

AXIONAL MBMIS

Media Broadcasting Management Information System



Contents

FUNCIONALIDADES	3
Gestión y producción de productos audiovisuales.....	3
Distribución de productos audiovisuales.....	4
Gestión de medios.....	5
Gestión comercial.....	6
Gestión de emisiones.....	6
Gestión de recursos artísticos	7
Gestión publicitaria.....	8
Gestión de clientes.....	8
Publicidad convencional.....	8
Publicidad no convencional. Iniciativas Especiales, IIEE	8
Tarifas	9
Briefing	9
Audiencias	9
Flujo de trabajo	9
Herramientas de análisis	10
Declaración a la Sociedad General de Autores y Editores	11
Control de Telefonía Móvil y Fija.....	11
Gestión de Sastrerías	12
Gestión de premios	12

Axional ERP/MBMIS

Media Broadcasting Management Information System

Axional ERP/MBMIS es una solución integral para la gestión de televisiones, compañías de broadcasting y producción de medios audiovisuales en general.

Permite la gestión centralizada de cualquier producto audiovisual, desde la generación de su presupuesto hasta el proceso de distribución y amortización total.

Un conjunto de módulos integrados facilita el seguimiento económico de todo el ciclo de vida de los productos audiovisuales desde que son simplemente una idea hasta que están en plena explotación.

Abarca la gestión de la publicidad, en cuanto a clientes, tipos de publicidad, escaleta de publicidad, y producción y seguimiento económico de publicidad no convencional, así como de la certificación de la publicidad y el registro de audiencias.

Dispone de herramientas de análisis que permiten a empresas y agencias evaluar el resultado de las acciones publicitarias.

FUNCIONALIDADES

Gestión y producción de productos audiovisuales

El sistema de gestión y producción de productos audiovisuales permite llevar un control completo de la producción de una película, una serie, un programa, un informativo o cualquier otro producto audiovisual.

Así mismo, permite realizar el seguimiento de un producto desde que es una simple idea (ficha técnica), hasta que está totalmente amortizado.

- Gestión del producto (película, serie, gala, informativo) desde cuando es un boceto (Ficha técnica), pudiendo adjuntar posibles contratos y "calendarios de pagos estimados" supeditados a hitos del proyecto (entrega de la copia standard, recepción de la cinta, en el estreno)
- Gestión de medios (decorados, cámaras, platos, unidades móviles, enlaces satélites)
- Gestión en la contratación de recursos artísticos (actores, directores, guionistas, colaboradores). Casting, Experiencia, Contrato, Gestión de representantes.



- Sistema documental a fin de adjuntar cualquier tipo de documento ya sean documentos, vídeo, audio o fotos.
- Definición y seguimiento del presupuesto, tanto a nivel de costes e ingresos por centro de coste, partida presupuestaria y/o conceptos (guión, música, atrezzo, viajes, recursos artísticos, publicidad, taquilla, etc).
 - Permite generar presupuestos a futuro según previsión de amortización.
 - Gestión de taquilla (para productos cinematográficos), previsión y seguimiento del cobro de la distribuidora.
 - Gestión de la publicidad P&A: ingresos y gastos previstos.
 - Gestión de la venta de derechos.
- Registro del contrato de producción, gestión de versionado a fin de registrar las ampliaciones o variaciones del contrato inicial.
 - Control y avisos de cuándo se debe de proceder a su facturación en coproducciones en base al "Calendario de pagos definitivo".
 - Gestión de Coproducciones, teniendo en cuenta los porcentajes de participación en el proyecto.
 - Archivo documental a fin de asociar todo tipo de documentación técnica y contractual.
 - Gestión de Subvenciones públicas.
 - ◆ Auditoría externa de los costes reales imputados al proyecto.
- ◆ En caso de aceptación de la subvención, tramitación de la documentación oficial, fecha prevista del cobro de dicha subvención e imputación en el presupuesto.
- Amortización del producto a lo largo de su vida y control de *Write Down* y contabilización.

Distribución de productos audiovisuales

El sistema de gestión de la distribución de productos audiovisuales permite gestionar la venta de los derechos de comercialización de productos realizados por terceros o por la propia cadena / productora.

