios” (<https://www.regalospublicitarios.com/>)



PLACA DE RECOÑECIMENTO

Regalía en sinal de recoñecemento polo apoio brindado

Material: placade aluminio, enmarcada en caoba

Dimensións: 19x23cm

Prezo: 19€ (inscrición e estoxo incluídos)

Gastos de envío: 4,95€

Proveedor: Wanapix (<https://wanapix.es/>)



PEGATINAS

Unidades: 500

Tamaño: 105 x 148 mm (A6)

Bordes: cuadrados Color: varios verde, azul e negro

Parte dianteira: logo de Olloboi, ano da edición, texto indicando que é un colaborador do festival.

Prezo: 20,56€

Proveedor: 360imprimir (<https://www.360imprimir.es/>)

Fornada de pegatinas co logo de Olloboi para locais e centros participantes, indicando que son lugares que apoian ao festival.

Optamos por unha estética sinxela para que destaque por enriba de todo o feito de que o espazo no que están ubicadas forman parte da rede de colaboradores do Olloboi. Finalmente acabamos escollendo a opción 2.2 co borde negro, aínda que incluimos todas as propostas:



Opción 1



Opción 2.1: borde verde



Opción 2.2: borde negro



*Opción 3.1: logotipo
Olloboi incluido*



*Opción 3.1: logotipo
Olloboi sen incluír*

CATÁLOGO

Definimos como se podería realizar o catálogo, aínda que debido a escaseza presupostaria, cremos que poderían limitarse á versión online (alentada pola situación actual, onde prima a comunicación virtual). Dito isto, se o festival o decidise, engadimos a proposta de catálogo que adoptamos como máis viable.

Características:

Páxina: ProPrintWeb (<https://www.proprintweb.com/>)

Cantidade: 100 unidades

Tamaño: DIN A5 (14,8x21) (vertical)

Páxinas: 32Color: 4+4 (dos caras, todo color)

Tipo papel: estucado mate 135grCubierta: estucado mate 250 gr

Prezo produción: 385€ (3,85€/unidade)

Prezo venda: 5€

Descrición:

Breve libro que recompila pezas e actividades realizadas ao longo das edicións; así como datos sobre a localización, fotografías varias, premios e críticas... de xeito que se vexa de maneira visual o recorrido realizado. Elemento moi visual que contaría con:

- Fotos do evento.
- Recopilación das actividades que se realizaron no evento máis con anterioridade, dando unha descrición bastante completa.
- Recopilación de todas as pezas participantes, con unha descrición e máis enlace a peza visual.
- Ilustracións sobre o cartaz e máis o logotipo, engadindo tamén o proceso de creación e bosquexos anteriores.

Nesta edición o catálogo farase de forma online debido ó escaso presuposto co que conta o festival, polo que non se engadirán os costes ó apartado de presuposto.

FLYERS

Creariamos uns folletos trípticos para entregar aos diversos centros para que os alumnos e profesorado esté informado do festival e que contén coa información máis relevante de forma visual, axudandonos a crear un impacto e expectación por parte dos participantes.

Como nos caso dos cartaces, poñeríamos en contacto co noso patrocinador Mascolor, que no caso de que non fose posible, decidimos informarnos por outros medios.

Características:

Páxina web: ProPrintWeb (<https://www.proprintweb.com/>)

Cantidad: 1000

Tamaño final (cm): DIN A6 (10,5 x 14,8) (vertical)

Cor: 4+0 (unha cara, todo cor)

Tipo de papel: Estucado mate de 90gr.

Prezo: 45,71€



CERTIFICADOS

Os colexios os cales realizaron os talleres propios do festival, recibirían unha acreditación ou certificado o cal reflicte o tempo invertido no aprendizaxe e formación dos máis novos en acompañamento do profesorado.

Reflexaríase o manexo de ferramentas audiovisuais, como por exemplo distintos programas sinxelos de edición de son e vídeo. Tamén o uso de dispositivos, como cámaras e micrófonos, os cales empregarán para realizar as súas curtas.

