

Anexo 2

Presupuesto

El presupuesto inicial para la producción del reportaje *Ayamonte no es Almonte y viceversa* es de 200€, una cantidad estimada que se aproxima a los gastos en viajes, dietas y compras de materiales de grabación. Por otro lado, la ayuda desinteresada de compañeros de facultad y de materiales de grabación han hecho que el presupuesto fijado inicialmente haya sido mucho menor.

Plan de financiación

La financiación de este reportaje se ha llevado a cabo en un 90% con autofinanciación, y un 10% con patrocinadores. Los patrocinadores han ayudado con la cesión de espacios para las grabaciones de las entrevistas y suministro de comidas y bebidas durante las grabaciones.

Plan de distribución

Para comprender el plan de distribución se define brevemente el target:

- **Público objetivo**

El target es muy amplio, desde los 18 hasta los 60 años aproximadamente con un nivel socio cultural medio-alto. Este rango de edad tan amplio se debe a que el reportaje muestra perfiles de distintas edades que pueden conectar con la gran mayoría del público. Desde los 18 años, cuando los jóvenes emancipan a otros lugares de la geografía española o a países para estudiar o trabajar, y experimentan la confusión que se trata en el reportaje, hasta los 60 años, que, gracias a la modernización de las tecnologías, las personas mayores están más conectadas a las redes sociales y pueden interactuar con el hashtag. El objetivo principal es que el espectador se vea identificado y cree un vínculo con el tema.

- **Vía de distribución**

Las vías principales de distribución del reportaje serán las redes sociales que permitan la reproducción de contenidos audiovisuales de forma intuitiva y con gran alcance. Las más efectivas son YouTube y Facebook.

A continuación, se detallan las acciones de distribución en cada una de ellas:

- YouTube: Se subirá el reportaje a la plataforma de videos para que el espectador visioné el contenido y pueda compartirlo mediante enlaces en distintas redes sociales. Es una buena plataforma para que quien quiera visionar el contenido, con solo poner el título del reportaje, pueda disfrutarlo, ya que quedará guardado para siempre.
- Facebook: Se subirá el reportaje a la mayor red social que permite compartir los contenidos entre los usuarios a la vez que pueden comentar y reaccionar a las publicaciones. Es una buena vía de distribución por las rápidas

interacciones de los usuarios, que gracias a que pueden compartir los contenidos, hace que llegue a un mayor alcance.

Otra de las posibilidades de distribución, esta vez de manera comarcal, sería la de emitir el reportaje en algún canal de televisión de la provincia de Huelva.

- **Acciones de promoción**

Con el objetivo de llegar a un mayor alcance del público se realizará una serie de acciones promocionales en varias redes sociales. Además de YouTube y Facebook, se realizarán perfiles oficiales en varias redes sociales que están de moda en la actualidad como Instagram y Twitter. A través de estos medios sociales, se promocionará el reportaje con un pequeño teaser, videos cápsulas y publicaciones con imágenes.

Aspectos legales

Para la realización de este proyecto audiovisual se ha requerido de dos tipos de contratos: uno de localización y otro de derechos de imágenes.