

La Universidad en Internet

*Presentación de la Convocatoria
UNIR Emprende
para proyectos informativos
19 Noviembre 2013*

En colaboración con

vocento

INSTITUTO
PARA LA
INNOVACIÓN
PERIODÍSTICA



Índice

	<i><u>Pág.</u></i>
1. El entorno: claves y tendencias	3-9
2. Las alianzas: medios e instituciones	10-12
3. Bases de la convocatoria	13
4. Temáticas	14-15
5. Colaboraciones y respaldo de la convocatoria	16
6. Fase de aceleración: ayudas y apoyos de valor	17-18
7. Fase de inversión	19
8. Solicitantes	20
9. Presentación de proyectos y evaluación	21
10. Calendario	22

1. El entorno: claves y tendencias

Medios y periodistas en la encrucijada digital

1. Crisis en la transición al entorno digital de los medios y específicamente del sector prensa
 - Crisis del modelo de negocio y del modelo informativo en un contexto de severa crisis económica
 - Cerca de 200 diarios, algunos de gran prestigio, han desaparecido en EE.UU. y una decena de ellos en España
 - Competencia de las grandes empresas tecnológicas y de Internet que han tomado la iniciativa de la innovación y de la interacción con las audiencias
 - Pero la crisis de recursos de los medios tradicionales, que producen todavía el 85 por ciento de la información que se consume en Internet, terminará afectando a las grandes plataformas tecnológicas que, de una u otra forma, usufructúan su uso y controlan los canales, redes, programas y dispositivos de distribución
 - El futuro de los nuevos medios y los tradicionales aparece claramente vinculado

La tendencia

Escenario de necesarias alianzas y redes formalizadas entre las grandes plataformas tecnológicas y los medios tradicionales

(Informe *The State of News Media*, 2012)



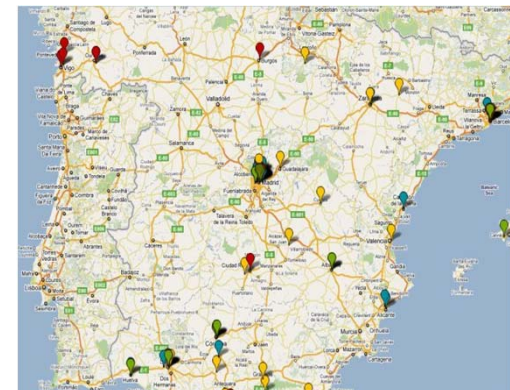
1. El entorno: claves y tendencias

2. Crisis profunda de la profesión periodística

- Con la crisis económica y el cambio de modelo han perdido el empleo más de 8.000 periodistas en España desde el año 2008 (*Informe FAPE, 2012*)
 - Y se calcula que más de 40.000 en EE.UU, con una sangría del 30 por ciento en las redacciones de los grandes medios desde el año 2000 (*The State..., 2012*)

- En España, a los parados debemos sumar los más de 1000 nuevos licenciados que salen cada año de las facultades de periodismo y que pretenden insertarse en el sector

- Todos ellos conforman un activo de alto potencial con expectativas de desarrollar su actividad en el mundo de las noticias y la comunicación en el entorno digital
 - Pero que tiene que competir en un mercado de fronteras borrosas con otros muchos tipos de productores de noticias no profesionales



1. El entorno: claves y tendencias

- Sin embargo, el universo informativo de Internet, con la información desagregada en múltiples canales y redes, propicia que “El poder informativo se esté desplazando al periodista individual, cada vez más fuera de las instituciones periodísticas” (The State... 2009)
- Esto permitirá, sin duda, nuevas formas de desarrollo para la profesión periodística
- Asimismo, el riesgo del llamado *periodismo ciudadano*, que hoy aún aporta muy poco, puede convertirse en una oportunidad de alianza para los profesionales en iniciativas de emprendimiento