Este elemento non é puramente de marketing, se non que axuda a promocionar o festival e a dotalo de certo recoñecemento.

Os certificados enviaríanse vía mail a cada un dos centros que os completara, aforrando deste xeito o gasto de impresión e a posibilidade de que cada centro repartise copias para os alumnos, no caso de decidilo necesario.



Lugares de acceso aos produtos

Para poñer o merchandising en lugares accesibles ao público, estivemos baraxando varias opcións, e as máis viables foron as seguintes:

- **Stands evento:** o propio día do evento, nunha parte do espazo onde realizaremos o festival, colocaremos uns postos cos produtos que ofrecemos a venda: os chaveiros, as mochilas e as camisetas.
- **Stands provedores:** en determinados locais que promocionan e colaboran co evento temos pensado deixar algúns dos produtos para que a xente que esté interesada en adquirila se poida pasar con anterioridade para compralos.
- **Web oficial (sección adultos):** na páxina web, na sección de adultos, engadiremos un apartado que sexa a tenda para que se poidan realizar compras. Un dos principais motivos a hora de ubicar esta opción na sección de adultos é non incluír compras na sección infantil. Ademais, consideramos que para realizar estas compras é necesario ser maior de idade.

O prezo dos produtos en calquera dos postos de venda serán os mesmos sen ningún tipo de gasto de xestión añadido, a excepción da páxina web, na cal non se incluírán os gastos de envío, os cales correrán a conta do comprador. É dicir, a maiores do prezo do produto, ténselle que sumar o envío.

Ficha breve do destinatario

- **Público:** todos os elementos de merchandising elaborados (camisetas, chaveiros e mochilas de tea) están pensados para que os participantes de Olloboi (rapaces e adultos) podan mercar o que máis lles guste.
- **Investidores e patrocinadores:** no caso de investidores e patrocinadores pensamos en repartir entre eles unha serie de cartaces para que poñan nas súas oficinas e pegatinas como recoñecemento por axudar ó festival.

ANEXO IV

ANEXO IV: CUSTES E AMORTIZACIÓN

(Tema explicado en profundidad no arquivo CUSTES E AMORTIZACIÓN que podemos atopar na carpeta grupal)

1. BÚSQUEDA DE AXUDAS

Pensando en buscar un maior financiamento co obxectivo de realizar todas as melloras pensadas, atopamos una axuda do Ministerio de Cultura y Deporte, ras analizar todas as opcións posibles, que pode adaptarse a nos.

Estudando a axuda observamos que Olloboi pode chegar a recibir 3000€, tendo en conta unha táboa que explica os puntos que reciben os festivais dependendo de se teñen os elementos necesarios ou non e Olloboi conta con 50.

- DESTINACIÓN DE PRESUPOSTO

Contando co presuposto estimado actual que teñen (3.000€) e máis o que podemos obter grazas a axuda do Goberno (3.000€), poderían contar cunha suma de 6.000€, o dobre do que contaban con anterioridade.

Co novo presuposto, pasariamos a centrarnos en 4 elementos os cales consideramos bastante relevantes e que tamén podemos mellorar:

- A páxina web adaptada para todo tipo de persoas.
- Mantemento das plataformas (tanto redes sociais como a web).
- Desprazamentos (tanto dos invitados como do profesorado). Como non é cuestión de promoción non incluímos descrición, aínda que si no financiamento (que non supón ningún gasto).
- Merchandising
- Outros recursos:
- Asociación de festivais
- Crowdfunding

Páxina web adaptada

O principal obxectivo deste apartado é conseguir que a páxina web esté disponible para todo tipo de persoas con diversas necesidades. Para iso, estivemos valorando unha serie de posibilidades e, ó final, escollemos estas:

- WP Accessibility: é un plugin que axuda cunha variedade de elementos moi ampla de accesibilidade nas páxinas de Wordpress. Permite descricións de imaxes, o usuario pode modificar a súa experiencia na web, engade enlaces de salto... É gratuíto.
- Accesibility Wordpress Plugin (Monkey): engade á páxina web o discurso, lecutra e opción de acceso máis sinxelo a persoas con dislexia, baixa alfabetización e discapacidade visual. Costa un total de 26€.