- Gestión del producto (película, serie, gala, informativo)
- Gestión del medio de explotación
 - Teatrical (en Cinemas)
 - Ancillary (en medios de transporte: autobuses, trenes, aviones)
 - PPV (pago por visión)
 - VOD (video bajo demanda)
 - Sequel (futuras partes del producto inicial)
 - Smartphone (visionado en dispositivos móviles)
- Registro del contrato de distribución, gestión de versionado a fin de registrar las ampliaciones o variaciones del contrato inicial
 - Permite gestionar uno o múltiples productos e



- un mismo contrato
- Gestión de las cláusulas contractuales
 - ◆ Condiciones de cobro según el medio de explotación, exclusividad por lengua y/o territorio en base a fechas de vigencia
 - ◆ Control de tarifas¹ (Honorarios y Comisiones) de la distribuidora
 - ◆ Control MG² con independencia de la venta
- Incorpora un archivo documental a fin de asociar todo tipo de documentación técnica y contractual.
- Gestión de la facturación.
 - Control y avisos de cuando se debe de proceder al cobro (en caso de ser una productora)
 - ◆ Emisión de órdenes de cobro hacia la distribuidora.
 - ◆ Notificación a tesorería de la previsión.
 - ◆ Proceso de autofacturación en base a las condiciones del contrato.
 - Facturación a la productora (en caso de ser una distribuidora).
 - ◆ Liquidación de las comisiones o del mínimo garantizado.

1. Fees

2. Mínimo garantizado

Gestión de medios

La gestión de medios permite solicitar, pedir o alquilar los medios necesarios para la realización de un producto (cámaras, decorados, servicios, unidades móviles, etc.).

Esta especialmente adaptado para dar soporte a la operativa para la producción de informativos en las cadenas de televisión, permitiendo una gestión rápida y ágil de los medios necesarios para la realización del mismo (fibra óptica, imágenes de otras cadenas, cámaras y personal para emisiones urgentes, etc.)

- Solicitud de material (cámaras, decorados, unidades móviles, etc.) por parte del responsable de producción.
 - Imputación contra un presupuesto de gasto.
 - Gestión del workflow de autorizaciones.
- Gestión de pedidos de alquiler o servicios a realizar por los proveedores, con solicitud previa o pedido directo.
- Gestión de albaranes a la entrega del material o prestación del servicio.
- Cuadre de facturas en base a los albaranes.
- Notificación a tesorería de cualquiera de estos procesos.



Gestión comercial

La gestión comercial permite registrar los acuerdos de venta del departamento comercial con terceros. Estos acuerdos nos reportarán ingresos, así como nos conllevarán gastos asociados a dicha venta (comisiones de intermediarios, pago de premios, etc.).

La integración de este módulo con el sistema de contabilidad permite provisionar dichos acuerdos para que sean considerados en la evaluación de presupuestos y cierres contables.

Registro, control y seguimiento de fichas de venta del área comercial (merchandising, episodios de una serie, SMS de sorteos, llamadas a teléfonos de tarifado especial, premios)

- Gestión de los contratos de venta con las operadoras y distribuidoras
- Gestión de comisiones a cobrar o a pagar al intermediario.
- Gestión de costes asociados a la venta (coste del premio, del merchandising),
- Generación de provisiones según ventas.
- Control y seguimiento del presupuesto de cobros / pagos.
- Facturación del contrato.
 - En base al calendario de cobros.
 - Liquidación de comisión en base al porcentaje