La respuesta a los retos de los medios y la profesión periodística vendrá de “nuevas empresas, con empleados jóvenes que entienden la nueva tecnología y su potencial, y que tienen pasión por el periodismo” (Larry Jinks, editor que transformó el San Jose Mercury News)

La tendencia

Hacia la actividad informativa basada en la autonomía profesional y las propias iniciativas empresariales, personales o colectivas, en la Red

Con una orientación, todavía indefinida, hacia el periodismo pro-am. Un modelo “que permita que ciudadanos y periodistas tengan lo mejor de ambos mundos y al mismo tiempo agregue más capacidad”

1. El entorno: claves y tendencias

3. Oportunidades de los entornos informativos locales en un universo mediático globalizado.

- Ante la devastadora crisis de los medios tradicionales, las teorías más solventes sobre el futuro de un nuevo ecosistema de medios, digital y en red, ponen el acento en los entornos locales e hiperlocales
 - Chris Anderson aforó (2004) la idea de los nichos de mercado, de los micromercados, como modelo económico para los proyectos digitales, en su ya famosa *The long tail theory*, la teoría de la larga cola
 - Y en su posterior *The Vanishing Point Theory of News*, la teoría del punto de fuga de las noticias, Anderson (2007, 2009) centra su propuesta en las industrias culturales y los medios de comunicación
 - “nuestro interés por las noticias es inversamente proporcional a la distancia a la que se producen”
 - y pone el foco en el periodismo hiperlocal como herramienta clave para el futuro de los medios



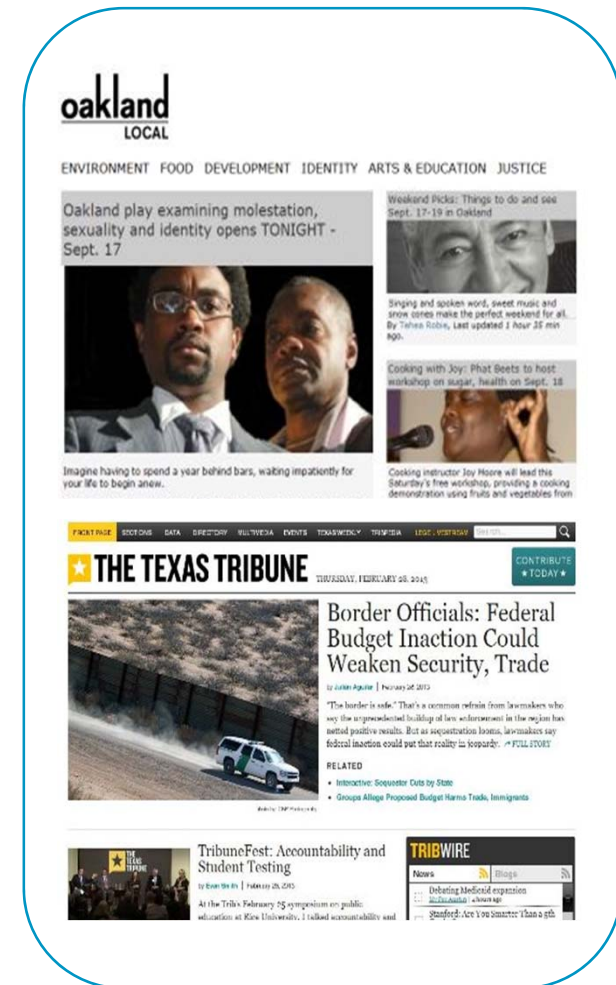
1. El entorno: claves y tendencias



- Steven Johnson, otro de los gurús de las nuevas tecnologías, en su tesis sobre el *peer to peer* y las redes participativas reivindica la viabilidad de la teoría del punto de fuga y la importancia de las redes locales
 - “es inconcebible que los grandes periódicos puedan cubrir un evento con un radio de interés tan pequeño. No obstante las redes participativas si pueden” (*Futuro perfecto. Sobre el progreso en la era de las redes, 2012*)
- Para Johnson las crisis que azota los medios tradicionales –y muy especialmente la prensa local, en EE.UU., pero también ya en España- puede ser también una oportunidad de negocio para estos nuevos proyectos

