

## PROYECTOS PASANTÍAS TECNOLÓGICAS

<b>Código del proyecto</b>	<b>:</b>	<b><i>09PTEC-7371</i></b>
<b>Título del proyecto</b>	<b>:</b>	<b>ADQUISICIÓN DE CONOCIMIENTOS PARA EL DESARROLLO, PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN CINEMATOGRAFICA SEGÚN EL MODELO DE LA COMPAÑÍA DANESA ZENTROPA.</b>
<b>Entidad Supervisora Nacional (ESN)</b>	<b>:</b>	<b>Multiservicios Asexma S.A.</b>
<b>Empresa Beneficiaria</b>	<b>:</b>	<b>Productora Ocio Ltda.</b>
<b>Fecha Entrega Informe Final</b>	<b>:</b>	<b><i>14 de julio de 2010</i></b>

## 1. ANTECEDENTES GENERALES

La Entidad Supervisora Nacional (ESN) de la Pasantía Tecnológica, actúa como responsable ante INNOVA CHILE por la ejecución del proyecto y todas las obligaciones que se definan en el contrato de ejecución. En este contexto, es esta empresa quien debe presentar el Informe Final de la pasantía, el cual contiene un **Informe Técnico** y un **Informe de Rendición de Desembolsos**, que debe contemplar el detalle de todos los desembolsos realizados con cargo al proyecto, respaldados debidamente con la documentación pertinente.

El informe en cuestión, debe ser entregado en la fecha establecida en el Contrato de Ejecución del proyecto y preparado de acuerdo a la **presente pauta**.

Para los proyectos cuyo seguimiento corresponda a INNOVA CHILE central, los informes serán recepcionados directamente en la Oficina de Partes de CORO, Moneda N° 921. En el caso de informes de proyectos cuyo seguimiento corresponda a las Direcciones Regionales, éstos serán recepcionados en las correspondientes Oficinas de Parte de las Dirección Regional de CORFO. En ambos casos, la entrega del informe escrito del proyecto no reemplaza la rendición técnico – Financiera de éste, a través del Sistema de Gestión de Proyectos.

## 2. PAUTA PARA LA PREPARACIÓN DE INFORME FINAL.

El Informe Final de la Pasantía Tecnológica, se compone de un Informe Técnico y un Informe de Rendición de Desembolsos, además de su rendición en el sistema de gestión de proyectos de InnovaChile. El Informe debe ser preparado, según las siguientes indicaciones:

- Informe Técnico: en dos (2) ejemplares anillados (cada ejemplar por separado) y en su versión digital.
- Informe Financiero: en un (1) ejemplar anillado.

### Carátula del Informe:

Código del proyecto	: <i>09PTEC-7371</i>
Título del proyecto	: ADQUISICIÓN DE CONOCIMIENTOS PARA EL DESARROLLO, PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN CINEMATográfica SEGÚN EL MODELO DE LA COMPAÑÍA DANESA ZENTROPA.
Entidad Supervisora Nacional (ESN)	: Multiservicios Asexma S.A.
Empresa Beneficiaria	: Productora Ocio Ltda.
Fecha Entrega Informe Final	: <i>14 de julio de 2010</i>

### 3. CONTENIDO INFORME FINAL.

#### 3.1 CONTENIDO INFORME TÉCNICO.

##### 3.1.1 Periodo en el que se realizó la pasantía.

24/05/2010 al 04/06/2010

3.1.3 Grado de cumplimiento del programa de la Pasantía Tecnológica (si es distinto al 100% programado, explicar motivos).

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD	FECHA	RESULTADOS DE LA ACTIVIDAD	% CUMPLIMIENTO	COMENTARIOS
Introducción a Filmbyen	24/05/2010	Conocer las instalaciones de Zentropa y sus distintas áreas de trabajo	100%	Se realizó la actividad
Análisis de proyectos	25/05/2010	Conocer bajo qué criterios se analiza un proyecto y sus posibilidades	100%	Se realizó la actividad
Packaging	26/05/2010	Conocer cómo se consolida un proyecto en cuanto a su elenco artístico antes de realizar la película para que quede atractiva para las pre-ventas.	100%	Se realizó la actividad
Financiamiento	25/05/2010	Conocer los tipos de fuentes de inversión con los que cuenta la compañía y cómo se eligen.	100%	Se realizó la actividad
Pre-ventas	25/05/2010	Conocer cómo se gestionan las pre-ventas y qué acuerdos se realizan con las distribuidoras	100%	Se realizó la actividad
Agendas	27/05/2010	Conocer cómo se	100%	Se realizó la

