



EMPRENDIMIENTO EN BELLAS ARTES.

Teoría y práctica de una *startup* de servicios de animación:

PTERODACTIVE

EMPRENDIMIENTO EN BELLAS ARTES. TEORÍA Y PRÁCTICA DE UNA *STARTUP* DE SERVICIOS DE ANIMACIÓN: PTERODACTIVE.

TIPOLOGÍA 4

Presentado por: Marta Gil Soriano
Tutora: M. Ángeles López Izquierdo

Máster en Producción Artística
Fecha de presentación: 21/07/2017



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA
FACULTAT DE BELLES ARTS DE SANT CARLES



"If you can dream it, you can do it."
Walt Disney

RESUMEN

El objetivo principal de este trabajo final de máster consiste en la dirección y realización de una *startup*¹ de servicios de animación y desarrollo visual, proyecto conjunto realizado por Julia Cruz y Marta Gil, estudiantes del Máster en Producción Artística de la Universitat Politècnica de València. Este TFM recopila el trabajo realizado desde 2015 hasta la actualidad en torno a la elaboración del proyecto, los orígenes de la idea de negocio y las primeras fases de creación, hasta la actualidad.

Se trata de un proyecto conjunto englobado dentro de la rama artística de animación y enfocado a la creación de empresas, nacido de la corriente de emprendimiento universitario promovido por el Instituto Ideas y StartUPV. Este trabajo contiene vocabulario específico y referencias externas que se han ido recopilando en un glosario final que se espera resulte de ayuda durante la lectura del mismo.

Al tratarse de un proyecto de empresa, ha sido necesaria la adquisición de una serie de conocimientos complementarios al Grado de Bellas Artes y al Master de Producción Artística para la realización de este trabajo. Estos conocimientos se centran en la rama empresarial y administrativa, desde la realización de estudios de mercado, planes de comunicación y *marketing*, la gestión de equipo o temas legales.

PALABRAS CLAVE

Animación, emprendimiento, startup, empresa.

¹ Tipo de compañía comercial que por ser neófito o complemente nueva en el mercado, es considerada emergente o incipiente en lo que a la comercialización de su producto se refiere, como por ejemplo, se llaman startups aquellos proyectos emprendedores que han evolucionado de la fase de "idea" para convertirse en negocio, apoyada en la tecnología principalmente.

Instituto Internacional Español de Marketing Digital <<https://iiemd.com/startup/que-es-startup>>

ABSTRACT

The main objective of this master's final work is the direction and realization of an animation and visual development services startup, a joint project carried out by Julia Cruz and Marta Gil, students of the Master in Artistic Production of the Polytechnic University of Valencia. This TFM compiles the work from 2015 to the present time around the elaboration of the project, the origins of the business idea and the first stages of creation, until the present time.

This is a common project included within the artistic branch of animation and focused on business creation, born at the current university entrepreneurship ecosystem and promoted by the Instituto Ideas and Startupv. This work contains specific vocabulary and external references that have been compiled in a final glossary that is expected to be helpful through the reading.

As a business project, it has been necessary to acquire a series of complementary knowledge to the Fine Arts Degree and the Artistic Production Master to carry out this work. This knowledge focuses on the business and administrative branch, from conducting market studies, communication and marketing plans, team management or legal issues.

KEYWORDS

Animation, entrepreneurship, startup, company.

AGRADECIMIENTOS

Este proyecto no habría sido posible sin el apoyo y el trabajo incansable de ambas, dedicándole por igual todo el tiempo del que disponíamos y del que no disponíamos, para que el sueño de crear un estudio propio cada día sea más real.

Agradecer al equipo original del proyecto por decir que sí y ayudar en las primeras etapas de esta locura que es PTERODACTIVE, porque sin su apoyo en los inicios no se hubiera llegado donde estamos actualmente; Amparo Sanchez, Maria Pi y Sara Ruiz. También al equipo actual Vicente Puig y Desiré Díaz que trabajan codo con codo diariamente dando lo mejor de sí para sacar adelante los proyectos y encargos.

Por supuesto a nuestros familiares y amigos que nos han apoyado todos los días dándonos ánimos y fuerza para esta tarea que no tiene fin, aconsejándonos sabiamente y guiándonos cuando hemos perdido el rumbo.

A la vicedecana de emprendimiento Eva Marín por ayudar en todas las fases del proyecto dentro del espacio emprendedor en todo lo que le es posible. A nuestro primer mentor dentro del Instituto Ideas Pablo Penadés que nos enseñó a tener las ideas claras. A Paco Soriano jubilado asesor en SECOT², antiguo profesor de la Universitat de València y tutor del proyecto durante el curso YUZZ, que nos enseñó tantas cosas que es difícil quedarse con una. A la tutora del trabajo Ángeles López, por estar siempre ahí y no dudar en decirnos cuando algo no funciona para que podamos mejorarlo.

Y por último a todos aquellos que han intervenido en alguna parte del proyecto y que no aparecen con nombre propio pero que están presentes en PTERODACTIVE de forma indirecta con sus consejos y apoyo.

² Asociación sin Ánimo de Lucro apolítica, independiente y no confesional, declarada de Utilidad Pública en 1995. Sus voluntarios son los Seniors, profesionales, directivos y empresarios que habiendo finalizado su actividad laboral o que encontrándose en activo deseen, con espíritu altruista, ofrecer su experiencia y conocimientos en gestión empresarial o académica a quienes lo necesitan.

Seniors españoles para la cooperación técnica. <http://www.secot.org/secot_quees.htm>

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN

OBJETIVOS

METODOLOGÍA

INVESTIGACIÓN

1. REFERENTES DE LA OBRA

2. CONTEXTO

PRODUCCIÓN

3. CREACIÓN DE PTERODACTIVE

3.1 Historia del proyecto

3.2 Marca y logo

3.3 Evolución del equipo

3.4 Página web y Redes Sociales

3.5 Formación específica paralela a la universidad

3.5.1 Curso YUZZ para jóvenes con ideas

3.5.2 Programa Factory Startup

3.5.3 Otros

4. UNIDADES ESTRATÉGICAS DE NEGOCIO

4.1 Empresas e institutos de investigación

4.2 Productoras de animación y empresas de videojuegos

5. PLAN DE EMPRESA

5.1 Identificación del proyecto

5.1.1 Modelo de negocio y propuesta de valor

5.2 Objeto de la empresa

5.2.1 Cultura corporativa

5.2.2 Visión, misión y valores

5.2.3 Objetivos

5.3 Plan estratégico

5.3.1 Entorno global: Análisis Pestel

5.3.2 Análisis Porter

5.3.3 Análisis DAFO

5.3.4 Análisis de recursos y capacidades

5.4 El mercado

5.4.1 Identificación del servicio

5.4.2 Tamaño del mercado. Número y tipología de empresas

5.4.3 Segmentación del mercado

5.4.4 Propuesta de valor

5.5 Plan de marketing

5.5.1 Canales de comunicación: Online y Offline

- 5.5.2 Empresas e institutos de investigación
- 5.5.3 Productoras de animación y empresas de videojuegos
- 5.5.4 Evaluación y situación actual de los planes de marketing
- 5.6 Organización y recursos humanos
 - 5.6.1 Equipo y funciones
 - 5.6.2 Organización funcional
 - 5.6.3 Política de personal
 - 5.6.4 Política de contratación
- 5.7 Plan financiero
 - 5.7.1 Proceso productivo
 - 5.7.2 Estados Contables
 - 5.7.3 Balance de situación
 - 5.7.4 Cuenta de Pérdidas y Ganancias operativa
- 5.8 Estructura legal

6. ENCARGOS REALIZADOS

- 6.1 Empresas e institutos de investigación
- 6.2 Productoras de animación y empresas de videojuegos
- 6.3 Eventos y talleres impartidos
- 6.4 Proyectos propios y autopromoción

CONCLUSIONES

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

ÍNDICE DE IMÁGENES

GLOSARIO DE TÉRMINOS

ANEXOS

- Anexo 1: Catálogo de productos para la UEN: Empresas e institutos de investigación
- Anexo 2: Currículums Equipo
- Anexo 3: Plan de marketing: Empresas e institutos de investigación
- Anexo 4: Plan de marketing: Productoras y empresas de videojuegos
- Anexo 5: Currículum PTERODACTIVE
- Anexo 6: Artículos

ÍNDICE PARTE II.

| | |
|---|----|
| INTRODUCCIÓN..... | 1 |
| OBJETIVOS..... | 3 |
| METODOLOGÍA..... | 4 |
| | |
| 5. PLAN DE EMPRESA..... | 5 |
| 5.1 Identificación del proyecto..... | 5 |
| 5.1.1 Modelo de negocio y propuesta de valor..... | 6 |
| 5.2 Objeto de la empresa..... | 7 |
| 5.2.1 Cultura corporativa..... | 8 |
| 5.2.2 Visión, misión y valores..... | 9 |
| 5.2.3 Objetivos..... | 10 |
| 5.3 Plan estratégico..... | 11 |
| 5.3.1 Entorno global: Análisis Pestel..... | 11 |
| 5.3.2 Análisis Porter..... | 12 |
| 5.3.3 Análisis DAFO..... | 14 |
| 5.3.4 Análisis de recursos y capacidades..... | 15 |
| 5.4 El mercado..... | 16 |
| 5.4.1 Identificación del servicio..... | 16 |
| 5.4.2 Tamaño del mercado. Número y tipología de empresas..... | 17 |
| 5.4.3 Segmentación del mercado..... | 18 |
| 5.4.4 Propuesta de valor..... | 20 |
| 5.5 Plan de marketing..... | 21 |
| 5.5.1 Canales de comunicación: Online y Offline..... | 22 |
| 5.5.2 Empresas e institutos de investigación..... | 29 |
| 5.5.3 Productoras de animación y empresas de videojuegos..... | 31 |
| 5.5.4 Evaluación y situación actual de los planes de marketing..... | 32 |
| 5.6 Organización y recursos humanos..... | 34 |
| 5.6.1 Equipo y funciones..... | 35 |
| 5.6.2 Organización funcional..... | 36 |
| 5.6.3 Política de personal..... | 39 |
| 5.6.4 Política de contratación..... | 41 |
| 5.7 Plan financiero..... | 42 |
| 5.7.1 Proceso productivo..... | 44 |
| 5.7.2 Estados Contables..... | 46 |
| 5.7.3 Balance de situación..... | 47 |
| 5.7.4 Cuenta de Pérdidas y Ganancias operativa..... | 48 |
| 5.8 Estructura legal..... | 49 |
| | |
| 6. ENCARGOS REALIZADOS..... | 51 |
| 6.1 Empresas e institutos de investigación..... | 51 |
| 6.2 Productoras de animación y empresas de videojuegos..... | 54 |
| 6.3 Eventos y talleres impartidos..... | 60 |

| | |
|---|-----|
| 6.4 Proyectos propios y autopromoción..... | 63 |
| CONCLUSIONES..... | 67 |
| BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS..... | 70 |
| ÍNDICE DE IMÁGENES..... | 76 |
| GLOSARIO DE TÉRMINOS..... | 80 |
| ANEXOS..... | 83 |
| Anexo 1: Catálogo de productos para la UEN: Empresas e institutos de investigación..... | 84 |
| Anexo 2: Currículums Equipo..... | 90 |
| Anexo 3: Plan de marketing: Empresas e institutos de investigación..... | 97 |
| Anexo 4: Plan de marketing: Productoras y empresas de videojuegos..... | 101 |
| Anexo 5: Currículum PTERODACTIVE..... | 105 |
| Anexo 6: Artículos..... | 108 |

INTRODUCCIÓN

Este Trabajo Final de Máster se engloba dentro de la rama de ‘Arte y tecnología’ del Máster de Producción Artística y se trata de un proyecto dentro de Bellas Artes que combina arte y emprendimiento; además ha sido realizado conjuntamente por las autoras que lo presentan. Se conoce el caso previo de un trabajo de emprendimiento realizado en 2015 por Javier Mínguez denominado *ARTERIA: Proposal of an online tool to foment, broadcasting, communication, cooperation and research between artists*³; y un caso previo de trabajo conjunto realizado en 2008 por las hermanas Mònica y Gema del Rey dividido en dos partes *Projecte expositiu retrat de família: part materna y part paterna*. Además las autoras del presente trabajo presentaron y defendieron su TFG de forma conjunta en 2015, sobre un proyecto de cortometraje de animación stop-motion realizado desde la idea inicial hasta la postproducción final y la distribución por festivales llamado *Rocket. Cortometraje de animación stop-motion*.

La rama del emprendimiento en Bellas Artes, se encuentra en auge desde el curso 2014-2015, año académico en el que los espacios emprendedores se ocuparon por completo y, actualmente, incluso hay proyectos de empresa en espera para entrar. Desde la red social para artistas propuesta por Mínguez en 2015 hasta la actualidad, donde encontramos proyectos como: Fractals, un colectivo social de educación artística o Loopy Teller, un estudio de cómic. Estos son algunos de los proyectos de empresa que se promueven desde Bellas Artes y comparten espacio con PTERODACTIVE en los despachos de emprendimiento.

Este trabajo se encuentra dentro de la tipología 4, “Producción artística inédita acompañada de una fundamentación teórica”, y ha sido dividido en dos partes por las autoras (Parte I y Parte II). En la primera parte, encontraremos la evolución del proyecto, los primeros pasos que se siguieron para desarrollar el proyecto como la idea de negocio, marca y logo y la evolución del equipo, además se desglosan los conocimientos adquiridos y las unidades estratégicas de negocio. En la segunda parte, se desglosa el plan de empresa y la viabilidad del proyecto, así como algunos de los encargos realizados. Ambos documentos contienen un índice conjunto en el que se estructura todo el trabajo y un índice interno de la parte que se va a desarrollar. El contenido del documento total ha sido realizado por ambas autoras, redactando cada apartado de forma colectiva contando con una introducción, metodología de trabajo, objetivos y conclusiones conjuntas que se repiten en los dos documentos. Además cuentan con una introducción y unas conclusiones personales de cada una de las autoras en la parte del documento que presenta, en el que se reflexiona sobre el proceso de trabajo y la obra realizada de forma independiente.

Mencionar también que el trabajo está lleno de hipervínculos que llevan a páginas web donde se puede ver el material audiovisual del que se habla. Los pies de página o las imágenes que hagan referencia a trabajos realizados por el equipo de PTERODACTIVE y que se encuentren de manera abierta en internet, contienen un *link* al video para que se pueda ver. Por último, dentro del perfil de la *startup* en Vimeo se encuentra recopilado todo el material audiovisual que se ha

³. *ARTERIA: Proposal of an online tool to foment, broadcasting, communication, cooperation and research between artists*. Mínguez Muñoz, F.J. (2015).

hecho, al que también se puede acceder para ser consultado.

En este proyecto se ha intentado trabajar los objetivos prioritarios del máster como es la adaptación a los sectores profesionales relacionados con las artes visuales así como las competencias curriculares. Se ha realizado una contextualización de la propia práctica artística en la cultura contemporánea en el estudio de mercado, se ha trabajado la comunicación y el posicionamiento ético en los proyectos propios para autopromoción, se ha estudiado el entorno empresarial y las estrategias de marketing y se ha hecho hincapié en comprender y analizar de manera crítica la propia producción artística a través de este trabajo que engloba todo el proyecto. Por otro lado, también se han desarrollado competencias transversales de la UPV como son: la innovación, la creatividad y el emprendimiento, el diseño de un proyecto, el trabajo en equipo y el liderazgo, la planificación y la gestión del tiempo, así como el aprendizaje permanente.

Por último hacer hincapié en la posibilidad de realizar este tipo de iniciativas durante los estudios, ya que este proyecto comenzó durante el último curso del Grado en Bellas Artes, se consolidó durante la realización del Máster de Producción Artística, complementando las clases con los cursos y los encargos realizados, aplicando todos los conocimientos adquiridos directamente en el proyecto; y continuará el año que viene como egresados de la UPV.

INTRODUCCIÓN PERSONAL

A nivel personal se plantea este trabajo como un reto que ayude a la autosuperación, a la realización de un proyecto de gran envergadura y que suponga un punto importante en la profesionalización propia. Se elabora con la intención de adentrarse en el campo profesional de la animación a través del emprendimiento y la iniciativa de creación de la *startup* y así, poder formar parte de este sector.

Se parte de la colaboración y el trabajo en equipo con mi compañera Julia Cruz, habiendo realizado ya un TFG conjunto y, del interés personal en el campo del emprendimiento. Mediante la adquisición de conocimientos en este ámbito se realiza en este TFM una investigación relacionándolo con el sector de la animación, que se espera continuar y ampliar en un futuro doctorado.

Se ha planteado la realización del máster de producción artística en un periodo de dos años. El primer año académico se cursaron el total de las asignaturas compaginándolo con la realización de cursos de emprendimiento y el inicio de la creación de la *startup*. El segundo curso se avanzó y modificó el plan de empresa, se realizó una investigación más exhaustiva del contexto gracias a los conocimientos adquiridos previamente y se cursó formación más especializada de emprendimiento, paralelamente a la elaboración de encargos y producción en la empresa.

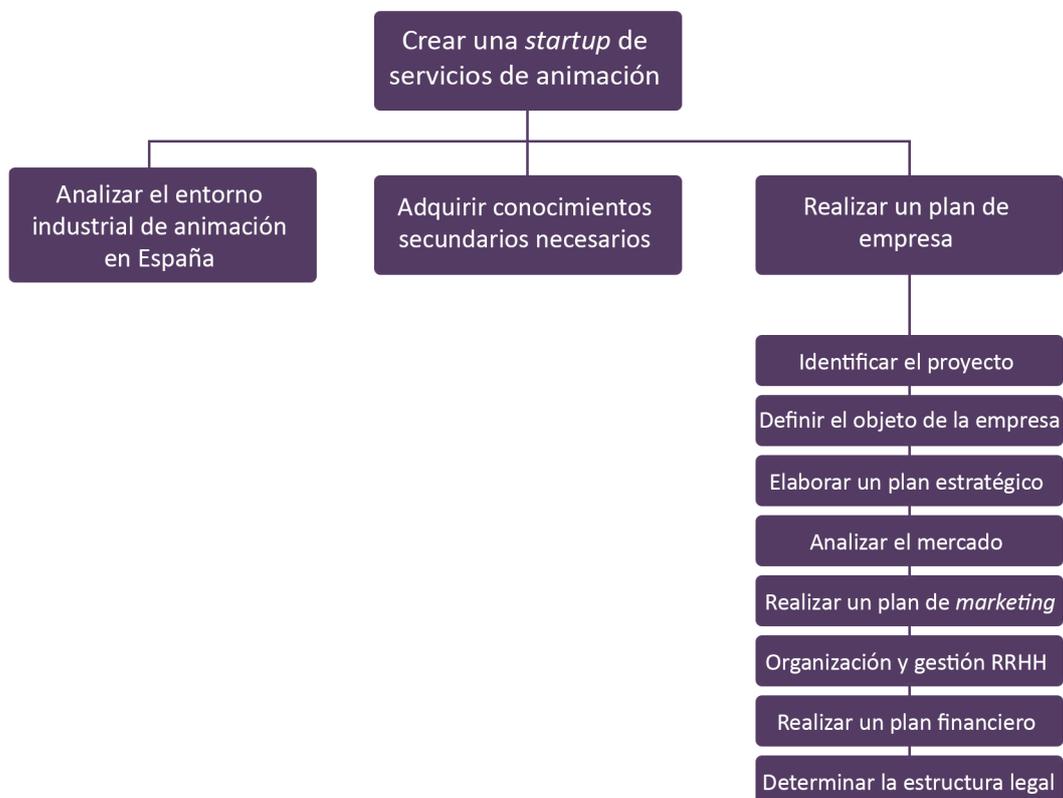
OBJETIVOS

El objetivo principal de este Trabajo Final de Máster conjunto es:

- Crear una *startup* de servicios de animación.

Para llevarlo a cabo se han desarrollado una serie de objetivos secundarios:

- Analizar el entorno industrial de animación en España para situar PTERODACTIVE en el contexto actual.
- Adquirir conocimientos secundarios necesarios para la realización del proyecto mediante cursos y talleres externos a la universidad.
- Realizar un plan de empresa:
 - Identificar el proyecto.
 - Definir el objeto de la empresa.
 - Elaborar un plan estratégico.
 - Analizar el mercado.
 - Desarrollar un plan de *marketing* para cada unidad estratégica de negocio.
 - Establecer una organización y gestión de recursos humanos.
 - Realizar de un plan financiero.
 - Determinar la estructura legal de la empresa.



METODOLOGÍA

Para analizar el entorno industrial de animación en España se ha recurrido a la información obtenida en libros o internet, en páginas del sector, así como a datos obtenidos de las asociaciones de productores y animación valenciana como AEPA⁴ y ANIMAT⁵. Para adquirir los conocimientos necesarios hemos optado por ir buscando aquellos cursos que permitían al equipo compaginarlo con el horario, contenido y duración al resto de actividades que realizamos. Y para crear un plan de empresa sólido, basado en datos reales obtenidos del proyecto se ha realizado la empresa y se ha utilizado la metodología *lean startup* para llevarla a cabo.

La metodología de trabajo para desarrollar la *startup* se denomina *Lean Startup* y toma su nombre de la revolución Lean Manufacturing desarrollada en Toyota por Taiichi Ohno y Shigeo Shingo. *“El pensamiento Lean altera radicalmente la forma de organizar las cadenas de oferta y los sistemas de producción. Entre sus principios están el diseño del conocimiento y la creatividad de los trabajadores, la reducción de las dimensiones de los lotes, la producción just-in-time y el control de inventarios, y la <aceleración del tiempo del ciclo>.”*⁶

El método *Lean Startup* se basa en la creación de empresas a través de la innovación continua proporcionando un método basado en medir el progreso en un contexto de incertidumbre extrema. *“En lugar de hacer planes complejos basados en muchas asunciones, se pueden hacer ajustes constantes con un volante llamado circuito de feedback de Crear-Medir-Aprender.”*⁷ Al zambullirse en una área de conocimiento como la empresarial, desconocida hasta el momento, este método de trabajo permite ir probando y aprendiendo constantemente para sacar adelante el proyecto de empresa.

*“El método Lean Startup no sólo trata sobre como crear un negocio exitoso; trata sobre qué podemos **aprender de esos negocios** para mejorar prácticamente todo lo que hacemos.”*⁸ Tim O’Reilly, director ejecutivo de O’Reilly Media.

⁴. Asociación española de productores de animación.

⁵. Asociación de estudios de animación valencianos.

⁶. RIES, Eric. *El método LEAN STARTUP. Cómo crear empresas de éxito utilizando la innovación continua*, p.30

⁷. *Íbid*, p.34

⁸. *Íbid*, p.5

5. PLAN DE EMPRESA

A continuación se desarrolla el plan de empresa de PTERODACTIVE. El primer borrador que se realizó fue para los premios del Instituto Ideas en el año 2015, desde entonces ha evolucionado a medida que se ha trabajado, superado obstáculos y adquirido nuevos conocimientos. Se trata de la última versión actualizada y con la que se trabajará durante el próximo periodo (septiembre de 2017- agosto de 2018).

5.1 IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO

PTERODACTIVE es un proyecto de *startup* establecido en el sector audiovisual, que ofrece un servicio personalizado a clientes con un proyecto o que buscan una forma diferente de comunicarse y presentar su producto. Se prestan servicios de animación y desarrollo visual, todo ello con la finalidad de ayudar a las marcas ya existentes a desarrollar sus proyectos o vender sus productos o servicios de una forma más dinámica e interactiva.

Actualmente se están realizando trabajos de videojuegos, aplicaciones móviles, productoras audiovisuales, institutos de investigación y particulares. Se elabora, de forma paralela a los servicios, producción audiovisual propia. Esta labor se realiza dentro de la Facultat de Belles Arts en la Universitat Politècnica de València desde que en septiembre de 2015, se obtuvo en un espacio emprendedor.

PTERODACTIVE, se quiere establecer como empresa de servicios en el sector valenciano, ofreciendo al consumidor un producto gráfico, contemporáneo y de calidad.

[83. Fotograma del video explicativo de PTERODACTIVE.](#)

¿TIENES UNA
IDEA EMPRESA
O NEGOCIO?

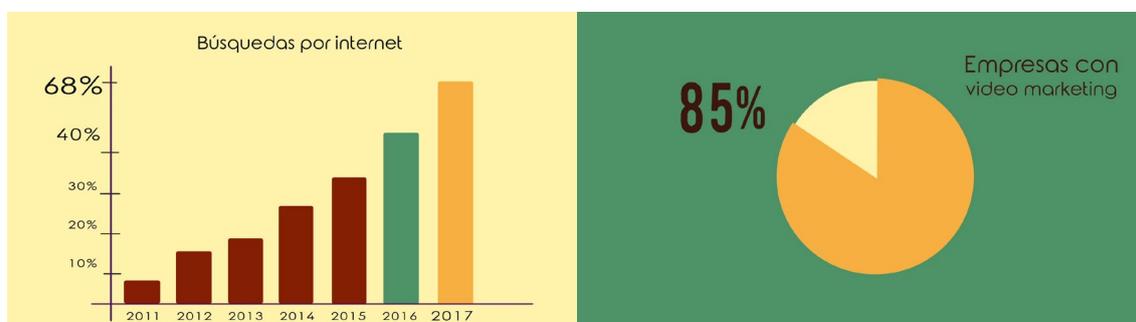
5.1.1 MODELO DE NEGOCIO Y PROPUESTA DE VALOR

En PTERODACTIVE, la propuesta de valor está basada en la personalización del servicio audiovisual completo, adaptado a las nuevas tecnologías, plataformas digitales y modelos de trabajo contemporáneos. El equipo realiza los proyectos en su totalidad y, gracias a ello, ofrece un servicio coherente y cohesionado, pensado para llegar de la mejor manera posible al público objetivo, pudiendo personalizar al máximo el estilo y las necesidades de cada proyecto.

El modelo de negocio se basa en el *business to business*⁴² (B2B), en el trato directo con las empresas o personas físicas que necesitan un servicio audiovisual, ya sea para un proyecto personal y completo o para participar en una de las fases de producción.

La *startup* oferta un amplio rango de servicios audiovisuales de animación, entre los que se encuentran videos de presentación y promoción, tanto de empresas como de aplicaciones o páginas web. Se trata de videos explicativos animados (de 30 segundos de duración aproximadamente) que muestran los servicios y características. Por ejemplo, a través de una historia divertida o con unos sencillos pasos instructivos. La explicación audiovisual, ayuda a los usuarios y posibles clientes a entender de un modo práctico las aplicaciones reales del producto o servicio. Además, se trata de una herramienta en auge, tal y como lo demuestra el enorme potencial del *video-marketing* en las estrategias de *marketing online*.

[84-85. Gráficos que muestran la evolución del video marketing en internet.](#)
[Fotogramas del video explicativo de PTERODACTIVE.](#)



La animación ofrece un extenso abanico de posibilidades. Por este motivo, es difícil de imaginar si no se pertenece a este campo profesional, para ello se realizó un documento que muestra las oportunidades y opciones que se ofertan. El documento está estructurado en base a los diferentes servicios y diseños. También incluye los extras que puede tener el producto como música, sonido o locución, además de adjuntar unos presupuestos orientativos. (Ver Anexo 1: Catálogo de productos para la UEN: Empresas e Institutos de investigación)

⁴². Negocio entre empresas

Se prevé acceder a un sector de la sociedad que empieza a ver la animación como un medio para promocionar y vender su marca, no como una herramienta de entretenimiento infantil. Desde anuncios como el de la lotería de Navidad, las marcas “Tulipán” o “Red Bull” a las aplicaciones móviles, el *marketing* empieza a copar la publicidad de videos animados con *gags* divertidos que enganchan al público.



[86. Imágen del anuncio de la lotería nacional del sorteo de Navidad 2015.](#)

[87. Imágen del anuncio de Tulipán, 2016.](#)

Como hemos dicho anteriormente, la dinámica de trabajo está cambiando a una apuesta por la colaboración interempresarial. Por este motivo una de las UEN de PTERODACTIVE está enfocada a productoras y empresas de videojuegos, con vistas a la prestación de servicios en la fase de animación de sus proyectos.

El estudio ofrece, como veremos más adelante, el valor añadido de contar con un equipo completo y competente que puede abarcar más carga de trabajo o encargos con un mejor resultado. En concreto hablamos de servicios en cortometrajes y largometrajes de animación o dentro del sector del videojuego formando parte su cadena de producción. Se realizan labores de animación, intercalado, *clean up*⁴³, coloreado, *sprites*⁴⁴, etc. adaptándose a las necesidades de cada proyecto.

5.2 OBJETO DE LA EMPRESA

El objeto social de la empresa hace referencia a la actividad o actividades que desempeñará la sociedad. En este apartado se desarrollarán los puntos relacionados con la cultura interna de la empresa, con el fin de reflexionar a cerca de la actitud y postura social de la marca PTERODACTIVE.

⁴³. Limpieza de los dibujos en su caso de la animación original.

<<http://tooncity.net/animationartterms.html>>

⁴⁴. Los sprites es la manera en que se representan los objetos dentro de un videojuego. Se trata de figuras fijas desglosadas en una misma imagen que representan movimientos en bucle.

<<http://www.aprendegamemaker.com/introduccion-sprites-game-maker-studio/>>

5.2.1 CULTURA CORPORATIVA Y ESTATUTOS SOCIALES

La cultura corporativa de PTERODACTIVE consiste en un modelo de normas, de carácter informal, que seguimos todos los componentes del equipo. La finalidad es el bienestar de los miembros y un funcionamiento óptimo de la *startup*. Desde los inicios se planteó la elaboración de una serie de reglamentos con los que acotar la línea social de trabajo.

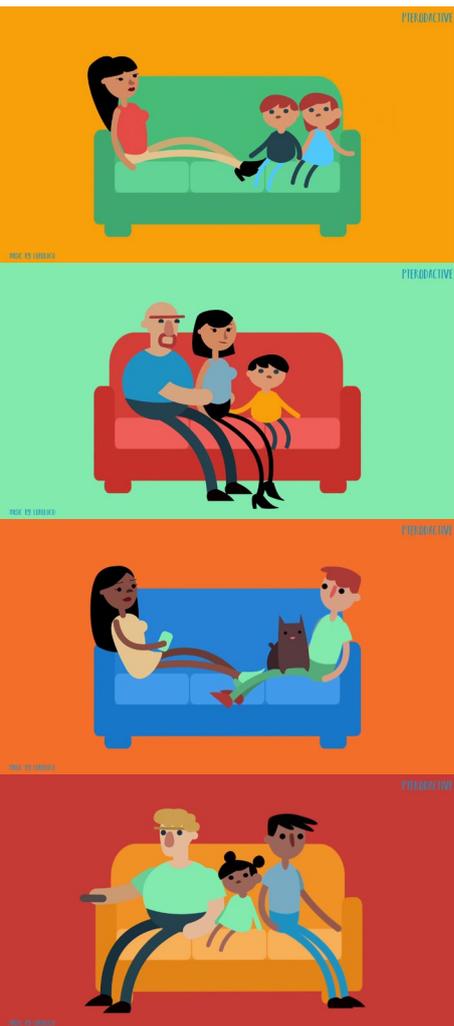
Al comienzo se establecieron las normas referentes al horario, la gestión de los proyectos y el trabajo personal. Se acordó media jornada laboral, consistente en veinte horas semanales, pero siempre manteniendo un horario flexible y matutino con el propósito de reunir a todo el equipo simultáneamente en el estudio. Se estableció una reunión diaria antes de comenzar el trabajo para debatir dudas y puntos importantes. Posteriormente, se redujo a dos semanales gracias a la experiencia adquirida, la cohesión del equipo y los trabajos realizados, que aportaron los conocimientos y la metodología necesaria al equipo para resolver problemas y transformarlos en métodos de trabajo eficientes. Se decidió, también, establecer un jefe de proyecto que dirija y coordine en base a las necesidades del proyecto y la disponibilidad de los miembros.

Partiendo de esta primera fase se ha ido aprendiendo y evolucionando. Después de un año, se han establecido los estatutos sociales de la empresa y la cultura corporativa. Siempre enfocados a que engloben a todo el equipo y de la que todos formen parte en su elaboración.

Los puntos clave de mayor importancia son: la sinceridad, la comunicación y la confianza en los miembros del equipo y su trabajo, siempre desde el respeto a los compañeros. Además se valora la autocorrección del trabajo, para adquirir una crítica, antes de exponerlo al resto de miembros del equipo. Por último, la iniciativa y el interés por proponer proyectos, cursos, trabajos, etc.

88. Ilustración del equipo de PTERODACTIVE.





[89-92. Imágenes de la animación realizada para el día de la familia 2017.](#)

puesto que esa es la única forma de ser creativos, imaginar nuevas posibilidades y romper límites haciendo evolucionar el estudio.

La cultura corporativa fue uno de los aspectos más importantes dentro de los estatutos, debe englobar la opinión general del estudio respetando a cada individuo para así, poder elaborar contenido en las RRSS con un criterio conjunto.

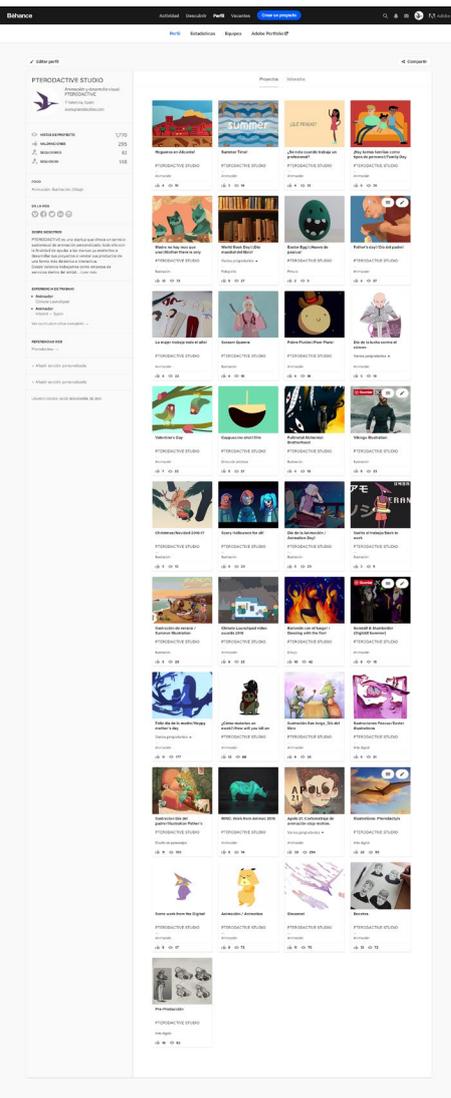
Como filosofía general, se evita la polémica en temas de actualidad, expresando opinión en materias que, a criterio del equipo, requieran un posicionamiento como es el caso de los recortes en cultura, defensa de los derechos LGTBI+ o promocionar proyectos de compañeros. El apoyo se muestra a través de distintas vías: la animación y el contenido audiovisual sin necesidad de una explicación escrita, artículos compartidos en redes como LinkedIn o en la asistencia a ciertos eventos. Un claro ejemplo, es la animación realizada para el día de la familia donde se muestra y defiende la diversidad que existe en la actualidad.