1. El entorno: claves y tendencias

- Porque es precisamente el ámbito de medios locales e hiperlocales en Red el de más rápida expansión y más alto grado de innovación
 - Así lo señalan los estudios más solventes sobre la transformación digital de la Prensa en EE.UU. (el ámbito más y mejor estudiado): se citan, por ejemplo, los casos de *Oakland* o *Beacon* como modélicos
- En el modelo periodístico: Aproximar lo global, centrándose en las múltiples formas de información local en interacción dinámica con las audiencias más próximas
- Y en el modelo de negocio: Ya en estos momentos el 40 por ciento de la publicidad *on line* es local, con un incremento anual del 30 por ciento en 2010, y un 22 en 2012, aunque es verdad que la mayor parte de esta inversión va a las grandes plataformas digitales (*The State...*, 2011, 2013)



1. El entorno: claves y tendencias

- Sin embargo, la dinámica del mercado de estos medios *on line* sigue estando, en gran medida, sin definir.
 - “Nadie parece que haya descifrado el código para saber cómo producir información local eficazmente en un negocio sostenible”
- Los mayores casos de éxito se dan entre los medios hiperlocales *de comunidad*, un paisaje emergente en EE.UU. que está llegando a un cierto grado de madurez y afrontar nuevos retos: consolidándose empresarialmente



“Han aprendido la lección de que no sólo es necesario el buen periodismo, sino también el liderazgo financiero, dedicado a planes de negocio perfectamente concebidos, y los conocimientos tecnológicos más avanzados sobre cómo difundir información” (Michele McLellan)

La tendencia

La información y la comunicación local (en su triple dimensión geográfica, cultural y temática) sigue siendo un vasto territorio sin explorar y sin explotar

Ofrece un claro potencial para la intervención y la innovación de nuevas iniciativas empresariales en la Red, específicamente en el ámbito español y latinoamericano

2. Las alianzas: medios e instituciones

- En un deseable escenario de alianzas, como el descrito, UNIR Emprende y ZIP promueven la colaboración para lanzar la convocatoria de ayudas para acelerar e invertir en proyectos informativos que favorezcan la transición hacia el ecosistema digital, con organizaciones interesadas en el desarrollo del sector
 - Grupos de medios como *Vocento*
 - Instituciones y asociaciones profesionales de periodistas (*FAPE, APM...*)
 - Empresas tecnológicas
- Estas alianzas facilitarán el éxito de la convocatoria y garantizarán la eficacia de los procesos posteriores de aceleración, inversión y desarrollo de los proyectos seleccionados



FEDERACIÓN
DE ASOCIACIONES
DE PERIODISTAS
DE ESPAÑA

2. *Las alianzas: Medios e instituciones*

1. *Alianza con el grupo VOCENTO*

- **Valor añadido para la convocatoria**
 - Apoyo institucional del Grupo
 - Difusión de la convocatoria en sus medios y plataformas
 - Participación de sus expertos en las fases de selección y formación
 - Intervención en Jornadas y reuniones informativas sobre la convocatoria, etc.
 - Derecho preferente para invertir en los proyectos emprendedores en iguales términos que la Fundación UNIR



2. Las alianzas: Medios e instituciones

2. Alianza con instituciones y asociaciones profesionales de periodistas: FAPE y APM

□ Valor añadido para la convocatoria

- Apoyo institucional ante los asociados para garantizar la efectividad y calidad de la iniciativa
- Facilidad para llegar a todos los emprendedores de la comunidad profesional a través de los mecanismos de difusión y contacto de la instituciones
- Conocimiento cualificado de la situación y las necesidades del sector
- Ayuda en la selección y orientación profesional de los emprendedores