		planifican las agendas, presupuestos y planes de rodaje y producción.		actividad
Equipos	28/05/2010	Conocer cómo se eligen los recursos humanos según cada proyecto	100%	Se realizó la actividad
Comunicación productor-director	31/05/2010	Conocer el diálogo que se debe sostener entre las dos cabezas del proyecto.	100%	Se realizó la actividad
Rodaje	1/05/2010	Conocer los distintos métodos de rodaje según el género y características de cada proyecto	100%	Se realizó la actividad
Montaje y post-producción	2/05/2010	Conocer la infraestructura y el trabajo de edición y post-producción	100%	Se realizó la actividad
Marketing y distribución	3/05/2010	Conocer las estrategias de ventas, marketing y distribución según cada proyecto	100%	Se realizó la actividad
Conclusión	4/05/2010	Realizar una recapitulación de todos los escenarios estudiados.	100%	Se realizó la actividad

### 3.1.4. Carta Gantt de las Actividades Planificadas en la configuración inicial del Proyecto

#### Carta Gantt de las Actividades Planificadas

	01-Jun	02-Jun	03-Jun	04-Jun	05-Jun	06-Jun	07-Jun	08-Jun	09-Jun	10-Jun	11-Jun	12-Jun	13-Jun	14-Jun	15-Jun	16-Jun	17-Jun	18-Jun	19-Jun	
Introducción a Filmbyen	■				■	■						■	■							■
Reunión con Peter Aalbæk Jensen		■			■	■						■	■							■
Análisis de proyectos			■		■	■						■	■							■
Packaging				■	■	■						■	■							■
Financiamiento					■	■	■					■	■							■
Pre-ventas					■	■		■				■	■							■
Agendas					■	■			■			■	■							■
Equipos					■	■				■		■	■							■
Comunicación productor-director					■	■					■	■	■							■
Rodaje					■	■						■	■	■						■
Montaje y post-producción					■	■						■	■		■					■
Marketing y distribución					■	■						■	■			■				■
Conclusión					■	■						■	■				■			■

**3.1.5. Resultados obtenidos. Presentación de los principales resultados o soluciones obtenidas como consecuencia de la Pasantía. Utilizar diagramas, presentaciones u otro para explicar los resultados.**

**Detalle de profesionales con los que tuve encuentros en Zentropa**

**Mikael Olsen (producción)**

Nos explicó el modelo de financiamiento de los proyectos de Zentropa basado en los fondos del Danish Film Institute, en las pre-ventas a TV, Fondos Regionales y pre-ventas de distribución.



**Peter Albaek (CEO)**

Es el creador y director de Zentropa junto con Lars Von Trier, nos explicó los pasos que él considera importantes para llegar a tener una empresa como esta:

1. Educación: es muy importante tener y mantener escuelas de cine donde no sólo se formen directores si no que también se formen a empresarios del cine, personas que sepan equilibrar con inteligencia la creatividad y el negocio.
2. Tiempo y perseverancia: Zentropa se ha demorado 20 años en ser lo que es hoy, y una industria del cine saludable se demora más o menos el mismo tiempo en empezar a consolidarse, entre medio, habrán altos y bajos, pero hay que perseverar en este desafío.
3. Apoyo estatal: tiene que haber un fuerte deseo del estado de apoyar y mantener una industria del cine, es importante hacerles ver a los políticos el valor del cine en un país y saber conversar con los políticos adecuados para hacer que esto ocurra.
4. Explotación televisiva: todas las películas chilenas deberían ser vistas en todo el territorio nacional, para esto es importante que en la televisión abierta haya una ley que obligue a comprar un cierto porcentaje de contenido cinematográfico nacional y, al mismo tiempo, que los precios que se paguen por estos contenidos sean un real apoyo a la industria.
5. Co-producciones: el cine es un trabajo que se basa en la constitución de equipos y en el que se trabaja construyendo relaciones humanas de confianza. Por esto es que es fundamental crear lazos con co-productores de países vecinos y lejanos, las coproducciones permiten levantar fondos más allá de los nacionales y generar redes de trabajo a futuro.



