XUNTA DE GALICIA
CONSELLERÍA DE
CULTURA E TURISMO

ANEXO III

ORZAMENTO, PLAN DE MÁRKETING E DE FINANCIAMENTO

DATOS DA PERSOA SOLICITANTE

NOME/RAZÓN SOCIAL	PRIMEIRO APELIDO	SEGUNDO APELIDO	NIF

E, NA SÚA REPRESENTACIÓN

NOME/RAZÓN SOCIAL	PRIMEIRO APELIDO	SEGUNDO APELIDO	NIF

I. ORZAMENTO

A. ESTIMACIÓN DOS GASTOS DE PRODUCIÓN, GRAVACIÓN E REPRODUCIÓN (músicos, directores, produtores e outros alleos ao artista e ao estudio produtor)

1. GASTOS DE PERSOAL ALLEOS AO ARTISTA E AO ESTUDIO PRODUTOR	
Gastos de nóminas	
Gastos de seguridade social	
Axudas de custo de ensaios	
Outros gastos (especificar)	
TOTAL 1	
2. ESTIMACIÓN DOS GASTOS DE PRODUCIÓN	
Traballos de masterización	
Gastos técnicos	
Gastos artísicos	
Alugamento de locais de ensaios	
Dereitos de explotación do autor	
Outros gastos (especificar)	
TOTAL 2	
3. ESTIMACIÓN DOS GASTOS DE GRAVACIÓN E REPRODUCIÓN	
Gastos de preparación	
Gastos de gravación	
Alugamento de locais de ou estudios de gravación	
Gastos de posproducción	
Outros gastos (especificar)	
TOTAL 3	

I. ORZAMENTO (continuación)

4. ESTIMACIÓN DOS GASTOS DE PROMOCIÓN, PUBLICIDADE E MÁRKETING DE EMPRESAS E PROFESIONAIS	
Produción de videoclips	
Márketing en liña	
Márketing en móbil tradicional	
Márketing tradicional	
Deseño de elementos publicitarios	
Publicidade en calquera medio	
Edición de mostras	
Servizos de comunicación e márketing	
Organización e celebración de actos promocionais	
Outros gastos (especificar)	
TOTAL 4	
5. ESTIMACIÓN DOS GASTOS DE NOVAS TECNOLOXÍAS	
Utilización de canles de distribución	
Adaptación dixital dos contidos musicais	
Gastos en proxectos de novas formas de negocio que utilicen novas tecnoloxías (especificar)	
TOTAL 5	
TOTAL A (GASTOS 1 a 5)	

B. ESTIMACIÓN DOS INGRESOS

1. RECURSOS PROPIOS	
2. INGRESOS POR VENDAS E EXPLOTACIÓNS	
3. PATROCINIOS E OUTROS RECURSOS E AXUDAS PRIVADAS	
4. SUBVENCIÓN SOLICITADA Á AGADIC	
5. OUTRAS SUBVENCIÓNS E AXUDAS PÚBLICAS	
6. OUTROS INGRESOS (detallar)	
TOTAL B (INGRESOS)	
SALDO DE INGRESOS E GASTOS (ingresos - gastos)	

PLAN DE MÁRKETING

ELEMENTOS BÁSICOS DO PLAN: PRINCIPAIS ACCIÓNS A DESENVOLVER E OBXECTIVOS

PLAN DE MÁRKETING

SOPORTES GRÁFICOS OU AUDIOVISUAIS DE APOIO NO PLAN DE MÁRKETING

ÁMBITO DE DISTRIBUCIÓN DO PLAN DE MÁRKETING

PLAN DE FINANCIAMENTO:

SINATURA DA PERSOA SOLICITANTE OU REPRESENTANTE

Lugar e data

, de de