5.2.2 VISIÓN, MISIÓN Y VALORES

La misión de PTERODACTIVE es, ofrecer un servicio audiovisual de animación personalizado, para ayudar a las empresas a promocionar sus servicios o desarrollar sus proyectos de una forma más dinámica e interactiva; empezando por el mercado nacional y con perspectivas de internacionalización.

La visión consiste en convertir el estudio en un referente dentro del mercado de animación español, fomentando el ecosistema y activando la comunicación entre todos miembros que forman parte de la comunidad, desde estudiantes a profesionales del sector. Para desarrollarla se han realizado una serie de pequeñas acciones como por ejemplo, la realización de un grupo de Facebook llamado: "Animación en Valencia", con la finalidad de albergar a todas aquellas personas interesadas en la animación residentes en Valencia o alrededores. Aquí se publican intereses, ofertas de empleo, se comparten cortometrajes o proyectos que necesitan *feed-back* para mejorar, creando debates y aprendiendo a través de los comentarios de los compañeros de profesión. En esta línea, también se realizó el evento AnimaEmprende (Ver apartado 6.3 Eventos y talleres impartidos) con la pretensión de fomentar la iniciativa, la colaboración y el emprendimiento en los estudiantes de animación.

Partiendo de esta misión y visión, los valores como empresa que



[93. Scroll de Behance, una de las primeras RRSS que se hizo en PTERODACTIVE.](#)

se desea transmitir al cliente son: la sinceridad en el trato, la profesionalidad y la alta calidad del producto final. Por este motivo se prima la comunicación con el consumidor abordando los proyectos de una forma racional y clara, evitando así, malentendidos que puedan provocar correcciones o trabajo extra en los encargos.

5.2.3 OBJETIVOS

Los objetivos principales de este proyecto de empresa consisten en: la consolidación del proyecto en la industria española audiovisual y la profesionalización de los miembros del equipo. Para alcanzarlos, se han establecido una serie de objetivos secundarios como la creación de una web, la unificación del estilo artístico o formar parte de los ecosistemas de animación y emprendimiento.

El primer objetivo secundario que se abordó fue la construcción de la página web y un conjunto de RRSS que reflejaran la identidad de PTERODACTIVE. Se trata de plataformas donde mostrar contenido propio y presentar los proyectos realizados como punto de partida para dar a conocer el estudio. Una vez alcanzada esta meta, la *startup* se centró en consolidar el equipo unificando estilos del arte, así se creó un estilo propio que abarcara a todos los miembros y los identificara como grupo. Por último, se comenzó a participar y formar parte de los sectores de emprendimiento y animación valencianos, todo ello con la finalidad de dar a conocer el estudio y crear una red de contactos que impulse a PTERODACTIVE a progresar.

Para lograr estos tres objetivos se estableció un año como plazo y una lista de actividades necesarias. Se elaboró una serie de ilustraciones temáticas grupales y trabajos en colaboración durante ferias y festivales para uniformar el estilo, los cursos externos aportaron contactos importantes en los dos ámbitos propuestos o la consolidación del equipo, se consiguió a medida que se trabajaba, mediante ejercicios o metodologías, que se han ido implementando con el propósito de aumentar la productividad y eficiencia.

Actualmente se han alcanzado los objetivos secundarios, PTERODACTIVE cuenta con un estilo claro y definido en el que el equipo se siente cómodo e identificado, el estudio ya es conocido en parte de los dos sectores y se ha definido una línea de actuación en las RRSS. A partir de ahora se ha de continuar el trabajo mejorando día a día para alcanzar los objetivos principales (formar parte como estudio de la industria española de animación y profesionalización del equipo) en 2018.

5.3 PLAN ESTRATÉGICO

“El Plan Estratégico es un informe que debe ayudar al empresario a contestar las preguntas necesarias para gestionar su empresa, asegurando coherencia entre ellas y garantizando la consistencia de su negocio.”⁴⁵ Para desarrollar este apartado se han utilizado una serie de herramientas que ayudan al análisis del entorno interno y externo con el que tiene que hacer frente el estudio.

5.3.1 ENTORNO GLOBAL: ANÁLISIS PESTEL

El análisis Pestel es una herramienta de estrategia empresarial del estudio del entorno global de la empresa. En primer lugar, como empresa emergente PTERODACTIVE puede beneficiarse de un nuevo modelo de constitución para empresas emprendedoras que entró en vigor con el equipo de gobierno del año 2015, consistente en un menor número de trámites y comisiones. Sin embargo, tras la falta de gobierno estable, quedaron paralizadas estas medidas e iniciativas que favorecen a los negocios de nueva creación. Un ejemplo de ello es la propuesta de nueva ley para autónomos que contempla una reducción del importe durante un mayor periodo de tiempo.

En cuanto a los factores económicos, decir que afectan negativamente al estudio, ya que la existente inestabilidad económica provoca una dificultad mayor para obtener capital de un préstamo bancario. Esto resulta un inconveniente a la hora de realizar una inversión inicial económica en la empresa, teniendo que autosustentarse directamente con los ingresos, lo que se traduce en un crecimiento más lento.

Sin embargo, los factores socio-culturales suponen un punto positivo en el análisis Pestel, la cultura actual se interesa por los avances tecnológicos y digitales. Esto provoca que sectores como el tecnológico o el del videojuego (sectores adyacentes al de animación) sean punteros en la economía española y mundial.

94. Tabla del análisis Pestel de PTERODACTIVE.

| | |
|-----------------|---|
| Políticos-legal | Políticas a favor del emprendimiento |
| | Nuevo modelo constitución ley-emprendedores |
| | Inseguridad política. Proceso de investidura |
| Económico | Inestabilidad económica y financiera |
| | Muchas condiciones para poder captar financiación del sector bancario |
| Socio-cultural | Cultura propensa a lo digital |
| | La animación es atractiva para el público |
| | Cambios demográficos más abundantes (fuga de cerebros) |
| Tecnológico | Constante Renovación en intangibles |
| | Nuevos programas muy específicos para la animación |

⁴⁵. <<http://www.foromarketing.com/plan-estrategico-pequeno-comercio/>>

La animación es un recurso llamativo y atractivo para el público, es muy visual por lo que consigue centrar al espectador en la información que se quiere transmitir. Actualmente tanto el vídeo como la ilustración y la animación copan gran parte del sector de la comunicación, se ha demostrado con el paso de los años que son más efectivos que un artículo o un *post*. Lo que supone una ventaja competitiva para el tipo de producto que ofrece nuestra *startup*.

Otro punto a destacar es la "*fuga de talento*" que existe en España. Debido a las circunstancias económicas y la poca oportunidad de obtención de empleo, los estudiantes o jóvenes profesionales que trabajan como *freelancers* viajan al extranjero para conseguir estabilidad económica. Esto deja el sector con un número reducido de empresas de animación que, aunque crece cada año, no puede abarcar grandes proyectos sin realizar subcontrataciones a otras empresas. Este factor socio-cultural creemos que supone una oportunidad para que PTERODACTIVE se haga un hueco en un sector en crecimiento, como es el de la animación.

5.3.2 ANÁLISIS DE PORTER

*"El modelo de las cinco fuerzas de Porter es una herramienta de gestión (...) Siendo más específicos, esta herramienta permite conocer el grado de competencia que existe en una industria y, en el caso de una empresa dentro de ella, realizar un análisis externo que sirva como base para formular estrategias destinadas a aprovechar las oportunidades y/o hacer frente a las amenazas detectadas."*⁴⁶ Para completar el análisis PEST, que se verá a continuación, hemos creído necesario hacer el análisis de las 5 fuerzas competitivas del modelo de Porter.

Competidores Potenciales

Los principales competidores potenciales de la *startup* vienen del mundo del *freelancer* y al analizar su comportamiento, podemos ver que éstos no tienen unas barreras de entrada preestablecidas, ya que es un mercado poco establecido, y no necesita de grandes economías a escala para poder trabajar en él.

Los bajos costes iniciales, en comparación con otros sectores, es uno de los motivos principales que facilitan el acceso al sector a principiantes. En cuanto al valor absoluto de costes, depende del *know-how*⁴⁷ para poder trabajar con eficiencia, pero dichos costes son asequibles, debido a una mayoría de recursos intangibles que pueden ser adquiridos vía internet.

Por tanto, la estrategia de diferenciación se basa en nuestro producto, en el trabajo enfocado a la realización de un producto distinto al de la competencia. Cada animador o estudio aporta su estilo y crea una marca personal como es el caso de PTERODACTIVE.

⁴⁶. <<http://www.crecenegocios.com/el-modelo-de-las-cinco-fuerzas-de-porter/>>

⁴⁷. Know how es una expresión inglesa usada en el mundo de la publicidad y el marketing para indicar que un profesional o una marca tiene experiencia en su campo y sabe realizar una tarea debido a que lleva mucho tiempo haciéndola. Su traducción literal es saber como, aunque sería mejor traducirla como saber hacer o mejor aún, conocimientos prácticos. <<https://www.mastermagazine.info/termino/5520.php>>

Rivalidad entre competidores

En el mercado de la animación, como en cualquier otro sector, existe una sana competitividad que reactiva la creación de nuevos proyectos y la mejora constante de los miembros de la industria. Nosotros queremos situarnos en medio de nuestros dos polos opuestos de competidores: los *freelancers* y las grandes productoras. Cada uno abarca una parte del mercado de la animación, siendo difícil que el cliente de un *freelancer* contacte con una productora para que le realice otro producto, debido a factores de precios, estilos, disponibilidad o tiempos.

Por otro lado, podríamos decir también que otro factor sobre los competidores son las barreras de salida del mercado, que no existen como tal, ya que los costes de adquisición de materiales son relativamente bajos y no existen infraestructuras de gran capital para vender los recursos antes de salir.

Poder de Negociación de los Compradores

Una mala negociación con los compradores influye en los beneficios esperados, desde PTERODACTIVE intenta reducir al máximo este factor ofreciendo presupuestos lo más reales posible. Normalmente se trata de mantener contacto con los posibles clientes de una manera constante para poder gestionar todos los cambios y modificaciones que pueda sufrir un presupuesto antes de cerrarlo.

Poder de Negociación de los Proveedores

En el mercado que se desarrolla Pterodactive no existe una negociación directa con los proveedores, ya que los recursos necesarios para realizar cualquier encargo son intangibles, o equipos para el proceso de la información, o complementos para ellos. La contratación de estos servicios suele ser vía internet y la negociación mediante esta vía suele ser difícil de conseguir.

95. Reunión con Jean Christophe Soulangeon, productor francés, durante el festival de animación Animac-Lleida 2017.



Productos sustitutivos

Actualmente la mayor amenaza del estudio como producto sustitutivo es la imagen fija mediante infografías, más fáciles de poder gestionar o realizar por un *amateur* o las plataformas de internet que ofrecen todas las herramientas para que tu mismo puedas realizar un video en cuatro sencillos pasos. Siempre se intenta diferenciar la *startup* de este tipo de plataformas con la calidad y nivel de personalización del vídeo, siendo cada proyecto único.

5.3.3 ANÁLISIS DAFO

A continuación se presenta el análisis DAFO en el que se recoge las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de mayor importancia para el estudio, ya que en base a ellas se confeccionan las estrategias a seguir. Este análisis está enfocado a medio plazo puesto que, se prevé un crecimiento que supondrán cambios en estos factores antes del próximo año financiero (agosto de 2017 - julio de 2018).

96. Tabla DAFO de PTERODACTIVE.

| DEBILIDADES | FORTALEZAS |
|---|---|
| Falta de materiales específicos para animación y software | Diferenciación de nuestros servicios gracias a un trato directo con el cliente |
| Falta de contactos del campo musical y efectos sonoros profesionales | Diferenciación de nuestros servicios gracias a un trato directo con el cliente |
| Poca capacidad de financiación al ser una empresa emergente | Políticas de seguimiento hacia los clientes, para que puedan conocer cómo va el proceso de realización de su producto |
| Encargos independientes, no aseguran el perfil de un cliente asiduo y fiel, sino espontáneo | Equipo multidisciplinar especializado en diferentes fases del proceso de animación |
| | Juventud y energía del equipo |
| | Conocimientos del sector audiovisual |
| | Facilidad de adaptar lenguaje específico a un nivel estándar mediante técnicas audiovisuales |
| AMENAZAS | OPORTUNIDADES |
| Peso del mercadode animación 3D | Crecimiento del sector de la animación en España |
| Marco legal en España | Posibilidad de colaboración con sectores más consolidados |
| Contratación de empresas extranjeras para proyectos nacionales | Conciencia sobre la necesidad de una promoción directa y eficaz |
| Competidores espontáneos | Abundancia de clientes potenciales que necesitan promocionarse, transmitir ideas o la esencia de su trabajo |
| | Las técnicas audiovisuales son llamativas y ayudan a centrar la atención sobre lo que se está transmitiendo |

Las debilidades de la *startup* están muy relacionadas con la falta de inversión inicial y, por tanto, de solvencia económica en el inicio de la actividad empresarial. Un ejemplo de ello es la adquisición de licencias permanentes de *software* específico, o hacer frente a los gastos salariales de los miembros del equipo, alquiler, etc. Otra de las debilidades es la inestabilidad económica, puesto que la mayoría de los encargos del estudio son esporádicos, ya que los clientes no necesitan estos servicios periódicamente y no suponen ingresos fijos.

Las amenazas que pesan sobre el modelo de negocio se basan en dos pilares: el mercado exterior y las diversas técnicas de animación. El creciente mercado del 3D junto al marco legal español en ámbitos culturales, son amenazas de gran envergadura que el estudio no tiene capacidad para solventar. Por otro lado, la contratación de empresas extranjeras en productos nacionales o los *freelancers* que copan gran parte de nuestro mercado, si son amenazas a las que se puede hacer frente con una fuerte política de diferenciación y un plan de *marketing* y operaciones enfocado al sector.

Como principal fortaleza cabe destacar el trato cercano con el cliente, esto permite ofrecer un seguimiento personalizado y asesoramiento durante la producción. En el caso de proyectos de divulgación científica también se adapta el lenguaje científico a un nivel estándar mediante el producto audiovisual. Concretamente, dentro de las fortalezas del equipo PTERODACTIVE destaca la juventud y energía a la hora de abordar proyectos, así como un equipo multidisciplinar, que ofrece todas las fases de una producción de animación.

Como último apartado del DAFO hablaremos de las oportunidades del sector de la animación ya que se encuentra en crecimiento, no solo por el aumento y la envergadura de los proyectos de animación, sino también por los sectores adyacentes que necesitan de sus servicios y productos. Concretamente en el campo de la autopromoción, la animación es una técnica llamativa y el *videomarketing* es utilizado por un 70% de empresas; hay multitud de clientes potenciales que necesitan de un video promocional para explicar su proyecto, investigación o servicio. Todos estos factores son oportunidades para PTERODACTIVE ya que generan una necesidad de empresas de servicios en el sector de la animación.

5.3.4 ANÁLISIS DE RECURSOS Y CAPACIDADES

El análisis interno se presentará a través de la siguiente tabla de recursos y capacidades de la *startup*. Como recursos más valiosos destacamos los relacionados con el personal humano, debido a que la producción actual se basa íntegramente en el equipo. El grupo restante de recursos lo conforman las diferentes técnicas de animación o los bienes técnicos del equipo de trabajo.

Por otro lado las capacidades van en relación al equipo y su juventud, debemos señalar la adaptación a las nuevas tecnologías y una actitud positiva y retroactiva para aprender cosas nuevas como las capacidades más importantes.

Uno de los objetivos marcados está muy relacionado con este ámbito, se trata de ampliar progresivamente los recursos para alcanzar un trabajo cada vez más óptimo y, seguir mejorando

las capacidades y conocimientos del equipo con la finalidad de incrementar el desarrollo de la empresa en el campo de la animación.

97. Tabla de recursos y capacidades de PTERODACTIVE.

| Recursos |
|--|
| Mano de obra especializada |
| Conocimiento sobre varias ramas de la animación |
| Equipos para el proceso de la información actualizados |
| Equipo informático necesario para el desarrollo de la actividad |
| Composición del personal óptimo para realizar un trabajo eficiente |
| Nivel de tesorería adecuado para realizar la actividad |
| Proceso de producción con bajo nivel de costes fijos y variables |
| Capacidades |
| Adaptación a las nuevas tecnologías |
| Autocrítica ante cualquier trabajo aportado al proceso productivo |
| Juventud y ganas de trabajar |
| Ilusión y creencia por nuestro proyecto de empresa |
| Naturalidad a la hora de trabajar con sistemas digitales |
| Facilidad para encontrar nuevas relaciones con otras empresas/clientes mediante actuación en ferias/festivales de animación y emprendimiento |

5.4 EL MERCADO

En base a la información extraída del *Libro Blanco de la Animación* en su versión más actualizada, se puede hablar de una mejora anual del sector de la animación en España. En 2012 se llegaron a facturar 304 millones de euros, frente a los 748 millones que se alcanzaron en 2016. Cada año se elaboran más producciones y títulos españoles pero, a pesar de ello, la financiación sigue viniendo en un 90% de las ventas en el extranjero, que sigue siendo la principal fuente de ingresos de este sector.

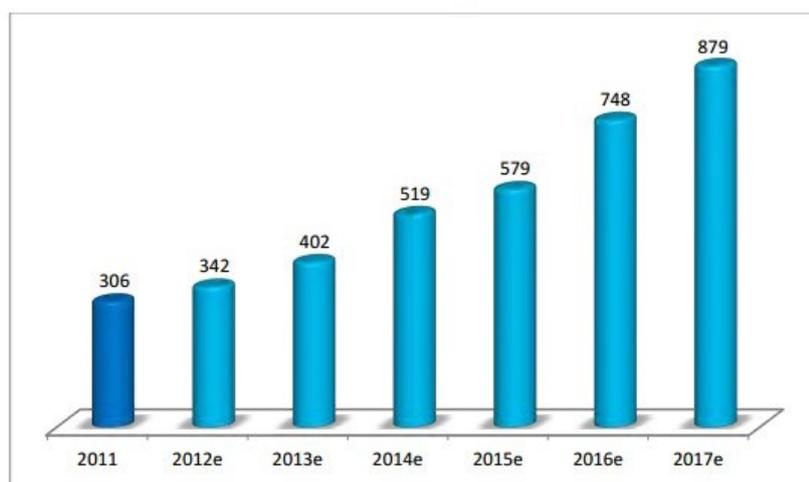
5.4.1 IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO

El servicio de animación al que se vincula PTERODACTIVE, corresponde con el diseño, creación y montaje de imágenes o dibujos estáticos presentados a través de un medio visual, mediante la técnica de animación 2D o digital, dejando fuera el sector de la representación 3D. Las principales aplicaciones de este servicio se dan en la industria de videojuegos, la producción de series de TV, películas o cortometrajes; videos explicativos, corporativos, de divulgación científica o también de efectos especiales en la post-producción audiovisual de películas y videos de imagen real.

5.4.2 TAMAÑO DEL MERCADO. NÚMERO Y TIPOLOGÍA DE EMPRESAS

Según el Libro Blanco de la Animación 2012 realizado por Diboos⁴⁸ y Rooter⁴⁹ en España, más de 200 empresas se dedican de manera directa a actividades vinculadas con el desarrollo y la distribución de contenidos de animación, y lo hacen prácticamente de forma exclusiva. Según la tipología de actividades que realizan las empresas de animación, el 90% producen contenidos, el 33% de éstas se ocupan únicamente de la producción, y otro tercio se encarga de las funciones propias de la una productora y un estudio de animación de forma simultánea. Estos datos contrastan con el hecho de que sólo el 10% de las empresas del sector se dedican a la distribución de series, cortometrajes, largometrajes y otros contenidos animados.

98. Volumen de negocio en 2011 y estimación de la facturación del sector de la animación en España de 2012 a 2017 (en millones de euros). Extraído del libro blanco de la animación.



Fuente: Rooter, 2012

Las empresas de animación han obtenido un total de 306 millones de euros en ingresos en el año 2011 y se previene que el sector crezca en los próximos años a una tasa de crecimiento anual compuesto aproximadamente del 19%, estimándose en el año 2017 una facturación de 879 millones de euros, gracias a su crecimiento intrínseco y al comportamiento esperado de otros sectores adyacentes (cine, TV, videojuegos, acceso a Internet, edición digital de publicaciones, publicidad online y otros) que influyen positivamente en el desarrollo de la industria de animación, potenciando nuevos modelos de negocio, demandando recursos y servicios especializados y gestionando el visionado de contenidos en diferentes soportes.

⁴⁸. Federación Española de Asociaciones de Productoras de Animación, formada por las principales asociaciones del sector: AEPA (Asociación Española de Productores de Animación) y ANIMATS (Associació Catalana de Productors d'Animació).

⁴⁹. Empresa que realiza estudios, investigación y desarrollo de negocios en la Economía Digital.

“Se trata del producto que más se exporta del sector audiovisual, con especial acogida de nuestras cintas en países de la talla de Reino Unido, EEUU, Suecia, Francia, México o Australia. Cadenas del prestigio internacional de la BBC, Discovery Kids o Televisa están emitiendo productos realizados por empresas españolas que han recibido los máximos reconocimientos internacionales.”⁵⁰

Con datos ya más actuales, extraídos de Rooter y El país, podemos afirmar que, aunque en 2016 se facturaran 748 millones de euros (lo que cumple las predicciones del *Libro blanco de la animación*), el 90% de estos ingresos de los que se habla provienen del extranjero. En nuestro país apenas se invierte en animación, por lo que ésta facturación de la que se habla proviene de la venta y distribución en otros países:

“El sector, aparte de mejorar en el mercado español, está protagonizando una verdadera escalada internacional. “El 90% de nuestros ingresos vienen del exterior”, dice Sergi Reigt, consejero delegado de Imira Entertainment. Según Diboos cerca de 170 países del mundo compran o han comprado producciones animadas españolas.

“Planet 51 costó 50 millones de euros y recaudó 150 millones. La vendimos en 80 países, incluido EE UU”, apunta Javier Pérez Dolset, fundador de Ilion Animation Studio. Por su parte, Víctor López, creador de Anima Kitchent en 2014, cuenta que vendieron Jelly Jamm, una serie producida en 2011 a través de Vodka Capital, a más de 150 países, en 18 idiomas.”⁵¹

5.4.3 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

El mercado al que se dirige PTERODACTIVE es el *Business to Business* (B2B) es decir, el cliente al que nos dirigimos es una empresa, no trabajamos con el consumidor final del producto. En el siguiente apartado se explica la segmentación del mercado, dividido en: productoras y sectores adyacentes especializados (estudios o distribuidoras) y por otro lado pequeñas y medianas empresas con presencia online (Institutos de investigación, videojuegos...). Además, se delimitará la posición del estudio PTERODACTIVE dentro del sector y cuáles son las oportunidades de negocio.

En lo referente a las productoras y sectores adyacentes cabe destacar que, debido al modelo de financiación español y los periodos de producción, menos del 50% de la plantilla de las empresas del sector cuenta con un contrato a largo plazo. Esto se traduce en un alto índice de subcontratación, entre el 50% y el 70% de las compañías necesitan de otros estudios nacionales o internacionales para trabajar, sobre todo en las fases de producción y postproducción del proyecto. España no cuenta con un sector de servicios de animación consolidado que dé cabida a grandes producciones, el sector queda reducido en su mayoría a productoras, distribuidoras y *freelancers*.

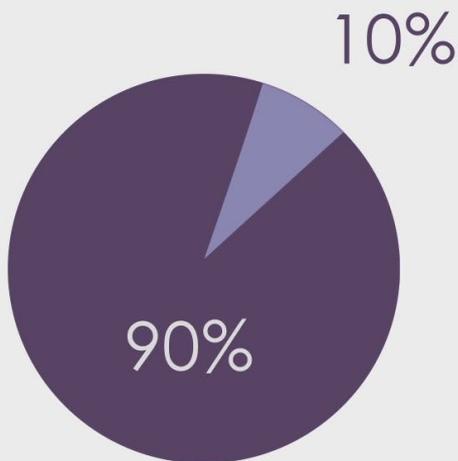
⁵⁰ IGLESIAS, Alberto. La animación en España cotiza al alza en todo el mundo.

<<http://blogthinkbig.com/la-animacion-en-espana-cotiza-al-alza-en-todo-el-mundo/>>

⁵¹ BARCIELA, Fernando. La animación llega al ‘prime time’. El sector gana popularidad, prestigio y se afianza entre los tres primeros de Europa.

<http://economia.elpais.com/economia/2016/04/14/actualidad/1460634072_612821.html>

MERCADO



SECTOR



99. Gráfico izquierda: muestra el mercado de animación española y cómo el 10% son distribuidoras y el 90% productoras. Gráfico derecha: muestra las productoras españolas, un 30% puede autoabastecerse y el 70% restante necesita subcontratar los servicios (30% contratación exterior y 40% contratación nacional)

Una consecuencia de la falta de contratos a largo plazo y la estabilidad del sector, es la *"fuga de talento"* que se genera entre los profesionales que optan por emigrar a otros países donde las condiciones de trabajo son más favorables. Este éxodo implica una mayor dificultad a la hora de encontrar trabajadores y personal que cuente con la formación específica necesaria, cuando se comienza una nueva producción en España.

Todos estos factores conducen a la hipótesis de la existencia de un nicho de mercado, para aquellas empresas de servicios de animación especializadas que cuenten con trabajadores cualificados. Mediante este sistema, al inicio de un nuevo proyecto la productora no necesitaría buscar y contratar diferentes perfiles, sólo subcontratar a una o varias empresas especializadas. Lo que supone, no sólo una reducción del tiempo de contratación, sino también una reducción del coste fiscal en el gasto de personal.

Sólo dentro de la Comunidad Valenciana, se encuentran ejemplos de productoras que durante el desarrollo de un proyecto se ven obligadas a ampliar su plantilla: Clay Animation durante la producción de la serie de animación stop-motion *Clay Kids* (2013), Conflictivos Productions durante el rodaje del *film Pos Eso* (2014) o Blue Dreams durante el proceso de animación de *Animal Crackers* (2017). Además, como se ha comentado anteriormente, existe un proyecto de película de animación que ya se está realizando bajo este sistema de subcontratación de pequeños estudios, es el caso de la película *Memorias de un hombre en pijama*.

En el sector de la animación no se contempla, por el momento, la inclusión del estudio PTERODACTIVE dentro del segmento de mercado dedicado a la técnica de animación/modelado en 3D, aunque sí que se podrían realizar tareas de preproducción o post producción.

Como podemos apreciar en este apartado, dada la naturaleza artística del equipo de trabajo, se ha empezado por desarrollar el mercado relacionado con la industria de la producción de animación. El estudio de mercado sobre pequeñas y medianas empresas con presencia digital y de los institutos de investigación, está previsto que se realice el próximo periodo anual de septiembre de 2017 al 2018. Para empezar se ha elaborado una pequeña investigación inicial para determinar, de una forma general, la viabilidad del estudio en ese sector, su crecimiento y posibilidades.

5.4.4 PROPUESTA DE VALOR

La propuesta de valor que presenta PTERODACTIVE en el mercado, consiste en poder ofrecer al cliente un producto final profesional, personalizado y completo a un precio asequible en el mercado. Situando el producto que ofrece el estudio a caballo entre el sistema que presenta el panorama actual, en el que las grandes productoras pueden ofrecer servicios similares con precios elevados para poder mantener la infraestructura que supone su empresa y de los precios bajos de los *freelancers* que tienen un coste de mantenimiento inferior.

Por otro lado, cabe destacar la diferencia de calidad que presentan estos dos competidores, las grandes productoras pueden ofrecer un producto de gran calidad dado su estructurado de personal especializado. Estos estudios pueden realizar encargos entre grandes proyectos para mantener activo el flujo de trabajo y de personal en plantilla. En cambio, los *freelancers* son personas autónomas que se dedican a realizar pequeños encargos y normalmente no pueden ser especialistas en todas las fases del proceso de producción, por lo que el resultado final de su



100. Gráfico que muestra donde se sitúa PTERODACTIVE dentro del mercado español.

5.5 PLAN DE MARKETING

*“(...) las funciones de **marketing** de una startup debían considerarse tan importantes como el diseño y el desarrollo de productos y, por lo tanto, merecían una metodología igual de rigurosa para guiarlas.”⁵²*

El Plan de *Marketing* es un documento que recopila la estrategia, objetivos y actividades dirigidas a captar clientes en una empresa y, marca las actividades y acciones concretas que se deben realizar para llegar a conseguirlos. En PTERODACTIVE se han realizado dos planes, según la línea de negocio, puesto que el público, los objetivos y las actividades a realizar son diferentes.

En base a patrones de comportamiento similares se dividió el público objetivo en dos sectores principales según: las empresas e institutos de investigación y las productoras de animación y las empresas de videojuegos. Se mantuvo la misma estructura en ambos, empezando por un análisis interno y externo de la situación actual, marcando unos objetivos a corto y largo plazo, estableciendo los canales de comunicación y concretando las actividades a realizar.

“Scrum es un proceso en el que se aplican de manera regular un conjunto de buenas prácticas para trabajar colaborativamente, en equipo, y obtener el mejor resultado posible de un proyecto.”⁵³

El estudio conoció esta metodología de trabajo en equipo gracias a Chaume Sanchez, CEO de Geeks Hubs Academy, y se decidió utilizar esta estrategia de actuación para cumplir los objetivos del plan de *marketing*. Se estableció la realización de una serie de *sprints* semanales, conjunto de acciones y actividades necesarias para cumplir un objetivo en un tiempo determinado. El número de actividades varía de un *sprint* a otro en función de su dificultad, con la finalidad de limitar el trabajo empleado en comunicación y compaginar esta labor con el resto de tareas de redes sociales y de proyectos de animación. Al inicio del plan de *marketing* se determinó del 1 al 5 cuál era la dificultad de cada objetivo a corto plazo (siendo 1 una actividad de poca dificultad y 5 una de mucha dificultad) después, se ordenaron los objetivos en base a su prioridad y necesidad de realización y, se empezó a trabajar en ellos.

101. Objetivos a corto plazo del plan de *marketing* de PTERODACTIVE con valoración numérica para el *scrum*.

Objetivos

Corto plazo: Para 15 febrero

- Tener realizada la horquilla - 4
- Completar bases de datos - 5
- Café o correo a BeRoomers: conseguir el vídeo como hacer mailchimp - 3
- Preparar correo: general startups y personalizado para las aceleradoras 2
- Enviar listado de correos - 1
- Recordar a la gente que está pendiente de hacer encargo - 2
- Vicente se hace LinkedIn - 2
- Investigación de las comunidades y foros - 5
- Estar activos en 4 comunidades - 5
- Incluir la horquilla en la web - 2

PTERODACTIVE

⁵². RIES, Eric. El método LEAN STARTUP. Cómo crear empresas de éxito utilizando la innovación continua, p. 8

⁵³. <<https://proyectosagiles.org/que-es-scrum/>>

Al tratarse de una metodología de trabajo que varía dependiendo del equipo y el ritmo de trabajo, se aconseja ir ajustando la cantidad de puntos a realizar en el periodo de tiempo establecido. En el estudio se empezó adjudicando diez puntos de actuación al primer *sprint* de una semana de duración, lo que se traducía en la realización de los objetivos correspondientes a diez puntos, comenzando por el de mayor prioridad y continuando la lista en orden descendente. Además se subdividieron las tareas en acciones concretas que se repartieron entre los miembros del equipo. Con cada nuevo *sprint* se ajustaban los puntos y la duración del mismo, tachando las tareas realizadas y objetivos conseguidos.

La evolución de este sistema y las conclusiones extraídas de él, así como la situación actual en la que se encuentra PTERODACTIVE en los planes de *marketing* se explica más detalladamente en 5.5.4 Evaluación y situación actual de los planes de *marketing*.

5.5.1 CANALES DE COMUNICACIÓN: ONLINE Y OFFLINE

La estrategia de comunicación de la *startup* se basa en dos canales de difusión, el *online* y el *offline*, que en este caso concreto, se encuentran estrechamente relacionados. En el ámbito *offline* no se abordará prensa impresa o televisión, sino que se centrará en ferias y festivales donde hacer contactos dentro del sector y los adyacentes. Estos eventos llevan consigo una gran acción de difusión *online* simultánea, para aprovechar el tirón mediático en las redes sociales de la feria o festival.

Comunicación offline:

La estrategia a seguir para abordar una feria o festival varía dependiendo del sector al que pertenezca, pero siempre existe un factor común: no ser espectadores pasivos del evento sino, en la medida de lo posible, participar activamente en las actividades propuestas.

102. Imágen del equipo en el *stand* del Digital Summer 2016.





103. Stand de PTERODACTIVE en la sección de ANIMACREA, de Animac 2016.
104. Presentación del proyecto *El ladrón de corazones* en el INCUBATOR, de Animac 2016.
105. Presentación de la *startup* PTERODACTIVE en la sección de MARKET PITCH, de Animac 2016.
106. Presentación del proyecto de web-serie *Clito* en la sección INCUBATOR, de Animac 2017.

En los festivales de animación, suele haber una convocatoria de presentación de proyectos o revisión de portafolios y, en las ferias de videojuegos o emprendimiento, la posibilidad de tener un stand o realizar un *pitch* de la *startup*. Esto permite diferenciarse de la amplia mayoría de asistentes y poder establecer contacto directo con los profesionales del sector que participan en el evento.

Como ejemplo de festivales de animación en los que se ha participado destacar: Animac Lleida al que se ha acudido durante tres años consecutivos y supone unos de los mejores contactos con la actualidad de la industria. En 2015 se acudió con una presentación de proyecto mediante la corrección de portafolios que supuso el primer contacto con el festival y su funcionamiento.