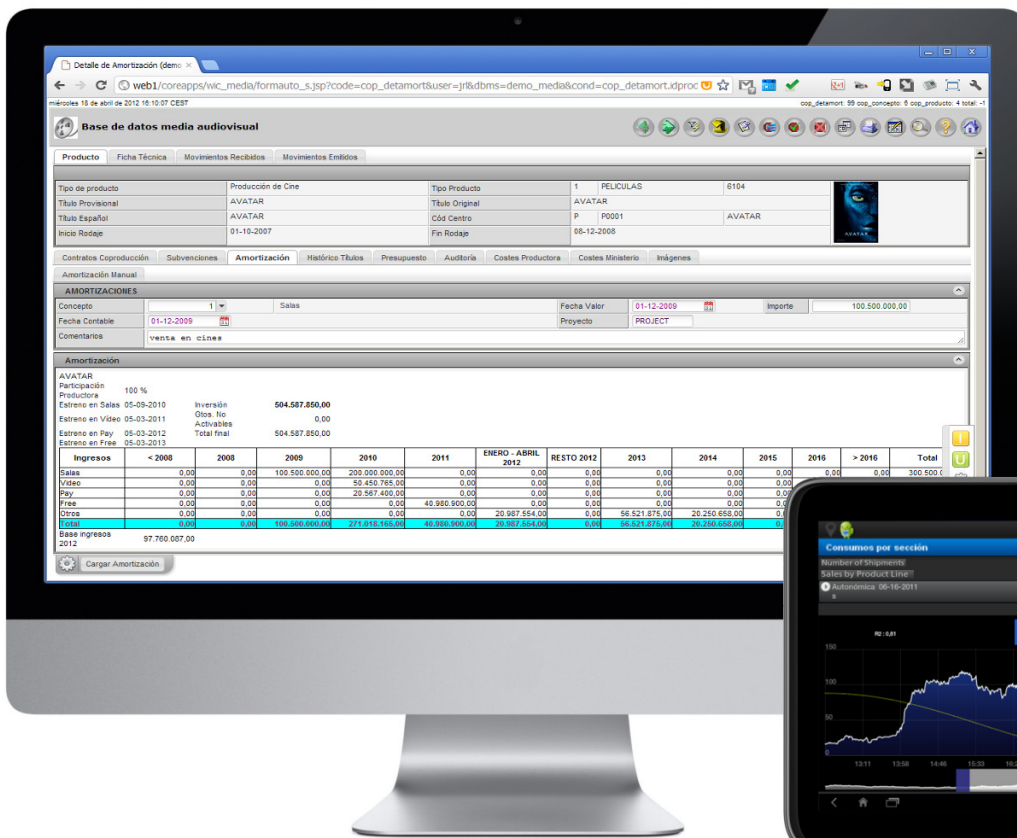
facturado o bien liquidación al final del contrato.

Gestión de emisiones

La gestión de emisiones permite saber, diariamente, cuál es la emisión de las distintas cadenas de televisión con el fin de controlar que se cumplen los acuerdos de venta (o compra).

El sistema permite generar una parrilla de emisión estimada (para las televisiones), con control de coste, y posteriormente comparar con la parrilla de emisiones reales.

- Control de las emisiones.
 - Emisiones propias (en el caso de televisiones), controlando que no se emite más de lo que se ha adquirido.
 - Emisiones ajenas (en el caso de las productoras), controlando que no se emite más de lo que se ha vendido.
- Parrilla de estimación de emisiones.
 - Se trata de escaletas de programación a N. meses vista indicando: canal, franja horaria y producto previsto.
 - Estimación del coste previsto de emisión en función de la franja horario y canal.



- El control de la parrilla se realiza en base a log de emisión que periódicamente las cadenas de televisión generan.
 - Se trata de cotejar dicho log con el contrato de distribución a fin de ver que no se superen los pases contratados.
 - Parrilla gráfica por canal de televisión de las emisiones realizadas.
 - Informes comparativos entre las emisiones previstas y las realizadas.
- Gestión de las audiencias.
 - Se realiza en base a un log de audiencia que periódicamente una entidad controladora gestiona.
 - Estadísticas y seguimiento de la audiencia por canales y franjas horarias.
- Gestión de artistas
 - Creación de las fichas que forman parte de un producto.
 - Gestión documental de toda información relacionada con el artista.
 - Permite adjuntar diversos videos del artista de casting o proyectos anteriores.
 - Registro y seguimiento de los castings
 - Control de la experiencia de cada artista.
 - Vinculación con Nómina / Facturación.
- Gestión de los representantes.
 - Datos de contacto.
 - Firmantes a los que representa.
 - Gestión y Liquidación periódica de las comisiones pactadas.
- Gestión de los contratos.
 - Gestión de Intervenciones.
 - ◆ **Fijas:** en donde se especifican las veces que deberá de participar un artista en un determinado programa y en que franjas horarias
 - ◆ **Variables:** en donde se especifica el importe a cobrar por el artista en base a la franja horaria y al programa en donde intervenga
- Estipulaciones y Condiciones, en donde se especifican las cláusulas contractuales del contrato a fin de generar el PDF del contrato que firmará el artista.
- Condiciones de Facturación y Pago.

Gestión de recursos artísticos

El sistema de gestión de recursos artísticos permite llevar el control y seguimiento de aquellos artistas que forman o formarán parte de las producciones, e incluso de aquellos que simplemente han pasado uno de los castings de la empresa para su posterior incorporación.

De esta manera, la empresa puede realizar un seguimiento y control del personal contratado para producción, de los agentes o representantes y sus comisiones, y de toda la experiencia artística de la persona.