3. Bases de la convocatoria

- La convocatoria 2013 de **UNIR Emprende**, realizada en colaboración con el **Instituto para la Innovación Periodística -2IP-** y **VOCENTO**, está dirigida a apoyar el desarrollo de proyectos empresariales informativos que favorezcan la transición hacia el ecosistema digital de los medios locales
- **La Fundación UNIR** y, en su caso **VOCENTO**, fomentan el desarrollo de proyectos comercialmente viables
- **La Fundación UNIR** y, en su caso **VOCENTO** asumen el riesgo de la inversión en el desarrollo del proyecto
- Los promotores de los proyectos mantendrán en todo momento la dirección y comercialización de la iniciativa

4. *Temáticas: Ejes principales de la convocatoria*

1. Periodístico: sólo se recogerán iniciativas de tipo informativo o comunicativo

- **Proyectos y experiencias reales** que desarrollen contenidos informativos o de comunicación en cualesquiera de sus modalidades o estrategias comunicativas.
- **Que innoven en procesos, lenguajes**, narrativas periodísticas y formatos y enriquezcan cualitativamente el valor de la comunidad a la que se destine

2. Tecnológico/digital: deberán centrarse en innovación de procesos sostenibles en el entorno de la Red

- **Aplicaciones y desarrollos de base tecnológica** que faciliten procesos informativos digitales de calidad y de valor añadido
- **Que integren formatos multimedia** en las dinámicas internas
- **Que mejoren la difusión de los productos** en nuevos dispositivos o faciliten cualesquiera de las operaciones relevantes para la interacción informativa con las audiencias



4. *Temáticas: Ejes principales de la convocatoria*

3. Local e hiperlocal: iniciativas específicamente dirigidas a explorar el potencial de desarrollo de proyectos de medios y plataformas informativas que ofrecen los entornos locales

- El ámbito local se entiende aquí de forma amplia como concepto de proximidad en sus tres dimensiones principales:
 - La proximidad geográfica
 - La proximidad hacia una comunidad cultural, social o identitaria, concreta y diferenciada
 - La proximidad temática, que supone un enfoque especializado para satisfacer las necesidades de un segmento determinado de ciudadanos con intereses comunes de información

4. Sostenible : Proyectos que integren las diferentes fuentes de negocio o innoven en nuevas fuentes de financiación de procesos sostenibles en la Red

- Basados en planes de negocio perfectamente acabados que prevean su consolidación empresarial



5. Colaboraciones y respaldo de la iniciativa

La **Fundación UNIR** para hacer más efectiva la Convocatoria cuenta con las siguientes colaboraciones:

- **La Universidad Internacional de la Rioja (UNIR)**
- **El Instituto para la Innovación Periodística**
- **El grupo VOCENTO**

Asimismo, respaldan la iniciativa:

- **La Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE)**
- **La Asociación de la Prensa de Madrid (APM)**

Por lo que se asegura la visibilidad y el éxito de la Convocatoria

6. Fase de aceleración: ayudas y apoyos de valor

La **Fundación UNIR** ofrecerá a los proyectos Seleccionados que así lo deseen los siguientes apoyos:

- **Un espacio gratuito de trabajo** durante un plazo mínimo de 3 meses ampliable
- **Formación gratuita** durante un plazo de 3 meses ampliable, pudiendo optar aquellos que la culminen satisfactoriamente a la obtención de un título acreditativo de la **UNIR**
- **Servicio gratuito de asesoramiento y mentoring** durante un plazo de 3 meses ampliable para desarrollar el proyecto y su posterior comercialización
- **Apoyo técnico y tecnológico** durante un plazo máximo de 24 meses

6. Fase de aceleración: ayudas y apoyos de valor

La **Fundación UNIR** ofrecerá a los Seleccionados que así lo deseen los siguientes apoyos:

