

5. VIABILIDAD DEL PROYECTO

Viña Rock es un festival con una larga experiencia como ya se ha visto. Su gestión, políticas de comunicación e inversión han progresado paralelamente a la buena acogida que ha ido recibiendo año tras año. Por tanto este es un evento perfectamente consolidado sobre el que se puede realizar un plan de comunicación de esta magnitud. Porque de hecho también hay una experiencia anterior en lo que respecta a este plan, la cual se ha intentado reunir y explicar, así como ampliarla.

El presupuesto (del que se hablará después) es elevado, sobre todo en lo que respecta a inversión en promoción y publicidad. Todos los años se renueva la IVC mediante el diseño del nuevo cartel y su implantación en la página web oficial y sus cuentas en RRSS. En cuanto a los patrocinios de compañías grandes, ya contaba desde hace tiempo con Mahou y Coca-Cola, a los que después se añadieron Red Bull, Ron Negrita y Poliakov. Esta lista se extiende con nombres como D.A.S. Audio, Alsa, y colaboradores como la marca de smartphones Doodge, ECOVIDRIO, Carga tu móvil, etc. Sin embargo las acciones más importantes las ha hecho siempre con los sponsors más conocidos y eso debía mantenerse igual. No es desorbitado pues proponer la inserción de dos grandes patrocinadores más a la lista como Jägermeister y Jack Daniel's, que tendrían mucho que aportar al evento. Las acciones de Ron Negrita son mayoritariamente online; el "Red Bull – Viña Rock 2015 Tour" podría ser una inversión arriesgada en un primer momento, pero se debe tener en cuenta que su último objetivo sería recaudar fondos extra (por ejemplo para

la expansión del recinto de la que se hablaba en el apartado de las acciones); en cuanto a las de Jägermeister y Jack Daniel's se puede apostar a que estarían dispuestos a colaborar con Viña Rock y tener presencia en el festival mediante las actividades propuestas, las cuales por cierto son todas reales y se han visto en otros festivales del mundo.

En cuanto a las acciones online, no cruzan la línea de lo que hasta ahora se ha venido haciendo: videos promocionales, concursos, sorteos de entradas... Por otro lado con la "Fiesta de Presentación Viña Rock 2015" ocurriría lo mismo que con el tour junto a Red Bull, quizás sea una apuesta arriesgada pero se lograrían captar fondos para esa futura remodelación del recinto o para invertirlos en el propio festival.

Por último, la propuesta de sostenibilidad además de factible es necesaria. En cuanto a la cuestión de qué hacer con los vasos que sobrasen, se reciclarían o regalarían a los asistentes. Con esto se lograría un festival más limpio y más sostenible. Y en cualquier caso, medidas como estas pueden ponerse a prueba (qué mejor que en la edición 20 aniversario) y si no tienen resultado siempre puede volverse al sistema anterior al año siguiente.

6. CRONOGRAMA

	septiembre 2014	octubre 2014	noviembre 2014	diciembre 2014	enero 2015	febrero 2015	marzo 2015	abril 2015	mayo 2015	junio 2015
Presentación nueva MC										
Primeras confirmaciones y entradas anticipadas										
Apertura Zona Vitarocker@S										
#ViñaExperienciaVideo 1										
Soneto entradas Ron Negrita 1										
Publicación Video Promocional Comemorativo XX Años										
#ViñaExperienciaVideo 2										
#ViñaExperienciaVideo 2										
Soneto entradas Ron Negrita 2										
Fiesta de Presentación Viña Rock 2015										
Soneto entradas Ron Negrita 3										
Red Bull - Viña Rock 2015 Tour Barcelona										
Red Bull - Viña Rock 2015 Tour Valencia										
Soneto entradas Ron Negrita 4										
Concurso "Vitaneros"										
Concurso Backstage Ron Negrita										
Red Bull - Viña Rock 2015 Tour Madrid										
Red Bull - Viña Rock 2015 Tour Sevilla										
Formaton Ron Negrita										
Jagmeister Music Tour										
JagmeisterPúbli Entrevistas										
Stand Jack Daniel's										
Sostenibilidad										
Visita Backstage con Ron Negrita 1										
Visita Backstage con Ron Negrita 2										
Visita Backstage con Ron Negrita 3										
Fotos Formatin Ron Negrita										
Video corporativo Ron Negrita - Viña Rock 2015										
Videos entrevistas públ. Jagmeister (Youtube y Daily Motion)										

7. PRESUPUESTO Y FACTURACIÓN

En ediciones anteriores, concretamente desde la edición de 2013, la inversión para promoción y publicidad de la marca Viña Rock ha sido de **4 millones de euros**. Teniendo en cuenta que muchas las acciones propuestas se complementan con las políticas de comunicación que hasta ahora realizaba el festival, y que varias de ellas son colaboraciones con patrocinios, el presupuesto se cifrará en los mismos términos.