Mantemento das plataformas

Como o festival xa conta cun equipo de informáticos non é necesario contratar axuda externa para que se ocupe da xestión das RRSS e da páxina web. De todas formas debemos ter en conta os gastos de dominio web: 25€/ano (tarifa Bussiness).

Merchandising

O merchandising é unha opción moi interesante porque faría que acadásenos unha maior difusión dunha forma indirecta pero efectiva. Aínda que o festival conte actualmente con camisetas (que entregan como agasallos a alumnos e profesores) nós pensamos en facer produtos para obter beneficio: mochilas de tea, chaveiros e camisetas co logo do festival e os logos dos principais investidores.

Outros recursos:

- **ASOCIACIÓN DE FESTIVAIS**

Temos presente a opción da creación dunha asociación ou rede de festivais de carácter educativo/lúdico cun enfoque similar ao do Olloboi. Sería un organismo gratuito e o principal obxectivo é que se cree unha conversa que consiga que os festivais crezcan e se nutran uns dos outros, mellorándose e brindándose apoio mútuo.

- **CROWDFUNDING**

Mediante esta iniciativa contamos amortizar os gastos de promoción. O beneficio que obterían as persoas interesadas en financiar o festival son diversos cursos e talleres de temática variada enfocados a adquirir coñecementos no ámbito audiovisual, ademais de recompensas. Contaría cun apartado principalmente orientado cara o emprego do audiovisual nas aulas por parte do profesorado.

A plataforma onde lanzaríamos a campaña sería Patreon, debido a que nos permite pagar diferentes cantidades nas cales o contribuínte ten a liberdade de aportar a cantidade económica que mellor se adapta a el.

As tarifas son as seguintes : 5€, 10€ e 15€, todas mensuais.

2. PRESUPOSTO ABARCANDO TODOS OS ELEMENTOS

1. Partida de promoción asignada pola produción

Os cartos cos que conta Olloboi (en total) son 3000€, segundo cifras da propia organización. Porén, como xa comentamos no primeiro apartado, estimamos que sería posible chegar a reunir 6000€, polo que tivemos en conta ambas cuantías (reflexado no caso do merchandising e no feito de se nos contrataran a nós como man de obra para a promoción ou decidisen facelo eles pola súa conta).

2. Monto estimado do custe da promoción

Definimos o prezo unitario por hora de traballo en 6,69€/hora (cifras estimadas polo BOE), debido a que coidamos que o noso equipo de promoción (Aldara, Natalia e Antía) poderíamos levar a cabo todas as propostas que propuxemos, dado que analizamos en profundidade todas elas e se tratan de ferramentas que controlamos (programas de edición de vídeo, edición de páxinas web...).

Dividimos a nosa labor de promoción en varias partes, redactadas no arquivo principal, as cales axudáronnos a estipular que cada membro do grupo empregou dez horas no proceso, trinta horas en total, polo tanto, o prezo conxunto das horas de traballo sería de 200,7€. En consecuencia, o prezo da ideación do plan de promoción (que se corresponde ó 20% de horas de traballo) sería de 40,14€.

O custe da campaña de comunicación, en canto a RRSS, contacto cos medios e deseño/produción de produtos é de 47€, posto que é reañizado polos membros do equipo, os cales non cobran por ningún dos seus servizos.

3. ACTIVIDADES DETALLADAS

Neste apartado recolleemos todos os produtos e actividades a ter en conta na derrama económica final para calcular o gasto total da nosa actividade de promoción. Hai apartados que non nos xeran gastos ou que son doutro departamento pero que xeran beneficio na promoción. Ademais, indicar que os prezos que aparecen como man de obra e plan de promoción son baseados no BOE.