El año siguiente, 2016, con la pretensión de participar más en el evento, se montó un *stand* en la sección de ANIMACREA, además se presentaron dos proyectos a la sección de INCUBATOR, que consiste en la presentación durante diez minutos de un proyecto de animación, finalmente solo uno de ellos fue seleccionado. Y en la sección de MARKET PITCH, donde se presentan empresas del sector de la animación y adyacentes, presentamos la propuesta de estudio.

Debido a la amplia participación se pudo obtener un gran *feedback* de los profesionales para poder seguir mejorando y aprendiendo. En el año 2017, fue seleccionado el proyecto de *web-serie* de animación digital *Clito* (Ver apartado 6.2 Productoras de animación y empresas de videojuegos) en INCUBATOR, ya que es el mejor escaparate para contactar con los profesionales. Esto permitió al estudio conocer a personas como Ivan Miñambres director de Uniko Producciones, Jean Christophe Soulangeo productor francés o Bellí Ramirez directora de producción de *Pocoyó*. Este evento es el que más ha repercutido en el desarrollo del estudio, permitido conocer a muchísima gente del sector como realizadores, productores o directores.

Gracias a estos contactos se nos invitó a participar en otro festival de animación, el NonStop de Barcelona durante la edición de 2016, dónde se presentó el proyecto de cortometraje de animación *stop-motion Apolo 21*, lo que dio pie a su vez, a presentarlo al festival 3DWire dónde fue seleccionado para el catálogo anual de proyectos de 2016. Al mismo tiempo, el NonStop nos permitió entrar en contacto con los guionistas de la web serie de animación *Clito*, en la que trabajamos actualmente.



107. Equipo de PTERODACTIVE en el *photocall* de Animac 2017.



108. Presentación del proyecto de cortometraje *Apolo 21* en el ELEVATOR PITCH, del festival Non-Stop 2016.

Los contactos establecidos a raíz de cursos o charlas como la week[EMPRENDE], el day[EMPRENDE] o el Foro-E, de empleo y emprendimiento de la UPV, permite poder aportar al ecosistema en el que hemos nacido, parte de los conocimientos que se han adquirido. De este modo se recibe *feedback* desde un punto de vista que no es el artístico, lo que aporta una nueva perspectiva de cómo realizamos las cosas y como se ven desde fuera.

En el caso de los eventos de emprendimiento, el primer contacto se dio con el DigitAll (2015) cuyo *stand* vino de la mano de Inndea Valencia. Esta asociación cuenta con programas de apoyo a empresas de carácter cultural mediante la financiación del coste del *stand* a eventos de estas características. Desde PTERODACTIVE se quiso aportar la parte creativa en la feria, mostrando como es el proceso de animación en directo; de este modo se utilizaron dos pantallas para poder mostrar nuestros trabajos y al mismo tiempo, enseñar al público del evento, la animación digital dibujo a dibujo. Resultó que este modelo simultaneo de vídeos y *work in progress* es muy atractivo para el público no especializado al que siempre puede resultarle más difícil imaginarse el trabajo de este tipo de productos.

En ferias de estas características la estrategia activa va enfocada a conocer gente y crear contactos para realizar encargos, por un lado, con los asistentes al evento y por otro con los compañeros de *stand*. Las horas de *networking* son muy importantes, un *stand* en una feria cuyo público es el potencial cliente se centrará en sacarle el mayor partido a las horas en la mesa.

109-110. Imágenes del *stand* de PTERODACTIVE durante el Digital Summer.





Mientras que en los casos en los que nuestro posible cliente es el resto de personas de los puestos adyacentes, la estrategia se centra en conectar con ellos en los descansos, montaje y desmontaje del *stand* además de, en las franjas horarias dónde menos público hay. Gracias a los contactos establecidos en el DigitAll tuvimos la oportunidad de participar en la Urano Games Week (2016) de forma gratuita, además conocimos los eventos GameDevs Meetup, una quedada informal donde conocer y charlar con profesionales de la industria del videojuego en Valencia.

Continuando con la línea empresarial, el programa YUZZ para jóvenes con ideas, en el que se participó, nos brindó varias oportunidades durante el curso y al terminar, por resultar ganadoras de la sede de la UPV en su edición de 2016. Entre otros, el viaje a Santander para el YUZZ Day, la participación con un *stand* en Spin 2016, la estancia de una semana en Silicon Valley y la estancia en Madrid para la entrega de los premios finales de la edición. En estos casos fueron eventos que contaban con sesiones de formación, *masterclass* y presentación de *pitch*; rodeándose de emprendedores de éxito y futuros emprendedores que, al igual que nuestro proyecto, trabajan para sacar adelante el suyo propio. Entre los compañeros y asistentes, conectamos con potenciales clientes que, posteriormente han contado con nuestros servicios.

Destacaremos de entre todos ellos Spin 2016, el evento más importante de emprendimiento universitario iberoamericano, organizado por la RedEmprendia, Santander Universidades, la Xunta de Galicia, la Universidad de Santiago de Compostela y la Fundación Cidade da Cultura de Galicia. En este caso, el programa ofrecía *stand* y alojamiento a los ganadores de varias sedes de España, además de la posibilidad de realizar una presentación del proyecto delante de un grupo de inversores del Banco Santander.

También merece una mención especial el premio obtenido por ganar el primer premio YUZZ sede UPV, ya que se realizó una estancia de una semana en la ciudad americana de San Francisco, California, para visitar la cumbre del emprendimiento mundial en Silicon Valley. Durante este periodo se conoció al resto de emprendedores ganadores de la edición y se asistió a ponencias y conferencias en universidades como Standford o Berklee y además de visitar empresas de la talla de LinkedIn, Facebook o Google.

Al margen de los eventos externos, desde PTERODACTIVE se potencia ampliar la red de profesionales del sector de la animación en nuestra ciudad, y se sabe que el primer paso es conectar con

- 111. Fotografía durante las jornadas del YUZZ Day, con el equipo de *Weagle* YUZZ UPV.
- 112. Fotografía del *stand* de PTERODACTIVE durante la Urano Games Week 2016.
- 113. Equipo de PTERODACTIVE durante Spin 2016.
- 114. Equipo de PTERODACTIVE en Google durante el viaje a Silicon Valley.



[115. Ponentes de la mesa redonda y equipo de PTERODACTIVE durante AnimaEmprende.](#)

los estudiantes de la propia universidad. Día a día se intenta estar pendientes para conocer a aquellos directores, creadores o estudiantes que están realizando su proyecto a nuestro lado. Mantenerse al día de los proyectos contiguos es una buena forma de conocer otras perspectivas y metodologías de trabajo, además de que siempre pueden ser potenciales clientes. Una de las primeras iniciativas que se llevaron a cabo para fomentar esta red, fue el evento AnimaEmprende que tuvo lugar en la Facultat de Belles Arts Sant Carles. Esta velada consistió en una mesa redonda con proyectos que se estaban realizando en las instalaciones del centro y una proyección de cortometrajes realizados en la escuela desde 1996 hasta la actualidad, siempre contando con un pequeño descanso para hacer *networking*.

Actualmente para seguir con la idea de fomentar el ecosistema de la universidad, se está preparando una exposición colectiva de proyectos actuales de animación, junto con el ayuntamiento de Valencia, el Máster en Animación UPV y el festival Prime The Animation!. Tendrá lugar en las Naves en octubre de 2017, para poder visibilizar el trabajo que se ha realizado estos últimos años en nuestra facultad.

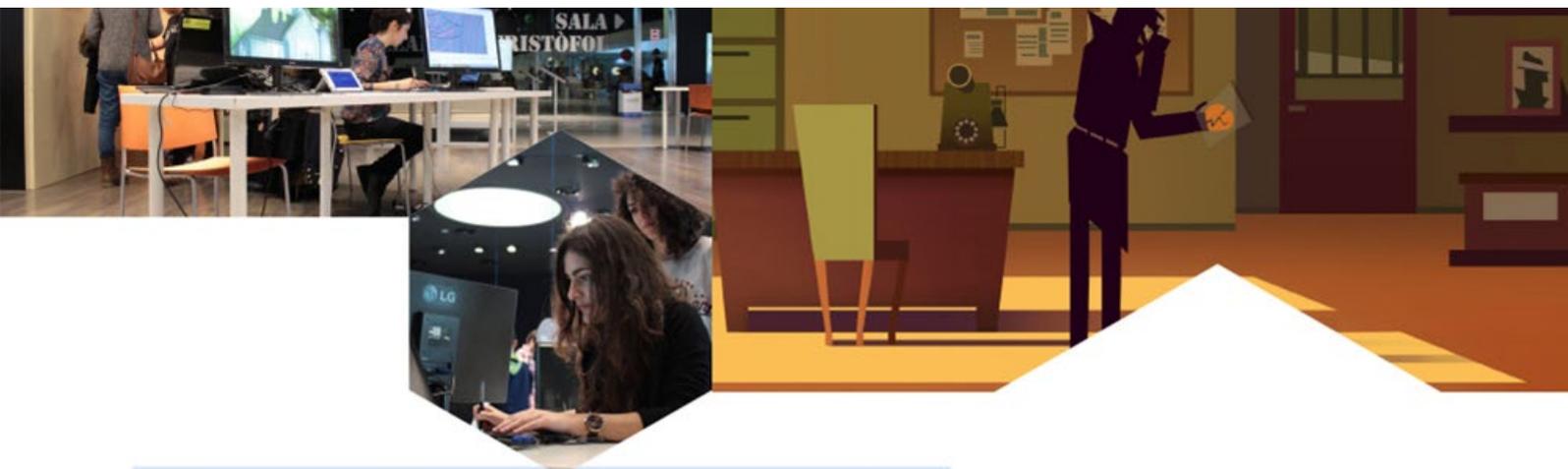
Comunicación online:

Por otro lado, los canales de difusión *online* pueden ofrecer una difusión más constante y progresiva que los *offline*, dentro de esta sección se abordará la web y las diferentes redes sociales que permiten enseñar diferentes aspectos del estudio y trabajo. Las redes sociales en las que se está en activo son: Facebook, LinkedIn, Behance, Vimeo, Instagram y Twitter.

En este tipo de actuaciones existen diferentes posibilidades de abordarlas, ya sea a través de medios pagados, propios, ganados, compartidos...etc. Como se verá a continuación, por el mo-

mento solo se ha realizado una pequeña inversión en medios pagados. Ya que principalmente se ha optado por empezar a través de medios propios y medios ganados.

Los medios ganados hacen referencia a lo que tradicionalmente conocemos como relaciones públicas, lo que se vincula con los festivales, ferias y eventos donde se ha participado y hemos visto anteriormente. En el ámbito online, estas relaciones han germinado en una colaboración a principios de 2016 con la revista digital *100 Grados Fanzine*, cuyo director propuso al estudio escribir un artículo sobre los proyectos de animación que se estaban realizando en Valencia dentro de la universidad y se publicó en el nº14 de su revista. Tras ser las ganadoras del programa YUZZ sede UPV se dio gran difusión del estudio a través de los medios digitales de las plataformas *online* de StartUPV, el Instituto Ideas o periódicos digitales como Valencia Plaza. Cabe destacar también la difusión obtenida a través de eventos propios como fue el caso de AnimaEmprende, que obtuvo buena difusión *online* gracias a la participación y el apoyo de instituciones como el Master de Animación UPV, Inndea Valencia o la Facultat de Belles Arts Sant Carles.



Pterodactive- Crearse un máster 'a medida'

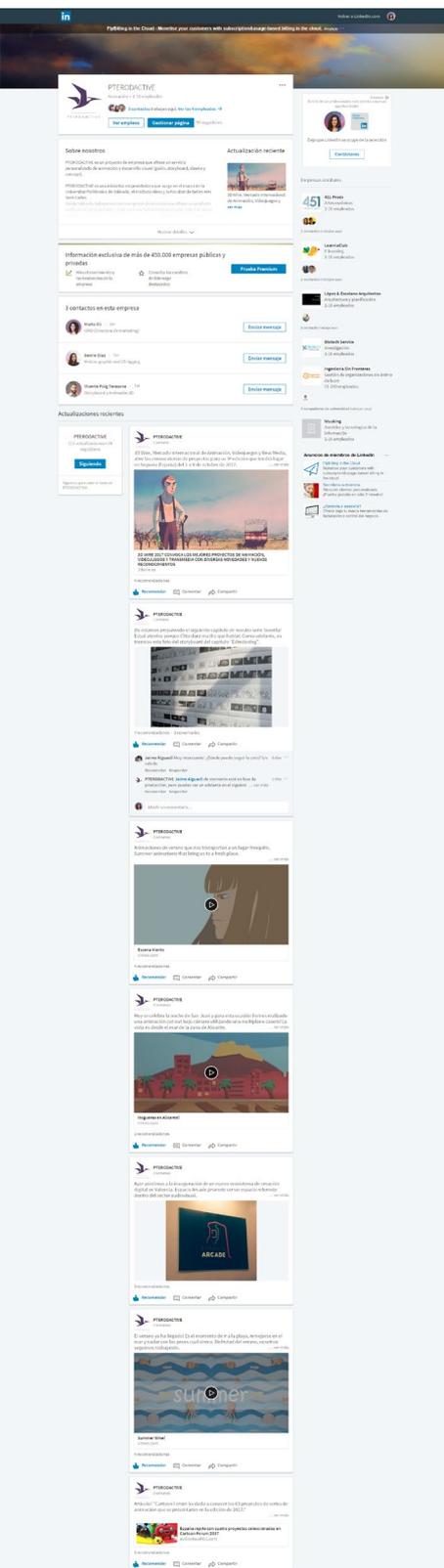
Tampoco se quedan en la 'zona de confort' los integrantes de Pterodactive, que acaban de regresar del Animac, celebrado en Lleida a finales de febrero, donde han presentado su start-up en general, y el proyecto de *El ladrón de corazones*, en particular. Este corto realizado en cut-out digital y 2D es uno de los dos proyectos propios que están desarrollando en el estudio del dinosaurio, que cuenta con un equipo mayoritariamente femenino. "Acabamos de terminar la fase de pre-producción, ahora la idea es revisar todo el material, enseñárselo a gente y recibir feedback para poder corregir errores antes de ponernos a animar", cuenta Julia Cruz, CEO de Pterodactive, que confía en que esté acabado antes de verano para poder llevarlo a festivales y concursos.

El resto de sus esfuerzos se reparten entre los encargos para empresas, especialmente en el campo publicitario, y la otra historia propia que tienen entre manos, *Apolo 21*, realizada con la técnica del stop-motion con la integración de algunos planos en 2D que les permiten jugar con la perspectiva y el volumen en los escenarios.

Para Pterodactive la start-up ha sido la única manera de dar forma a sus ideas con poco presupuesto y nada de financiación: "Después del grado no nos veíamos preparadas para meternos en una empresa de animación, sentíamos que necesitábamos experimentar y aprender más. Ningún máster se ajustaba a nuestras exigencias, así que decidimos tomarnos esta aventura de emprender como un máster propio".

[116. Parte del artículo de 100 Grados Fanzine donde habla de PTERODACTIVE.](#)

Como medios propios, la más profesional y completa sería la página web, dónde el cliente puede ver, además de los trabajos realizados, las aptitudes, el equipo, el portafolio y el blog de actividades. Desde aquí se puede acceder también a todas las redes sociales de las que dispone el estudio. La estrategia se basó en abrir primero la web, junto a Behance y Vimeo para poder enlazar el trabajo con las dos plataformas, la de videos para vincularlos con la web y no hacerla tan pesada y la de Adobe para poder ampliar información de los proyectos. Se consideró que en



117. *Scroll* de la red social LinkedIn de PTERODACTIVE.

un inicio era lo imprescindible para una empresa de servicios.

Posteriormente, se abrió la página de Facebook para utilizarla a modo de *blog* con una publicación semanal con textos cortos donde se dejará ver nuestro carácter y movimiento por ferias, festivales y eventos, al mismo tiempo que se presentaba nuestro trabajo, ilustraciones o *work in progress* (WIP). Para marcar una línea de estilo, se decidió subir contenido únicamente referente a PTERODACTIVE, no se ha compartido nada que no tenga una vinculación directa con el estudio. De este modo los seguidores se pueden hacer una idea de qué, cómo y dónde hacemos nuestro trabajo.

Como plataforma donde mostrar, de un modo más profesional, contenido que creemos de interés, dicho de otra forma, donde ver qué es aquello lee, opina y piensa el estudio, en torno al mundo de la animación o el emprendimiento se abrió LinkedIn. De esta forma se puede conectar el perfil personal de los miembros de PTERODACTIVE y sí dar al cliente una visión más detallada del equipo. En esta plataforma se comparte semanalmente, contenido relacionado con la *startup*, artículos, festivales y eventos interesantes para nuestro sector.

Para poder conectar y sacar el mayor partido al canal *offline* se abrió posteriormente perfiles en las plataformas de Instagram y Twitter. Se trata de medios de comunicación instantáneos para hablar de lo que está ocurriendo en el momento y, son las que más se utilizan en eventos, ferias y festivales. Por ello se decidió conveniente abrirlas, ya que aportan, en estos casos, mucha más visibilidad.

Después de investigar sobre el tema a través de internet, se llegó a la conclusión de que el estudio quería llegar a más gente fuera del territorio nacional, con vistas al futuro y un poco a modo de prueba, se decidió que en Instagram se publicaría en inglés. En Twitter debido al escaso número de caracteres, ciento cuarenta entre letras y signos de puntuación, publicamos en castellano ya que el ámbito en el que se trabaja actualmente es nacional.

Para llevar control de todas las plataformas digitales y poder publicar de forma continuada y homogénea, se realiza mensualmente un calendario de redes sociales y trimestralmente una revisión de las estadísticas y resultados.

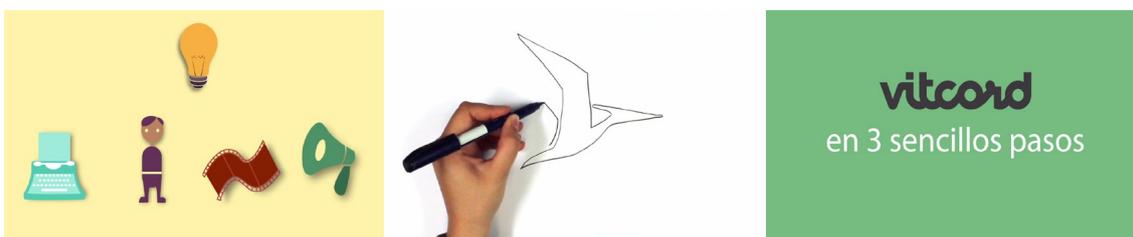
Tenemos previsiones anuales y otras mensuales, por ejemplo se programan las ilustraciones temáticas que se van a realizar según las fiestas o días señalados a principio del año y al mes se prevén

los eventos a los que se va a asistir. Luego, de forma mensual establecemos las publicaciones de cada red social siempre partiendo de unas bases establecidas que hemos ido desarrollando en base a los resultados obtenidos. En Facebook se hace una publicación semanal, en el caso de que contemos con festivales o eventos que requieran una publicación especial se realizan dos. En Instagram se publica semanalmente dos veces, en LinkedIn se comparte tres o cuatro veces por semana y en Twitter se utiliza siempre que se asiste a un evento o feria. La web se actualiza semestralmente revisando el contenido y se actualiza las nuevas ilustraciones y animaciones, el *blog* se modifica si hay contenido para escribir un artículo en el momento que corresponda. Tanto Vimeo con los videos como Behance con los tableros de contenido, se actualizan antes de la publicación en Facebook o Instagram.

Este sistema nos permite llevar mucho control de las publicaciones de forma que periódicamente se puede tener control de las redes sociales, manteniéndonos visibles en el mundo digital. En PTERODACTIVE se organizan dos reuniones de redes sociales, una para establecer el calendario de publicaciones y determinar el número de *posts*, el contenido y quién realiza cada trabajo y otra, donde evaluamos y analizamos los resultados obtenidos comprobando así la efectividad de los *post* planteados en base al alcance, los *likes* o las reproducciones.

5.5.2 EMPRESAS E INSTITUTOS DE DIVULGACIÓN CIENTÍFICA

Para poder analizar el comportamiento del público objetivo y desglosar su análisis, se trabajará sobre las dos UEN, categorías que se detallarán entre este y el próximo apartado del trabajo. En esta primera sección se centrará en el público no especializado que necesita un producto completo y acabado para su negocio. Este es el caso de pequeñas y medianas empresas que necesiten animación de logos, videos corporativos de animación, videos animados de divulgación científica, etc para su plan de marketing, necesitando un producto final completo.



[118-119. Fotogramas del vídeo explicativo de PTERODACTIVE.](#)
[120. Fotograma del vídeo explicativo realizado para la startup Vitcord.](#)

Se comenzó realizando un pequeño análisis externo e interno del comportamiento de este sector y como es su plan de comunicación. En cuanto al estudio externo se destacó como competencia directa las plataformas *online* donde cualquier persona puede hacer un video siguiendo los pasos de la página; las empresas o estudios de animación tradicionales y los *freelancers*. En el análisis interno se destacó como posibles primeros clientes las *startups* cuya estrategia de *marketing* suele ser principalmente *online*, empezando por los ecosistemas valencianos.

El plan de comunicación destinado a captar este tipo de clientes se centró en un objetivo a largo plazo que consistía en la obtención de dos nuevos encargos en un periodo de tiempo determinado, para ello se marcaron varios objetivos a corto plazo: realizar una horquilla de precios, completar las bases de datos sobre institutos de investigación, aceleradoras e incubadoras y *startups* valencianas, preparar varias muestras para hacer *email marketing*, etc. (Ver Anexo 3: Plan de marketing: Empresas e institutos de investigación)

Nuestro *target* a la hora de realizar los planes de comunicación es muy concreto, se quiere contactar en concreto con las personas de la empresa encargadas de buscar el producto que se está ofreciendo. En base a la experiencia de cursos como Factory Startup, se estableció que los perfiles más idóneos a los que contactar eran: los directores de proyecto de las aceleradoras o incubadoras, ya que tienen control de todos los proyectos y de sus necesidades y, dentro de las empresas, aquellas dedicadas al diseño o *marketing* ya que, son las encargadas de realizar un trabajo similar o de buscar a quien lo tiene que hacer.

Otro de los aspectos a tener en cuenta en la realización de un plan de *marketing* son los canales de comunicación que se van a utilizar. Los canales varían en función del público al que se dirige, el presupuesto del que se dispone o la velocidad de captación de clientes que se quiere adquirir.



121-126. Diapositivas del plan de marketing de PTERODACTIVE.

Siempre se recomienda no abarcar más de dos canales al mismo tiempo, ya que es muy probable que se invierta esfuerzo innecesario y, uno o varios de los canales no aporten ningún cliente. En el caso de PTERODACTIVE, se optó para esta UEN, utilizar el *email marketing*, a través de herramientas como MailChimp⁵⁴, ya que permiten alcanzar un número mayor de personas y medir el impacto obtenido; y el contacto directo mediante teléfono, visita o e-mail personal a las personas de contacto que se habían conocido y que cumplían este perfil.

⁵⁴ Mailchimp es un proveedor de servicios de marketing por correo electrónico fundado en el año 2001.

Para dividir el mercado, dentro de este nicho del plan de comunicación utilizaremos la clasificación en TAM⁵⁵, SAM⁵⁶ y SON⁵⁷, siglas inglesas que hacen referencia a la cantidad económica que mueve el sector y qué parte es accesible. Para el estudio, el TAM estaría formado por startups, pequeñas, medianas y grandes empresas a nivel nacional, así como institutos de investigación. En el SAM se redujo el mercado a las startups nacionales y, como SON se marcaron las startups valencianas.

Actualmente no se han completado los objetivos del plan de comunicación nos encontramos inmersos en el octavo *sprint*. (Anexo 3: Plan de marketing: Empresas e institutos de investigación)

5.5.3 PRODUCTORAS DE ANIMACIÓN Y EMPRESAS DE VIDEOJUEGOS

En esta segunda sección se ha desarrollado el público especializado, aquellas productoras o estudios que trabajan en animación, en producción audiovisual o videojuegos, siendo sus proyectos más técnicos y por tanto necesites subcontratar personal con los conocimientos técnicos necesarios.

Para realizar el plan de *marketing* enfocado a las productoras de animación y empresas de videojuegos se comenzó realizando un breve análisis, tanto externo como interno, estudiando: los competidores, situación del mercado (TAM, SAN, SON), las métricas, RRSS o los clientes potenciales.

Partiendo del estudio de mercado y de la competencia se elaboró el análisis externo. Como resultado podemos destacar que, nuestros principales competidores son los estudios de animación de España que trabajan por encargo y los *freelancer* que pueden recibir parte del trabajo de producción no realizado en el estudio.

En cuanto al análisis interno cabe destacar que los potenciales clientes son las productoras o estudios de videojuegos que dispongan de una plantilla fija pero reducida para llevar a cabo un proyecto de gran envergadura. El *target* en este caso lo situamos en los directores creativos o directores de proyecto.

En el ecosistema de animación española, un canal muy importante de comunicación es la ‘recomendación’, es decir ir de la mano de un profesional del campo ya reconocido. Por ello se estableció una ‘Comunicación personalizada’ a través de teléfono o mensaje directo como principal canal y el *email marketing* para la difusión en el sector de los videojuegos.

⁵⁵. TAM (Total Addressable Market): Comprende la demanda total del producto o servicio. Se puede determinar a través del volumen total del mercado. (Engloba el SAM y el SON) <<http://javiermegias.com/blog/2014/03/calcular-tamano-mercado-tam-sam-som/>>

⁵⁶. SAM (Serviceable Available Market): Cuantifica el tamaño del mercado al que podemos servir con la tecnología actual que ofrecemos y el modelo de negocio implantado. (Engloba el SON) <<http://javiermegias.com/blog/2014/03/calcular-tamano-mercado-tam-sam-som/>>

⁵⁷. SON (Serviceable Obtainable Market): Se trata del porcentaje de mercado que podemos captar a corto y medio plazo. <<http://javiermegias.com/blog/2014/03/calcular-tamano-mercado-tam-sam-som/>>

El TAM lo forman las productoras de animación francesas, inglesas y españolas y las empresas de videojuegos de Alemania, Reino Unido Francia y España. El SAM reduciría el campo de acción a nivel nacional y el SON al ecosistema valenciano, en el caso de la animación y al catalán en el de los videojuegos.

127. Tabla de relación de personas y entidades beneficiarias de las ayudas de CulturArts 2016.

| ANNEX I. Relació de persones i entitats beneficiaries | | | | | | | | | |
|---|-----------|---|-------------------------|--------------|-------|------------|-----------|------------|------------|
| EMPRESA | | | PROJECTE | MODALITAT | PUNTS | CONCEDIT | 2016 | 2017 | 2018 |
| P-23/16 | B96813118 | PASOZEBRA PRODUCCIONES, SL | EL NAUFRAGO | CURTMETRATGE | 80,30 | 40.000,00 | 9.611,60 | 15.194,20 | 15.194,20 |
| P-5/16 | 44883363J | ROSA GERTRUDIS PERIS MEDINA | TUTUTÚ | CURTMETRATGE | 79,33 | 40.000,00 | 9.611,60 | 15.194,20 | 15.194,20 |
| P-8/16 | 48385635Y | EMILIO MARTÍ LÓPEZ | MAKUN (NO LLORES) | CURTMETRATGE | 78,81 | 40.000,00 | 9.611,60 | 15.194,20 | 15.194,20 |
| P-7/16 | 29135869K | ENRIQUE MILLÁN ALMENAR | IMPROMPTU | CURTMETRATGE | 75,66 | 8.702,00 | 2.091,00 | 3.305,50 | 3.305,50 |
| P-11/16 | B98630650 | BLUE DREAM STUDIOS SPAIN | HERO DAD | PILOT SÉRIE | 74,66 | 35.000,00 | 8.410,15 | 13.294,93 | 13.294,93 |
| P-19/16 | B98343700 | PRODUCCIONES DE ANIMACIÓN LLUNA FILMS, SL | INDIFERENCIA | CURTMETRATGE | 73,83 | 33.000,00 | 7.929,57 | 12.535,22 | 12.535,22 |
| P-10/16 | B96740410 | TERRA A LA VISTA, SLU | GENERACIÓ VERDA | PILOT SÉRIE | 73,64 | 23.234,00 | 5.582,90 | 8.825,55 | 8.825,55 |
| P-16/16 | B96935895 | SOMNIS ANIMACIÓ, SL | *POP UP* | PILOT SÉRIE | 73,42 | 40.000,00 | 9.611,60 | 15.194,20 | 15.194,20 |
| P-17/16 | B96935895 | SOMNIS ANIMACIÓ, SL | OBSOLESCENCE | CURTMETRATGE | 71,68 | 40.000,00 | 9.611,60 | 15.194,20 | 15.194,20 |
| EMPRESA | | | PROJECTE | MODALITAT | PUNTS | CONCEDIT | 2016 | 2017 | 2018 |
| P-2/16 | V98852676 | EL MUNDO DE PABLO AIE | EL MON DE PAU | SÉRIE | 86,77 | 215.000,00 | 51.662,35 | 81.668,83 | 81.668,83 |
| P-13/16 | B96999586 | TV ON, SL | EL DIARI DE BITA I CORA | SÉRIE | 84,59 | 400.000,00 | 96.116,00 | 151.942,00 | 151.942,00 |
| P-22/16 | B96813118 | PASOZEBRA PRODUCCIONES, SL | LA VIDA DE TIKATO | SÉRIE | 79,63 | 50.000,00 | 12.014,50 | 18.992,75 | 18.992,75 |
| P-15/16 | B97817456 | HAMPA STUDIO, SL | COLORICS | SÉRIE | 79,00 | 135.000,00 | 32.439,15 | 51.280,43 | 51.280,43 |

Como objetivo a largo plazo se propuso entrar en la producción de una serie, cortometraje, largometraje o videojuego. Y como objetivos a corto plazo para conseguirlo se estableció la realización de dos *reels* específicas para los dos sectores, animación y videojuegos, y un listado con los proyectos que tienen subvención valenciana, así como un de las empresas de videojuegos de Barcelona, para una posterior difusión a través de *email marketing*.

Actualmente el estudio se encuentra a punto de finalizar la realización del séptimo *sprint*, únicamente queda realizar un objetivo a corto plazo para poder comenzar con las empresas de videojuegos.

5.5.4 EVALUACIÓN Y SITUACIÓN ACTUAL DE LOS PLANES DE MARKETING

Como se ha mencionado anteriormente, el estudio se encuentra inmerso en la realización de los *sprints* de ambas líneas de negocio, los objetivos a corto plazo se han ido consiguiendo, situándonos muy cerca de terminar este primer acercamiento. En el transcurso de las hemos ido adaptando el nivel de dificultad de nuestros objetivos y el tiempo para llevarlos a cabo. Aunque este sistema cuenta con un buen planteamiento, siempre hay un margen de error que hay que ir reducir semana a semana.

Durante el proceso se aprendió a ajustar la dificultad asignada a cada objetivo y el tiempo que destinamos a la realización de los *sprints*, se empezó con diez puntos semanales que resultó ser una cifra que no podíamos alcanzar, actualmente se ha llegado a la conclusión de que 6 puntos semanales es una cifra asequible para nuestro equipo.



128. Imágen del equipo en la sesión de *marketing* durante el curso Factory Startup 2016.

También se ha podido observar que objetivos, en principio sencillos, conllevan una mayor dificultad de la previamente prevista. Otro punto de aprendizaje importante, es el índice de respuesta obtenido ya que por el momento suele ser bastante bajo aunque son cifras que entran dentro de lo normal en estos sectores.

Por último, como ya hemos mencionado, la realización de los planes de *marketing* están destinados a la captación de clientes, por lo que al obtener un volumen de trabajo considerable se le dió prioridad a los encargos. La idea es terminar estos objetivos para continuar con el análisis de los datos obtenidos y así poder realizar un nuevo plan de comunicación en breve.

5.6 ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

*“A menudo perdemos de vista que una startup no sólo es un producto, un salto tecnológico o una idea brillante. Una startup es algo más que la suma de sus partes, es una empresa sumamente humana.”*⁵⁸ Como muy bien expresa esta cita, el carácter humano de este proyecto hace que la organización y recursos humanos sea uno de los apartados más importantes, el proyecto PTERODACTIVE se originó a partir de dos miembros promotores, Marta Gil y Julia Cruz, pero para su evolución y desarrollo se considera indispensable los otros dos miembros del equipo, Desiré Díaz y Vicente Puig.

Como se ha comentado anteriormente, la actitud del equipo es una de las características más importantes a la hora de emprender un proyecto de esta envergadura, por este motivo en este apartado se desarrollará la importancia de aplicar métodos de trabajo para una buena dinámica de equipo.

La organización de PTERODACTIVE tiene dos líneas de desarrollo generando actividades o acciones específicas para cada una. Por un lado la línea enfocada a gestionar funciones básicas o diarias de cada uno de los miembros del equipo y, por otro lado, la línea que desarrolla actividades en base a los proyectos que se realizan. Las acciones pertenecientes al grupo de funciones básicas se han ido acoplando y evolucionando a lo largo de los años 2015-2016, cabe destacar aquellas dirigidas a temas de gestión de la empresa o redes sociales. Las actividades relacionadas con los proyectos dependen del jefe de proyecto y del plan de producción trazado.



129. Dibujo del equipo de PTERODACTIVE.

⁵⁸ RIES, Eric. El método LEAN STARTUP. *Cómo crear empresas de éxito utilizando la innovación continua*, p.40

5.6.1 EQUIPO Y FUNCIONES

El equipo surgió de la amistad previa generada en el grado de Bellas Artes donde, tras varias asignaturas se comprobó la viabilidad de trabajar juntos. En este apartado se describe a cada miembro, especificando sus conocimientos, bagaje y funciones que realiza.

En PTERODACTIVE hay un gran equipo para realizar el trabajo, por un lado están los dos miembros promotores, que desarrollaron la propuesta de negocio y que forman parte del equipo directivo del proyecto de empresa, estas son Julia Cruz CEO y Marta Gil CMO. Las capacidades como el trabajo en equipo, la organización y el emprendedurismo hacen de ellas un equipo directivo solvente que ha guiado la empresa desde sus inicios. Su currículum está encaminado

Equipo directivo y promotor:



Julia Cruz Barceló
CEO - Animación stop-motion y digital.