**Marie Gade (producción)**

Nos explicó el sistema de financiamiento llamado 60/40, muy utilizado en las películas comerciales y que consiste en que son proyectos que se les exige inversión en retorno, se llama 60/40 porque alude a los porcentajes que deben ser devueltos por este pseudo prestamos.

**Victor Medina (equipamiento)**

Es chileno, está encargado de la seguridad y de la mantención de todos los espacios de Zentropa. Es quien tiene acceso a todos los lugares de la empresa y personaje imprescindible para su funcionamiento.

**Frederik Stege (departamento legal)**

Es abogado, es quien negocia los contratos con los coproductores, trabaja principalmente con la agencia de ventas Trust Nordisk y también está muy involucrado con el tema del Video on Demand



### **Ib Tardini (productor y fundador)**

Es uno de los primeros productores de Zentropa, tiene una visión muy fundamentalista del cine, donde lo que importan son las historias y nada más. Está en contra de la parafernalia del cine actual y cree que hay que privilegiar sólo las historias. Hizo una reinterpretación del Dogma 95.



### **Noemi Ferrer y Peter Garde (financiamiento)**

Ejecutiva de origen español. Responsable de buscar modelos de financiamiento para los proyectos de Zentropa. Su forma de trabajo es leer y analizar un guión, proponer formas de levantar capital de países o regiones que podrían estar interesados en financiar un proyecto que beneficie su zona. Un ejemplo concreto es tener un guión donde actuara un batallón de ejército, bajo esa premisa ella analiza qué países tienen disponibles batallones con potencial de filmación y si a ese país le interesaría aportar su gente y logística a cambio de publicidad o imagen para el país. Esto también se puede usar con el objetivo de promocionar zonas turísticas que después del rodaje toman mayor exposición. Otra área en la que Noemi trabaja es en buscar capitales de los ministerios culturales de distintos países que quieran entrar en sociedad con Zentropa.



### **Rikke Ennis (Trust Nordisk)**

Una etapa clave en el financiamiento de una película son las pre-ventas, es decir, conseguir capital desde la etapa del guión. Rikke es la jefa de ventas, responsable de ir a los mercados internacionales con un guión, una propuesta de actores y potencial de proyecto y, con esto, conseguir vender la película a distintos distribuidores del mundo, los cuales firman un contrato que dice que cuando la película esté lista ellos le pagarán por el producto. Con estos contratos los productores pueden ir a los bancos y pedir dinero prestado usando los contratos como colateral.



### **Lars Dela (Post-produccion)**

La etapa de post producción es el último eslabón necesario para que la película esté finalizada. En ella se mejora la imagen y el sonido y se deja en un standard profesional. En Zentropa se trabajan al menos 10 proyectos en post-producción al mismo tiempo, Lars es el responsable del flujo de trabajo de estos proyectos organizando que los más de 35 equipos de última tecnología estén trabajando simultáneamente y así generar una economía de escala. Además está a cargo de las comunicaciones con otros países nórdicos que están a cargo de trabajar la post-producción también, a través de fibra óptica.



### **Madeleine Ekman (post-producción en Suecia)**

Trabaja en Suecia, es la coordinadora de la postproducción de las películas de Zentropa que se transmite a través de fibra óptica a Suecia.



**Katja Adomeit (producción)**

Es una productora joven, de la nueva generación, fue reclutada por Zentropa para renovar su oferta de películas.



**Morten Pundgaard (marketing)**

Está encargado de la agencia de marketing de Zentropa donde se desarrollan todas las campañas de las películas que se hacen ahí. Hacen los afiches, los DVD, la página web, gráficas y están incursionando en la plataforma de Video on Demand.