- **Posibilidad de participación en implementaciones “piloto”** de los proyectos en el seno de la **Fundación UNIR**, de tal forma que los proyectos seleccionados puedan experimentarse en un entorno real
- **Apoyo en la solicitud y tramitación de ayudas y subvenciones**, persiguiendo la mejora de su estructura de capital
- **Búsqueda de nuevos socios o inversores** que aporten valor al proyecto.
- **Visibilidad y publicidad** de los proyectos
- **Actuaciones y actividades** que fomenten el **networking** para los proyectos seleccionados

7. Fase de inversión

La **Fundación UNIR** ha fijado una cuantía total de **dos millones de euros** (2.000.000 €) para todas las convocatorias incluidas en **UNIR Emprende**

La **Fundación UNIR** invertirá en el desarrollo de cada proyecto entre **25.000€** y **400.000€**, según se acuerde para cada uno de los proyectos seleccionados

La inversión se podrá efectuar en forma de capital, concesión de préstamos, ayudas económicas directas, la facilitación de medios materiales, o incluso mediante la prestación de determinados servicios al vehículo societario

El Grupo VOCENTO tiene el derecho preferente, al igual que Fundación UNIR, a invertir en los proyectos seleccionados, en los términos que finalmente se acuerden con los promotores de los proyectos emprendedores

8. *Solicitantes*

- Podrá enviar una solicitud de participación en la convocatoria **cualquier emprendedor mayor de edad, residente en España, o una entidad jurídica**, que disponga de una idea brillante y aplicable dentro de alguna de las temáticas objeto de la convocatoria
- El Solicitante deberá consistir en un **equipo de al menos 2 personas**, pudiendo ser equipos más amplios. En todo caso, al menos 2 personas del equipo deberán **dedicarse a tiempo completo al proyecto**

9. *Presentación de proyectos y evaluación*

Los Solicitantes deberán efectuar el envío del proyecto por Internet a través del enlace: uniremprende.com/convocatoria:

El envío constará de:

1ª fase: Resumen ejecutivo o *One pager* del proyecto

2ª fase: Plan de negocio y Currículum Vitae de los promotores

A partir de la recepción del resumen ejecutivo los proyectos serán evaluados por tres comités:

- **Comité pre-evaluador:** analizará la solidez y la viabilidad general de la propuesta
- **Comité de expertos:** analizará el grado de innovación y aplicabilidad del proyecto, así como la consistencia técnica de la propuesta
- **Comité acelerador e inversor:** analizará la idoneidad del programa de aceleración para el proyecto, la experiencia y compromiso del equipo promotor, así como la viabilidad financiera y empresarial del proyecto

10. Calendario

- **Recepción de candidaturas de proyectos:** desde el 19 de noviembre de 2013 al 3 de marzo de 2014. (Nota: los 100 primeros proyectos presentados antes del 15 de enero, recibirán una primera valoración de su proyecto antes del 15 de febrero de 2014, por parte del equipo de UNIR Emprende, en aras a que puedan mejorar su propuesta de modelo de negocio)
- **Análisis y evaluación de proyectos:** desde el 3 de marzo al 31 de marzo de 2014
- **Preselección de proyectos:** el 1 de abril de 2014
- **Formación a equipos preseleccionados (*elevator pitch, one pager*):** del 2 al 14 de abril de 2014
- **Presentación de proyectos preseleccionados a foro de expertos e inversión:** desde el 15 al 30 de abril de 2014
- **Selección de proyectos ganadores:** el 7 de mayo de 2014
- **Programa de aceleración y formación (12 semanas):** del 12 de mayo al 1 de agosto de 2014
- **Negociación de condiciones de inversión:** del 1 al 30 de septiembre de 2014
- **Seguimiento y apoyo a los proyectos invertidos:** a partir del 1 de octubre de 2014

La Universidad en Internet

*Presentación de la Convocatoria
UNIR Emprende
para proyectos informativos
19 Noviembre 2013*

En colaboración con

vocento

INSTITUTO
PARA LA
INNOVACIÓN
PERIODÍSTICA



FEDERACIÓN
DE ASOCIACIONES
DE PERIODISTAS
DE ESPAÑA