- Gestión documental de toda información relacionada con el contrato.

Gestión publicitaria

Gestión de clientes

Control del riesgo de clientes, respecto al nivel de riesgo acumulado por los clientes con campañas publicitarias en curso o que se han demandado.

Publicidad convencional

- Tipos de publicidad convencional. Ejemplos:
 - Spot (20 segundos)
 - Euroclaquetas (10 segundos)
 - Avances patrocinados (10 segundos)
 - Top spots (30 segundos)
- Escaleta. Documento de ordenación de las diferentes secuencias de los anuncios.

El departamento de operaciones y servicios de venta es el encargado de dar de alta la escaleta o calendario de publicidad, donde solamente se gestiona la publicidad convencional, sin considerar iniciativas especiales, IIEE.

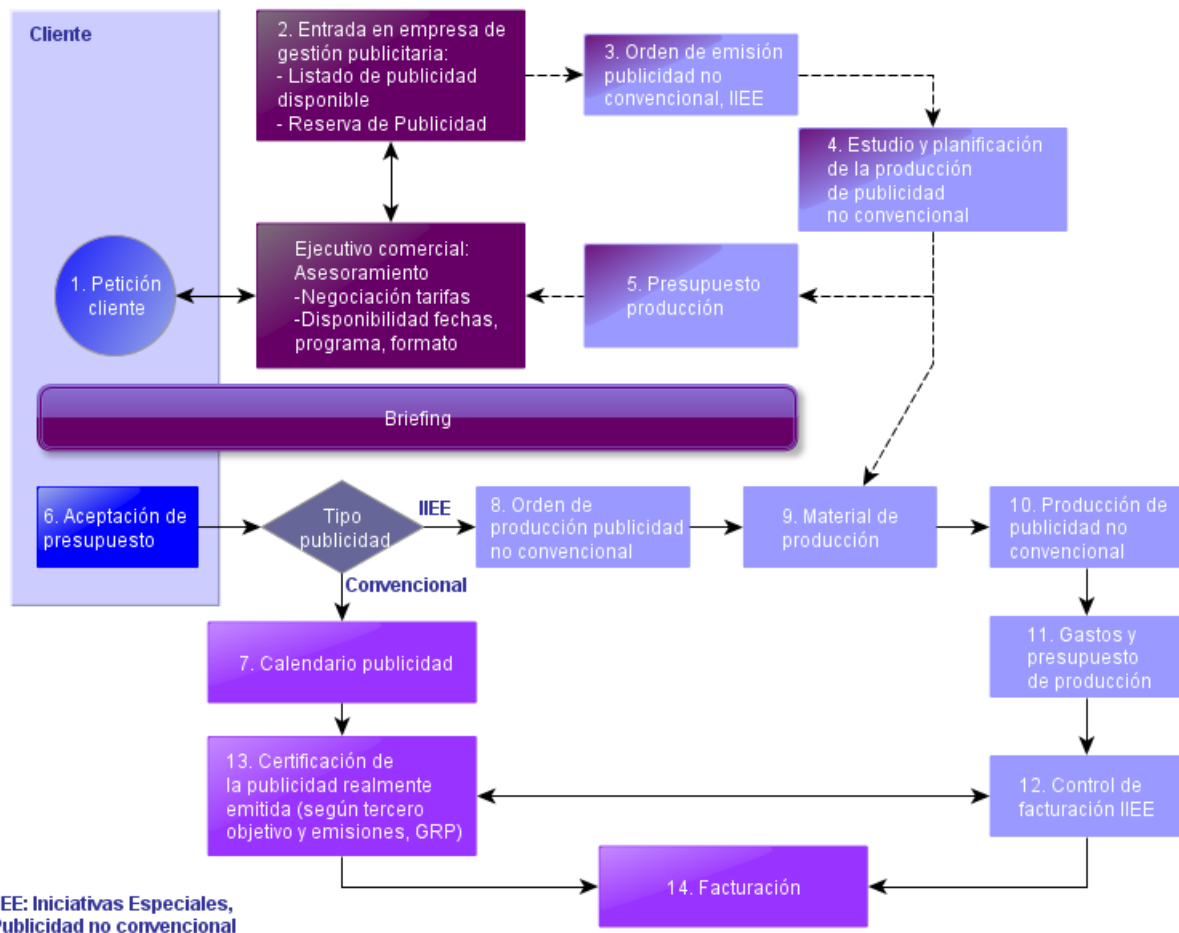
Axional ERP/MBMIS permite incorporar las fechas y horas de los anuncios, la duración, el ingreso estimado, y posteriormente, una vez emitido, el precio real en base a las tarifas reales.