Marta Gil Soriano
CMO - Animación stop-motion y 2D.

Trabajadores:



Vicente Puig Tarazona
Storyboard y animación 2D.



Desiré Díaz Cabrera
Animación digital y motion graphics.

130. Imágen de los miembros del equipo de PTERODACTIVE y funciones.

hacia el mundo del arte y la animación con exposiciones y prácticas en empresa, pero para complementar su formación dentro del campo administrativo y publicitario están realizando cursos y yendo a ponencias.

Por otro lado contamos con el trabajo de dos miembros que trabajan dentro de los proyectos que se proponen en distintas fases de producción. Cada uno posee un perfil distinto que nos permite nutrirnos con su experiencia y trabajo en cada proyecto, ellos son Vicente Puig y Desiré Díaz.

Lo que ha llevado a contar con estas personas ha sido principalmente su modo de trabajo y su constancia, además de que su perfil y formación avalan los conocimientos que se necesitaban y los hacían un grupo variado y muy complementario entre sí. Por el momento, para los encargos que se han tenido y los proyectos propios que se estén desarrollando se ha comprobado que la cantidad de personal que hay ahora mismo en el equipo es la adecuada para el volumen de trabajo y tipos de proyectos que se quieren hacer.

El compromiso con el proyecto y la ilusión por trabajar en animación y arte convierte a los miembros del estudio en un grupo con una gran motivación que queda reflejado en los proyectos que realiza. Las ganas de seguir aprendiendo dentro del ámbito de la animación surge de forma natural y supone un gran aliciente para afrontar nuevos proyectos, técnicas y programas.

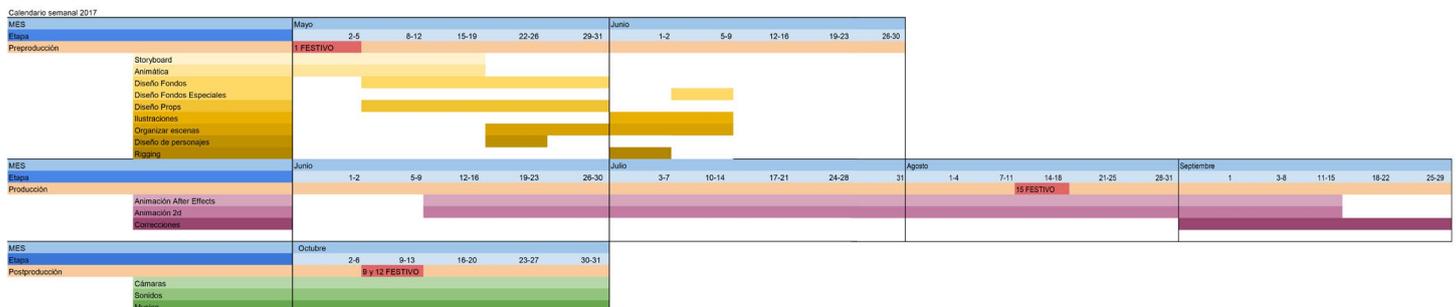
Para obtener más información detallada de cada miembro, consultar los currículos personales adjuntados en el Anexo 2: Currículums Equipo de este dossier. Los cargos están determinados en función de los conocimientos técnicos de cada miembro y las aptitudes que ha ido desarrollando en PTERODACTIVE.

3.6.2 ORGANIZACIÓN FUNCIONAL

PTERODACTIVE se organiza a través de diferentes áreas de trabajo, dependiendo de la parte del proceso de producción en el que se encuentre el proyecto y la técnica de animación que se esté utilizando. Dentro de cada una de estas áreas se asigna un responsable final que es el encargado de llevar a cabo la tarea o de organizar y supervisar los miembros que han de llevarla a cabo.

El director de proyecto se escoge en base a la técnica del proyecto, ya que éste será el responsable y llevará a cabo el calendario de producción, ajustandolo al resto de proyectos que se estén realizando paralelamente. También se encargará de dividir y supervisa las tareas relativas a cada fase de producción. A continuación veremos lo expuesto anteriormente con un ejemplo práctico, el proyecto *Clito*, dirigido por Desiré Díaz, responsable de la animación digital con Adobe After Effects. Este proyecto necesita una rigurosa organización ya que combina diferentes técnicas de animación y necesita la realización de trabajos simultáneos. Más abajo podemos ver el calendario de producción del tercer capítulo de la serie, entre otras, destacar que está compuesto por las animaciones digitales y las realizadas en 2D, que se intercalan a lo largo del capítulo. También podemos apreciar el trabajo dedicado a realizar ilustraciones para el Instagram de

la protagonista o la parte de organización dedicada a gestiones de presentaciones en festivales de la web-serie.



131. Calendario de producción del tercer capítulo de la web-serie *Clito*.

Dentro de cada proyecto se subdivide el trabajo en diferentes áreas menores como puede ser: música y sonidos, *color script*, *storyboard*, animática o diseño de personajes. A continuación se muestra la tabla de relaciones entre los miembros del equipo y las subdivisiones de trabajo que desarrollan:

GUIÓN → Marta Gil

STORYBOARD → Vicente Puig

ANIMÁTICA → Vicente Puig

DISEÑOS DE PERSONAJES Y FONDOS → Vicente Puig, apoyo Desiré Díaz

COLOR SCRIPT → Desiré Díaz, apoyo Julia Cruz

RIGGING → Desiré Díaz

ANIMACIÓN 2D → Vicente Puig y Marta Gil

ANIMACIÓN DIGITAL → Desiré Díaz y Julia Cruz

ANIMACIÓN STOP-MOTION/CUT-OUT → Marta Gil y Julia Cruz

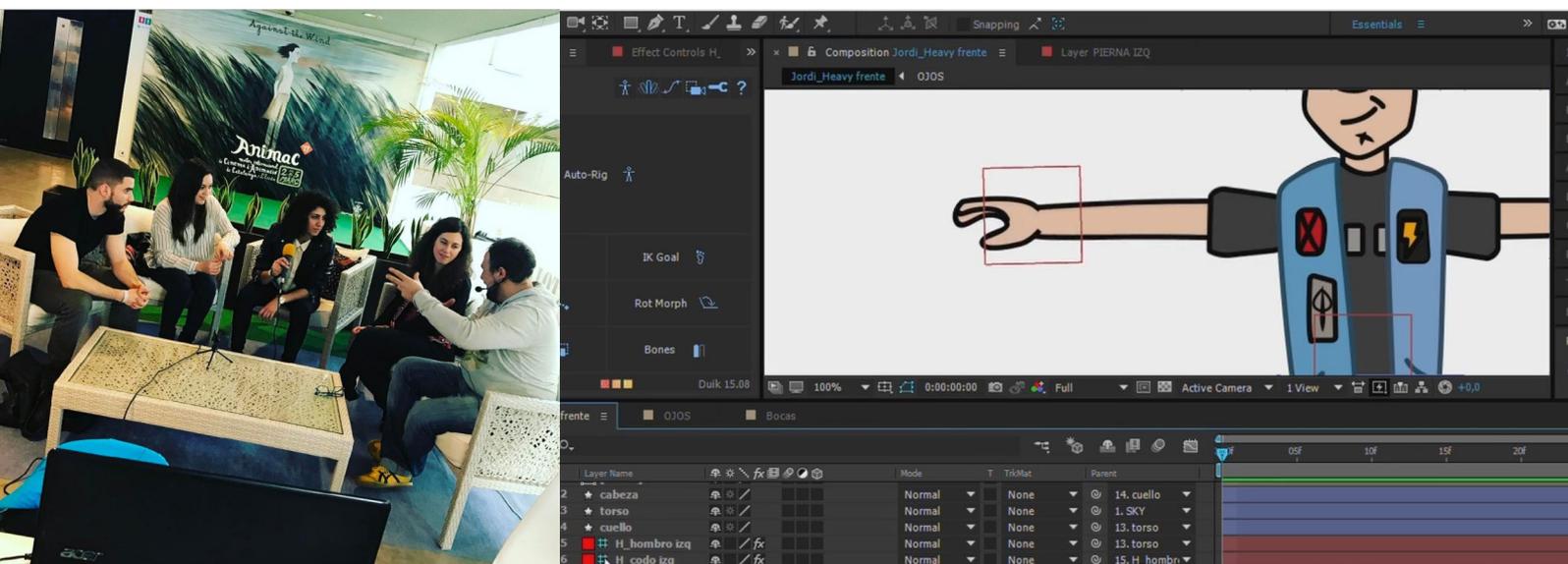
SONIDOS/MÚSICA/AUDIO → Vicente Puig

Todas las áreas son importantes y necesitan las unas de las otras para poder llevar a cabo el proyecto con éxito, nunca se ha primado una sección pero sí se establece una comparación, en número de horas dedicadas a cada parte. Como puede verse en el calendario de producción las áreas referentes a la animación son en las que se emplea más tiempo, ya que la animación es el producto final que ofrece el estudio. Teniendo en cuenta que actualmente se dedican cuatro horas diarias (media jornada laboral) el calendario de producción se establece en este tiempo semanal, imputando veinte horas por cada uno de los miembros.

No se emplea jornada completa en la *startup* debido a que, la mayoría de los miembros del equipo emplean el tiempo restante en formarse en diferentes áreas de conocimiento comple-

mentarias a PTERODACTIVE. Se facilita un horario flexible al equipo para compaginar los estudios o actividades externas con la realización de este proyecto. Al mismo tiempo, se considera que trabajar la plantilla completa en un mismo espacio, es una buena herramienta para fomentar la comunicación y así favorecer el mejor funcionamiento del equipo. Por este motivo, en la medida de lo posible, se adaptan las horas de trabajo en el despacho para reunir a los miembros de la empresa en la misma franja horaria. Durante el año 2018 se pretende incrementar a jornada completa las horas dedicadas al estudio, aumentando así la productividad, gracias a una buena organización y distribución de las tareas, así como la seguridad de un volumen de trabajo considerable.

Actualmente se imputan un total de 80 horas mensuales, entre las dedicadas a trabajo y las destinadas a eventos o adquisición de conocimientos. Se realiza esta división debido a que la participación en eventos, conferencias o festivales es muy beneficiosa para adquirir contactos y relaciones con la comunidad y la industria de Valencia. Así pues se destina un total aproximado de cinco horas al mes para fomentar este tipo de actividades y mantener activo al estudio en el ecosistema valenciano. Además, debido a que no existen eventos suficientes, algunos meses se añade la opción de cumplir esas horas mediante la realización de formación externa, ya sea mediante tutoriales, libros o cursos, para aprender nuevos conocimientos o programas.



132. Entrevista de I-POP al equipo de PTERODACTIVE durante Animac 2017.

133. Ejemplo de uno de los conocimientos adquiridos dentro de la *startup*.
En este caso aprendiendo a *riggear* con Adobe After Effects.

Para documentar las actividades realizadas, se rellena diariamente una Ficha de Trabajo donde se especifica: fecha, horario, lugar, proyecto, tarea, tiempo, programa, incidencias y estado. Esta tabla se implementó a principio del año 2017 para medir la productividad del equipo, horas destinadas a cada proyecto, programas más utilizados, etc. Es importante para presupuestar correctamente nuevos proyectos en base a las horas que se han invertido en la realización de

otro proyecto similar. Esta tabla se actualiza mensualmente y se obtiene información a cerca de la productividad del equipo: horas totales que se han realizado y se han invertido a trabajo y proyectos; las que se han dedicado a cada proyecto por mes y en total; y por último las que se han empleado en realizar tareas de autopromoción.

| FECHA | HORARIO | LUGAR | PROYECTO | TAREA | TIEMPO | PROGRAMAS | INCIDENCIAS | ESTADO | Chuleta |
|------------|--------------|-------------------------|------------------------|---|------------|------------------|-------------|---------------|----------------|
| | | | | | | | | | -Contento: :) |
| 2/4/2017 | 12:00-13:00 | En sala | Apolo 21 | Reunión con ML para la subvención | 1 h | | | -Triste: :(| -Triste: :(|
| | 16:00-20:00 | En casa | Cortometraje ML | plano acordeonista | 1 h 50 min | ToonBoom | | | -Enfadado: >:(|
| | | | | plano acordeonista: exportación y envío | 20 min | AfterEffects | | | -Raro: :S |
| | | | Apolo 21 | Revisar documentación fundación Botín | 20 min | | | | - Pochi U.u |
| | | | Cortometraje ML | Recopilar material de retoque y pruebas | 30 min | | | | - Cansada U. U |
| 3/5/2017 | 8:15-14:00 | En el despacho | Apolo 21 | Revisar documentación fundación Botín | 5 min | | | -pochi U.u | |
| | | | Cortometraje ML | Empezar retoque fotografías | 40 min | Photoshop | | | |
| | | | Gestión pterodactive | Acta | 1 h | | | | |
| | | | Cortometraje ML | Empezar retoque fotografías | 1 h | Photoshop | | | |
| | | En sala | Apolo 21 | Beca Botín: dni, foto carnet y revisión carta motivación | 20 min | | | | |
| | 17:30- 20:00 | En casa | | Enviar solicitud beca Botín | | | | | |
| | | | Cortometraje ML | correcciones acordeonista, exportar y enviar a ML | 2 h | ToonBoom y After | | | |
| 04/05/2017 | 8:30-14:00 | En correos | Apolo 21 | enviar documentación F. Botín | 30 min | | | -Contento: :) | |
| | | En casa | Cortometraje ML | retoque foto, descargar y probar pinceles | 2 h | Photoshop | | | |
| | | | | revisar y enviar tiras acordenista | 15 min | | | | |
| 5/5/2017 | 9:15-14:00 | En casa | RRSS | Revisar material post fb: EMDT | 10 min | | | -Contento: :) | |
| | | | Cortometraje ML | preparar instrucciones y subir archivos | 20 min | | | | |
| | | | Gestión pterodactive | correo eva marín y forriols | 20 min | | | | |
| | | | | rellenar ficha RRSS | 40 min | | | | |
| | | | RRSS | Programar post El ministerio | 15 min | | | | |
| | | | Cortometraje ML | retoque | 2 h | Photoshop | | | |
| | 16:00-19:00 | En sala | RRSS | Exportación y redimensiones para Behance | 1 h | | | | |
| 07/05/2017 | 11:30-12:00 | En casa | RRSS | Post Facebook día de la madre | 15 min | | | -Contento: :) | |
| 8/5/2017 | 8:30-14:00 | En el despacho | Cortometraje ML | retoque | 30 min | Photoshop | | -Contento: :) | |
| | | | Gestión pterodactive | acta | 1 h | | | | |
| | | | | limpiar drive, calendario ML, subir documentos | 30 min | | | | |
| | 16:00-19:00 | En sala | Cortometraje ML | retoque | 2h | Photoshop | | | |
| 9/5/2017 | 8:15-14:00 | En el despacho | Cortometraje ML | retoque | 30 min | Photoshop | | -Contento: :) | |
| | | En la sala de juntas II | Eventos | Reunión Mª Luisa | 2 h | | | | |
| | | En la sala | RRSS | empredimiento y programar post Apolo | 30 min | | | | |
| | | | Cortometraje ML | retoque | 1 h 30 | Photoshop | | | |
| 10/5/2017 | 9:00-14:00 | En Torrent | Making of Música - ML | Grabación pianista | 4 h | | | -Contento: :) | |
| | 19:00-20:00 | En casa | Making of Música - ML | Pasar, revisar material, formatear tarjetas, cargar bater | 1 h 30 min | | | | |
| 11/5/2017 | 8:30-15:00 | En el despacho | RRSS | Evaluación fb, emprenem junts | 30 min | | | -Contento: :) | |
| | | En el dep. Dibujo | Making of ML - Preludi | Grabación y material | 3 h 30 min | | | | |
| | | En el despacho | | Pasar material al disco de pterodactive | 30 min | | | | |

134. Ficha de trabajo de uno de los miembros del equipo de PTERODACTIVE.

5.6.3 POLÍTICA DE PERSONAL

En este apartado se desarrollan temas relacionado con el comportamiento interno de los miembros de PTERODACTIVE, un ejemplo de ello es la Cultura Corporativa. Desde el inicio del proyecto se ha querido recalcar la necesidad de implicarse al máximo en el estudio para realizarlo con éxito y, por este motivo, se estableció una serie de normas de carácter personal que han ido variando con el paso del tiempo.

Por un lado, se debatieron los temas relacionados con los tiempos y horas, se hizo especial énfasis en la puntualidad, necesaria para para un buen *planing* de trabajo por lo que se decidió

establecer las reuniones a primera hora de la mañana. Como en cualquier empresa se decidió notificar la falta de asistencia con tiempo suficiente para reorganizar horarios, siempre y cuando fuera posible. Y, para gestionar este tipo de comunicaciones, se creó un grupo de Whatsapp en el que hablar estrictamente de trabajo, facilitando así notificar una incidencia o información rápidamente.

Por otro lado, se estableció un código de vestimenta diferenciando el atuendo diario, ropa cómoda para trabajar en el despacho, y el vestuario para eventos, más elegante y acorde a la situación y tipo de evento. Además, en lo referente a la conducta, se definieron normas dentro del despacho como: no ingerir alimentos, no dejar nada que pueda estropearse, no traer personas no autorizadas si no hay varios miembros del equipo en el despacho, etc.

Para fomentar el buen clima de trabajo y una buena relación entre los miembros del equipo se establecieron una serie de estrategias como por ejemplo poner música en el despacho, escogiendo cada día un miembro diferente de forma que, los auriculares sólo se utilizan en el caso de realizar tareas de *lipsync* o retoque de sonido y música. También se añadió una columna en la Ficha de Trabajo para reflejar el estado de ánimo de la persona durante la jornada de trabajo, de este modo se puede apreciar si los integrantes de PTERODACTIVE están lidiando con un problema y prestar ayuda.

Por último, mencionar también cómo se afronta un contratiempo en el estudio para que no vuelva a suceder. Se analiza cuál es el error de base y la cadena de errores generados que han causado el conflicto mediante “*Los cinco porqués*”, esta herramienta la implementamos a raíz del libro de Lean Startup. “*La idea central de los cinco porqués es relacionar directamente las inversiones con la prevención de los síntomas más problemáticos. El sistema toma el nombre del método de investigación de formular la pregunta “¿por qué?” cinco veces para entender qué ha pasado (la causa fundamental).*”⁵⁹

“Imagine que, de repente, empezamos a recibir quejas de nuestros consumidores en IMVU sobre una nueva versión del producto que acabamos de lanzar.

En el nuevo producto hay una característica que no funciona. ¿Por qué? Porque ha fallado un servidor.

¿Por qué ha fallado el servidor? Porque un subsistema oculto se utilizó de forma inadecuada.

¿Por qué se usó de forma inadecuada? Porque el ingeniero que lo usaba no sabía usarlo adecuadamente.

¿Por qué no sabía usarlo adecuadamente? Porque nunca le enseñaron.

¿Por qué no le enseñaron? Porque su director no creía en enseñar a los nuevos ingenieros y porque él y su equipo estaban <<demasiado ocupados>>.

*Lo que empezó siendo un error técnico se descubre que es se debía a una cuestión humana de gestión.”*⁶⁰

⁵⁹. RIES, Eric. El método LEAN STARTUP. *Cómo crear empresas de éxito utilizando la innovación continua*, p.249

⁶⁰. *ibid*, p.251

La Cultura Corporativa de ha desarrollado por escrito este año 2017 y se han marcado unas líneas sociales a cumplir. Este apartado ha surgido del análisis de los temas tratados en las Ilustraciones temática o los artículos compartidos en LinkedIn y, de la reflexión de todos los miembros del equipo. Se considera necesario para la *startup* marcar una línea de opinión respecto a temas de actualidad sin desarrollar grandes polémicas, con ello se pretende reflejar la contemporaneidad y humanidad del equipo con su entorno.



Ejemplos en los que se puede apreciar esta línea crítica son: la ilustración del día de la mujer que llevaba como lema: La mujer trabaja todo el año, o la ilustración del día de la familia en el que se reivindica la existencia de tantos tipos de familias como personas en el mundo, siendo todas ellas válidas. También en artículos compartidos en LinkedIn, como el del ganador en la categoría de animación de Los Oscars, en el que se marca una postura de no compartir el criterio del jurado o el que compartimos sobre el salario emocional. Otro ejemplo son los artículos propios escritos por el equipo, concretamente la que se hizo sobre la presentación de la revista *Con A de Animación*, donde se destaca el poco contenido editorial de calidad que hay sobre animación en España y la suerte que supone participar en la revista.



PTERODACTIVE



135. Imagen de la ilustración realizada para el [día de la mujer 2017](#).

136. Imagen de la animación realizada para el [día de la lucha contra el cáncer 2017](#).

137. Fotomontaje realizado de la presentación de la revista *Con A de Animación 7*.

Un punto a resaltar es la intención del estudio por transmitir una visión crítica sobre el sector de la animación en la sociedad y como es tratado, queda mucho por trabajar para que la animación se considere un igual y se aprecie como merece dentro del campo audiovisual y en la sociedad. También se defiende desde el estudio la igualdad, reivindicando el papel de la mujer o los derechos LGBTI+. Se pretende promover también aspectos sociales como la educación o la cultura, temas de gran importancia en este sector en particular y en la sociedad en general. Por lo que se ha definido una línea de pensamiento colectivo y marcado una base que permite expresar la opinión de PTERODACTIVE en las publicaciones.

3.6.4 POLÍTICA DE CONTRATACIÓN

En este apartado se explica la primera política de contratación desarrollada por PTERODACTIVE, hay que destacar el carácter teórico que tiene actualmente ya que no se ha puesto en práctica, de momento no se ha contratado a nadie externo en la *startup*.

Se han desarrollado una serie de parámetros de selección en base a la experiencia adquirida y las necesidades del equipo y del

puesto de trabajo al que se incorpore el candidato. Algunas de las características generales que se requieren para formar parte del equipo son: el trabajo presencial con el resto de miembros y disponer de *hardware* propio, ya que por el momento la *startup* no puede abastecer de equipo técnico. También se respetarán los horarios y normas de vestimenta así como empatizar y compartir la cultura corporativa. Se requerirán aptitudes organizativas, de trabajo en equipo, compromiso con los demás y con su trabajo y responsabilidad por sus tareas; también se valora controlar idiomas o la capacidad de iniciativa para proponer proyectos, programas, y nuevas técnicas.

Se valora también las aptitudes resolutivas y de comunicación; con la intención de participar, junto al equipo completo de PTERODACTIVE, en las presentaciones en festivales o responder por el estudio en cualquier evento de emprendimiento en la que participe.

Por otro, para formar parte de la *startup*, se necesitan conocimientos técnicos específicos de la rama de negocio en la que se va a incorporar, y el manejo de herramientas organizativas como pueden ser Excel o Trello. También se necesita que conozca, al menos a nivel usuario, las diversas redes sociales, que a día de hoy son tan importantes. Los conocimientos técnicos específicos pueden ir relacionados con la unidad de negocio de animación o de empresa, para la primera necesitará conocimientos de Adobe Photoshop y Adobe After Effects que, son la base para aprender otros nuevos específicos del tipo de animación que realice, como ToonBoom o Dragon Frame.

Por último, se estableció la forma de contratación. Se comenzará aportando al estudio un currículum personal, que marca la primera toma de contacto con las personas interesadas en cubrir el puesto ofertado y, muestra sus conocimientos técnicos y bagaje personal. A continuación, se realizará una entrevista personal con los seleccionados para evaluar sus aptitudes sociales y corroborar sus capacidades. Por último, en el caso de optar a un puesto de animación, se propondrá una prueba relacionada con su trabajo acotando tiempos para ver la resolución técnica final y el contenido del proyecto realizado.

3.7 PLAN FINANCIERO

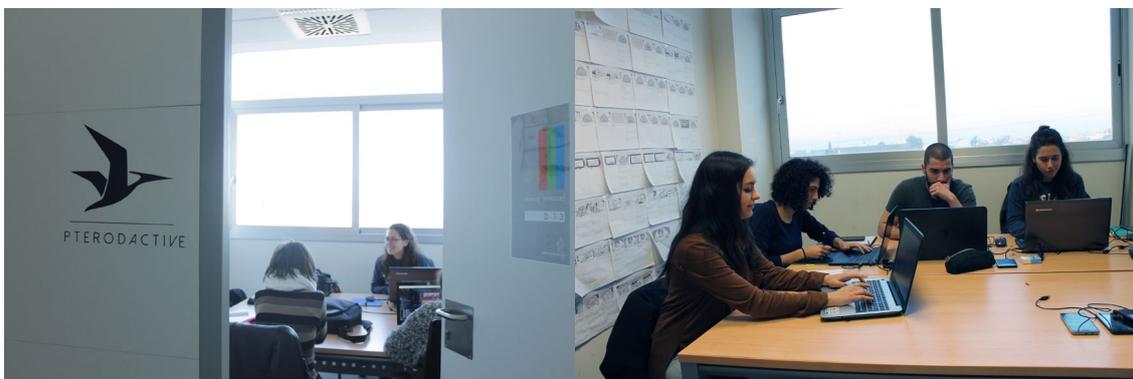
“El plan financiero es la expresión en cifras de lo que se espera de la empresa, comprende la fijación de los objetivos, el estudio y selección de las estrategias que se usarán para alcanzarlos, la colocación de las metas, etc.”⁶¹

El plan financiero del estudio se planteó a dos años vista contando desde diciembre de 2015. Este plan original estaba basado en el modelo de empresa de ese momento, tras ir evolucionando y mejorando los análisis, previsiones y estrategias PTERODACTIVE cambió su modelo original por uno enfocado a las necesidades del mercado. Mencionar también que en este apartado no se darán números exactos de las cuentas del estudio dada la naturaleza pública de este documento, pero se analizarán las cifras obtenidos mediante porcentajes o datos abstractos.

⁶¹ RUIZ, Guillermo. El plan financiero. <<https://prezi.com/7uasxpmz6deq/plan-financiero/>>

En el modelo de empresa original consistía en la búsqueda de inversión inicial que nos permitiera hacer frente a gastos como: alquiler de un estudio, luz, agua, internet, etc. Pero nuestros inicios fueron algo distintos, pronto nos dimos cuenta que aunque quisiéramos llevar el plan financiero y productivo de una empresa desde el primer momento, no era realista. Casi todos los miembros del estudio compaginamos el trabajo en PTERODACTIVE con estudios, empleo o cursos externos invirtiendo solo media jornada. Esto nos llevó a modificar el plan financiero atrasando las fechas de ingresos, si seguíamos con la idea de pagar un alquiler o licencias requeriría una inversión de capital de la que no disponíamos para sustentarnos al menos el primer año (sin contar la inversión de horas de trabajo que ya realizábamos cada miembro del equipo).

Hay que tener en cuenta que en el plan económico del estudio hay gastos como el de alquiler, luz, agua o internet que quedan eliminados mientras formemos parte de StartUPV ya que el espacio de trabajo viene con estos gastos pagados. La segunda inversión importante que se debía haber hecho es la adquisición de las licencias de los programas informáticos necesarios para trabajar, como el *pack* de Adobe o el Toon Boom. Para subsanar el gasto de las licencias, se decidió empezar a trabajar con las de estudiante para realizar proyectos de autopromoción y se incluye la mensualidad de las licencias necesarias para los encargos, dentro del presupuesto que se envía al cliente. Actualmente se está aprendiendo a utilizar programas de licencia gratuita para poder trabajar con ellos y que no sea un gasto extra para el estudio o el cliente.



[138-139. Fotografías del despacho cedido por la universidad en la Facultat de Belles Arts para el equipo de PTERODACTIVE.](#)

Una parte de la inversión inicial que se realizó en PTERODACTIVE vino a través del capital social aportado por los miembros del equipo, básicamente a mediante bienes materiales. Se aportó alrededor de seis mil euros en total, cada miembro del estudio contribuyó con el hardware especializado del que disponía entre los que se destacan ordenadores, tabletas gráficas o cámaras fotográficas. Si bien este capital social es ficticio, ya que al no estar constituidos como empresa no responden estos bienes como capital inicial; el equipo se comprometió a colaborar con el estudio dejándolo siempre disponible para uso y beneficio de la *startup*.

La mayor inversión realizada hasta el momento en PTERODACTIVE ha sido la derivada de los gastos del personal, ya que por el momento invertimos nuestro tiempo todos los días a media

jornada. Uno de los motivos fue que una empresa requiere un tiempo de adaptación de los miembros del equipo, la realización de un MVP o la creación de plataformas digitales para la difusión. Por ello decidimos que el primer año no se obtendríamos remuneración por el trabajo realizado, de forma que todos los ingresos se reinvertían en PTERODACTIVE. Con ello se preveía aumentar el crecimiento de la empresa para compensar la media jornada laboral que, obviamente provoca una ralentización de la producción.

De esta forma en la previsión económica los gastos de los años iniciales quedaron bastante reducidos a material de oficina, dietas, viajes, *hosting* y web, etc. Gastos que se podían cubrir fácilmente con los ingresos, dándonos un buen margen de beneficios y, permitiéndonos realizar pequeñas inversiones en publicidad o formación interna del estudio.

5.7.1 PROCESO PRODUCTIVO

En este apartado se desarrollará el proceso productivo para el cual se realizó un plan de operaciones. Los servicios que se ofrecen relacionados con la preproducción de animación consistían en la realización de diseños de personajes y fondos, *storyboard*, *layout*, animación digital o 2D con tareas como intercalación o *clean up* y todo ello con la finalidad de poder ofrecer la realización de un video de animación completo.

Los servicios se gestionan con el cliente siempre mediante la misma persona dentro de la startup, que es el cargado de dirigir el proyecto y coordinar al equipo interno y el contacto externo, de forma que evitamos errores de comunicación.

En cuanto al procedimiento de la gestión del servicio: una vez el cliente haya expresado su necesidad se procederá a enviar un presupuesto desglosando cada parte del proyecto. Una vez el presupuesto quede consensuado y aprobado por ambas partes se redactará y firmará el contrato pertinente (en el caso de que sea necesario debido a los derechos de imagen o propiedad intelectual). Antes de comenzar el servicio el cliente abonará el 30% de lo presupuestado, el 40% una vez concluida el 50% y el 30% restante al finalizar.

140-141. Fotografías [con Pol López](#) y Pangur Animation durante la firma de los contratos para los respectivos proyectos.



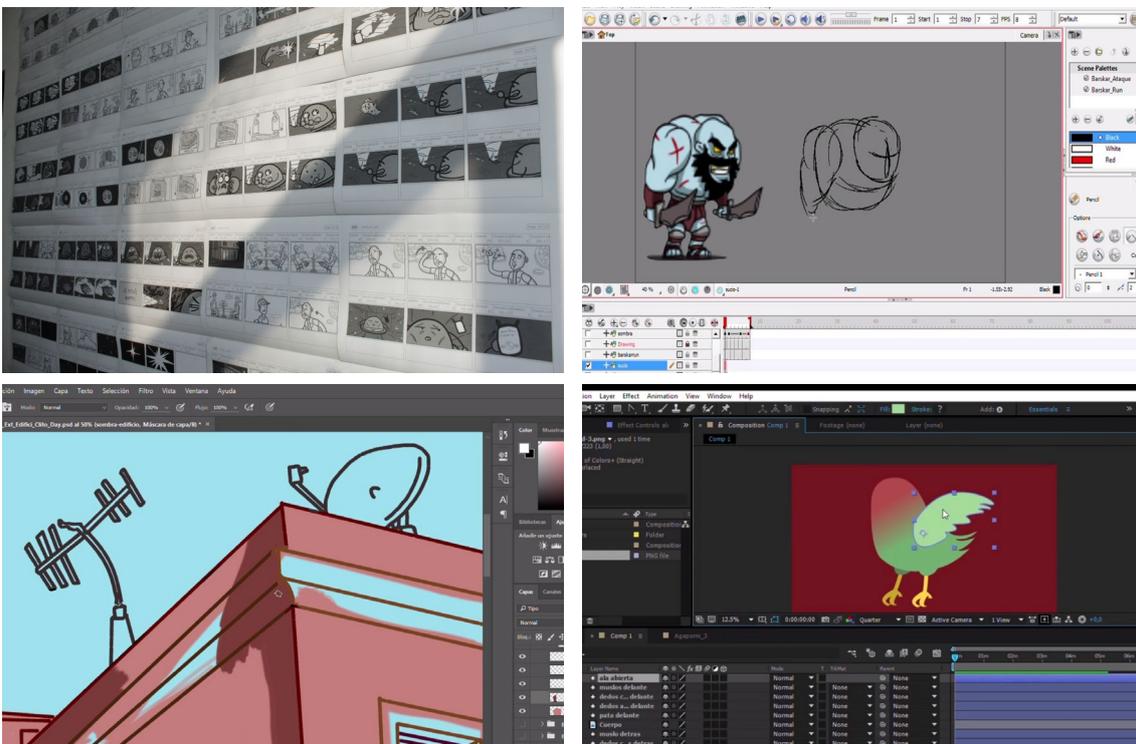
El proceso de producción interno comienza una vez aprobado el presupuesto y firmado el contrato con el cliente. Se divide en tres fases y puede darse el caso de que solamente se tenga que realizar una, dos o las tres fases completas según el tipo de encargo o de proyecto:

Pre-producción: Se trata de la preparación de todos los elementos necesarios para la producción, incluye la planificación inicial, el guión, *storyboard*, animática, *concept art* y diseños previos tanto de personajes como de escenarios.

Producción: Realización de la animación, dependiendo del encargo puede ser digital con diseños vectoriales o 2D; dependiendo de la técnica se harán tareas como intercalado, *clean up*, coloreado o montaje.

Post-producción: Una vez realizado el producto se procede a darle el acabado final mediante efectos, locución, sonido y música. También forma parte de esta fase el renderizado o exportación del producto final en el formato requerido por el cliente.

El director del proyecto realizará el calendario de producción, la lista de tareas y repartirá el trabajo entre los miembros del equipo teniendo en cuenta el resto de proyectos y tareas que hayan; también será el responsable de conseguir que se cumplan los plazos y de tomar las decisiones que sean necesarias durante las fases de producción.