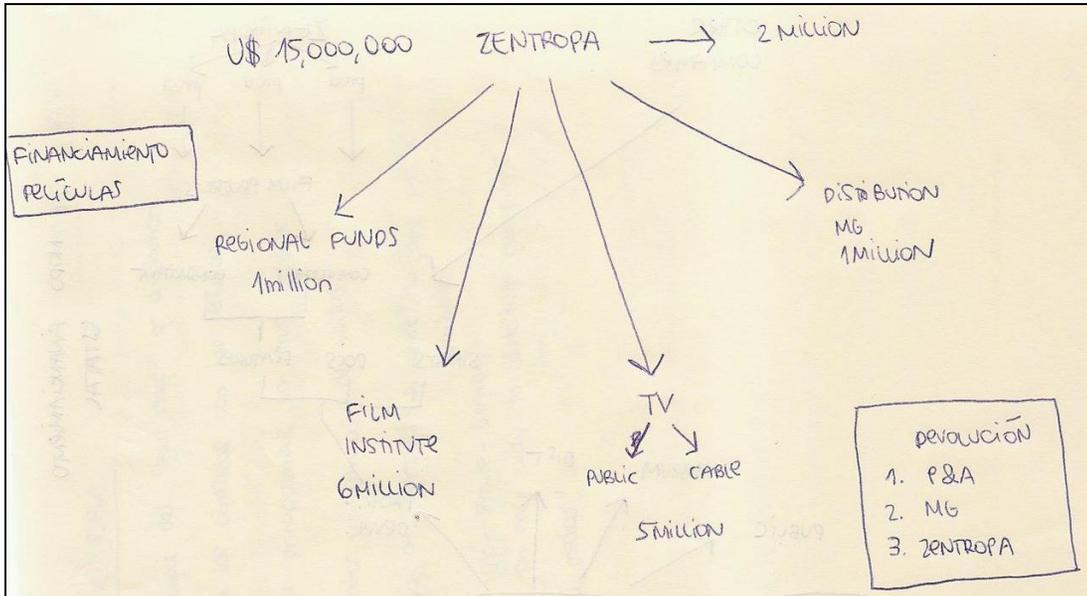


**Anders Kjaerhaug (departamento legal y RRHH)**

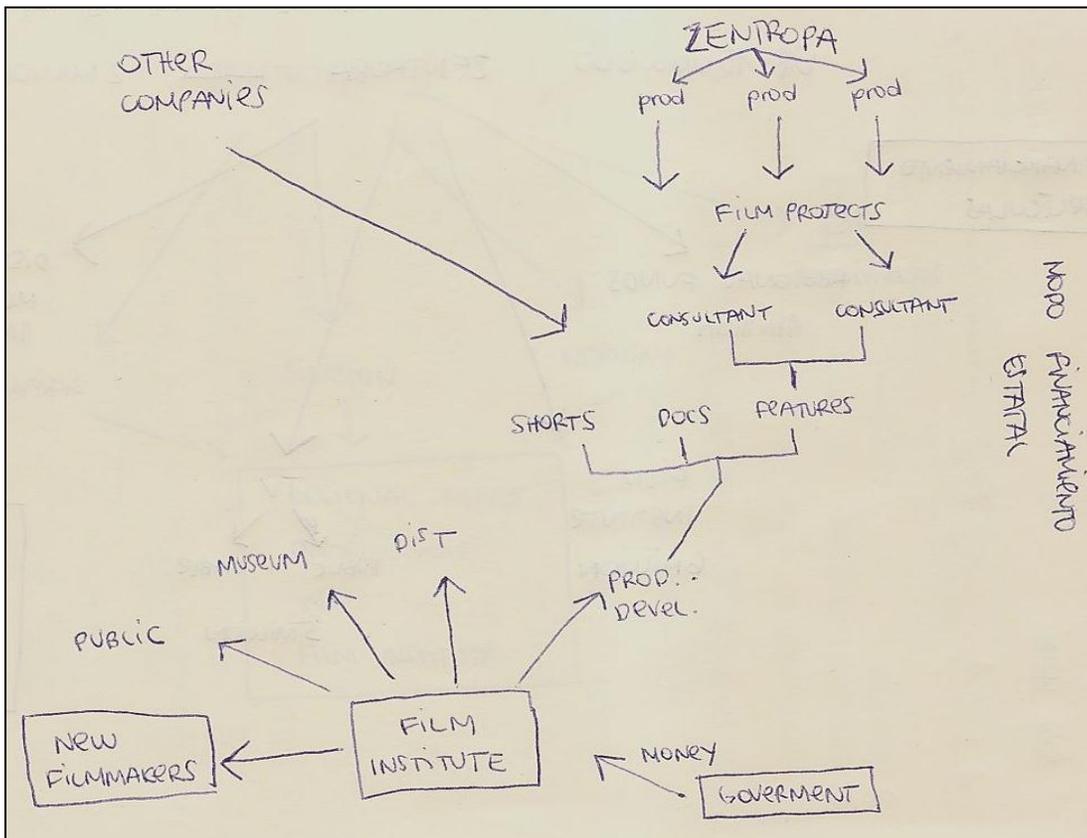
Es abogado, pero, principalmente, es el nexo entre el personal y la estructura de Zentropa.