- Páxina web: 47€

- Accesibility Wordpress Plugin: 22€
- Business: 25€

- Mantemento e mellora das RRSS: 0€ (*0,56€)

* No caso de optar polos anuncios vía Instagram:

- Anuncios Instagram: 0,56€ (Prezo medio) (ningún caso sobrepassaría os 50€)

- Merchandising: 414,5€

- - Camisetas (50 uds. a 3,27€ ud.): 163,5€
- - Chaveiros (100 uds. a 1,23€ ud.): 123€
- - Mochilas de tea (mochifestas) (50 uds. a 2,53€ ud.): 128€

- Ofimática: 84,44€

- - Dossier de promoción (encadernado): 3,5€
- - Flyers (1000 uds. a repartir entre centros prosumidores): 45,71€
- - Pegatinas (500 uds. A repartir entre os centros e os investidores): 20,56
- - Cinta de embalar transparente: 1,79€

- Desprazamentos: 0€ (non contamos como promoción o feito de traer a persoas influentes do panorama audiovisual galego, xa que aínda que inflúa na promoción pertence ó departamento de produción).

- - Estadía: 0€ (mesma aclaración que no apartado anterior)

- Plan de promoción: 40,14€

- Man de obra: 200,7

TOTAL: 823,9€

6. BENEFICIOS

Tendo en conta que Olloboi é un festival sen ánimo de lucro, a maneira na que plantexamos obter beneficio económico é vendendo a parte de merchandising a quen quera. A estratexia produciríamos uns beneficios de arredor de 885,5€, esto é resultado que sale de restar o diñeiro que custa cada unidade que mercamos ó prezo que os vendemos:

- Camisetas: 50 unidades; a 3.27€/camiseta = 163.5€
- Chaveiros: 100 unidades; a 1,23€/chaveiro = 123€
- Mochilas de tela (mochifesta); 50 unidades; a 2,53€/mochila = 128€

Prezos de venda:

- Camisetas: 10€
- Chaveiros: 4€
- Mochilas de tela (mochifesta): 8€

Beneficio que obtemos coa venda dunha unidade de cada artigo:

- Camisetas: 6,73€
- Chaveiros: 2,77€
- Mochilas de tela (mochifestas): 5,47€

No caso de vender todas as unidades o beneficio de cada produto sería:

- Camisetas: 336,5€
- Chaveiros: 277€
- Mochilas de tela (mochifestas): 273,5€

• ***Táboa de beneficios merchandising:***

OBXECTO	<u>CANTIDADE</u> (UDS.)	GASTO (€)	PRECIO DE <u>VENDA</u> (€)	BENEFICIOS (€)
Merchandising				
- Chaveiros	100	123	4	2.77
-Mochilas de tea (mochifestas)	50	128	8	5.47
- Camisetas	50	163.5	10	6.73
		TOTAL	TOTAL	TOTAL
		414,50€	1.300€	885,5€

Se sumamos todos os gastos dános un total de 1300€. A esta cifra debemos restarlle o custo inicial do merchandising, polo tanto o beneficio final sería de 885,5€.

Como xa mencionamos, outra fonte de beneficio sería o crowdfunding que nos permitiría obter beneficios mensuais que nos axudarían na labor de promoción durante todo o ano. Aínda así, non podemos poner un beneficio concreto xa que non contamos cos datos necesarios para facelo.

4. DERRAMA ECONÓMICA

OBXECTO	CANTIDADE	GASTO (€)	PRECIO VENTA (€)	BENEFICIO/ UNIDADE (€)	BENEFICIO TOTAL (€)
Páxina Web Adaptada				0	
- <u>Accesibility</u> Wordpress Plugin		22			
- Business		25			
Mantemento e mellora RRSS		0		0	
Merchandising					
- Chaveiros	100	123	4	2.77	277

-Mochilas de tea (<u>mochifestas</u>)	50	128	8	5.47	273.5
- Camisetas	50	163.5	10	6.73	336.5
Ofimática					
-Pegatinas	500	20,56			
- Dossier de promoción (encadernado)	1	3,5			

- Flyers	1000	45,71			
- Cinta de embalar transparente	1	1,79			
Desprazamentos		0		0	
Plan de promoción		40,14			
Man de obra		200,7			
		TOTAL		TOTAL	TOTAL
		823,9€		1.300€	476,1€

Tendo en conta a suma final de todos os gastos, obtemos finalmente un beneficio de 476,1€.