142. Fotografía del *storyboard* del capítulo tres de la web-serie *Clito* colgado en el despacho de PTERODACTIVE.

143. Animación 2D de uno de los personajes del videojuego *Virtus*.

[144. Coloreado de fotogramas de la web-serie *Clito*.](#)

[145. Postproducción de la animación para San Valentin 2017 de PTERODACTIVE.](#)

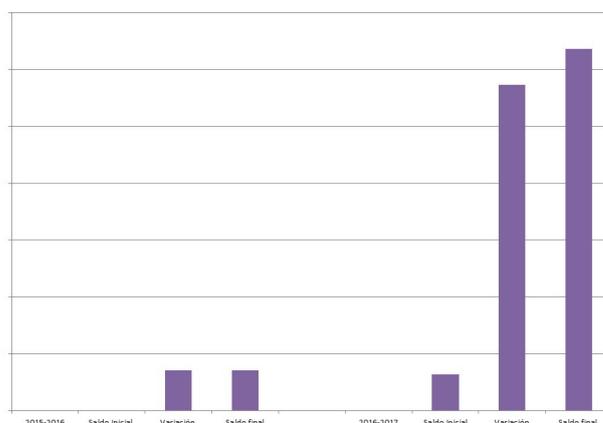
5.7.2 ESTADOS CONTABLES

“Los **Estados Contables** son un tipo de informe contable, destinado principalmente a los usuarios externos, por medio de los cuales la empresa da a conocer públicamente su situación. Son aquellos destinados a terceros con relación a la administración de la empresa, como ser propietarios no administradores, futuros inversores, entidades bancarias, proveedores, sindicatos, el estado, etcétera; según los intereses que movilizan a estos potenciales usuarios.

Los **Estados Contables** muestran aspectos patrimoniales, financieros y económicos de la organización. Existe la obligación legal de emitir Estados Contables en forma periódica, así como también normas especiales con respecto a la forma de presentación de los mismos y a la veracidad de contenido.”⁶²

Como hemos mencionado en otros apartados de este trabajo, desde PTERODACTIVE desde el principio se ha intentado trabajar como una empresa en pleno funcionamiento y obligaciones, por lo que se realizan los estados contables anualmente. Nuestro primer año financiero comenzó en septiembre de 2015 y cerró a 31 de julio de 2016, optamos esta fecha como nuestro cierre de ejercicio en 2016 coincidiendo con el curso académico y las vacaciones de verano, dada nuestra vinculación con la universidad y la ubicación del estudio. Actualmente hemos realizado el análisis del segundo año financiero (agosto de 2016 - julio de 2017) a falta de los dos últimos meses, debido que la entrega del TFM, para poder tener datos y así realizar una comparación y evaluación de los dos primeros años de producción.

Los estados contables en la *startup* hace referencia a los informes de Balance de Situación y estado de Pérdidas y Ganancias. Así se puede analizar el escenario anual del estado financiero de la empresa y, ver los costes totales y los ingresos.



146. Gráfico comparativo de los primeros años contables de PTERODACTIVE.

⁶². JAUREGUI, Macarena. Los principales estados contables. <<http://aprendiendoadministracion.com/los-principales-estados-contables/>>

3.7.3 BALANCE DE SITUACIÓN

El estado contable es necesario para poder evaluar si la gestión de la empresa está siendo eficiente y si los recursos están siendo aprovechados de la manera más óptima posible. Es un punto de referencia clave para conocer el estado financiero de la empresa y se desarrollará en el siguiente apartado.

En el caso práctico de PTERODACTIVE se analizará la situación, comparándola con el balance del año financiero anterior, para revisar los puntos concretos los apartados que hayan supuesto un cambio en la gestión de la empresa.

Comenzamos el análisis con el activo no corriente de la *startup*, ya que éste se vio modificado por a una ampliación del capital social, que supuso un aumento del inmovilizado material. Como hemos mencionado anteriormente, el equipo se comprometió a realizar una serie de aportaciones que son una previsión del capital con el que contribuimos los socios, teniendo en cuenta su valor y fecha de adquisición del inmovilizado se descuenta su depreciación efectiva. Este último año, algunos de los miembros del equipo actualizaron o ampliaron sus herramientas de trabajo, lo que dio pie a este aumento.

Como se verá en el siguiente apartado, las pérdidas y ganancias (patrimonio neto) del estudio han aumentado considerablemente respecto al primer año financiero. Suponiendo, por tanto, un incremento del activo corriente. También han aumentado los productos en curso y los productos terminados ya que, durante 2016-2017 el índice de producción fue mayor. Junto a la inversión en *marketing* y el plan de operaciones, el índice de productividad se ha visto incrementado por la adquisición de *hardware* especializado que nos permite trabajar en más proyectos.

Una de las principales diferencias entre los dos años financieros fue la gestión de los deudores. Este segundo año se ha concretado mejor las fechas de pago con los clientes, lo que nos permite hacer una previsión trimestral para las declaraciones del IVA en Hacienda.

Por último, mencionar la tesorería o saldo actual de la empresa que como veremos en el apartado siguiente (5.7.4 Cuenta de pérdidas y ganancias operativa) es la cifra que más se ha incrementado de los Estados Contables. Se ve como una buena señal para continuar trabajando en la *startup* y disponer de liquidez que nos permita reinvertir en gastos de viajes, dietas y ferias.

147. Fotografía de la cena de Navidad 2016 de PTERODACTIVE en agradecimiento a todos los que habían ayudado al equipo durante el primer año.

148. Stand en Spin 2016, evento subvencionado por PTERODACTIVE.



5.7.4 CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS OPERATIVA

Aunque no se hable de números muy altos al ser una empresa de reciente creación, podemos decir que el crecimiento está siendo satisfactorio. Antes de comenzar con el análisis de las pérdidas y ganancias aclarar que, como ganancias se entienden los ingresos, no los beneficios y como pérdidas los gastos de la empresa en cualquier ámbito.

Los primeros años es frecuente que el negocio genere pérdidas, ya que la inversión inicial no se recupera hasta un tiempo después, como hemos mencionado con anterioridad, en el caso de PTERODACTIVE, no se hizo una inversión inicial monetaria, pero se acordó reinvertir los beneficios al menos durante los dos primeros años. Esto supone la cofinanciación de ferias como 3D Wire o Animac, la realización de tarjetas corporativas, *roller* promocional para *stands* o la web de la *startup*, etc.

Las ganancias en el año actual (teniendo en cuenta que se ha cerrado el año financiero antes de tiempo) suponen un incremento del 369% con respecto al año anterior, es decir más del triple. Por otro lado, si analizamos concretamente los ingresos netos, estos se han visto aumentados en un 510%.

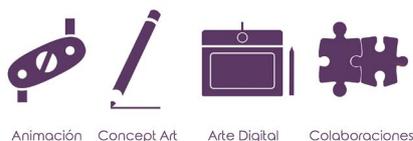
En cuanto a las pérdidas en el estudio en el año 2015-2016 un 75% de las ganancias se convirtieron en pérdidas, mientras que en el curso actual 2016-2017 esa cifra quedó reducida al 46%. Eso significa un margen de mejora amplio, aunque aún queda mucho por optimizar. Los gastos que provocan este amplio porcentaje de pérdidas en la empresa son derivados de la política de reinversión en la propia *startup*. Se espera ir reduciendo el porcentaje de pérdidas progresivamente con el aumento de las ganancias y por tanto conseguir un crecimiento regular de los beneficios.

Por último, mencionar que el primer año financiero (2015-2016), de las ganancias obtenidas sólo un 21% fueron beneficios para la empresa, mientras que en el segundo año financiero (2016-2017), ha sido de un 53%. Esto se traduce en un aumento del saldo actual del 904%.

En PTERODACTIVE se aprecian estos datos de una forma positiva y se sigue trabajando día a día para mejorar, con vistas a seguir creciendo y conseguir un hueco en el sector. Para poder llevar esta idea a cabo, durante el mes de agosto de 2017 se realizará una previsión económico-financiera para el año 2017-2018, haciendo espe-



PTERODACTIVE



Animación Concept Art Arte Digital Colaboraciones



@pterodactive



www.pterodactive.com

149. *Roller* de PTERODACTIVE.

cial hincapié en la optimización de recursos, búsqueda de nuevas fuentes de ingresos y solvencia económica.

5.8 ESTRUCTURA LEGAL

En este apartado se desarrolla la forma jurídica escogida para la *startup*, en base a la previsión a dos años realizada en 2016 y se ajustará en base al plan económico-financiero.

El primer paso, antes de establecer una forma jurídica, es redactar un acuerdo marco o estatutos sociales, que vinculen a los cuatro miembros de la empresa. Se trata de un documento previo que servirá para la posterior realización del pacto de socios cuando se constituya PTERODACTIVE como SL, siempre teniendo en cuenta las variaciones que pueda sufrir con el paso del tiempo, .

En base a la previsión realizada a dos años y teniendo en cuenta el volumen creciente de trabajo y encargos, actualmente el estudio factura bajo el nombre de uno de los miembros fundadores del equipo. El alta en Hacienda se realiza mediante un formulario 037 de alta de actividades económicas en el epígrafe IAE 861 de Pintores, ceramistas, artesanos... en el que se enmarca la actividad económica de PTERODACTIVE. Teniendo en cuenta que no es necesaria el alta en la Seguridad Social si no se supera el mínimo de facturación anual equivalente al salario mínimo interprofesional, se continuará con este método hasta que la facturación supere estos parámetros. Llegado este momento un miembro fundador del estudio se dará de alta como empresario individual o autónomo en la Seguridad Social, el otro quedaría inscrito en el régimen general SSSS y el resto de miembros serían contratados por obra o encargo.

150. Imagen del pterodactilo del video explicativo.



Las obligaciones como empresario tiene la persona dada de alta, quedan repartida entre todos los miembros de la *startup*, asumiendo llevar la contabilidad y documentación de operaciones, entregar facturas y guardar las de los proveedores, conservar los libros contables, ser leales al tráfico mercantil y someterse a los procesos de suspensión de pagos y quiebra. Además los gastos ocasionados por esta forma jurídica quedarán dentro de los gastos generales de PTERODACTIVE, siendo asumidos por todos los miembros de la *startup*.

A partir de este punto y teniendo en cuenta que el volumen de trabajo y el plan económico-financiero se cumpliera en el plazo estipulado, el siguiente paso sería constituirse como sociedad de responsabilidad limitada o SL. Pudiendo aportar el capital necesario del patrimonio de la *startup* y siendo el pago mediante un desembolso sucesivo del capital mínimo. En este punto se revisará el acuerdo marco para convertirlo en un pacto de socios y se dividirán las participaciones entre los cuatro miembros para crear la junta directiva.

Se ha barajado la posibilidad de crear una sociedad limitada de nueva empresa, sociedad laboral anónima y limitada o una sociedad cooperativa. Todas ellas exigían algún requisito que no encajaba con el proyecto, bien fuera por el número de personas físicas, las aportaciones dinerarias o de capital social; o el número de socios fundadores. Por estos motivos, después de revisar los aspectos legales que establecen otras formas jurídicas se llegó a la conclusión de que la sociedad de responsabilidad limitada es la que mejor se ajusta a las necesidades de nuestra *startup* y llegado el momento se optaría por esta.

6. ENCARGOS REALIZADOS

En este apartado se expondrá información e imágenes sobre los encargos realizados para las diferentes UEN, la autopromoción a través de los eventos a los que se ha acudido y los proyectos propios que se llevan a cabo, además de mencionar los talleres que se han impartido.

6.1 EMPRESAS E INSTITUTOS DE INVESTIGACIÓN

Video explicativo Vitcord:

Título: *Vitcord App. Une tus videos a los de tus amigos.*

Duración: 30 segundos

Año: 2016

Animación: Digital con Adobe AE (diseños de Envato Market)

Locución/Sonido/Música: PTERODACTIVE



[151-154. Fotogramas del video explicativo realizado para Vitcord.](#)

Dentro de esta UEN se realizó el primer encargo remunerado del estudio PTERODACTIVE; un *spot* de animación digital para una *startup* del ecosistema de startUPV. Se trata de una red social cuyo objetivo es promover la comunicación de los usuarios a través de vídeos compartidos, en grupos cerrados o públicos.

Se elaboró un vídeo de treinta segundos mediante animación digital, el estudio trabajó en todas las fases de producción desde el guión y *storyboard* hasta la postproducción y exportación final. Para los diseños se partió de un *pack* preestablecido escogido por el cliente y se ampliaron los elementos extras que se necesitaron. La estructura del video se creó de forma multifuncional, de forma que pudiera segmentarse, siendo comprensible el vídeo completo y una de sus parte por separado; la historia divertida al principio y los pasos de funcionamiento de la herramienta a continuación. El uso de este video fue para poder presentar la aplicación a través de la APP store.

Climate Launchpad:Título: [Climate Launchpad](#).

Duración: 23 segundos

Año: 2016

Animación: Digital con Adobe AE (diseños de PTERODACTIVE)

Locución/Sonido/Música: PTERODACTIVE



155-158. Fotogramas de la cortinilla de animación realizada para la entrega de premios de Climate Launchpad.

Otro trabajo realizado dentro de esta unidad de negocio se realizó para la entrega de premios de Climate Launchpad, una competición de proyectos que combatan el cambio climático. Para esta ocasión se realizó una cortinilla con animación digital desde el *storyboard*, guión y postproducción, hasta los diseños. Este proyecto fue muy interesante de realizar aunque debido al poco tiempo con el que se contó para desarrollarlo se tuvo que crear unos diseños muy sencillos y una animación muy selectiva.



159. Fotografía del equipo durante la entrega de los premios Climate Launchpad en Las Naves, Valencia.

Vídeo de divulgación científica:

Título: [Los efectos de los cannabinoides.](#)

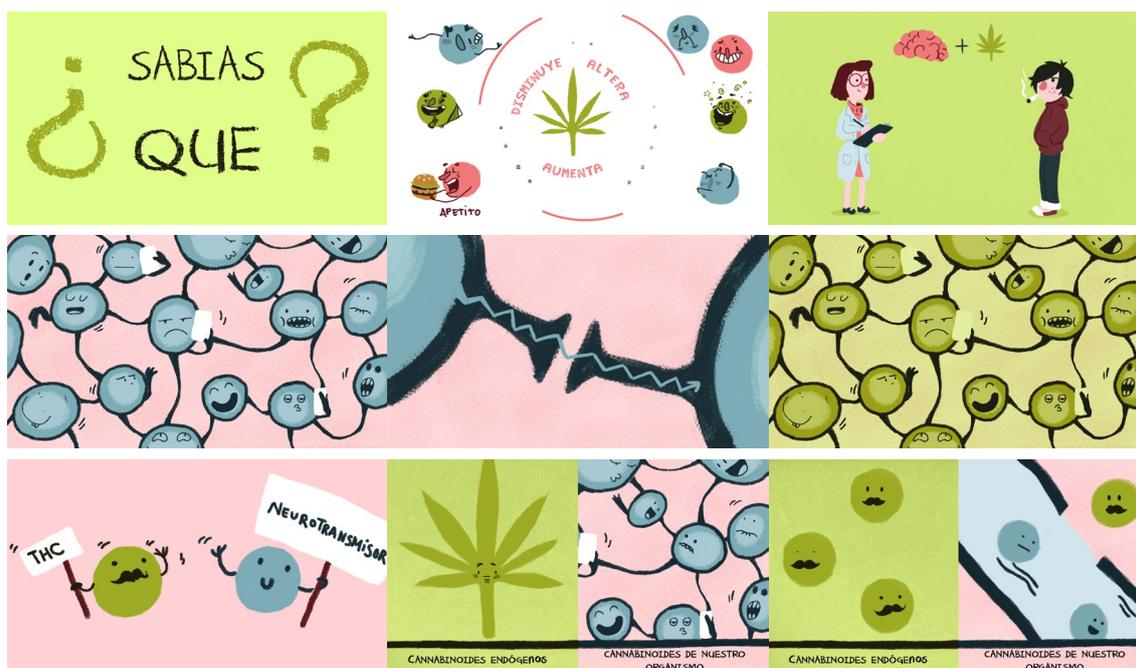
Duración: 2 minutos

Año: en proceso

Animación: 2D

Locución/Sonido/Música: PTERODACTIVE

Actualmente se está realizando un video de dos minutos de duración, con el Instituto SEIC⁶³ de Madrid, para divulgar los efectos de los cannabinoides en el cuerpo humano. El proceso de trabajo en un proyecto de estas características requiere de una supervisión constante del guión y de todos los elementos técnicos que se representan. El Instituto de Investigación tiene que revisar los diseños y contenido a medida que avanza el proyecto para no cometer errores técnicos.



160-168. Fotogramas del video de divulgación científica realizado para SEIC.

⁶³. Sociedad Española de Investigación sobre Cannabinoides



HABITACIÓN CLITO



SALÓN



169-173. Pliegos del ArtBook del proyecto de web-serie *Clito*.

4.2 PRODUCTORAS DE ANIMACIÓN Y EMPRESAS DE VIDEOJUEGOS

Clito:

Título: Capítulo 1. *El mòbil nou*; Capítol 2. *Manualitats*; Capítol 3. *Edredoning*.

Duración: 5 minutos

Año: Capítulo 1, 2017; Capítols 2 y 3 en proceso

Animación: Digital con Adobe AE (diseños de Pol López y PTERODACTIVE)

Locución/Sonido/Música: Pol López, Anna Bertran, Sergi Cervera i Marc Tinent.



174. Logo de la web-serie *Clito*.

Por otro lado, en esta UEN el estudio se encuentra inmerso en la producción de la web-serie de animación digital *Clito*, realizado junto con Pol López y Alexis Barroso, guionistas y promotores del proyecto. El equipo entro en contacto con los guinistas en el festival de animación Non-stop de Barcelona, durante la presentación de los ELEVATOR PITCH y se decidió trabajar juntos para sacar el proyecto a delante.

175-176. Fondos del escenario exterior de la casa de *Clito*.



En total el estudio ha de realizar tres capítulos piloto y un *teaser* de la serie, que está producida por Minoria Absoluta. Se trata de una web-serie de animación que, en el caso de realizar la primera temporada completa, contará con 26 capítulos de cinco minutos de duración cada uno. La versión original del proyecto es en catalán pero se doblará a inglés y castellano posteriormente.

Desde Valencia se trabaja la parte artística del proyecto y de la animación y desde Barcelona los guiones, postproducción, sonido y locución. Al principio de la colaboración se revisó todo el contenido que tenían Pol y Alexis y se terminó la preproducción de todos los elementos básicos que iba a contener la serie. Al trabajar a distancia cada capítulo se estructura a partir del guión y la animática con las voces, se realiza el diseño de los nuevos elementos que contenga, se *riggean* los personajes y se anima. La postproducción final del capítulo con cámaras y sonidos definitivos se realiza en Barcelona una vez se cierra la fase de producción.

Teaser Clito:

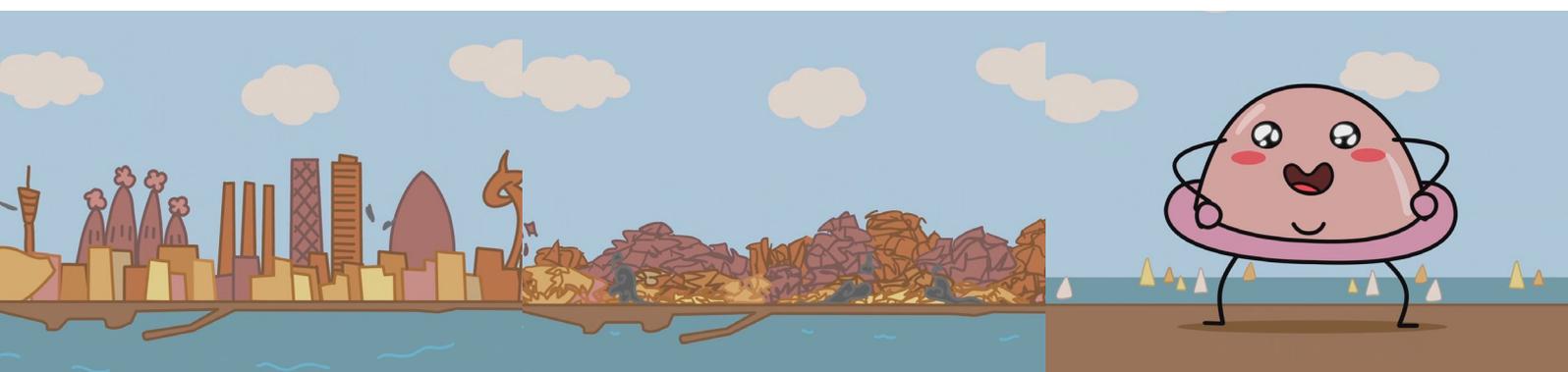
Título: [Clito. El teaser.](#)

Duración: 46 segundos

Año: 2017

Animación: Digital con Adobe AE y 2D (diseños de Pol López y PTERODACTIVE)

Locución/Sonido/Música: Pol López, Anna Bertran



177-179. Fotogramas del *teaser* promocional de *Clito* para la web de Minoria Absoluta.

Para el *teaser* el equipo tuvo libertad absoluta para realizar el *storyboard* y el guión; el proyecto se realizó a partir de la premisa de presentar al personaje y el lugar donde vivía. Se optó por utilizar la animación 2D para realizar la animación de la ciudad, ya que resulta más orgánica para ese tipo de movimientos y se mantuvo en el personaje la animación digital.



180. Fotograma de *Preludi*, introducción del cortometraje *Impromptu*.

Impromptu:

Título: [Preludi](#).

Duración: 5 minutos

Año: 2017

Animación: Digital con Adobe AE (diseños de María Lorenzo) y 2D

Locución/Sonido/Música: María Lorenzo

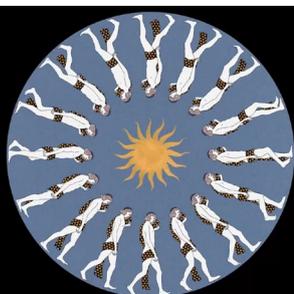
Impromptu

181. Fotogramas finales del cortometraje *Impromptu*.

Un caso bastante distinto es el cortometraje *Impromptu* de la directora María Lorenzo, nominada a un Goya 2016 por su trabajo anterior *La nit de l'oceà*. PTERODACTIVE fue contratado para realizar una parte del proyecto, concretamente la introducción, dónde se quería conseguir un acabado más digital. En este trabajo se nos dieron los diseños, la animación y los fondos, realizando labores de *clean up*, *inbetweening*⁶⁴ y montaje. En todo momento el trabajo estuvo supervisado por María Lorenzo que hizo correcciones a diario marcando el calendario de producción y la metodología de trabajo.

⁶⁴ Intermediación o interpolación de movimiento.

182-184. Fotograma de *Preludi*, introducción del cortometraje *Impromptu*.





185-187. Fotografías durante la grabación del *making of* de *Impromptu*.

Making of Impromptu:

Título: [*Making of de Impromptu. Preludi; Maria Lorenzo-In progress.*](#)

Duración: 8.39 minutos; 9.19 minutos

Año: junio 2017; abril 2017

Técnica: Imágen real

Locución/Sonido/Música: PTERODACTIVE

Además del trabajo de animación realizado para el proyecto también realizamos dos *making of* del trabajo realizado por la autora durante el desarrollo del cortometraje. Para esta ocasión se trabajó a partir de un guión realizado por Maria Lorenzo y el equipo hizo labores de grabación, postproducción y sonido. Por un lado se elaboró uno sobre el cortometraje y otro sobre la introducción, donde la autora habla sobre el proceso práctico y teórico del proyecto.

188. Fotografía de los fenaquistiscopios del cortometraje *Improptu*



En cuanto al sector de los videojuegos se ha trabajado en dos proyectos de la empresa de videojuegos madrileña Iction Games. El trabajo realizado en los juegos es bastante similar, se trata de la creación de sprites o acciones individuales de cada personaje. Se animan todos los movimientos necesarios para la posterior programación, andar, correr, recibir impacto, saltar, atacar o morir y se desglosa el movimiento en los frames correspondientes (entre cinco y ocho fotogramas).

Virtus:

Título: [Virtus.](#)

Año: 2016

Animación: 2D

Género: acción-aventura

Plataformas: Xbox One y Steam



189. Portada del videojuego [Virtus.](#)

190-191. Pantallas del videojuego *Virtus*.

Para el videojuego *Virtus* se trabajó en la realización de tres niveles finales y algunas animaciones de personajes sueltos de otros niveles, mediante la técnica de animación 2D.

En la web se describe el juego *“You control a soldier belonging to the Guard of Shadows specialized in stealth, distraction and infighting.*

Your master, after a series of tests makes you know that you’re prepared to go in search of the sacred statues, containers of power of the Gods.

You will have to face those adventurers who like you want that power and you must get them before they fall into ghoulish and dangerous hands.

Will you be able to get all statues before the Chaos turn your world in the playground of evil monsters?”

192. Ilustración promocional del videojuego *Virtus*.



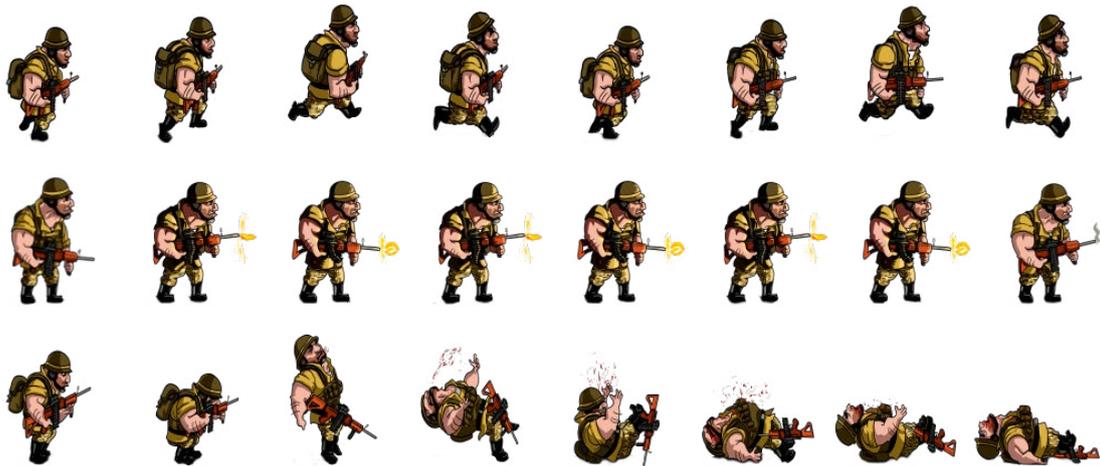
Tiny Soldiers:Título: *Tiny Soldiers*.

Año: en proceso

Animación: 2D

Género: estrategia (basado en turnos)

Plataformas: por determinar

193-195. Sprites de uno de los personajes del videojuego *Tiny Soldiers of war*.

Para el videojuego se realizaron las animaciones 2D destinadas a la demo de las bases de tierra y aire, además de dos personajes con cuatro armas cada uno. Se trata de un juego de estrategia multijugador basado en turnos, de estructura similar al clásico *Worms*. En este caso el campo de guerra se sitúa entre los elementos: tierra, agua, mar y aire. El jugador escogerá a que equipo quiere pertenecer y tendrá que conseguir defender sus bases y destruir las del resto de contrincantes. El juego dará la opción de modo multijugador clásico y online.

196-198. Imágenes de personajes y plataformas del videojuego *Tiny Soldiers of war*.

6.3 EVENTOS Y TALLERES IMPARTIDOS

Como se ha dicho anteriormente las líneas de trabajo son dos, pero debemos mencionar una actividad complementaria que se compagina con las unidades estratégicas de negocio y que también aportan remuneración al estudio. No la calificamos como UEN puesto que no hemos llevado una estrategia para realizar dicho tipo de actividades, siempre han surgido por encargo y no suponen una línea a la que queramos enfocar por completo el trabajo del estudio. Hablamos de cursos o talleres impartidos en festivales o empresas que, ofrecen formación en la rama de animación.

Quartmetratges 2016:

Título: *Iniciación a la animación stop-motion.*

Año: 2016

Contenido: historia y animación stop-motion

Edades: de 12 a 18

Duración: 5 horas



199-201. Fotografías del taller y la gala de Quartmetratges 2016.

En el festival de Quartmetratges, que se celebra anualmente en Quart de Poblet, se realizan una serie de actividades enfocadas al sector audiovisual, desde charlas y ponencias a pases de cortos y talleres. En la edición de 2016 la asociación encargada de la gestión del evento Creman Muses, contó con el estudio para dar un taller de iniciación a la animación *stop-motion*. Se contó con doce alumnos a los que se les dio una breve formación teórica sobre la técnica, antecedentes y ejemplos; y luego, una práctica de animación con dos sets de grabación. Al finalizar el taller se recopiló el trabajo de los estudiantes y se montó un vídeo con el trabajo realizado.

GeekHubs Academy:

Título: *Animación para videojuegos.*

Año: 2017

Contenido: animación de sprites 2D

Edades: de 8 a 16

Duración: 3 horas

Por otra parte, la *startup* GeekHubs Academy realiza desde hace ya un año un curso de programación de videojuegos para niños de entre 8 y 16 años. Como parte indispensable de la producción de un videojuego quisieron realizar una sesión dedicada a la animación para programación. La sesión se centró sobre todo en mostrar en qué consiste el trabajo de un animador, se mostró *making ofs* y videos de proceso, donde pudieran apreciar el desarrollo de la animación desde el inicio. La sesión finalizó con un ejercicio práctico en el que cada alumno elaboró un sprite para poder apreciar esta parte del proceso y así poder añadirlo a la programación posteriormente de su juego.

Por otro lado también hemos desarrollado eventos relacionados con el mundo de la animación y el emprendimiento en Valencia, hay que destacar que no es una actividad de la que se obtenga remuneración pero, el estudio desarrollar una línea de actividades que den visibilidad a la *startup*. Por ello, uno de los canales de comunicación *offline* que se establecieron, fue la asistencia a eventos que se desarrollará más adelante en el punto 5.5 Plan de marketing.

Intentamos mantener el estudio activo y probar nuevas formas de comunicación y publicidad a través de actividades culturales, por eso este año 2017 se propuso coordinar un evento de animación. La idea principal es la de fomentar una red activa de animadores, profesionales y expertos del mundo de la animación de diferentes ámbitos y disciplinas en Valencia. Para ello el primer paso que se dió fue el de investigar en redes sociales si existía algún grupo o plataforma dedicada para esta tarea, concluimos en que lo que más estaba funcionando en otras ciudades era un grupo de Facebook que englobara este sector en nuestra ciudad, así que creamos uno con el fin de mantenerlo activo y que sirviera para comunicar eventos, trabajos o proyectos en la ciudad.

202-203. Fotografías del taller en Geeks Hubs Academy.





204. Cartel de AnimaEmprende
2017.

205-207. Fotografías del evento
AnimaEmprende 2017.

AnimaEmprende: Haciendo Piña:

Título: [AnimaEmprende: Haciendo Piña.](#)

Año: 2017

Contenido: emprendimiento en el sector de la animación dentro del marco universitario

Edades: todos los públicos

Duración: 4 horas

Para el evento de animación y emprendimiento que tuvo lugar el 29 de marzo de 2017 en la Facultat de Belles Arts de la UPV, se necesitaron varios meses de documentación y preparación, para poder desarrollar *AnimaEmprende: Haciendo piña*. Finalmente el evento estuvo formado por una mesa redonda de proyectos que habían nacido en el ámbito universitario y, que se estaban desarrollando en ese momento en el mundo profesional, además de una proyección de cortometrajes de escuela desde los inicios de la animación en nuestra facultad hasta el día de hoy.

La mesa redonda estuvo moderada por María Lorenzo (directora de *La nit de l'oceà* e *Impromptu*), profesora de la universidad y directora de la revista *Con A de animación*, y contamos con las directoras de los cortometrajes *The neverending wall*, Silvia Carpizo que cuenta con subvención del ICAA⁶⁵, María Manero con *Patchwork* que cuenta con financiación a través de *crowdfunding*⁶⁶ y *Mecánico* con una de sus directoras Alba Capilla, cortometraje en proceso de distribución por festivales; también nos acompañó Alvaro Sanchis de UNIT Experimental para hablar de su proyecto transmedia *Erthaland. Snowwhite's mystery tale*, los chicos del webcomic animado creado por Loopy Teller Studio con Carlos Valles, el estudio de animación Silly Walks con Javier Sánchez y por último el estudio, PTERODACTIVE con Marta Gil para hablar de creación de *startups*.

El estudio quiere fomentar la creación de un ecosistema de animación que sea fuerte en nuestra ciudad y nuestra comunidad para poder realizar colaboraciones en proyectos y transmitir conocimientos, pudiendo crear puestos de trabajos y proyectos.

⁶⁵. Instituto de la cinematografía y de las artes audiovisuales

⁶⁶. Crowdfunding o micromecenazgo es un mecanismo de financiación que consiste en el aporte de pequeñas cantidades de dinero por parte de muchas personas. <<http://definicion.de/crowdfunding/>>

4.4 PROYECTOS PROPIOS Y AUTOPROMOCIÓN

Como medio para promocionar las dos UEN del estudio, se realizan una serie de proyectos propios dirigidos como estrategias de autopromoción. La imagen que ofrece el estudio a través del contenido de su página web y redes sociales, constituye la carta de presentación para los potenciales clientes; puede ser un elemento clave que marque la diferencia en la contratación de un servicio. Paralelamente a esta producción se realizó un plan de *marketing* (Ver apartado 5.5), en el que se desarrolla el procedimiento para la difusión de los contenidos propios de autopromoción.

Se realizaron dos proyectos con la finalidad de presentar y autopromocionar la marca, una intro animada basada en el logo del estudio y un vídeo explicativo donde mostrar nuestro proceso de trabajo con el cliente.

Intro del pterodactilo:

Título: [Intro PTERODACTIVE.](#)

Duración: 24 segundos

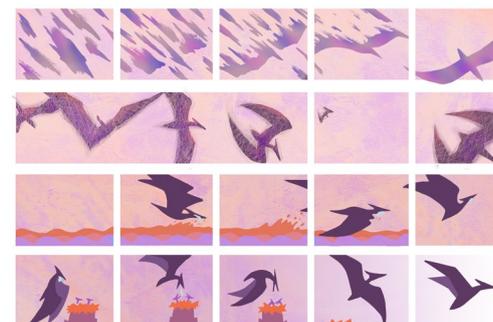
Año: 2015

Animación: acuarelas, 2D, stop-motion, cut-out y digital con Adobe AE

Locución/Sonido/Música: Miguel de la Riva.



208-211. Fotogramas de la intro animada de PTERODACTIVE. Realizada con diferentes técnicas de animación: acuarelas, 2D tradicional, *stop-motion* y *cut-out* digital.



