



El futuro
es de todos

Gobierno
de Colombia

ANEXO F: RECOMENDACIONES PRESUPUESTO

Cordial Saludo.

Gracias por participar en CREA DIGITAL 2022.

En este documento encontrará algunas recomendaciones para diligenciar el formulario (Anexo D) llamado “Modelo de Presupuesto”. Recuerde que éste es el formato que los jurados utilizarán para entender y juzgar su propuesta económica para la producción del contenido participante en la Convocatoria. Se trata de dejar en claro de cuánto será su propia inversión y la de su socio estratégico (según la categoría en la que se participe) y cuánto solicita para producir su contenido en caso de ganar uno de los premios ofrecidos. De acuerdo a este análisis el jurado analizará el monto para otorgar a la coproducción, en caso de salir favorecida la propuesta.

El jurado confrontará este presupuesto con el contenido propuesto y sus entregables para determinar la consistencia de la propuesta y su correspondencia con la inversión. Elabore el presupuesto con las cifras reales de lo que cuesta hacer su proyecto con la calidad que usted ofreció en la ficha de proyecto, independientemente del monto y la cantidad de premios que ofrece Crea Digital en cada una de las categorías. El formato está diseñado para dar cuenta de 3 etapas del proceso de producción de contenidos creativos y narrativos:

1. Desarrollo y preproducción

Es la etapa en donde usted formuló el proyecto. Aquí se relacionan los costos de las actividades realizadas para formularlo y hacer el Prototipo Beta, el Piloto o evidencias sobre el diseño del proyecto (según la categoría en la que se participe), actividades como investigación, formulación del proyecto, alquiler de equipos, recurso humano, gastos logísticos, adquisición de licencias y derechos de autor, etc. En resumen, en esta parte del formulario el Jurado debe saber cuánto invirtió o invertirá (según la categoría en la que se participe) la empresa participante para poder presentarse bajo las condiciones de *Crea Digital 2022*. No obstante si se tratan de actividades previas a la participación en esta convocatoria, esta inversión se tomará como aporte de la empresa a la contrapartida. Estos gastos han sido ya ocasionados y no se deducen del premio que se pueda obtener.

RECURSO HUMANO: En este rubro deseamos saber cómo estuvo conformado su grupo de trabajo, cuántas personas participaron y el tiempo invertido para llegar a concretar la propuesta y su respectivo Prototipo Beta, Piloto o evidencias sobre el diseño del proyecto. No relacione aquí, cargos como mensajero, secretarias o demás personal de apoyo administrativo que hace parte de los gastos fijos y el normal funcionamiento de su empresa.

HARDWARE: Relacione los costos que generó el alquiler de equipos que utilizó tales como desktops, laptops, tabletas, celulares, cámaras de fotografía y video, consolas, accesorios y demás dispositivos. Necesitamos saber cuál será la carga tecnológica y compararla con sus perspectivas de calidad y tiempo de producción contemplada en la propuesta. Por favor consulte las tarifas vigentes del mercado en cuanto a renta de equipos.

SOFTWARE: Es importante que dé cuenta de las licencias que requiere y utilizará para producir su contenido. Cabe recordar que se debe utilizar software legal. Recuerde que los contenidos producidos con los recursos de Crea Digital circulan por plataformas públicas que cumplen con todos los requisitos de derechos de autor. Considere el software libre como una alternativa que le puede reducir los costos de producción.

OTROS: Si usted invertirá recursos en rubros distintos a los mencionados anteriormente, puede relacionar en el rubro OTROS, los gastos en actividades, servicios o bienes que no hacen parte del recurso humano, ni el hardware o software o los insumos. Sin embargo tenga en cuenta que los recursos asignados a los ganadores no podrán ser ejecutados o invertidos en rubros, no exclusivos para el desarrollo del proyecto, que se consideran no financiables, entre estos se encuentran: capital de trabajo para proyectos diferentes, compra de equipos, lotes, construcciones, adecuaciones de infraestructura física, pago de deudas, inversiones en otras empresas, compra de acciones u otros valores, matriculas para formación, gastos administrativos (arriendo, servicios públicos), gastos de viaje y entre estos gasolina, parqueaderos, impuestos, tasas y contribuciones (IVA, RETEFUENTE, RETEICA, GMF), patentes, rubros destinados a circulación o difusión del proyecto, actividades que ya se hayan desarrollado previas a la fecha de otorgamiento del estímulo, entre otros.

2. Producción y postproducción

Es la etapa en donde se hace realidad todo lo planeado. En la producción y postproducción debe funcionar el contenido en las plataformas digitales para las que fue concebido. La ingeniería y el diseño dan su fruto. Se hacen pruebas técnicas, test de usuario, se contratan asesores y se corrigen errores. En este segmento del presupuesto es donde se revela el nivel de planeación que posee el proyecto. El jurado analizará la correcta disposición de los recursos y su relación con el tiempo de ejecución planeado. Sea muy cuidadoso en consignar las cifras reales, consecuentes con lo planteado en la

ficha del proyecto y el -Project Design Document- en cuanto a entregables y objetivos de uso de los recursos de coproducción.