Axional ERP/MBMIS controla la saturación publicitaria regida por la ley de la publicidad en la que, por ejemplo en el caso de España, en una hora de emisión la publicidad convencional no se puede superar el 12%, y para las IIEE el 20%. Ya que si se supera en un segundo puede recaer sobre la entidad una multa considerable, mientras que la reiteración conlleva la cancelación de la licencia de emisión.

Publicidad no convencional. Iniciativas Especiales, IIEE

IIEE, Iniciativas especiales, es un tipo de publicidad especial dentro de los programas que se cobra con tarifas especiales. Respecto al total de la publicidad emitida habitualmente supone un porcentaje inferior al que representa la publicidad convencional.

Axional ERP/MBMIS abarca el flujo de trabajo asociado a la producción, gestión de recursos, y facturación de las IIEE.



Tarifas

Axional ERP/MBMIS mide las tarifas en GRP "Gross Rating Points", los cuales miden el impacto de una campaña publicitaria a nivel de audiencia, más concretamente es la unidad de medida utilizada para contabilizar el número de impactos de una pauta publicitaria - en cualquier soporte- por cada 100 personas de la población considerada target o público objetivo.

Briefing

El briefing es la parte estratégica de la preparación de una acción publicitaria. Es la elección ordenada, estratégica y creativa de los datos que permiten definir los objetivos publicitarios. Incluye la evaluación del impacto que puede tener la campaña y su ROI (Retorno de la Inversión).

Axional ERP/MBMIS contempla el briefing como un presupuesto con diferentes versiones, al que se aplican reglas de negocio específicas, en base por ejemplo, a los objetivos esperados de ROI de una campaña.

De cara al análisis y evaluación, facilita información respecto a campañas similares, audiencias por franjas horarias sobre impactos por programa, etc.

Audiencias

Axional ERP/MBMIS permite incorporar diariamente en el panel de audiencia de televisión los datos recibidos por parte de la empresa de medición de audiencias.

Esta información se procesa de cara a saber cuáles son los importes finales a facturar por un anuncio o spot publicitario, puesto que existe una tarifa estimada y una tarifa real una vez realizada la emisión y medido su impacto.

Asimismo, a partir del análisis del registro de audiencias es posible optimizar la programación y planificar eficazmente.

Flujo de trabajo

El flujo de trabajo habitual que se realiza en Publicidad, convencional o no convencional (IIEE), es el siguiente:

1. Un Cliente se pone en contacto con un Ejecutivo Comercial.
2. El Ejecutivo Comercial asesora al cliente sobre su petición, negocia los descuentos sobre el precio del producto y comprueba la disponibilidad de publicidad para las fechas, programa y formato elegido.
3. En el caso de Iniciativas especiales, IIEE, el Ejecutivo emite una Orden de emisión publicitaria para OSV,



con copias para el Producer del Programa elegido, el Cliente, a Control de Facturación de IIEE.

4. El Producer, realiza una estimación de costes, de tiempos y de recursos, y envía un Presupuesto al Ejecutivo Comercial.
5. El Ejecutivo Comercial transmite el presupuesto al Cliente, quien deberá aceptarlo, antes de comenzar su producción.
6. El Cliente acepta el presupuesto de publicidad.
7. En publicidad convencional, alta la franja contratada en el Calendario / Escaleta de publicidad.
8. Para la publicidad no convencional, IIEE, se crea una Orden de producción gestionada por el Producer.
9. Producción del material publicitario no convencional, el cual puede encargarse a productoras externas o realizarse en la propia empresa.
10. Cuando el producto de IIEE está acabado, el Producer envía una copia al Cliente para su aprobación, si éste la aprueba, almacena una copia para control interno, y envía otra a emisiones.
11. El Producer envía una nota de gastos de producción y el presupuesto a Control de Facturación de IIEE.
12. Control de Facturación de IIEE lo introduce en el sistema económico-financiero correspondiente y lo envía al área de Contabilidad.

13. Una empresa independiente es el tercero objetivo que certifica la publicidad realmente emitida, en base a los GRP (impactos) por minuto.