212. *Color script* de la intro animada de PTERODACTIVE.

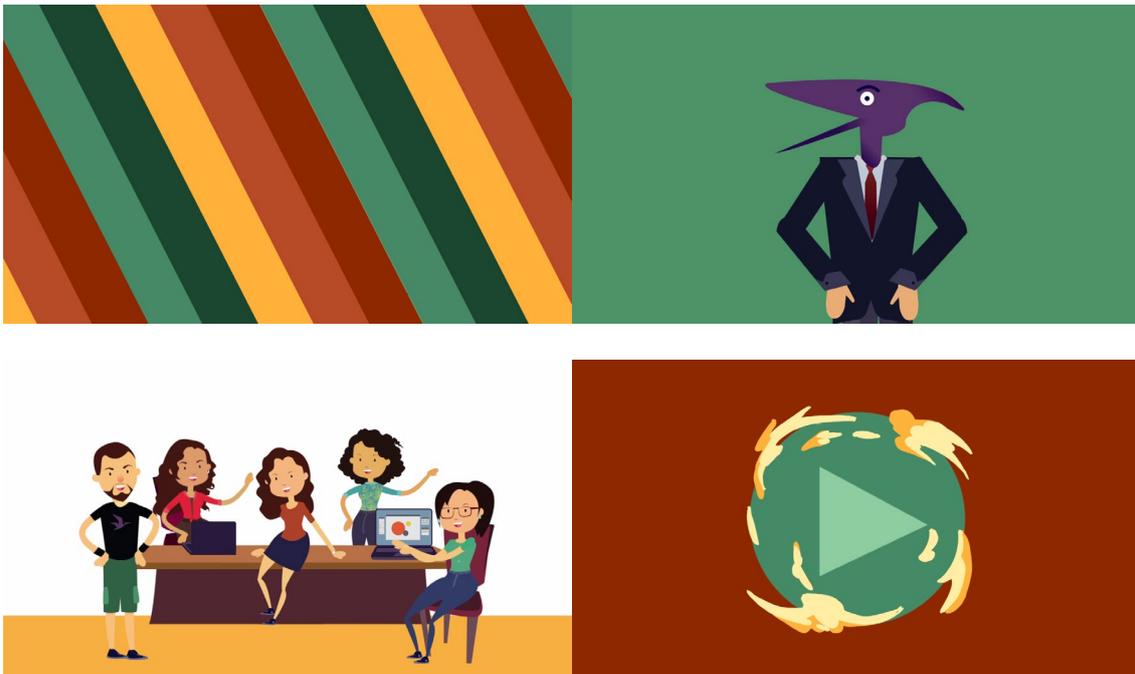
Video explicativo:Título: [*Explainer video marketing.*](#)

Duración: 55 segundos

Año: 2016

Animación: digital con Adobe AE

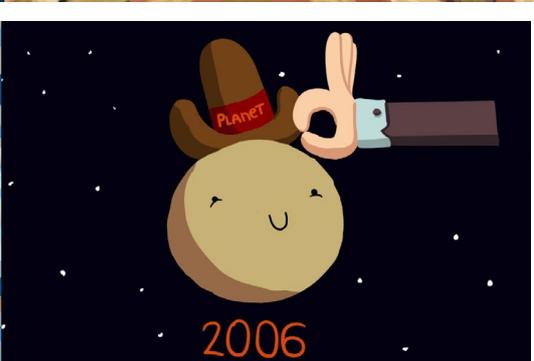
Locución/Sonido/Música: Marce Valera



213-216. Fotogramas del video explicativo de PTERODACTIVE.

El caso del video explicativo fue muy similar, se realizó para mostrar un ejemplo gráfico sobre las posibilidades que ofrece el video *marketing* en el mercado audiovisual digital actual. Se elaboró un guión por el equipo y se realizaron los diseños, se animó todo el video con la técnica de animación digital. Este video se utiliza en las campañas que el estudio realiza de email *marketing* dentro del 5.5 Plan de *marketing*.

217. *Color script* del video explicativo de PTERODACTIVE.



218-220. Ilustraciones temáticas realizadas por PTERODACTIVE para [San Valentín 2017](#), [el día de la animación 2016](#) y [el día de la madre 2017](#).

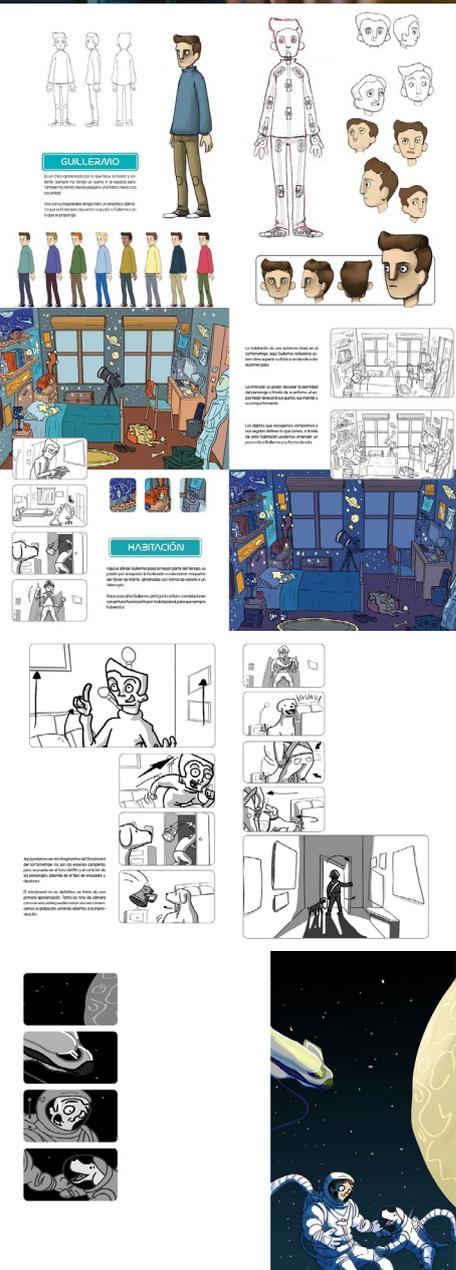
221-223. Ilustraciones temáticas realizadas por PTERODACTIVE para el [día de año nuevo 2016-17](#), [llegada del verano 2017](#) y el [día de Plutón 2017](#).

Ilustraciones temáticas:

También se elabora anualmente contenido propio específico para fechas determinadas, con motivo de una celebración o festividad. Al inicio del curso se establece un calendario temático seleccionando aquellas fechas que forman parte de la ideología e intereses del estudio. Cada año se revisan los datos obtenidos en el calendario anterior dentro de las diferentes redes sociales, revisando los tiempos empleados y las técnicas de animación. Cada año se ha ido mejorando y ampliando este calendario para que todos los meses cuente con el mismo número de ilustraciones temáticas y todos los miembros del equipo tengan la misma cantidad a realizar y estén bien repartidas temporalmente. Las premisas que se siguen para este tipo de contenido han evolucionado con el tiempo, se empezó realizando una ilustración pero pronto se vio que funcionaba mejor la animación, así que se modificó y ahora se realizan animaciones breves o selectivas con la temática de la ilustración. Ejemplo de ello son los períodos vacacionales como Pascua, Navidad o verano y festividades nacionales como el día de la madre o del padre, así como días señalados como el del libro o del arte.

224-226. Ilustraciones temáticas realizadas por PTERODACTIVE para el [día del libro 2017](#), [el día del arte 2017](#) y Navidad 2016.





227-231. Pliegos del Art Book del proyecto *Apolo 21*.

Al margen de de la autopromoción, en PTERODACTIVE se le da una gran importancia a la realización de proyectos propios de mayor envergadura que permitan, a los miembros del equipo mejorar en sus capacidades y, al estudio, tener un recorrido por ferias y festivales.

Apolo21:

Título: [Apolo 21](#).
 Duración: 4 minutos
 Año: en proceso
 Animación: stop-motion
 Locución/Sonido/Música: Diego Fortea

En este caso, encontramos a *Apolo 21*, cortometraje propio de animación *stop-motion* que cuenta las aventuras de Guillermo y su perro Ham. Se comenzó a trabajar en este proyecto en 2015 y se ha desarrollado de forma paralela a los servicios ofrecidos por la *startup*, buscando una línea profesional y financiación externa.



232. Logo de el cortometraje *Apolo 21*.

Este proyecto con un gui3n de estructura cl3sica, presenta un dise3o que mezcla las construcciones tridimensionales de los *props*⁶⁷ con planos en 2D de elementos decorativos. El proyecto se encuentra en fase de preproducci3n y ha sido seleccionado en el Elevator *Pitch* del festival Non Stop Barcelona Fest en el a3o 2016 y en el cat3logo de animaci3n anual del festival de animaci3n 3D Wire de Segovia en el a3o 2016. Actualmente se han solicitado becas para proyectos art3sticos con la finalidad de financiar el cortometraje.

⁶⁷. Cualquier objeto susceptible de ser animado, utilizado o no por el personaje. The animator's checklist. <<http://animatorschecklist.com>>

CONCLUSIONES

Se consideran alcanzados los objetivos planteados en el inicio de este TFM, ya que la *startup* se encuentra actualmente en funcionamiento y empieza tener una facturación constante que, era el objetivo principal.

Los objetivos secundarios planteados para este trabajo se basaban en necesidades reales para llevar a cabo el proyecto de empresa, eso ha permitido aprender mucho durante el proceso. Por un lado, el análisis del entorno industrial de animación en España nos ha enseñado mucho acerca de la industria en la que se quería trabajar y sobre todo lo que queda por hacer.

Los cursos que se han ido haciendo han ayudado a mantener un aprendizaje permanente del equipo para poder ir evolucionando y desarrollando la *startup*, lo que ha repercutido en la mejora del estudio. Como explican en el libro de Lean Startup *“El aprendizaje, en cambio, es frustrantemente infatigable.”*, y tiene muchas recompensas. Actualmente hay programadas unas prácticas durante el mes de agosto en una empresa de animación valenciana para poder aprender de alguien con más experiencia para después, poder aplicarlo a la *startup*. Además, para el próximo año se están buscando nuevos cursos que aporten conocimientos más profundos sobre temas que ya se han visto, para seguir implementando mejoras en el proyecto.

Finalmente, el objetivo de desarrollar un plan de empresa que ayude a la viabilidad del proyecto se ha llevado a cabo y está recopilado en este trabajo. Con la información obtenida se aplicarán los cambios necesarios el próximo año y se seguirá validando ya que *“Para mejorar los resultados empresariales y contabilizar la innovación es necesario centrarse en los aspectos aburridos: como medimos el progreso, cómo establecemos hitos, como priorizamos tareas.”*

El futuro de PTERODACTIVE como empresa de servicios se mueve en unos parámetros de incertidumbre, debido a su naturaleza de *startup*, el trabajo está dando sus frutos y se puede decir que actualmente hay varios encargos de gran envergadura a la vista. Por un lado, próximamente se empezarán a hacer las pruebas de animación para un proyecto de serie aprobado para la futura televisión valenciana con una productora de la ciudad. Y por otro lado, gracias al plan de *marketing* se ha conseguido un encargo procedente de uno de los proyectos con subvención de la generalitat.

El espacio emprendedor desde el que está trabajando el equipo actualmente ha sido renovado para el próximo curso académico, lo que mantiene la estabilidad del equipo y permite empezar a realizar proyecciones para el año próximo. Además el estudio tiene entre manos la realización de varios proyectos, por un lado la exposición de cortometrajes de animación en Las Naves durante el mes de octubre, que coincidirá con el festival de animación Prime the Animation. Se trata de la primera vez que el equipo comisaría una exposición y se está trabajando para

⁶⁸. RIES, Eric. El método LEAN STARTUP. Cómo crear empresas de éxito utilizando la innovación continua, p.32

⁶⁹. *ibid*, p.21



233. Fotografía del final de rodaje de *Rocket*, cortometraje de animación *stop-motion* realizado por Marta Gil y Julia Cruz como TFG en 2015.

que el resultado sea satisfactorio. Y por otro, terminar el video de divulgación científica para poder seguir con el plan de *marketing* y los dos capítulos de la web-serie de animación digital *Clito*.

El trabajo en equipo de las autoras ha sido indispensable para completar este TFM, se ha validado la posibilidad de realizar proyectos colectivos, tan importantes y necesarios en la producción artística y el emprendimiento. Desde el cortometraje de animación *stop-motion* realizado como TFG en 2015 hasta el proyecto de TFM actual, pasando por la *startup* PTERODACTIVE. Todo ello ha servido para aprender diariamente la una de la otra y defender que, el trabajo en equipo es posible con una buena comunicación y respeto.

A nivel personal, el próximo año supone un paso más en las carreras profesionales y, el interés por el ecosistema valenciano de animación y emprendimiento, ha llevado a plantear las autoras la realización de un doctorado que permita seguir trabajando en esta línea.

CONCLUSIONES PERSONALES

A nivel personal se destaca el trabajo en equipo, las implicaciones que lleva consigo la realización de este TFM habrían sido inalcanzables de forma individual. La colaboración tanto en la elaboración de este proyecto como dentro de PTERODACTIVE supone una evolución y mejora personal en la gestión de equipos y la eficiencia en el trabajo que, son un requisito indispensable en la profesionalización personal.

Por otro lado, destacar la realización de cursos de formación paralelos a la universidad, las asignaturas del MPA y, la experiencia en los campos de animación y emprendimiento adquiridos mediante la realización de este trabajo final de máster. Gracias a ello se ha podido obtener una

visión general del contexto actual artístico, empresarial y de animación y, generar una opinión crítica personal en estos ámbitos.

Para el desarrollo de cada apartado del plan de empresa ha sido necesario un estudio, evaluación y elección final de la vía más adecuada para PTERODACTIVE. Por tanto su realización ha supuesto un punto importante en el desarrollo de las capacidades de liderazgo y toma de decisiones. También, añadir que se ha aprendido a crear estrategias adecuadas a cada situación y objetivos a través de la realización de los planes de *marketing* obteniendo mejores resultados que mediante la improvisación.

Sobre el proceso de trabajo dentro de la empresa destacar el aprendizaje y desarrollo personal como artista. Esto ha sido gracias a la utilización de distintos *softwares* y técnicas, la libertad creativa que se promueve en el estudio y la posibilidad de realización de proyectos personales con el apoyo y colaboración de un equipo completo.



BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

CATÁLOGOS

ACADEMIA DE LAS ARTES Y LAS CIENCIAS CINEMATOGRAFICAS DE ESPAÑA., *Gala de la 31 edición de los premios Goya*. Madrid, Academia de las artes y las ciencias cinematográficas, 2017.

ACADEMIA DE LAS ARTES Y LAS CIENCIAS CINEMATOGRAFICAS DE ESPAÑA., *Gala de la 30 edición de los premios Goya*. Madrid, Academia de las artes y las ciencias cinematográficas, 2016.

VV.AA., *Animac'15. Mostra Internacional de Cinema D'Animació. La mà de l'artista*. Lleida, Regidoria de Cultura de l'Ajuntament de Lleida, 2015.

VV.AA., *Animac'16. Mostra Internacional de Cinema D'Animació. Futurs femenins*. Lleida, Regidoria de Cultura de l'Ajuntament de Lleida, 2016.

VV.AA., *Animac'17. Mostra Internacional de Cinema D'Animació. Against the wind*. Lleida, Regidoria de Cultura de l'Ajuntament de Lleida, 2017.

VV.AA., *Audiovisuales de animación en la Comunidad Valenciana.*, Valencia, Generalitat Valenciana Conselleria de Cultura, Educació i Ciència. Direcció general de promoció cultural, museus i belles arts, 1999.

PONER EL CATÁLOGO DE 3D WIRE

REVISTAS

ACADEMIA. *Revista del cine español. La animación española*. Madrid: Academia, 2016, nº219, ISSN 2174-0097.

Con A de Animación. Animación Stop-motion. Valencia: UPV Editorial, 2014, nº4, ISSN 2173-6049.

Con A de Animación. Animación: Punto de encuentro. Valencia: UPV Editorial, 2015, nº5, ISSN 2173-6049.

Con A de Animación. Especial Motion Graphics. Valencia: UPV Editorial, 2016, nº6, ISSN 2173-6049.

Con A de Animación. La animación a escena. Valencia: UPV Editorial, 2017, nº7, ISSN 2173-6049.

Puppets & Clay. Salamanca: autoedición, 2015. Num. I, II, III, IV, V.

CORTOMETRAJES

CARPIZO, Silvia (dir.). *The Neverending Wall*. España: Ábano Producciones, 2017.

LORENZO, María (dir.), *La nit de l'oceà*. España: Enrique Millán, 2015.

LORENZO, María (dir.), *Impromptu*. España: Enrique Millán, 2017.

MANERO, María (dir.). *Patchwork*. España: Ábano Producciones, 2017.

NOVELLI, Alessandro (dir.), *The Guardian*. España: N8ve, 2015.

NOVELLI, Alessandro (dir.), *Contact*. España: N8ve, 2017.

VAZQUEZ, Alberto (dir.), *Decorado*. España: Uniko, 2016.

PELÍCULAS

BAYONA, J.A. (dir.). *Un monstuo vienea verme*. UK/Spain/USA: Apaches Entertainment, Monster Calls, A., Participant Media, Peliculas la Trini, River Road Entertainment, 2016.

BLANCO, Jorge, ABAD, Javier y MARTÍNEZ, Marcos (dir.). *Planet 51*. España/UK/USA: Ilion Animation, Lolafilms, Nickelodeon Animation Studios, Worldwide Biggies, 2009.

CAMPANELLA, Juan J. (dir.). *Futbolín*. Argentina/España: Plural-Jemspa, 100Bares, Catmandú Entertainment, Antena 3 Films, Canal +, 2013.

GARCÍA, Manuel J. (dir.). *Bikes the movie*. España: Animation Bikes, CVC Group, Aleph Media, 2017.

GATO, Enrique (dir.). *Atrapa la bandera*. España: 4 Cats Pictures, Ikiru Films, Lightbox Animation Studios, Telecinco Cinema, Telefónica Studios, 2015.

GATO, Enrique (dir.). *Tadeo Jones*. España: El Toto Pictures, Ikiru Films, Lightbox Entertainment, Telecinco Cinema, Telefónica Producciones, 2012.

MAESTRO, Jaime, SAVA, Scott y BANCROFT, Tony (dir.). *Animal Crackers*. España: Blue Dream Studio, Chinal Film Group, Blue Dream Studio Spain, Animal Crackers itd., 2017.

ROCA, Paco y FERNÁNDEZ, Carlos (dir.). *Memorias de un hombre en pijama*. España: Ladybug Films, Dream Team Concept, Hampa Studios, 2017.

VÁZQUEZ, Alberto (dir.). *Psiconautas*. España: Zircozine Animation, Basque Films y Abrakam Estudio, 2016.

LIBROS

CHRISTENSEN, Clayton M. (1997), *The innovator's dilemma: when new technologies cause*

great firms to fail, Boston, Massachusetts, USA: Harvard Business School Press, ISBN 978-0-87584-585-2.

CHRISTENSEN, Clayton M.; RAYNOR, Michael E. (2003), *The innovator's solution: creating and sustaining successful growth*, Boston, Massachusetts, USA: Harvard Business School Press, ISBN: 978-1-57851-852-4.

DEMING, W. Edwards (1989), *Calidad, productividad y competitividad: la salida de la crisis*, Ediciones Díaz de Santos, ISBN: 9788487189227

DRUCKER, Peter F. (2013), *Sobre la profesión del management*, Apostrofe, ISBN: 9788445501702

Equipo de Rooter. (2012), *Libro Blanco del sector de la animación en España 2012*. Diboos, Barcelona.

ICEX Spain Trade and Investment. (2016), *Who is Who 2016*. Animation from Spain.

LIKER, K. Jeffrey (2006), *Las claves del éxito de Toyota. 14 principios de gestión del fabricante más grande del mundo*. Barcelona; Ediciones Gestión 2000, 2006. (TRAD. Lluís Cuatrecasas) ISBN-13: 978-84-96612-34-1

PÁGINAS WEB

CHEN, Andrew. *@Andrewchen*.
<<http://andrewchen.co/>>

DICCIONARIO ACTUAL. *Economía: ¿Qué es CEO?*
<<https://diccionarioactual.com/ceo/>>

ELLIS, Sean. *Startup Marketing*.
<<http://www.startup-marketing.com/>>

INSTITUTO LEAN MANAGEMENT. *Lean event*.
<<http://www.leanevent.org/index.php/es/>>

KISSMETRICS. *Kissmetrics blog - A blog about analytics, marketing and testing*.
<<https://blog.kissmetrics.com/>>

LANZADERA. *Juan Roig*
<<http://lanzadera.es/juan-roig/>>

LEAN ENTERPRISE INSTITUTE. *Lean Summits & Conferences*.
<<https://www.lean.org/Events/SummitsAndConferences.cfm>>

LEAN GLOBAL NETWORK. *Instituto Lean Management*
<<http://www.institutolean.org/index.php/es/>>

LINKEDIN. *N9ve studio*.
<<https://www.linkedin.com/company/n9ve>>

MCCLURE, Dave. *500 Startups*.
<<http://500.co/blog/posts/>>

NIVI, Babak. *AngelList - Where the world meets startups*
<<https://angel.co/>>

NIVI, Babak. *Venture Hacks - Good advice for startups*
<<http://venturehacks.com/>>

RIES, ERIC. *Startup lessons learned*.
<<http://www.startuplessonslearned.com/>>

RIES, ERIC. *The lean startup*.
<<http://theleanstartup.com/>>

VIMEO. *N9ve studio*
<<https://vimeo.com/tag:n9ve+studio>>

ARTÍCULOS EN PÁGINAS WEB

3D WIRE, *La animación española en el mapa europeo*.
<<http://3dwire.es/mapping-animation-industry/>> [Consulta: 8 de marzo de 2016].

AEVI, Asociación Española de Videojuegos. *El videojuego en el mundo*.
<<http://www.aevi.org.es/la-industria-del-videojuego/en-el-mundo/>> [Consulta: 21 de abril de 2017].

AUDIOVISUAL 451 (2016). *Ya disponible el informe del Observatorio Audiovisual Europeo sobre la industria de la animación*.
<<http://www.audiovisual451.com/ya-disponible-el-informe-del-observatorio-audiovisual-europeo-sobre-la-industria-de-la-animacion/>> [Consulta: 6 de diciembre de 2016].

BARCIELA, FERNANDO (2016). *La animación llega al 'prime time'*.
<http://economia.elpais.com/economia/2016/04/14/actualidad/1460634072_612821.html> [Consulta: 6 de diciembre de 2016].

BIOGRAFÍAS Y VIDAS. *Walt Disney*.
<<https://www.biografiasyvidas.com/monografia/disney/>> [Consulta: 13 de junio de 2017].

CASTRO, Julio. *Como hacer un balance general paso a paso*
<<http://blog.corponet.com.mx/como-hacer-un-balance-general-paso-a-paso>> [Consulta: 5 de marzo de 2016].

IGLESIAS, ALBERTO (2015). *La animación en España cotiza al alza en todo el mundo*.
<<http://blogthinkbig.com/la-animacion-en-espana-cotiza-al-alza-en-todo-el-mundo/>> [Consulta: 4 de marzo de 2016].

JAUREGUI, Macarena. *Los principales estados contables*.
<<http://aprendiendoadministracion.com/los-principales-estados-contables/>> [Consulta: 6 de

diciembre de 2016].

LABORAL, Kutxa (2014). *TAM, SAM, SON o cómo calcular el tamaño de tu negocio*.

<<http://www.bancaparaempresas.com/gestion-financiera/tam-sam-som-o-como-calcular-el-tamano-de-tu-negocio/>> [Consulta: 25 de junio de 2017].

NEWZOO (2016). *The global games market reaches \$99.6 billion in 2016, mobile generating 37%*. <<https://newzoo.com/insights/articles/global-games-market-reaches-99-6-billion-2016-mobile-generating-37/>> [Consulta: 9 de marzo de 2017].

NEWZOO (2017). *The global games market will reach \$108.9 billion in 2017 with mobile taking 42%*. <<https://newzoo.com/insights/articles/the-global-games-market-will-reach-108-9-billion-in-2017-with-mobile-taking-42/>> [Consulta: 9 de marzo de 2017].

PASTOR, Estefanía. *Akamon, Una venta millonaria con tinte valenciano*.

<<http://valenciaplaza.com/akamon-una-venta-millonaria-con-tinte-valenciano>> [Consulta: 13 de junio de 2017].

REGALADO, Godofredo. *El significado y la psicología del color morado*.

<<https://www.lifeder.com/significado-color-morado/>> [Consulta: 25 de junio de 2017].

WEB SERIES

SÁNCHEZ, Ana (dir.). *Cleo*. España: La casa animada, La Mirada Producciones, 2015.

SERIES

ESTALAYO, Puri (dir.). *Jelly Jamm*. España: 737 Shaker, Vodka Capital, 2011.

GARCÍA, Guillermo y CANTOLLA, David (creadores). *Pocoyó*. España/UK: Granada International, Zinkia Entertainment, 2005.

WEINER, Matthew (creador). *Mad Men*. EEUU: AMC, Lionsgate Television, 2007.

JUDGE, Mike (creador). *Silicon Valley*. EEUU: HBO, 3 Arts Entertainment, Judgemental Films Inc., 2014.

CUMMINGS, Whitney y KING, Michael P. (creadores). *2 Broke Girls*. EEUU: CBS Television Network, 2011.

TRABAJOS FINAL DE MÁSTER

MINGUEZ, Francisco Javier. *ARTERIA: Proposal of an online tool to foment, broadcasting, communication, cooperation and research between artists*. (TFM) Universitat Politècnica de València. 2015.

DEL REY, Gema. *Proyecte expositiu Retrat de família: part paterna*. (Tesis de Máster) Universitat

Politécnica de València. 2008.

DEL REY, Mònica. v (Tesis de Máster) Universitat Politècnica de València. 2008.

MORÓN, Guillermo A. *Aplicación de animaciones al marketing online* (TFM) Universitat Politècnica de València. Campus de Gandía. 2014.

ÍNDICE DE IMÁGENES

1. Juan Roig CEO de Mercadona
2. Inauguración del espacio Non Spoon Tech Lab, Valencia 2017.
3. Oficinal de Akamon Entertainment en Barcelona.
4. Fotografía de Francisco Gil en su carnicería.
5. Javier Megias hablando sobre emprendimiento.
6. Walter Elias Disney (1901-1966)
7. Fotograma del cortometraje *The Guardian* (2015)
8. Participantes de BTG edición 2016.
9. Jose Luis Farias en el festival 3D WIRE edición 2016.
10. Logo de Ideas UPV.
- 11 Logo de StartUPV.
12. Logo de InnDea Valencia.
13. Logo de VIT Emprende.
14. Mapa de redes VIT
15. Fotograma de *Memorias de un hombre en pijama*. 2017
16. Fotograma de *Animal Crackers*. 2017
17. Cartel de *Bikes*. 2017
18. Logo de Prime the Animation! '4
19. Mesa redonda de emprendimiento durante Prime the Animation! '4
- 20-21. Fotogramas del *Triángulo de las Bermudas*.
22. Fotografía tomada durante Animac 2015.
23. Portada del catálogo de Animac 2015.
- 24-34. Diapositivas de la presentación final del equipo en la week[EMPRENDE].
- 35-36. Fotogramas del video realizado por el equipo para la convocatoria de Lanzadera 2015.
37. Imágen de la convocatoria de la IX Premios Instituto Ideas UPV 2015.
- 38-39. Bocetos iniciales del logo.
- 40-41. Pruebas de color del logo.
42. Logo final de PTERODACTIVE.
- 43-47. Evolución del equipo desde 2015 hasta la actualidad.
48. Equipo septiembre de 2016.
49. *Scroll* de la página web de PTERODACTIVE.
50. Sección del portafolio de la página web de PTERODACTIVE.
- 51-52. Capturas de pantalla de las RRSS Instagram y Twitter de PTERODACTIVE.
53. *Fast Dating* durante el YUZZ Day en Santander 2016.
54. Congreso YUZZ Day Santander 2016.
55. Fotografía de PTERODACTIVE antes de la presentación de YUZZ UPV.
56. Fotografía de los ganadores YUZZ sede UPV 2016.
- 57-58. Imágenes del viaje a Silicon Valley.
59. Gala de entrega de los premios YUZZ en Madrid 2016.
60. Imágen de la web del programa Factory Startup.
61. Mentores que dieron clase en el programa Factory Startup.

- 62-66. Imágenes del curso Factory Startup 2016.
- 67-79. Diapositivas de la presentación de HomeBox, proyecto desarrollado en el *Hackaton* de Factory Startup.
- 80-81. Imágenes del *Hackaton* durante Factory Startup 2016.
82. UEN de la *startup* PTERODACTIVE.
83. Fotograma del video explicativo de PTERODACTIVE.
- 84-85. Gráficos que muestran la evolución del video *marketing* en internet. Fotogramas del video explicativo de PTERODACTIVE
86. Imágen del anuncio de la lotería nacional del sorteo de Navidad 2015.
87. Imágen del anuncio de Tulipán 2016.
88. Ilustración del equipo de PTERODACTIVE.
- 89-92. Imágenes de la animación realizada para el día de la familia 2017.
93. *Scroll* de Behance, una de las primeras RRSS que se hizo en PTERODACTIVE.
94. Tabla del análisis Pestel de PTERODACTIVE.
95. Reunión con Jean Christophe Soulangeon, productor francés, durante el festival de animación Animac-Lleida 2017.
96. Tabla DAFO de PTERODACTIVE.
97. Tabla de recursos y capacidades de PTERODACTIVE.
98. Volumen de negocio en 2011 y estimación de la facturación del sector de la animación en España de 2012 a 2017 (en millones de euros). Extraído del libro blanco de la animación.
99. Gráfico izquierda: muestra el mercado de animación español y cómo el 10% son distribuidoras y el 90% productoras. Gráfico derecha: muestra las productoras españolas, un 30% puede autoabastecerse y el 70% restante necesita subcontratar los servicios (30% contratación exterior y 40% contratación nacional)
100. Gráfico que muestra donde se sitúa PTERODACTIVE dentro del mercado español.
101. Objetivos a corto plazo del plan de *marketing* de PTERODACTIVE con valoración numérica para el *scrum*.
102. Imágen del equipo en el *stand* del Digital Summer 2016.
103. *Stand* de PTERODACTIVE en la sección de ANIMACREA, de Animac 2016.
104. Presentación del proyecto *El ladrón de corazones* en el INCUBATOR, de Animac 2016.
105. Presentación de la *startup* PTERODACTIVE en la sección de MARKET PITCH, de Animac 2016.
106. Presentación del proyecto de web-serie *Clito* en la sección INCUBATOR, de Animac 2017.
107. Equipo de PTERODACTIVE en el *photocall* de Animac 2017. ELEVATOR PITCH, del festival Non-Stop 2016.
- 109-110. Imágenes del *stand* de PTERODACTIVE durante el Digital Summer.
111. Fotografía durante las jornadas del YUZZ Day, con el equipo de Weagle YUZZ UPV.
112. Fotografía del *stand* de PTERODACTIVE durante la Urano Games Week 2016.
113. Equipo de PTERODACTIVE durante Spin 2016.
114. Equipo de PTERODACTIVE en Google durante el viaje a Silicon Valley.
115. Ponentes de la mesa redonda y equipo de PTERODACTIVE durante AnimaEmprende 2017.
116. Parte del artículo de 100 Grados Fanzine donde habla de PTERODACTIVE.
117. *Scroll* de la red social LinkedIn de PTERODACTIVE.
- 118-119. Fotogramas del vídeo explicativo de PTERODACTIVE.

120. Fotograma del video explicativo realizado para la *startup* Vitcord.
- 121-126. Diapositivas del plan de *marketing* de PTERODACTIVE.
127. Tabla de relación de personas y entidades beneficiarias de las ayudas de CulturArts 2016.
128. Imágen del equipo en la sesión de *marketing* durante el curso Factory Startup 2016.
129. Dibujo del equipo de PTERODACTIVE.
130. Imágen de los miembros del equipo de PTERODACTIVE y funciones.
131. Calendario de producción del tercer capítulo de la web-serie *Clito*.
132. Entrevista de I-POP al equipo de PTERODACTIVE durante Animac 2017.
133. Ejemplo de uno de los conocimientos adquiridos dentro de la *startup*. En este caso aprendiendo a *riggear* con Adobe After Effects.
134. Ficha de trabajo de uno de los miembros del equipo de PTERODACTIVE.
135. Imágen de la ilustración realizada para el día de la mujer 2017.
136. Imágen de la animación realizada para el día de la lucha contra el cáncer 2017.
137. Fotomontaje realizado de la presentación de la revista *Con A de Animación* nº7.
- 138-139. Fotografías del despacho cedido por la universidad en la Facultat de Belles Arts para el equipo de PTERODACTIVE.
- 140-141. Fotografías con Pol López y Pangur Animation durante la firma de los contratos para los respectivos proyectos.
142. Fotografía del *storyboard* del capítulo tres de la web-serie *Clito* colgado en el despacho de PTERODACTIVE.
143. Animación 2D de uno de los personajes del videojuego *Virtus*.
144. Coloreado de fotogramas de la web-serie *Clito*.
145. Postproducción de la animación para San Valentin 2017 de PTERODACTIVE.
146. Gráfico comparativo de los primeros años contables de PTERODACTIVE.
147. Fotografía de la cena de Navidad 2016 de PTERODACTIVE en agradecimiento a todos los que habían ayudado al equipo durante el primer año.
148. *Stand* en Spin 2016, evento subvencionado por PTERODACTIVE.
149. *Roller* de PTERODACTIVE.
150. Imagen del pterodáctilo del video explicativo.
- 151-154. Fotogramas del video explicativo realizado para Vitcord.
- 155-158. Fotogramas de la cortinilla de animación realizada para la entrega de premios de Climate Launchpad.
159. Fotografía del equipo durante la entrega de los premios Climate Launchpad en Las Naves, Valencia.
- 160-168. Fotogramas del video de divulgación científica realizado para SEIC.
- 169-173. Pliegos del *ArtBook* del proyecto de web-serie *Clito*.
174. Logo de la web-serie *Clito*.
- 175-176. Fondos del escenario exterior de la casa de *Clito*.
- 177-179. Fotogramas del *teaser* promocional de *Clito* para la web de Minoría Absoluta.
180. Fotograma de *Preludi*, introducción del cortometraje *Impromptu*.
181. Logo del cortometraje *Impromptu*.
- 182-184. Fotograma de *Preludi*, introducción del cortometraje *Impromptu*.
- 185-187. Fotografías durante la grabación del *making of* de *Impromptu*.
188. Fotografía de los fenaquistiscopios del cortometraje *Improptu*.
189. Portada del videojuego *Virtus*.