En cuanto a la facturación y honorarios por la realización del plan, se contemplará un 8% del total de ese presupuesto, quedando en **320.000 €** que se sumarían al total.

Por tanto el **presupuesto total** del plan contando la facturación será de **4.320.000 €**.

8. BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

Villafañe, Justo (1993). *Imagen positiva: Gestión estratégica de la Imagen de las empresas*. Madrid: Pirámide.

Villafañe, Justo (1999). *La gestión profesional de la Imagen Corporativa*. Madrid: Pirámide.

Costa, Joan (2001). *Imagen Corporativa en el siglo XXI*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones,

Villafañe, Justo (2004). *La buena reputación. Claves del valor intangible de las empresas*. Madrid, Pirámide.

Mora, Kiko (2013). *Rock around Spain: historia, industria, escenas y medios de comunicación*. Universitat de Lleida. Colección Espai/Temps, 64.

REVISTAS

Muniesa, Mariano (1992). Cuentos de ayer y de hoy. En: *Heavy Rock 10 aniversario 1982/92*. 112. Madrid

Villafañe, Justo (2010). Identidad e Imagen en Justo Villafañe. En: *Signo y Pensamiento*. XXIX (57). Puntos de vista: 506-519

DOCUMENTOS ELECTRÓNICOS

Manrique, Darío (Octubre 2012). *Los festivales de verano en datos*. Rolling Stone (.es).

<http://rollingstone.es/noticias/los-festivales-del-verano-en-datos/>

A.G- (enero 2014). *El supuesto desvío de fondos en el Viña Rock proviene de las barras*. La Tribuna de Albacete (.es).

<http://www.latribunadealbacete.es/noticia/Z88447DF7-C42E-3692-FA1FA0E743AD3455/20140129/supuesto/desvio/fondos/vi%C3%B1a/rock/proviene/barras>

EFE (Marzo 2014). *La facturación del sector de la música en vivo cae un 28,6 % tras la subida del IVA cultural*. RTVE(.es).

<http://www.rtve.es/noticias/20140311/facturacion-del-sector-musica-vivo-cae-286-tras-subida-del-iva-cultural/894261.shtml>

FILMOGRAFÍA

No acepto!!! 1980-1990: diez años de hardcore, punk, ira y caos

<http://vimeo.com/14218084>

Give 'em war: the spanish metal scene

<https://www.youtube.com/watch?v=b18sfkJOXUs&feature=youtu.be>

9. ANEXOS

Gonzalo Martín Cruzado 18452753Z

Fecha nacimiento: 02-04-1991

Domicilio: C/ Sierra de Gúdar, nº 9.

Fuenfresca, Teruel.



VIDA ACADÉMICA:

- 2007 – 2009: Bachillerato en Humanidades por el I.E.S. Vega del Turia (Teruel).
- 2009 – 2013: Grado en Comunicación Audiovisual por la UNIVERSITAT JAUME I (Castellón).
- 2013 – actualidad: cursando la doble titulación en Publicidad y Relaciones Públicas en la UNIVERSITAT JAUME I (Castellón).
- 2013 – 2014: ha cursado sus estudios de Publicidad y Relaciones Públicas en la UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TERAMO (Teramo, Abruzzo. ITALIA) bajo el programa ERASMUS.

VIDA PROFESIONAL:

- 2008 – 2010: contratos temporales en la empresa **DINÓPOLIS** (Teruel)
- Octubre 2011: operador de cámara en la obra de teatro “*Tenorio Mudejar*” de la compañía **PRODUCCIONES MEDIEVALES AB**, representada en Teruel.

- 2011 y 2012: técnico de televisión (cámara y edición) en **TELE-TERUEL S.A. (TLT)** en período vacacional (julio – septiembre).
- 2012: Ayudante de Producción en el cortometraje *“La soledad del cormorán”*, dirigido por Guillermo Chapa y producido por **NERVIO FILMS**. Rodado en el mes de noviembre en Teruel.
- 2013: Director de fotografía y cámara en el cortometraje documental *“Von frau zu frau (De dona a dona)”* que forma parte del largometraje *“Referències de dona. Influències para una vida”*. Trabajo para la asociación feminista **ADONA'T** (Castellón).
- 2013: redactor y locutor en **ARAGÓN RADIO (CARTV)** durante el período vacacional (julio – septiembre)

OTROS:

- Verano 2010: curso de 30 horas *“Taller de procesos fotográficos: técnicas antiguas en tiempos modernos”*. Universidad de Verano de Teruel.
- Febrero 2013: auxiliar de cámara en el cortometraje *“Bad Room”*, dirigido por Susana Siscart. Rodado en Madrid. Presentado al certamen JAMESON NOTODOFILMSFEST.
- 2013: co-realizador, director de fotografía, cámara y ayudante de producción y postproducción en el documental *“Réquiem por los que van a estudiar”*, del colectivo FILMS FRESCOS. Proyecto final para el Grado en Comunicación Audiovisual.