RECURSO HUMANO: En este rubro deseamos saber cómo conformará su grupo de trabajo, cuántas personas participarán y el tiempo que invertirá para producir el contenido prometido. Deseamos ver claramente que la proporción eficiente entre capacidad y carga corresponda a la propuesta técnica y el plan de producción. También deseamos conocer la disposición para contratar asesores externos que colaboren con la mejora del producto. No relacione aquí, cargos como mensajero, secretarias o demás personal de apoyo administrativo que hace parte de los gastos fijos y el normal funcionamiento de su empresa.

HARDWARE: Relacione los costos que generará el alquiler de equipos como desktops, laptops, tabletas, celulares, cámaras de fotografía y video, consolas, accesorios y demás dispositivos. Necesitamos saber cuál es la necesidad tecnológica y compararla con sus perspectivas de calidad y tiempo de producción contemplada en la propuesta. Por favor consulte las tarifas vigentes del mercado en cuanto a renta de equipos.

SOFTWARE: Es importante que dé cuenta de las licencias que requiere y utilizará para producir su contenido. Cabe recordar que se debe utilizar software legal. Recuerde que los contenidos producidos con los recursos de Crea Digital circulan por plataformas públicas que cumplen con todos los requisitos de derechos de autor. Considere el software libre como una alternativa que le puede reducir los costos de producción.

MATERIALES: En este rubro relacione los insumos que tendrá que adquirir, necesarios para la producción del contenido como discos duros, memorias USB, DVD, accesorios especiales como periféricos para VR, dispositivos móviles o hardware para IOT. También artículos o materia prima para hacer instalaciones, presentaciones o circulación de carácter ATL o BTL.

OTROS: Si usted invertirá recursos en rubros distintos a los mencionados anteriormente, puede relacionar en el rubro OTROS, los gastos en actividades, servicios o bienes que no hacen parte del recurso humano, ni el hardware o software o los insumos. Sin embargo tenga en cuenta que los recursos asignados a los ganadores no podrán ser ejecutados o invertidos en rubros, no exclusivos para el desarrollo del proyecto, que se consideran no financiables, entre estos se encuentran: capital de trabajo para proyectos diferentes, compra de equipos, lotes, construcciones, adecuaciones de infraestructura física, pago de deudas, inversiones en otras empresas, compra de acciones u otros valores, matriculas para formación, gastos administrativos (arriendo, servicios públicos), gastos de viaje y entre estos gasolina, parqueaderos, impuestos, tasas y contribuciones (IVA, RETEFUENTE, RETEICA, GMF), patentes, rubros destinados a circulación o difusión del proyecto, actividades que ya se hayan desarrollado previas a la fecha de otorgamiento del estímulo, entre otros.

3. Circulación

Es la etapa en donde se pone en práctica la estrategia para circular el contenido, ponerlo a disposición de los destinatarios y de los posibles compradores, pero también la táctica para darlo a conocer, difundirlo y lograr una retroalimentación con clientes. Son todas las actividades inherentes al marketing digital y las actividades para circular y difundir el contenido en las plataformas que planeó. Tratándose de contenidos digitales y no meramente audiovisuales, los datos que consigne en este rubro deben dar cuenta de la fortaleza del proyecto en materia de circulación y difusión. ¿Qué recursos necesita para producir las piezas publicitarias que se publicarán en redes sociales y demás plataformas? El jurado con esta información analizará sus planes para difundir el contenido y desarrollar el plan de negocio.

Al tratarse de una etapa que en su mayoría ocurre con posterioridad a la producción y entrega del contenido, la convocatoria no puede responder por estos costos. Dichos costos deben relacionarse como contrapartida.

RECURSO HUMANO: En este rubro deseamos saber cómo y quiénes conformarán el equipo encargado de mantener y administrar el contenido a corto y mediano plazo, como lo son Community Manager, Web Master o Analista de datos; cuántas personas participarán y el tiempo que invertirá para esta labor. También los cargos de carácter artístico y los administrativos. No relacione aquí, cargos como mensajero, secretarias o demás personal de apoyo administrativo que hace parte de los gastos fijos y el normal funcionamiento de su empresa.

HARDWARE: Relacione los costos que generará el uso de equipos como desktops, laptops, tabletas, celulares, cámaras de fotografía y video, consolas, accesorios y demás dispositivos. Necesitamos saber cuál es la necesidad tecnológica en materia de equipos para circular y difundir el contenido. Por favor consulte las tarifas vigentes del mercado en cuanto a renta de equipos.

SOFTWARE: Es importante que dé cuenta del software (diseño gráfico, edición de video, edición de audio, Internet...etc.) licenciado, que utilizará en la etapa de circulación y difusión para soportar la estrategia. Considere el software libre como una alternativa que le puede reducir los costos de producción.

OTROS: De cuenta de la inversión que hará en Medios de Comunicación para circular y difundir su contenido, como Radio, Internet, Prensa, BTL...etc. También relacione la inversión que hará en software y aplicaciones de posicionamiento como AdWords, Bing Ads, Ads Facebook o web marketing.