- 190-191. Pantallas del videojuego *Virtus*.
- 192. Ilustración promocional del videojuego *Virtus*.
- 194-195. *Sprites* de uno de los personajes del videojuego *Tiny Soldiers of War*.
- 196-198. Imágenes de personajes y plataformas del videojuego *Tiny Soldiers of War*.
- 199-201. Fotografías del taller y la gala de Quartmetratges 2016.
- 202-203. Fotografías del taller en Geeks Hubs Academy.
- 204. Cartel de *AnimaEmprende* 2017.
- 205-207. Fotografías del evento *AnimaEmprende* 2017.
- 208-211. Fotogramas de la intro animada de PTERODACTIVE. Realizada con diferentes técnicas de animación: acuarelas, 2D tradicional, *stop-motion* y *cut-out* digital.
- 212. *Color script* de la intro animada de PTERODACTIVE.
- 213-216. Fotogramas del video explicativo de PTERODACTIVE.
- 217. *Color script* del video explicativo de PTERODACTIVE.
- 218-220. Ilustraciones temáticas realizadas por PTERODACTIVE para San Valentín 2017, el día de la animación 2016 y el día de la madre 2017.
- 221-223. Ilustraciones temáticas realizadas por PTERODACTIVE para el día de año nuevo 2016-17, llegada del verano 2017 y el día de Plutón 2017.
- 224-226. Ilustraciones temáticas realizadas por PTERODACTIVE para el día del libro 2017, el día del arte 2017 y Navidad 2016.
- 227-231. Pliegos del *Art Book* del proyecto *Apolo 21*.
- 232. Logo de el cortometraje *Apolo 21*.
- 233. Fotografía del final de rodaje de *Rocket*, cortometraje de animación *stop-motion* realizado por Marta Gil y Julia Cruz como TFG en 2015.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

ASO (App Store Optimization): Proceso de optimizar la ficha de una aplicación móvil (como por ejemplo aplicaciones iPhone, iPad, Android o Windows Phone) en una tienda de aplicaciones (como iTunes App Store o Google Play para Android). El ASO está fuertemente relacionado con la optimización de motores de búsqueda.

Business Angels: Los Business Angels ayudan a cubrir la falta de financiación con que se encuentran los emprendedores en las etapas iniciales del ciclo de vida de sus empresas (equity gap). La inversión en estas etapas iniciales lleva asociados unos elevados niveles de riesgo y una falta de liquidez.

CEO (Chief Executive Officer): Persona tiene la máxima responsabilidad dentro de una empresa. Es la cara visible hacia el exterior y el que, a nivel interno, ayuda a los directivos a decidir políticas en la empresa, así como también organizar el trabajo y a los empleado.

CMO: Chief Marketing Officer o director de Marketing.

Coworking: es una forma de trabajo que permite a profesionales independientes, emprendedores y pymes de diferentes sectores compartir un mismo espacio de trabajo, tanto físico como virtual, para desarrollar sus proyectos profesionales de manera independiente, a la vez que fomentan proyectos conjuntos.

Crowdfunding o micromecenazgo: es un mecanismo de financiación que consiste en el aporte de pequeñas cantidades de dinero por parte de muchas personas.

Cut-outs: Animación con recortes, variante de la técnica de animación stop motion que se realiza fotografiando figuras planas.

Diseño responsive: El diseño web adaptable (también diseño web adaptativo o responsivo; este último calco del inglés responsive web design), es una filosofía de diseño y desarrollo cuyo objetivo es adaptar la apariencia de las páginas web al dispositivo que se esté utilizando para visitarlas.

Elevator Pitch: Discurso que toma su nombre de una supuesta situación en la que, en lo que dura un viaje en ascensor (menos de 2 minutos), debes despertar el interés de tu interlocutor por tu proyecto; ya sea un inversor, un cliente potencial o un posible colaborador.

Freelance: Trabajador autónomo o trabajador por cuenta propia que, realiza tareas para terceros sin que ello contraiga obligación de continuar la relación laboral más allá del encargo realizado.

Fundación InnDea Valencia: Entidad promovida por el Ayuntamiento de Valencia con el objeto de apoyar e incentivar en la ciudad el desarrollo mediante la innovación en sus diversas vertientes.

Growth Hacking: Combinación de analítica, creatividad y curiosidad para hacer crecer el número de usuarios de una startup en forma de curva de palo de hockey.

Hackaton: Evento en el que programadores, diseñadores y entusiastas de la tecnología se reú-

nen en una jornada maratónica para solucionar un problema específico.

KISS: Keep it simple o hazlo simple. Se creativo. Trata de aunar en la menor materia o mensaje posible, el mayor de los contenidos. Ve directamente al concepto que quieres transmitir con tu marca en sí, tratando ser lo más versátil posible. Ejemplos: Nespresso , Google o Starbucks.

Know how: expresión inglesa usada en el mundo de la publicidad y el marketing para indicar que un profesional o una marca tiene experiencia en su campo y sabe realizar una tarea debido a que lleva mucho tiempo haciéndola. Su traducción literal es saber como, aunque sería mejor traducirla como saber hacer o mejor aún, conocimientos prácticos.

Lean Canvas: herramienta estratégica empresarial, que permite analizar de manera visual nuestro modelo de negocio para aumentar sus probabilidades de éxito.

Mailchimp: Herramienta de email marketing que nos permite enviar mails masivos. Podemos controlar elementos como creación y segmentación de listas de contactos, aportar tu propio diseño o, analizar y optimizar los resultados a través de estadísticas y campañas monitorizadas.

MVP (Minimum viable product): Un producto viable mínimo o MVP es la versión de un nuevo producto que permite a un equipo recolectar, con el menor esfuerzo posible, la máxima cantidad de conocimiento validado sobre sus potenciales clientes.

Partnership: Tipo de sociedad mercantil propia del common law que no tiene una equivalencia exacta en la mayoría de los sistemas jurídicos continentales.

Pitch: presentación verbal (y visual, a veces) concisa de una idea a un productor o ejecutivo, con la esperanza de atraer financiación de desarrollo para costear dicha idea.

Portfolio: Carpeta o archivo que reúne el conjunto de los trabajos realizados por un profesional o empresa a lo largo de su trayectoria.

Props: Cualquier objeto susceptible de ser animado, utilizado o no por el personaje.

Reel: También conocida como Show Reel o Video Reel, es un currículum, portafolio o presentación en video realizado con la finalidad de promocionar tu trabajo, proyectos o servicios, el video pretende mostrar de manera breve las habilidades por ejemplo, diseño, ilustración, animación, post producción, fotografía, arte, entre otros.

Rigging: proceso por el que construimos un esqueleto con sus cadenas de huesos para que funcionen según nuestras necesidades.

SAM (Serviceable Available Market): Cuantifica el tamaño del mercado al que podemos servir con la tecnología actual que ofrecemos y el modelo de negocio implantado. (Engloba el SON)

Scroll: Desplazamiento, rollo o voluta del movimiento en 2D de los contenidos que conforman el escenario de la ventana que se muestra en una aplicación informática, por ejemplo, una página web visualizada en un navegador web.

Scroll infinito: El scroll infinito se puede describir como una técnica que permite cargar y visualizar progresivamente más contenido en una página web a medida que se avanza con el scroll, una acción que en teórica no tiene fin: al llegar a la parte de abajo de la web se carga y se visualiza

más contenido, de forma que siempre podemos seguir bajando.

SECOT: Asociación sin Ánimo de Lucro apolítica, independiente y no confesional, declarada de Utilidad Pública en 1995. Sus voluntarios son los Seniors, profesionales, directivos y empresarios que habiendo finalizado su actividad laboral o que encontrándose en activo deseen, con espíritu altruista, ofrecer su experiencia y conocimientos en gestión empresarial o académica a quienes lo necesitan.

SEO (Search Engine Optimization): Conocido como el posicionamiento en buscadores, optimización en motores de búsqueda u optimización web es el proceso técnico mediante el cual se realizan cambios en la estructura e información de una página web, con el objetivo de mejorar la visibilidad de un sitio web en los resultados orgánicos de los diferentes buscadores.

Sliders: son la nueva tendencia en diseño web, una forma espectacular de transición y animación en las imágenes de su sitio web. Entra en la red.

Social Media: conjunto de soportes que permiten enlazar información a través de Internet y que conforman redes sociales y comunidades virtuales.

SON (Serviceable Obtainable Market): Se trata del porcentaje de mercado que podemos captar a corto y medio plazo.

Sprint: Esfuerzo de aceleración que se hace en cualquier actividad. En este caso nos referimos a un esfuerzo semanal que se realiza para cumplir los objetivos del plan de marketing.

Startup: Tipo de compañía comercial que por ser neófita o complemente nueva en el mercado, es considerada emergente o incipiente en lo que a la comercialización de su producto se refiere, como por ejemplo, se llaman startups aquellos proyectos emprendedores que han evolucionado de la fase de “idea” para convertirse en negocio, apoyada en la tecnología principalmente.

Stop Motion: o cuadro por cuadro, es una técnica de animación que consiste en aparentar el movimiento de objetos estáticos capturando fotografías.

TAM (Total Addressable Market): Comprende la demanda total del producto o servicio. Se puede determinar a través del volumen total del mercado. (Engloba el SAM y el SON)

Unidad estratégica de negocio (UEN): Conjunto de actividades dentro de las desarrolladas por una empresa para las cuales puede establecerse una estrategia común y diferente a las del resto de actividades de la empresa.

Urnicornio: Compañía tecnológica que alcanza un valor de mil millones de dólares en alguna de las etapas de su proceso de levantamiento de capital. Ejemplos: Facebook (\$122B), LinkedIn (\$25B), Airbnb (\$13B).

Vit Emprende: Red de cooperación desarrollada por el Ayuntamiento de Valencia a través de InnDEA Valencia con el objetivo de ayudar y apoyar a todos aquellos que tienen una idea y quieren convertirla en un negocio rentable. La principal herramienta con la que trabaja esta red es el “networking” local, nacional e internacional.

ANEXOS



**ANEXO 1: CATÁLOGO DE
PRODUCTOS PARA LA UEN:
EMPRESAS E INSTITUTOS DE INVESTIGACIÓN**



P T E R O D A C T I V E

Dossier

Tipos de Vídeos

*Las imágenes contienen links a nuestros videos.



ANUNCIOS

Videos publicitarios.

DURACIÓN: 2-3min TÉCNICA: a elegir



SPOT

Pequeño vídeo de carácter promocional.

DURACIÓN: 10seg TÉCNICA: a elegir



VÍDEOS EXPLICATIVOS

Videos cuya misión es explicar el funcionamiento de una aplicación, startup, web... De forma breve y dinámica.

DURACIÓN: 30seg-1min TÉCNICA: a elegir



DIVULGACIÓN CIENTÍFICA

Videos con alto contenido científico-técnico utilizados para la difusión con las masas.

DURACIÓN: variable TÉCNICA: a elegir



CORTINILLAS

Videos de presentación para entregas de premios, galas o eventos.

DURACIÓN: 2min TÉCNICA: a elegir

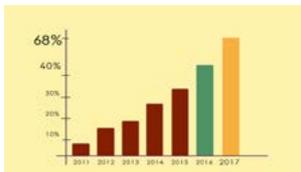


GIF/LOGOS

Pequeñas animaciones de logos, personajes, para utilizar en la web, videos corporativos, entrevistas...

DURACIÓN: 4-5seg TÉCNICA: a elegir

Técnicas DIGITALES



MOTION GRAPHICS



CUT-OUT DIGITAL



TIPOGRAFÍA MÓVIL



FLAT



2D TRADICIONAL



CUT-OUT



DIBUJO A MANO



STOP-MOTION



ACUARELA



2D DIGITAL

Técnicas TRADICIONALES

“ Nos adaptamos al diseño y estilo de la marca, creando un universo propio para el proyecto ”

“ Trabajamos a partir de packs de diseño cerrados. Pre-seleccionamos algunos y se crea todo lo necesario, adaptándolo al diseño seleccionado ”



Extras

Aplicaciones



MÚSICA

Buscamos la mejor melodía para tu proyecto, o si lo prefieres podemos buscar a alguien que componga la banda sonora perfecta.



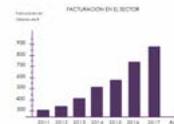
LOCUCIÓN

Trabajamos con profesionales de la fonética para que tus vídeos tengan una voz con personalidad, adaptada al tono del vídeo



SONIDOS

Tenemos un gran banco de sonidos con los que dotar de vida todos los detalles del proyecto.



PRESENTACIONES/PITCH

¿Quieres dotar de personalidad tus presentaciones? Podemos animar partes de tu exposición para convertirla en una presentación más dinámica e interactiva, que llenará de personalidad y originalidad tus intervenciones en público.



TUTORIALES

Porque sabemos que muchas veces nos repetimos demasiado explicándonos, podemos crear un tutorial para que la próxima vez sólo tengas que mandar un enlace. Completamente personalizado y adaptado a tus necesidades.



VÍDEOS CORPORATIVOS

¿Tienes un vídeo corporativo y quieres editarlo? Podemos añadir títulos, transiciones dinámicas entre planos o la animación de tu logo para crear un final único.



ILUSTRACIONES TEMÁTICAS

Las ocasiones especiales hay que celebrárselas, y nosotros pensamos que la mejor manera posible es con un vídeo o animación único para ti.

Estos son algunos de nuestros presupuestos.

Llámanos o envíanos un email para pedir un presupuesto ajustado a tu proyecto con las necesidades que tengas.

Porque nosotros nos ocupamos de todos los detalles.

| Concepto | Importe |
|--|------------|
| Guión, storyboard y animática..... | ##€ |
| Diseños..... | ##€ |
| Animación..... | ##€ |
| Sonido | |
| - Locución (depende de la cantidad de voces) | |
| 1 vídeo de 20-30seg..... | ##€ |
| - Música | |
| 1 canción..... | ##€ |
| Total base imponible..... | ##€ |

| Concepto | Importe |
|--|------------|
| Guión, storyboard y animática..... | ##€ |
| Pack de diseños..... | ##€ |
| Animación..... | ##€ |
| Sonido | |
| - Locución (depende de la cantidad de voces) | |
| 1 vídeo de 20-30seg..... | ##€ |
| - Música | |
| 1 canción..... | ##€ |
| Total base imponible..... | ##€ |

Condiciones de pago:

El pago se realizará mediante transferencia bancaria al número de cuenta proporcionado por PTERODACTIVE.

Se paga un 30% al cerrar el guión.

El suplemento de la licencia del programa o programas requeridos se pagará aparte.

Sin IVA incluido.

Vídeo animación

(1-2 MIN)

Otros

| Concepto | Importe |
|--|------------|
| Guión, storyboard y animática..... | ##€ |
| Diseño del entorno..... | ##€ |
| Animación..... | ##€ |
| Sonido | |
| - Locución (depende de la cantidad de voces) | |
| 1 vídeos de 1-2min..... | ##€ |
| - Música | |
| 1 canción..... | ##€ |
| Total base imponible..... | ##€ |

| Concepto | Importe |
|--|------------|
| Guión, storyboard y animática..... | ##€ |
| Pack de diseños..... | ##€ |
| Animación..... | ##€ |
| Sonido | |
| - Locución (depende de la cantidad de voces) | |
| 1 vídeos de 1-2min..... | ##€ |
| - Música | |
| 1 canción..... | ##€ |
| Total base imponible..... | ##€ |

Condiciones de pago:

El pago se realizará mediante transferencia bancaria al número de cuenta proporcionado por PTERODACTIVE.

Se paga un 30% al cerrar el guión.

El suplemento de la licencia del programa o programas requeridos se pagará aparte.

Sin IVA incluido.

| Concepto | Importe |
|---------------------------------|---------------------|
| Técnica | Tradicional Digital |
| GIF..... | ##€..... ##€ |
| Animación de Logos | ##€..... ##€ |
| Ilustraciones temáticas | ##€..... ##€ |
| Ilustración con animación | ##€..... ##€ |
| Motion Graphics | ##€ |
| Tipografía móvil | ##€ |

* Todos estos trabajos llevan incluidos la realización del diseño, la animación, el clean-up, el coloreado, el montaje y la exportación final del material.

Condiciones de pago:

El pago se realizará mediante transferencia bancaria al número de cuenta proporcionado por PTERODACTIVE.

Se paga un 30% con la entrega del boceto.

El suplemento de la licencia del programa o programas requeridos se pagará aparte.

Sin IVA incluido.



PTERODACTIVE

www.pterodactive.com
info@pterodactive.com
671317802



ANEXO 2 CURRÍCULUMS EQUIPO

JULIA CRUZ BARCELÓ



Alicante (España) • 663546788
JuliaCruz@pterodactive.com

 [julcbar](#)

 [julia-cruz-barceló/a9/](#)

 [julcbar](#)

SOBRE MI

Animadora, especializándome en la técnica de stop-motion, con gran interés por el emprendimiento y la dirección de empresas. Me encanta la literatura, el arte, el cine y las series.

HABILIDADES

| | |
|--------------|--|
| After Effect | <div style="width: 90%;"><div style="width: 90%;"></div></div> |
| Premiere | <div style="width: 80%;"><div style="width: 80%;"></div></div> |
| Photosop | <div style="width: 95%;"><div style="width: 95%;"></div></div> |
| InDesign | <div style="width: 85%;"><div style="width: 85%;"></div></div> |
| Dragon Frame | <div style="width: 95%;"><div style="width: 95%;"></div></div> |
| Dibujo | <div style="width: 40%;"><div style="width: 40%;"></div></div> |
| Escultura | <div style="width: 80%;"><div style="width: 80%;"></div></div> |
| Stop-motion | <div style="width: 95%;"><div style="width: 95%;"></div></div> |
| Cut-out | <div style="width: 85%;"><div style="width: 85%;"></div></div> |
| Guión | <div style="width: 50%;"><div style="width: 50%;"></div></div> |
| Fotografía | <div style="width: 60%;"><div style="width: 60%;"></div></div> |

IDIOMAS

INGLÉS. Nivel B2, First Certificate Exam from Cambridge School.

VALENCIANO. Segunda lengua materna.

PUBLICACIONES

ANIMANDO SERES DIMINUTOS. Una entrevista a Coke Riobóo. (Junio, 2017)

Entrevista realizada a Coke Riobóo y publicada en el número 6 del fanzine de animación stop-motion Puppets and Clay.

ESTUDIOS Y FORMACIÓN

MÁSTER EN PRODUCCIÓN ARTÍSTICA
Universitat Politècnica de València (Actualmente)

OFICINA DE PRÁCTICAS EN EMPRESA
Trabajo a media jornada en la Oficina de prácticas en empresa de la facultad de Bellas Artes de la Universitat Politècnica de València. (Actualmente)

ALFATEC SISTEMAS SL
Prácticas en empresa dentro de la unidad de negocio de marketing en el departamento de diseño gráfico. (Mayo-Julio, 2017)

IMPROVISACIÓN PREPARADA PARA LA BÚSQUEDA DE EMPLEO
Taller realizado en el Foro de Empleo y Emprendimiento de la UPV, sede de Valencia. (Abril, 2017)

FACTORY STARTUP
Programa de aprendizaje digital para desarrollar aptitudes, habilidades y herramientas para perfiles con intereses en la transformación digital en el sector de la innovación y las nuevas tecnologías. (Octubre y Noviembre, 2016)

SUMMER CAMP-SPAIN TECH CENTER
Curso de dos días en streaming desde Silicon Valley. (Septiembre, 2016)

CURSO YUZZ PARA JÓVENES CON IDEAS-PRIMER PREMIO YUZZ UPV PROYECTO PTERODACTIVE
Yuzz es un programa de emprendimiento para jóvenes dirigido por CISE bajo el mecenazgo del Banco Santander. (2015-16)

TALLER PLANIFICA Y PRESUPUESTA TU PROYECTO DE ANIMACIÓN
Curso a distancia y presencial intensivo para planificar y presupuestar un proyecto de animación, impartido por Mr. Cohl. (Mayo 2016)

GRADO EN BELLAS ARTES
Universitat Politècnica de València (2011-2015)

WEEk[Emprende]
Curso intensivo y práctico para desarrollar ideas y aprender como llevarlas a cabo, UPV. (2015)

CLAY ANIMATION, empresa de animación valenciana.
Curso y prácticas de Model Maker y animación stop-motion. (Junio-Octubre 2014)

* Los títulos con color azul y los iconos contienen hipervínculos web

EXPOSICIONES

PAM!'16 (2016)

Muestra de producciones artísticas y multimedia, Valencia.

Como el perro y la lima, (2016)

Exposición de esculturas en la sala T4 de la facultad de Bellas Artes UPV, Valencia.

METONIMIA, (2015)

Sala de exposición María Moliner, Valencia.

NO NEWS, (2014)

Sala de exposición E.I.C. Biblioteca Nova Al-Russafí, Valencia.

FESTIVALES

NON-STOP BARCELONA CINEMA D'ANIMACIÓ (2016)

Sección Elevator pitch, presentación del cortometraje de animación stop-motion [Apolo 21](#).

ANIMAC (2016)

Sección Market Pitch, presentación de la startup PTERODACTIVE.

PRIME THE ANIMATION (2015)

Proyección del cortometraje [Rocket](#).

REPERCUSIÓN EN PRENSA

[SPIN 2016](#) (OCTUBRE-2016)

"19 YUZZers son seleccionados para participar en SPIN". Noticia sobre las startups de YUZZ con estan en el evento de emprendimiento.

[VALENCIA PLAZA](#) (Julio-2016)

"5 ideas valencianas rumbo a Silicon Valley" reportaje sobre los proyectos ganadores de YUZZ de la Comunidad Valenciana.

[100 GRADOS FANZINE](#) (Marzo-2016)

"La animación que viene." Reportaje realizado por María Gil sobre los proyectos emprendedores vinculados con la animación hubicados dentro del marco de la Universitat Politècnica de València.

[LE COOL VALENCIA](#) (Julio-2015)

"Rocket, el cohete de la nueva creación stop motion." Entrevista realizada por Angela Martín sobre la realización del cortometraje de animación stop-motion Rocket.

PTERODACTIVE

PTERODACTIVE es una startup de servicios que ofrece un producto audiovisual de animación personalizado, todo ello con la finalidad de ayudar a las marcas ya existentes a desarrollar sus proyectos o vender sus productos de una forma más dinámica e interactiva.

CEO EN PTERODACTIVE

Co-fundadora y directora del proyecto de empresa. Animación Digital y stop-motion. (Actualmente)

[PROGRAMA YUZZ PARA JÓVENES CON IDEAS-CISE](#) (2015-16)

Primer premio sede Universitat Politècnica de València, viaje a Silicon Valley.

Seleccionado para los premios nacionales.

FINALISTAS IX PREMIOS IDEAS UPV (2015)

Clasificado para la final de los premios Ideas UPV con el proyecto de startup PTERODACTIVE.

www.pterodactive.com



EVENTOS

ANIMAEMPRENDE (Marzo-2017) [Organización]

Primer evento sobre animación y emprendimiento en el marco universitario. Organizado desde PTERODACTIVE y con el apoyo del Ayuntamiento de Valencia y la Universitat Politècnica de València.

ANIMAC (Febrero-2017) [Presentación]

Selección del proyecto de webserie de animación digital Clito, en el Incubator Pitch.

3D WIRE (Octubre-2016) [Catálogo]

Selección del cortometraje de animación stop-motion Apolo 21, en el catálogo anual de proyectos multimedia. Segovia.

PRIME THE ANIMATION (2016) [Mesa redonda]

Participación en la mesa redonda "Emprender en animación startup", de la muestra de animación internacional de estudiantes. Valencia.

SPIN 2016 (Octubre-2016) [Stand]

Evento de emprendimiento universitario Iberoamericano. Santiago de Compostela.

DIGITALL SUMMER (Junio-2016) [Stand]

Evento de videojuegos, animación y efectos especiales. Valencia.

FORO E2 EMPLEO Y EMPRENDIMIENTO UPV (Abril-2016) [Presentación]

Encuentro entre empresas y estudiantes. Presentación de las startups dentro del ecosistema emprendedor de la UPV. Valencia.

* Los títulos con color azul y los iconos contienen hipervínculos web

MARTA GIL SORIANO

Alicante (España) • 671 317 802
MartaGil@pterodactive.com



 [Marta-Gil](#)

 [martagilsoriano](#)

 [vimeo.com/martagilsoriano](#)

SOBRE MÍ

Animadora, especializándome en Stop-motion y postproducción digital, con gran interés por aprender en los campos del diseño gráfico y la fotografía.

ESTUDIOS Y FORMACIÓN

MÁSTER EN PRODUCCIÓN ARTÍSTICA
Universitat Politècnica de València (Actualmente)

IMPROVISACIÓN PREPARADA PARA LA BÚSQUEDA DE EMPLEO

Taller realizado en el Foro de Empleo y Emprendimiento de la UPV, sede de Valencia. (Abril, 2017)

FACTORY STARTUP

Programa de aprendizaje digital para desarrollar aptitudes, habilidades y herramientas para perfiles con intereses en la transformación digital en el sector de la innovación y las nuevas tecnologías. (Octubre y Noviembre, 2016)

SUMMER CAMP-SPAIN TECH CENTER

Curso de dos días en streaming desde Silicon Valley. (Septiembre, 2016)

CURSO YUZZ PARA JÓVENES CON IDEAS

Yuzz es un programa de emprendimiento para jóvenes dirigido por CISE bajo el mecenazgo del Banco Santander. (Diciembre - Mayo 2016)

GRADO EN BELLAS ARTES

Universitat Politècnica de València (2011-15)

NORMANDI IRAE, coloreado de fondos para el cortometraje. (2015)

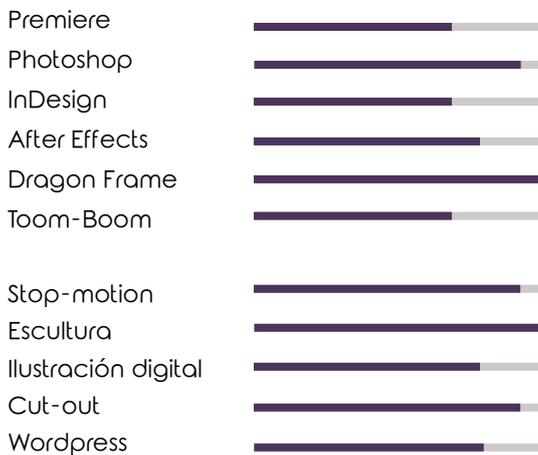
Week[EMPRENDE]

Curso intensivo y práctico para desarrollar ideas y aprender como llevarlas a cabo, UPV. (2015)

CLAY ANIMATION

Empresa de animación valenciana. Curso y prácticas de Model Maker y animación stop-motion. (Junio - Octubre 2014)

HABILIDADES



IDIOMAS

INGLÉS B2, acreditado por la Universitat Politècnica de València.

CURSO INMERSIÓN LINGÜÍSTICA UIMP. (2015)
Acreditación nivel oral B2

VALENCIANO, Elemental.
Acreditado por la Junta Qualificadora de Coneixements de València.

PUBLICACIONES

ANIMANDO SERES DIMINUTOS. Una entrevista a Coke Riobóo. (Junio, 2017)

Entrevista realizada a Coke Riobóo y publicada en el número # del fanzine de animación stop-motion Puppets and Clay.

BARRY PURVES, EL ANIMADOR ESCÉNICO. (Mayo, 2017)

Entrevista realizada a Barry Purves y publicada en el número 7 de la revista de investigación Con A de Animación.

EXPOSICIONES

PAM!'16 (2016)

Muestra de producciones artísticas y multimedia, Valencia.

Como el perro y la lima, (2016)

Exposición de esculturas en la sala T4 de la facultad de Bellas Artes UPV, Valencia.

Metonimia, (2015)

Exposición de fotografía en la sala de exposición María Moliner, Valencia.

No News, (2014)

Exposición de fotografía en la sala de exposición E.I.C. Biblioteca Nova Al-Russafí, Valencia.

Alter Ego (2013)

Exposición de dibujo en Las Naves, espacio de creación contemporánea, Valencia

FESTIVALES

NON-STOP BARCELONA CINEMA

D'ANIMACIÓ (2016)

Sección Elevator pitch, presentación del cortometraje de animación stop-motion [Apolo 21](#).

PRIME THE ANIMATION (2015)

Proyección del cortometraje [Rocket](#).

BECAS Y CONCURSOS

BECA DE COLABORACIÓN EN VICEDECANATO DE CULTURA. (2016-17)

Beca para la coordinación de eventos, difusión de actividades culturales, práctica diseño y montaje de exposiciones, difusión y documentación de eventos, monitorización de temas culturales, etc.

BECA DE COLABORACIÓN DEPARTAMENTO DE DIBUJO. (2015-16)

Beca del ministerio para colaborar en un proyecto de animación en la Facultad de Bellas Artes San Carlos. (UPV)

QDAT (Octubre-2015)

Seleccionada para el programa que busca unir los mejores talentos universitarios con grandes empresas. (UPV)

Beca mejor expediente.(curso 2011-12)

Residencia y Manutención en el colegio mayor Galileo Galilei

PTERODACTIVE

PTERODACTIVE es una startup de servicios que ofrece un producto audiovisual de animación personalizado, todo ello con la finalidad de ayudar a las marcas ya existentes a desarrollar sus proyectos o vender sus productos de una forma más dinámica e interactiva.

DIRECTORA DE MARKETING EN PTERODACTIVE

Co-fundadora y directora del proyecto de empresa. Animación Digital y stop-motion. (Actualmente)

[PROGRAMA YUZZ PARA JÓVENES CON IDEAS-CISE \(2015-16\)](#)

Primer premio sede Universitat Politècnica de València, viaje a Silicon Valley.

Seleccionado para los premios nacionales.

FINALISTAS IX PREMIOS IDEAS UPV (2015)

Clasificado para la final de los premios Ideas UPV con el proyecto de startup PTERODACTIVE.

www.pterodactive.com



EVENTOS

ANIMAEMPRENDE (Marzo-2017) [Organización]

Primer evento sobre animación y emprendimiento en el marco universitario. Organizado desde PTERODACTIVE y con el apoyo del Ayuntamiento de Valencia y la Universitat Politècnica de València.

ANIMAC (Febrero-2017) [Presentación]

Selección del proyecto de webserie de animación digital Clito, en el Incubator Pitch.

3D WIRE (Octubre-2016) [Catálogo]

Selección del cortometraje de animación stop-motion Apolo 21, en el catálogo anual de proyectos multimedia.

PRIME THE ANIMATION (2016) [Mesa redonda]

Participación en la mesa redonda "Emprender en animación startup", de la muestra de animación internacional de estudiantes. Valencia.

SPIN 2016 (Octubre-2016) [Stand]

Evento de emprendimiento universitario Iberoamericano. Santiago de Compostela.

DIGITALL SUMMER (Junio-2016) [Stand]

Evento de videojuegos, animación y efectos especiales. Valencia

FORO E2 EMPLEO Y EMPRENDIMIENTO UPV (Abril-2016) [Presentación]

* Los títulos con color azul y los iconos contienen hipervínculos web

DESIRÉ DÍAZ CABRERA



Mallorca (España) • 657514685
dedacab@gmail.es

 [desideside24ee](#)

 [desire-cabrera/a8/182/2](#)

 [dedacab](#)

 [/pterodactive](#)

SOBRE MI

Animadora, especializándome en motion graphics y riggeado de personajes, con gran interés por los nuevos programas de animación digital. Muy positiva, amante de la lectura y el arte, me encanta aprender cosas constantemente e imaginar nuevos mundos.

HABILIDADES

| | |
|---------------------|---------------------------------|
| Premiere | <div style="width: 75%;"></div> |
| Photoshop | <div style="width: 85%;"></div> |
| Flash | <div style="width: 70%;"></div> |
| After Effects | <div style="width: 90%;"></div> |
| 3D Max | <div style="width: 70%;"></div> |
| Dibujo | <div style="width: 75%;"></div> |
| Animación Digital | <div style="width: 80%;"></div> |
| Ilustración digital | <div style="width: 70%;"></div> |
| Cut-out | <div style="width: 85%;"></div> |
| Motion Graphics | <div style="width: 90%;"></div> |
| Rigging 2D | <div style="width: 95%;"></div> |

IDIOMAS

INGLÉS B2, acreditado por la Universitat Politècnica de València.

CATALÁN C1, acreditado por el Instituto de Estudios Balearicos.

ESTUDIOS Y FORMACIÓN

ANIMACIÓN DIGITAL Y MOTION GRAPHICS EN PTERODACTIVE

Startupv dedicada a la animación y el desarrollo visual, fundada en Septiembre de 2015. (Actualmente)

MÁSTER DE PROFESOR EN EDUCACIÓN SECUNDARIA.

Especialidad dibujo. Universitat de València. (2016-Actualmente)

SEMINARIO DE ANIMACIÓN JAPONESA DE VALENCIA.

CoolJapan. (Octubre, 2016)

ASISTENTE DE FOTOGRAFÍA EN MARINELAND

Fotografía de delfines, papagayos y leones marinos. (junio-septiembre 2016)

GRADO EN BELLAS ARTES (2011-2015)

Universitat Politècnica de València.

BAR CAPRICO DEL PUERTO

Ayudante de decoración para un bar mallorquín.

STOP-MOTION DON'T STOP

Participación en el cadaver exquisito del MUVIM, con motivo de la exposición.

EXPOSICIONES

SIN TÍTULO (2012)

Exposición de pintura de la Universitat Politècnica de València, Espacio T4.

ANIMALES (2012)

Exposición de dibujo de la Universitat Politècnica de València, Espai Vitrina.

VICENTE PUIG TARAZONA

VALENCIA (España) • 636870036
vicentepuigtarazona@gmail.com



 [flickr.com/photos/127077553@N04/](https://www.flickr.com/photos/127077553@N04/)

 [/pterodactive](https://vimeo.com/pterodactive)

SOBRE MI

Animador, especializándome en animación tradicional o 2D y en Storyboards, con gran interés por los nuevos programas de animación digital. Me apasiona el arte, la música y la historia. Soy trabajador y muy activo.