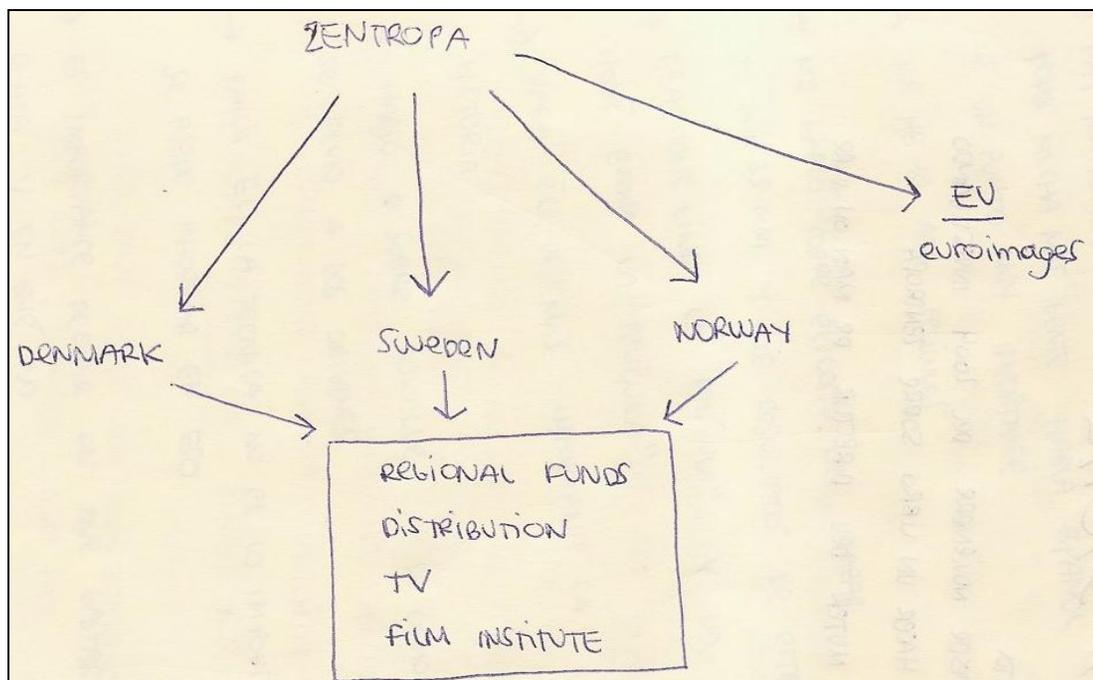
**Modelo de Financiamiento Danés**



**Modelo de Financiamiento General**



### Modelo de Financiamiento Internacional



#### 3.1.6. Conclusiones. Efectuar análisis global del proyecto y resultados.

- Se crearon redes y contactos que nos permitirán al corto plazo hacer negocios en conjunto. Específicamente haremos una co-producción para una película, donde Zentropa puso a cargo a una de sus productoras y por Chile estará como director Matías Lira.
- A medio plazo abrimos la posibilidad para que otras empresas de servicios chilenos en el área audiovisual puedan ofrecer sus servicios de producción y post producción a la comunidad nórdica, debido a lo competitivo de nuestros precios, seguridad y locaciones.
- Se canalizó y entendió una filosofía laboral en un negocio altamente competitivo y complejo.
- Se entendió cómo un país con 5 millones de habitantes logra un apoyo estatal para la industria de 85 millones de dólares anuales y de una suma similar de otros fondos regionales.
- Se crearon lazos con profesionales de excelencia que se irán madurando con el tiempo.
- Se entendieron herramientas de marketing, desarrollo, producción, ventas y promoción que nos ayudarán como empresa a sacar el mayor partido a nuestro producto.
- Se entendió la importancia de plataformas como el Video On Demand e Internet como medios de difusión del cine nacional.