14. En base a la publicidad certificada se emiten las facturas con los ingresos reales.

Herramientas de análisis

Optimizar y conseguir el mayor retorno de la inversión en comunicación por parte de los directivos de comunicación y de marketing de las empresas y sus agencias exige un gran esfuerzo, pero también claridad de visión acerca de las oportunidades de comunicación.

Axional ERP/MBMIS dispone de herramientas de análisis, en base a datos de franjas horarias, target por edades e histórico de audiencias por programa, que permiten a empresas y agencias comprender el efecto y a valorar el desempeño de la comunicación y obtener el máximo retorno.

El Análisis de la Comunicación permite identificar y clasificar los resultados de su comunicación en función de las diferentes acciones que se desee monitorizar, a fin de cuantificar de forma precisa el retorno económico de todos los recursos aplicados en comunicación.



Declaración a la Sociedad General de Autores y Editores

Cuando la ley de la propiedad intelectual de un país lo indica hay que declarar el uso de cualquier obra audiovisual o no audiovisual que tenga derechos de autor.

El módulo de gestión de autores permite gestionar las obras que son usadas en productos o emisiones con el fin de cumplir la declaración acorde a la legislación vigente.

- Registro de Autores y Editores y sus contratos.
- Recepción de ficheros de la Sociedad General de Autores y Editores para cargas de tarifas (expresadas en diversas magnitudes: segundos, por pases, etc) y obras.
- Gestión de Obras Audiovisuales y no audiovisuales
 - En donde se registra en que programa se utilizo una determinada obra y su duración, a fin de tenerlo en cuenta en la liquidación.
- Generación del fichero para la Sociedad General de Autores y Editores, por obra y autor.
- Liquidación periódica con Sociedad General de Autores y Editores.

Control de Telefonía Móvil y Fija

El sistema ofrece herramientas para ser alimentado con datos de las distintas compañías telefónicas con que se opera, permitiendo llevar el seguimiento y control del gasto telefónico por persona o departamento.

- Definición del presupuesto de gasto en concepto de telefonía (por cada número de teléfono IMEI) pudiéndolo vincular a programas o no.
 - Aviso al responsable en caso de sobrepasar el importe mensual o el importe global asignado
- Asignación de dispositivos y líneas a personas y/o grupos.
- Integración con centralitas telefónicas a fin de controlar el gasto por extensiones.
- Integración con aplicaciones externas de las distintas compañías telefónicas para la carga de consumo de telefonía móvil, fija o IP.
- Seguimiento de gasto de teléfonos móviles y/o fijos del equipo que forma parte del producto o de la empresa.
- Avisos a responsables según tramos de consumo.



Gestión de Sastrerías

La gestión de sastrerías permitiéndonos realizar de forma intuitiva y ágil los movimientos que la ropa, atrezzo u otros elementos de los artistas tengan por los distintos platos, estudios o salas que conforman las instalaciones de la empresa.

Facilita la tarea de realizar inventario rápidamente de todo el material de sastrería que se encuentra disponible.

- Generación de etiquetas en impresoras especiales para ropa o calzado, en la compra o préstamo.
- Generación automática del activo fijo, en caso de compra.
- Seguimiento individualizado de cada prenda, sabiendo en todo momento en que plató o programa se encuentra.
- Reclamación al plató o programa en caso de no ser devuelto.
- Entrada de material en sastrerías o platos.
- Movimientos entre sastrerías, platos, camerinos, etc; generando un ticket justificativo de la expedición.
- Realización de inventario con un solo clic.
- Bajas de material por deterioro, regalo, obsolescencia, etc.

Gestión de premios

Este módulo está enfocado para su uso en las televisiones, cadenas de radio, permitiendo cargar y explotar información de las distintas campañas que se hagan durante la emisión (concursos o comentarios vía SMS, teléfonos de tarificación especial, etc.).

- Definición de múltiples campañas (para un evento, un concurso, un programa en directo, etc.).
- Carga de ficheros (proporcionado por el intermediario) de números de teléfono participantes por campaña, detallando si se trata de un SMS o de una llamada a un teléfono de tarificación especial
- Seguimientos estadísticos que permiten premiar a los números de teléfono que repiten en distintas campañas o aquellos que más SMS o llamadas realizan en X tiempo.
- Enlace con el módulo de gestión comercial con el fin de determinar el beneficio obtenido en cada campaña.
- Cumplimiento con la Ley Oficial de Protección de Datos.