ESTUDIOS Y FORMACIÓN

STORYBOARD Y ANIMACIÓN 2D EN PTERODACTIVE
Startupv dedicada a la animación y el desarrollo visual, fundada en Septiembre de 2015. (Actualmente)

GRADO EN BELLAS ARTES
Universitat Politècnica de València (2011-2015)

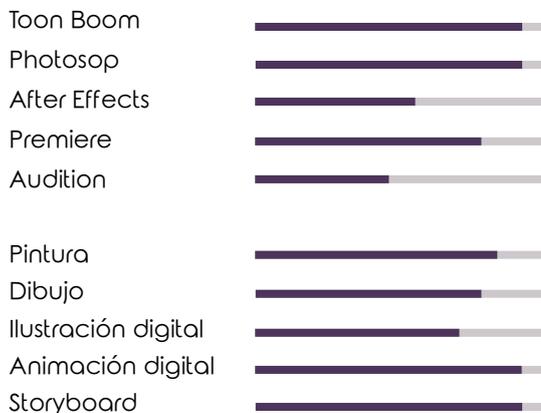
GRUPO DE INVESTIGACIÓN EN INGENIERÍA CIVIL
Diseño y maquetación del catálogo para el departamento de Infraestructuras y Transporte de la Universitat Politècnica de València.

CLUB DEL CÓMIC DE BELLAS ARTES.
Cómic para la tercera entrega del fanzine en el año 2013
Cómic para la cuarta entrega del fanzine en el año 2014

BELICE.
Cómic para la primera entrega del fanzine en el año 2014.
Cómic para la segunda entrega del fanzine en el año 2015.

TOWARDS THE REALM OF NOTHINGNESS.
Diseño y maquetación del album, para el grupo de melodic Death Aethyr.

HABILIDADES



IDIOMAS

INGLES B2, acreditado por la Universitat Politècnica de València.

VALENCIANO, segunda lengua materna.

EXPOSICIONES

PELL DE PEDRA. (2014)
Exposición de escultura en el ayuntamiento de Sumacàrcer, Valencia



**ANEXO 3: PLAN DE MARKETING:
EMPRESAS E INSTITUTOS DE INVESTIGACIÓN**

PLAN DE MARKETING EMPRESAS:

Estrategia y acciones

Análisis:

Externo (Mercado y competencia)

Competencia directa:

Plataformas donde puedes hacer tu propio video

Empresas o estudios de Animación de España

Interno (Métricas, redes sociales, clientes, etc)

Clientes: Aceleradoras, Startups pertenecientes a ecosistemas

Objetivos:

Corto plazo: Para 15 febrero

Tener realizada la horquilla - 4

Completar bases de datos - 5

Café o correo a BeRoomers: conseguir el vídeo como hacer mailchimp - 3

Preparar correo: general startups y personalizado para las aceleradoras 2

Enviar listado de correos - 1

Revisar y actualizar todos los LinkedIn - 2

Recordar a la gente que está pendiente de hacer encargo - 2

Investigación de las comunidades y foros - 5

Estar activos en 4 comunidades - 5

Incluir la horquilla en la web - 2

Preparar correo Div.Científica

Largo plazo: Para el 12 de Marzo (Fallas)

Conseguir 2 encargos de videos explicativos

Target:

Personas con un criterio visual: Encargadas de diseño, marketing, etc.

Directores de Aceleradoras o incubadoras

Estrategia:

Tarea no completada

Tarea completada

Tareas completadas antes de la realización del sprint correspondiente

1º Sprint: Del 16 al 20 enero (10 puntos>Fracaso)

Acabar Horquilla

Julia Completa el contenido

Marta prepara una maquetación base

Completar la base de datos > Julia

Revisar el contenido del Excel que se hizo

Completar startups de la UPV

Completar divulgación científica

Crear una para Las Naves> NO SE HACE

Crear una de Aceleradoras e Incubadoras de vlc

Crear un página de pequeña y mediana empresa de vlc>mailchimp

Listado de empresas de marketing o diseño

Correo a BeRoomers > Marta

2º Sprint: Del 25 al 31 enero (6 puntos) al 6 de febrero

Acabar la horquilla

Correo a BeRomers > Marta Gil

Completar base de datos

Completar divulgación científica

Crear una de Aceleradoras e Incubadoras de vlc

Crear un página de pequeña y mediana empresa de vlc>mailchimp

Listado de empresas de marketing o diseño

Vicente se hace linkedin

Recordar posibles encargos Lladró

Aplicar los conocimientos BeRoomers a mailchimp

3º Sprint: Del 7 de febrero al 13 de febrero (5 puntos)

Acabar la horquilla

Completar la base de datos

Divulgación científica

Listado de empresas de marketing o diseño

Preparar correo: general startups

4º Sprint: Del 20 febrero al 1 de Marzo (4 puntos)

Acabar la horquilla

Marta exporta el video explicativo

Julia sustituye el archivo

Preparar correo: opción 2 startups

Preparar correos: aceleradoras (no genérico)

5º Sprint: Del 6 al 10 de Marzo (4 puntos)

Acabar la horquilla

Marta exporta el video explicativo

Julia sustituye el archivo

Preparar correo: opción 2 startups

Preparar correos: aceleradoras (no genérico)

6º Sprint: Del 13 al 20 de marzo

Preparar correo: opción 2 startups

Preparar correos: aceleradoras (no genérico)

7º Sprint: Del 21 al 30 de Marzo

Revisar todos los LinkedIn (Julia)

-Conseguir entrevista I-pop fm (Julia/Desi)

-Conseguir entrevista Radio UPV(Julia)

8º Sprint: Del 31 de Marzo al 7 de Abril (6 puntos)

Actualizar todos los LinkedIn (Julia)

-Conseguir entrevista I-pop fm (Julia/Desi)

-Conseguir entrevista Radio UPV(Julia)

Canales:

E-mail marketing

Comunidades: ecosistemas, aceleradoras, grupos de startups

Mercado:

TAM: Mercado total al que nos dirigimos

Startups, pequeña, mediana y gran empresa a nivel nacional

SAM: Mercado que podríamos servir

Startups a nivel España

SON: Mercado que podemos conseguir

Startups de Valencia



**ANEXO 4: PLAN DE MARKETING:
PRODUCTORAS Y EMPRESAS DE VIDEOJUEGOS**

PLAN DE MARKETING PRODUCTORAS:

Estrategia y acciones

Análisis:

Externo (Mercado y competencia)

Competencia directa:

Empresas o estudios de Animación de España

Freelance

Interno (Métricas, redes sociales, clientes, etc)

Clientes: Productoras de animación, Empresas de Videojuegos

Objetivos:

Corto plazo: Para 15 febrero

Preguntar a ML si podemos tener una reel privada donde aparezca la intro 1

Preguntar a Pol si podemos tener una reel privada donde aparezca clito 1

Realizar una Reel MUY CHACHI PISTACHI: metiendo cosas más artísticas 4

Realizar una lista de los proyectos con subvención de la comunidad valenciana 4

Ponerse en contacto con los directores de los proyectos de forma individual

(En orden de cercanía) 5

Lista de empresas de videojuegos de Barcelona 4

Lista de empresas de videojuegos Indie 2

Preparar y enviar correo para las empresas 3

Largo plazo: Para el 12 de Marzo (Fallas)

Un encargo en un proyecto de cortometraje o largometraje

Un encargo en un proyecto de videojuegos

Target:

Director de proyecto

Director creativo (En el caso que no haya director de la empresa)

Estrategia:

Tarea no completada

Tarea completada

Tareas completadas antes de la realización del sprint correspondiente

1º Sprint: Del 26 al 2 febrero (6 puntos)

Preguntar ML> Marta Gil

Preguntar Pol> Desi

Realizar Reel artística

Guión y recopilar material>Marta Gil

Montaje>Julia

Sonido>Vicente

2º Sprint: del 6 al 13 de febrero (5 puntos)

Realizar reel artística

Recopilar material>Marta

Montaje>Julia

Sonido> Vicente

Realizar lista de proyectos con subvención de la comunidad Valenciana

3º Sprint: Del 20 de febrero a 1 de marzo (4 puntos)

Realizar la reel artística

Vicente exporta el plano > Calle Clito

Montaje>Julia

Sonido> Vicente

Buscar el contacto y los datos de los proyectos con subvención

4º Sprint: Del 6 de marzo al 10 marzo (4 puntos)

Realizar la reel artística

Vicente exporta el plano > Calle Clito

Montaje>Julia

Sonido> Vicente

Subir a Vimeo con contraseña>Julia

5º Sprint: Del 13 al 20 de marzo (4 puntos)

Ponerse en contacto con los directores de los proyectos de forma individual

Lista de empresas de videojuegos de Barcelona

6º Sprint: Del 21 al 30 de Marzo (6 puntos)

Ponerse en contacto con los directores de los proyectos de forma individual

Lista de empresas de videojuegos Indie

Preparar y enviar correo para las empresas

7º Sprint: Del 31 de Marzo al 7 de Abril (6 puntos)

Ponerse en contacto con los directores de los proyectos de forma individual

Lista de empresas de videojuegos Indie
Preparar y enviar correo para las empresas

Canales:

Comunicación personalizada (mensajes, teléfono, etc)
Recomendaciones o 'padrinos'

E-mail marketing

Mercado:

TAM: Mercado total al que nos dirigimos

Productoras de animación Francesas e Inglesas

Empresas de videojuegos en los países que más ingresan en el sector de Europa

SAM: Mercado que podríamos servir

Productoras de animación y empresas de videojuegos a nivel nacional, España

SON: Mercado que podemos conseguir

Productoras Valencianas (o con sede en la comunidad) que tengan presupuesto o subvención.

Empresas de videojuego 2D (Cataluña)

ANEXO 5: CURRÍCULUM PTERODACTIVE

PTERODACTIVE STUDIO



Valencia (España) • 671317802
Info@pterodactive.com

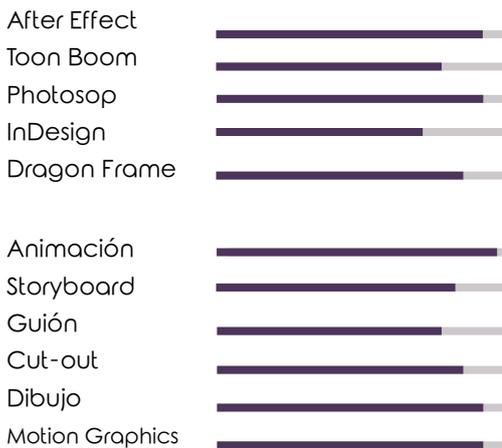


www.pterodactive.com

SOBRE NOSOTROS

Pterodactive es una startup que ofrece un servicio audiovisual de animación y desarrollo visual personalizado.

HABILIDADES



PREMIOS

PROGRAMA YUZZ PARA JÓVENES CON IDEAS-CISE (2015-16)

Primer premio sede Universitat Politècnica de València, viaje a Silicon Valley. Seleccionado para los premios nacionales.

FINALISTAS IX PREMIOS IDEAS UPV (2015)

Clasificado para la final de los premios Ideas UPV con el proyecto de startup PTERODACTIVE.

PROYECTOS

IMPROMTU

Cortometraje de animación 2D dirigido por María Lorenzo. Realización de Clean Up, coloreado, intercalado y montaje de escenas para la intro del cortometraje.

Realización de dos making of para el cortometraje uno sobre "Preludi" y el otro sobre el contenido.

INNOMERICS SL

Realización de logos 2D específicos para una aplicación móvil.

TALLER DE INICIACIÓN AL STOP-MOTION

Realización de un taller sobre la técnica de animación stop-motion durante el Festival de animación Quartmetratges.

VITCORD

Realización de un vídeo explicativo para la aplicación móvil.

ICTION GAMES

Realización de las animaciones de los personajes, plataformas y vehículos para dos de sus videojuegos.

FESTIVALES

ANIMAC (2017)

Presentación de la web serie de animación Clito en el Incubator.

3D WIRE MERCADO PROFESIONAL DE ANIMACIÓN, VIDEOJUEGOS Y NEW MEDIA (2016)

Selección del cortometraje stop-motion Apolo 21 para el catálogo anual de proyectos.

NON-STOP BARCELONA CINEMA D'ANIMACIÓ (2016)

Sección Elevator pitch, presentación del cortometraje de animación stop-motion Apolo 21.

ANIMAC (2016)

Sección Market Pitch, presentación de la startup PTERODACTIVE.

EQUIPO



Julia Cruz

Co-Founder y CEO



Marta Gil

Co-Founder y Marketing



Desi Díaz

Animación digital y Motion graphics



Vicente Puig

Storyboard y Animación 2D

E/VENTOS

ANIMAEMPRENDE (Marzo-2017) [Organización y Mesa redonda]

Organización de un evento de animación y emprendimiento en el marco universitario. Valencia

PRIME THE ANIMATION (2016) [Mesa redonda]

Participación en la mesa redonda "Emprender en animación startup", de la muestra de animación internacional de estudiantes. Valencia.

SPIN 2016 (Octubre-2016) [Stand]

Evento de emprendimiento universitario Iberoamericano. Santiago de Compostela.

DIGITALL SUMMER (Junio-2016) [Stand]

Evento de videojuegos, animación y efectos especiales. Valencia.

FORO E2 EMPLEO Y EMPRENDIMIENTO UPV (Abril-2016) [Presentación]

Encuentro entre empresas y estudiantes. Presentación de las startups dentro del ecosistema emprendedor de la UPV. Valencia.

URANO GAMES WEEK (Abril-2016) [Stand]

Festival de videojuegos. Zaragoza.

ANIMAC (Febrero-2016) [Stand]

Festival de animación. Lleida.

DAY [EMPRENDE] (Febrero-2016) [Presentación]

Evento para conocer la cultura startup y descubrir el ecosistema StartUPV. Valencia.

DIGITALL (Diciembre-2015) [Stand]

REPERCUSIÓN EN PRENSA

SPIN 2016 (OCTUBRE-2016)

"19 YUZZers son seleccionados para participar en SPIN". Noticia sobre las startups de YUZZ con están en el evento de emprendimiento.

VALENCIA PLAZA (Julio-2016)

"5 ideas valencianas rumbo a Silicon Valley" reportaje sobre los proyectos ganadores de YUZZ de la Comunidad Valenciana.

100 GRADOS FANZINE (Marzo-2016)

"La animación que viene." Reportaje realizado por María Gil sobre los proyectos emprendedores vinculados con la animación hubicados dentro del marco de la Universitat Politècnica de València.

ANEXO 6: ARTÍCULOS



AnimaEmprende: Haciendo piña

CATEGORÍA: NOTICIAS / PUBLICADO: 31 MARZO 2017 / VISTO: 214



Un encuentro de animación y emprendimiento en el marco universitario.

El pasado miércoles 29 de marzo fue una tarde muy especial para nosotros, ya que tuvo lugar en la facultad de Belles Arts de la UPV, nuestro primer evento, AnimaEmprende. Organizamos una jornada dedicada a los proyectos que se están desarrollando dentro del Espacio de Emprendimiento de la facultad, con la intención de hacer llegar los conocimientos que tenemos sobre animación y emprendimiento. Por este motivo, reunimos diferentes perfiles para que cualquier interesado en emprender dentro del marco de la animación, pudiera nutrirse de la experiencia de gente con proyectos actuales.

Esta jornada surgió a partir de la mesa redonda de Prime the Animation! 4 en la que participamos, desde entonces habíamos comentado entre nosotros la idea de retomar este formato para hacer un nuevo encuentro. Así pues contamos con Sara Álvarez, moderadora de la primera mesa redonda y coordinadora de Prime the Animation!4 y con María Lorenzo, directora de la revista *Con A de Animación*, para crear AnimaEmprende: Haciendo Piña!

En este caso, la mesa redonda estuvo moderada María Lorenzo, profesora de la universidad y nominada a un Goya por *La nit de l'oceà* (2016) y contamos con las directoras de los cortometrajes *The neverending wall* que cuenta con subvención del ICAA, *Patchwork* con financiación a través de crowdfunding y *Mecánico* en proceso de distribución por festivales; también nos acompañaron de UNIT Experimental para hablar de su proyecto transmedia, los chicos del webcomic animado creado por Loopy Teller Studio, el estudio de animación Silly Walks y por último nosotros, Pterodactive, para hablar de creación de startups.

Comenzamos comentando cuáles habían sido los primeros pasos para llevar a cabo nuestros proyectos y así, evitar el eterno verano que comienza una vez te graduas y no tienes planes de futuro, haciendo hincapié en que tienes que empezar a moverte mucho antes de que llegue ese momento. Otros temas que se recalcaron mucho fueron, tanto la importancia de un buen equipo de trabajo como los contactos que se crean a partir de los festivales. Los temas que más se desarrollaron fueron las subvenciones y la distribución de cortometrajes por festivales, destacando el uso de las nuevas plataformas digitales habilitadas para ello y que facilitan mucho esta labor. También pudimos ver las diferentes opiniones a cerca de la figura del productor dentro de un proyecto, que papel tiene y en que te puede beneficiar a la hora de pedir una subvención, ya que contamos con la presencia de varios entre el público.

Después de la mesa redonda y la parte de networking, obligatoria en este tipo de acontecimientos, se proyectó un pequeño pase de cortos de exalumnos de nuestra facultad desde 1996 hasta la actualidad.

Lo cierto es que no esperábamos tan buena acogida, acudieron casi un centenar de personas, estudiantes de todas las escuelas valencianas relacionadas con el mundo audiovisual y la animación, además de profesionales del sector, todos "apiñados" en el aula B-0-7 de nuestra facultad.

Damos las gracias de corazón a todos los que acudieron y disfrutaron con nosotros del evento, a todos los apoyos institucionales que recibimos desde Emprendimiento BBAA, el Master de Animación, el grupo de investigación Arte e Industria, StartUPV y el Instituto Ideas hasta Las Naves y el Ayuntamiento de Valencia, la Facultat de Belles Arts y la Universitat Politècnica de València, sin los cuales no hubiera sido posible hacer realidad este pequeño sueño que teníamos. En la primera edición de AnimaEmprende, hemos dado lo mejor de nosotros y sabemos que hay cosas que mejorar, pero no sufráis que ya estamos planeando qué será lo próximo, porque queremos seguir con nuestro objetivo ¡HACER PIÑA!

Buscar

Lo más visto

-  Destino Silicon Valley
460 2/11/2016
-  PTERODACTIVE 1º premio sede YUZZ UPV
403 5/10/2016
-  Spin 2016
384 11/10/2016
-  Prime the Animation
382 3/11/2016
-  La animación que viene
361 10/10/2016

Blogroll

-  Los del sótano
-  Audiovisual 451
-  Las horas perdidas
-  AWN Animation World Network
-  Arte y Animación

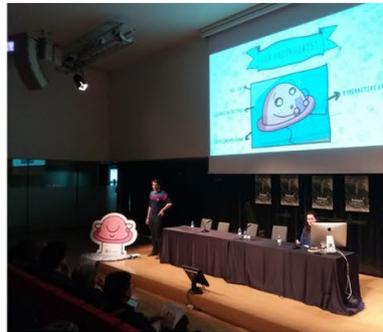


Up



Animac: Una cita obligatoria con la animación

CATEGORÍA: NOTICIAS / PUBLICADO: 06 MARZO 2017 / VISTO: 263



PTERODACTIVE presenta Clito en INCUBATOR Pitch

Para nuestro equipo, Animac supuso el primer punto de conexión entre la universidad y el mundo profesional, cuando hace dos años nos presentamos con un proyecto de serie de animación mientras cursábamos cuarto de carrera. *El triángulo de las Bermudas*, nombre del proyecto, supuso un gran reto de realización personal, que nos dió el empujón suficiente para presentarnos a nuestro primer festival. Desde entonces, por nuestro equipo han pasado muchos proyectos nuevos y diferentes personas que nos han ayudado a aprender y mejorar en el mundo de la animación y la Mostra Internacional de cinema d'animació de Catalunya/Lleida sigue brindándonos la posibilidad de tener contacto con el mundo profesional.

En el INCUBATOR Pitch de este año, hemos participado con un proyecto que nos hacía mucha ilusión enseñar a la gente, *Clito*. Esta colaboración con dos guionistas catalanes Pol López y Alexis Barroso, surgió en el marco de otro festival, el Non Stop Barcelona Festival d'Animació 2016, desde entonces hemos trabajado mucho para hacer realidad este sueño. Como explicamos en la presentación, el proyecto de serie cuenta las aventuras de una protagonista muy peculiar y sus dos amigos en el barrio del Raval de Barcelona. Mientras esperamos a que se materialicen los capítulos, se puede empezar a conocer a nuestra protagonista a través de sus redes sociales, Instagram o Facebook.

Este año la muestra llevaba el subtítulo "Contra el viento" con cartel y animación de Carles Porta, el nivel de la muestra se ha notado con proyecciones como *La Tortuga roja* o *La vida de calabacín*, nominadas a los Oscars y Master Class como la impartida por Headless Studio y Glasswork sobre cómo hicieron la animación para *Un monstruo viene a verme*, galardonada en los Goya 2017, contenido de actualidad junto con grandes referentes de la animación de todo el mundo como Michaël Dudok de Wit o Igor Kovalyov.

Hemos disfrutado viendo todos los pases de cortometrajes, en especial los de nuestros nuevos amigos, como el de *Roger* de unos chicos de Barcelona o el de *Wurmlock* del colectivo finlandés Turun Anikistit. También tuvimos la oportunidad de ver cortometrajes como *Decorado* o *Made in Spain* nominados a los Goya 2017.

Un año más hemos disfrutado como niños de esta cita obligatoria en nuestro calendario que es l'Animac, queremos dar las gracias a Juan Carlos Concha y todo el equipo que prepara la muestra, a Alberto Vázquez, Paco Rodríguez, Iván Miñambres, Peter Baynton y Belli Ramírez por todo lo que nos aconsejaron, con el fin de que *Clito* a sea mejor. A Jean Christophe Soulangeon y a la interpreté que nos ayudó a hablar con él en Francés durante las sesiones de portafolio. En esta ocasión hemos tenido el placer de estar acompañados por María Lorenzo y además, volver a ver a toda la gente que repite cada año y que comparte con nosotros su amor por la animación.

← ANTERIOR

SIGUIENTE →

Buscar

Lo más visto

-  Destino Silicon Valley
460 2/11/2016
-  PTERODACTIVE 1º premio sede YUZZ UPV
403 5/10/2016
-  Spin 2016
384 11/10/2016
-  Prime the Animation
382 3/11/2016
-  La animación que viene
361 10/10/2016

Blogroll

-  Los del sótano
-  Audiovisual 451
-  Las horas perdidas
-  AWN Animation World Network
-  Arte y Animación





PTERODACTIVE en GeeksHubs Academy

CATEGORÍA: NOTICIAS / PUBLICADO: 25 ENERO 2017 / VISTO: 342



¡Nuestro equipo acudió al espacio Valenciano a dar una clase muy animada!

El pasado Viernes 20 de Enero visitamos el espacio GeeksHubs para impartir una clase de animación para videojuegos. ¡Nuestros alumnos no podían ser más variados y a la vez tener tanto en común! Dos de ellos tenían tantas ganas de asistir que participaron via Skype. Lo llamativo de la sesión era la edad de los participantes, un grupo de jóvenes de entre 8 y 19 años que están aprendiendo a programar un videojuego.

Comenzamos explicando quiénes éramos así como los proyectos dentro y fuera del campo de videojuegos que habíamos realizado, asimismo enseñamos los pasos para la creación de un *sprite* desde los primeros bocetos hasta la animación final. Muchos habían imaginado que aquello sería una tarea de lo más sencilla, y se asombraron al ver como algo cuya facilidad daban por sentado tenía un proceso tan complejo.

Enseñamos las bases de la animación en cuanto a *keyframes* e intermedios utilizando uno de nuestros personajes y organizamos un ejercicio en papel: debían realizar un sencillo *sprite* con uno de nuestros personajes, para que pudieran probar por ellos mismos esa parte tan esencial en el proceso de los videojuegos. A la mayoría les llamó la atención el hecho de tener que trabajar en papel, pero en seguida empezaron a disfrutar.

Como algunos tenían dudas sobre la animación, les explicamos detalles más concretos del movimiento de los personajes dibujando ejemplos en la pizarra. Por si tenían ganas de trabajar en digital, llevamos nuestras tabletas gráficas que les volvieron locos. ¡Más de uno ya ha pedido una para su cumpleaños!

Aprendieron muy rápido las bases de la animación y, estamos seguros que, si siguen practicando, podrán utilizarlas en sus futuros proyectos.

Esperamos que disfrutaran la experiencia tanto como nosotros y le damos las gracias a Chaume Sánchez por la oportunidad.

Buscar

Lo más visto



Destino Silicon Valley
460 2/11/2016



PTERODACTIVE 1º premio sede YUZZ UPV
403 5/10/2016



Spin 2016
384 11/10/2016



Prime the Animation
382 3/11/2016



La animación que viene
361 10/10/2016

Blogroll



Los del sótano



Audiovisual 451



Las horas perdidas



AWN Animation World Network



Arte y Animación

← ANTERIOR

SIGUIENTE →



PTERODACTIVE realiza el taller de iniciación al Stop Motion en Quartmetratges 2016

CATEGORÍA: NOTICIAS / PUBLICADO: 09 ENERO 2017 / VISTO: 220



En la pasada edición del festival valenciano Quartmetratges nuestro equipo impartió un pequeño taller de una jornada sobre la técnica de animación stop motion.

Comenzamos con los grandes referentes y multitud de ejemplos para que nuestros alumnos pudieran empaparse de todas las posibilidades que da esta técnica y luego, por grupos, realizamos una pequeña animación. Desde la preparación del guión hasta la animación final nuestros alumnos disfrutaron de todo el proceso dejando volar su imaginación.

Nosotros no dudamos en post-producir el resultado final y aquí lo teneis!

Vídeo Quartmetratges: <https://vimeo.com/187996771>

Muchísimas gracias al equipo de CremantMuses y al Ayuntamiento de Quart de Poblet por darnos la oportunidad de acercar la animación a los jóvenes.

◀ ANTERIOR

SIGUIENTE ▶





Prime the Animation

CATEGORÍA: NOTICIAS / PUBLICADO: 03 NOVIEMBRE 2016 / VISTO: 383



Los días 27 y 28 de Octubre con motivo del día Mundial de la Animación fue, en la Universitat Politècnica de València, la Muestra internacional de animación de estudiantes: Prime the Animation

Comenzó el jueves con la inauguración y una interesantísima masterclass de Osbert Parker. Sinovernos del auditorio asistimos al primer pase de cortometrajes realizados por alumnos y, para acabar una mañana redonda, la segunda masterclass impartida por Paco Sáez.

Apenas comimos comenzaron las actividades de la tarde. Cabe que destacar el pase de cortometrajes II, dónde pudimos ver los trabajos de los alumnos de la UPV. Nos encantó poder ver como todo el esfuerzo de nuestros compañeros se reflejaba en la pantalla del auditorio demostrando el gran nivel que tiene esta facultad.

El segundo día del festival asistimos a los pitch de proyectos. Pudimos viajar 'tragando saliva' desde marruecos hasta el internado 'Smooth Tea Lyceum' de Nuevo México. Vivimos una historia de amor entre dos habitantes de un reloj y sufrimos trabajando dentro de una mina. Todo ello nos dejó clarísimo que el futuro de la animación valenciana está en buenas manos y hay proyectos que, sin duda, llegarán muy lejos.

Justo después llegó nuestro turno, la mesa redonda: emprender en animación. Junto a Unit experimental, Loopy Teller Studio, The Neverending Wall, Patchwork y Silly Walks tuvimos la oportunidad de charlar sobre el futuro de la animación, financiación de cortometrajes, gestión y multidisciplinariedad de equipos, encargos de clientes y festivales. Sobre todo quisimos destacar que los proyectos funcionan cuando hay muchísimo esfuerzo detrás, una única persona no puede hacerlo todo, siempre necesitamos rodearnos de un equipo dónde cada miembro tenga un punto fuerte distinto. No sólo vale ser bueno en nuestro estudio, hay que salir, asistir a festivales y conocer a compañeros que puedan ayudarnos, darnos feedback sobre el proyecto y enseñarnos artistas y referentes que no conocíamos. Y, sobre todo, hay que trabajar, trabajar y trabajar, en palabras de Silvia Carpizo: 'Un proyecto que sale adelante es 95% trabajo y 5% de talento'.

Para nosotras fue una gran experiencia y, como dijimos en el auditorio, la puerta de nuestro estudio está abierta para todo aquel que quiera pasarse a charlar con nosotras. Desde aquí queremos animar a todos los que tienen un proyecto en marcha a que se esfuercen al máximo, dándolo todo porque el futuro de animación está en sus manos.

Se cerró el festival de manera insuperable con la masterclass de Alberto Vázquez y la proyección de su laureado cortometraje 'Decorado'. Sin duda una experiencia única el tener un festival así en tu propia facultad, esperemos continúe así los próximos años y nosotros podamos seguir formando parte y ayudando en esta iniciativa.

Buscar

Lo más visto

-  Destino Silicon Valley
👁 460 🕒 2/11/2016
-  PTERODACTIVE 1º premio sede YUZZ UPV
👁 403 🕒 5/10/2016
-  Spin 2016
👁 384 🕒 11/10/2016
-  Prime the Animation
👁 383 🕒 3/11/2016
-  La animación que viene
👁 361 🕒 10/10/2016

Blogroll

-  Los del sótano
-  Audiovisual 451
-  Las horas perdidas
-  AWN Animation World Network
-  Arte y Animación





Destino Silicon Valley

CATEGORÍA: NOTICIAS PUBLICADO: 02 NOVIEMBRE 2016 / VISTO: 461



Nuestra startup ha tenido el privilegio de viajar a San Francisco para conocer el ecosistema emprendedor de Silicon Valley

Gracias al programa YUZZ para jóvenes con ideas del Banco Santander y CISE, pudimos viajar junto con otros 49 ganadores de toda España a la cuna del emprendimiento. Durante una semana, hemos podido visitar empresas, incubadoras, aceleradoras, asistido a charlas en universidades y hemos acudido a eventos de networking.

En esta intensa semana nos hemos puesto las pilas para poder cumplir con el calendario que nos habían preparado. Empezamos por el principio, visitando el garaje donde se inició el movimiento startup en Palo Alto y donde HP concibió la primera región dedicada a la tecnología conocida como Silicon Valley.

A partir de aquí vimos el ejemplo de de lo más alto que se puede llegar, visitando Google, Facebook y la más reciente LinkedIn. Aprendimos sobre la importancia de la cultura corporativa y las metas, además de visitar sus enormes campus de trabajo. También tuvimos el privilegio de conocer a emprendedores españoles que habían dado el salto a EEUU, hablando con ellos pudimos conocer de primera mano grandes consejos, diferencias y retos de emprender entre España y San Francisco. Además de visitar la universidad de Standford, tuvimos una charla magistral de una de sus profesoras y una ponencia de Steven Hoffman, CEO de la aceleradora Founders Space de la que nos quedamos con la lección: "Busca lo genial porque lo bueno fracasa."

Para poder vivir de primera mano cómo es un evento de networking, al más puro estilo americano, nos llevaron al Live Shark Tank. Ya nos habían avisado que en San Francisco tu pitch es tu tarjeta de presentación, tu perfil de LinkedIn la mejor forma de hacer contactos y, desde el camarero al chico del escenario todos son emprendedores. Para terminar decir que a parte del trabajo también pudimos hacer un poco de turismo, visitamos el Golden Gate Bridge, Fisherman's Wharf y las colinas de Twin Peaks.

San Francisco es una ciudad maravillosa que fluye a un ritmo mucho más ajetreado y nos llevamos muchas cosas aprendidas para poner en práctica en PTERODACTIVE.

A la vuelta del viaje todo el equipo nos reunimos en Madrid para la entrega de premios finales, estamos super contentos con los ganadores; después de todo el proceso hemos podido llegar a conocerlos, saber de sus proyectos y estamos seguros de que van a llegar muy lejos. Lo mejor de esta aventura emprendedora ha sido la gente con la que la hemos compartido y, sabemos que, tanto los tres ganadores como los premios especiales Fintech y Mujer, así como todos los finalistas van a dar que hablar porque son unos luchadores.

← ANTERIOR

SIGUIENTE →

Buscar

Texto a buscar...

Lo más visto

- Destino Silicon Valley
461 2/11/2016
- PTERODACTIVE 1º premio sede YUZZ UPV
403 5/10/2016
- Spin 2016
384 11/10/2016
- Prime the Animation
383 3/11/2016
- La animación que viene
361 10/10/2016

Blogroll

- Los del sótano
- Audiovisual 451
- Las horas perdidas
- AWN Animation World Network
- Arte y Animación



PTERODACTIVE aterriza en 3D Wire

CATEGORÍA: NOTICIAS / PUBLICADO: 12 OCTUBRE 2016 / VISTO: 356



El proyecto de corto Apolo 21 está presente en el catálogo del Mercado y Festival Internacional de animación, videojuegos y New media

Segovia se convirtió del 6 al 9 de octubre en epicentro de la animación española y escaparate para conocer las propuestas más transgresoras de la animación internacional. La animación 'made in Valencia' no faltó a la cita con numerosos proyectos de historias en pequeño formato como *Apolo 21*, de PTERODACTIVE; *The Neverending Wall*, de Silvia Carpizo; *Patchwork*, de María Manero; *Orión*, de Esteban Henriquez; e *Invisible*, de Paola Tejera. También estuvieron presentes 'los Silly's', como son conocidos los profesionales del estudio de animación *Silly Walks*, que protagonizaron la mesa redonda sobre 'Nuevos talentos del 2D español' junto a otros profesionales.

Desde PTERODACTIVE no perdimos la ocasión de conocer el trabajo de *The Line Animation*, el estudio londinense artífice del juego viral *Leo's red carpet rampage*; escuchar las conferencias de Cecilia Bullwinkel sobre cómo promocionar tu proyecto online; y empaparnos de las nuevas tecnologías que, ayudarán en el futuro a todos los que nos dedicamos a la animación.

Para saber más sobre la animación española en 3D

WIRE: http://actualidad.academiadecine.com/festivales/detalle.php?id_festival=357

← ANTERIOR

SIGUIENTE →