ANEXO V

ANEXO V: Posibles festivais para elaboración dunha rede coxunta

No Anexo I , Exploración do certame, podemos atoparnos cunha serie de festivais de características similares as do Olloboi. En base a isto, escollemos algúns deles para crear unha posible rede conxunta de apoio e colaboración:

- FIC ANDAINA

Esta asociación está composta por pais e nais de nenos con diversidade funcional. Creemos que sería importante incluír a súa participación xa que queremos conseguir que o festival esté adaptado a todos os públicos e necesidades.

- SOMOS A CURTA:

É un festival nado na USC, no ano 2011, na facultade de Ciencias da Comunicación. O que buscan nos primeiros anos son curtas cómicas galegas que sexan presentadas por calquera alumno ou alumna das universidades galegas, das titulacións impartidas de Imaxe e Son ou da titulación de bacharelato artístico de calquera dos institutos de educación secundaria de Galicia.

Nos primeiros anos os obxectivos que buscan con este festival son: promover o uso da lingua galega como vehículo para a creatividade dos novos valores do audiovisual galego; premiar os dotes lingüísticos, técnicos, artísticos e humorísticos dos estudantes galegos; e gozar dunha xornada de humor na lingua galega.

No 2019, cambiaron a liña e decidiron premiar á mellor peza audiovisual en galego de cinema do real. Os obxectivos que buscan aquí son: promover o uso da lingua galega como vehículo para a creatividade dos novos valores do audiovisual galego; premiar os dotes lingüísticos, técnicos e artísticos dos estudantes galegos; e promover a análise da realidade galega a través do audiovisual.

- MARES DA FIN DO MUNDO:

este festival, celebrado en Outes, trátase da única mostra internacional de cine documental de Galicia centrada no medio ambiente mariño e na pesca sostible. Ten un forte apego local pero ten unha ampla proxección internacional, desta maneira tentan poñer en valor oficios tradicionais dende unha perspectiva global e moderna.

Ademáis de ser unha mostra de curtas, teñen un taller dirixido cara nenos de a partir de 14 anos, aínda que tamén poden participar adultos do concello que queren adquirir as habilidades que se imparten. No taller prodúcese unha curtametraxe documental, este ano enfocada na carpintaría de ribeira como Patrimonio Cultural e Industrial do Concello de Outes. A curta que resulta do taller móstrase na última xornada de proxeccións do programa, e os alumnos e alumnas reciben un diploma.

- ASOCIACIÓN AO NORTE (VIANA DO CASTELO):

Sería moi interesante contar con esta Asociación xa que propoñen actividades de aprendizaxe similares as ofertadas polo Olloboi. Principalmente ofrecen:

- OLHAR O REAL: o obxectivo que se plantexa é adquirir coñecementos acerca da realización de documentais experimentais.
- VIDEO NA ESCOLA: propoñen a mesma dinámica que o Olloboi, a cal é achegar o mundo audiovisual aos alumnos máis novos mediante a realización de curtametraxes.
- HISTORIAS NA PRAZA: reforza o feito de que os alumnos se relacionen co mundo audiovisual e os procesos creativos.
- EL LUMIERE NA AULA: o acercamento audiovisual que propoñen nas aulas mediante a linguaxe audiovisual é o mesmo que realiza o noso festival mediante os diversos talleres.
- CINEPOESIA: tal e como podemos observar no Olloboi, as curtas en ton poético tamén teñen cabida, é por iso que este elemento tamén podería ser interesante vencellalo connosco.
- ¡ACCIÓN! - FESTIVAL NACIONAL DE VIDEO ESCOLAR: ten a mesma finalidade que o noso festival: promover a práctica audiovisual nas aulas e nos máis novos, empregando o vídeo como elemento educador e narrativo. É por iso que unha colaboración e aportación mutua podería ser interesante.