



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL
Facultad de Ingeniería en Electricidad y Computación



Tema:

Plan de Negocios para la venta virtual de servicios de promoción y publicidad de talentos en el medio artístico y de espectáculos en el Ecuador a través de Internet

Integrantes:

Ángel Arcentales Macas¹

Ronald Pino Cañarte²

María del Carmen Vallejo Samaniego³

Lcdo. Jorge Olaya⁴

¹Licenciado en Sistemas de información 2003.

²Licenciado en Sistemas de información 2003.

³Licenciado en Sistemas de información 2003.

⁴Director de Tópico, Títulos de Postgrado: Licenciado en Sistemas de Información, ESPOL, Enero 1990, Master en Administración de Empresas, ESPOL, Enero 2001. Profesor de la ESPOL desde 1996.

1. RESUMEN

De acuerdo a su misión, WEBSER S.A. responde a la necesidad de apoyar lo nuestro, fomentando y haciendo conocer la capacidad y el talento artístico nacional y proyectándolo más allá de las fronteras patrias.

El grupo objetivo global serán aquellas personas o entidades relacionadas principalmente con el entorno artístico y de espectáculos en el Ecuador, 5000 artistas a nivel nacional según la FENARPE, 3408 artistas afiliados a nivel nacional de los cuales aproximadamente 1342 artistas pertenecen al Guayas, Pichincha y Azuay, 793 compositores y autores a nivel nacional asociados a la SAYCE de los cuales 558 están distribuidos entre Guayaquil, Quito y Cuenca, aproximadamente 71 agencias de modelaje de Guayaquil, Quito y Cuenca.

Básicamente los servicios sobre los cuales se basa este Plan de Negocios denominado **Agencia de Talentos**, es una solución basada en la tecnología que consiste en vender el talento a nivel nacional e internacional, es decir que los artistas y modelos tengan una presencia sólida en el inmenso espacio virtual que es la web consiguiendo contratos de trabajo y a la vez promocionándose y haciéndose conocer.

2. INTRODUCCION

Frente a los avances tecnológicos como es el “Internet”, se ve la oportunidad de cubrir la necesidad de los artistas y otras formas de talento, de promocionarse y darse a conocer a nivel nacional e internacional, con el propósito de desarrollarse y posicionarse como profesionales en un mercado tan competitivo y dinámico como es el de la moda, la publicidad y el espectáculo. Por lo cual presentamos nuestro trabajo que fue desarrollado con la finalidad de suplir las necesidades y expectativas actuales de este sector de la sociedad.

Por lo tanto, hemos podido desarrollar el siguiente tema, presentando y exponiendo las diferentes necesidades de cada una de nuestras fuentes de información (Asociaciones de Artistas Profesionales, Sociedades de Autores y Compositores, Agencias y Academias de Modelaje, artistas) y buscando las soluciones más idóneas, efectivas y convenientes a tales inquietudes y deseos.

A continuación se expondrá un extracto de los diferentes análisis que componen el plan de negocios denominado Agencia de Talentos, en el contexto de lo técnico, administrativo, legal, laboral, tributario, económico - financiero y de mercado. El citado plan tiene como objetivo general la venta virtual de servicios de promoción y publicidad de talentos en el medio artístico y de espectáculos en el Ecuador a través de Internet, lo cual es la esencia del negocio.

3. ANÁLISIS DE MERCADO

3.1. El cliente

Nuestros clientes serán aquellas personas o entidades relacionadas principalmente con el entorno artístico y de espectáculos en el Ecuador, es decir; nos contactaremos y arreglaremos contratos con los representantes de actores, artistas, cantantes, modelos, etc. y con asociaciones que estén abiertos mentalmente y que deseen impulsar y promocionar todo tipo de talento a través del Internet.

Las Agencias de modelos, modelos y cantantes representan un mercado potencial e inicial haciendo que la gestión de sus negocios se promueva integralmente a través de Internet. Un mercado dinámico como el de la moda, la publicidad y el espectáculo requiere de una rápida y sólida promoción y difusión.

Mercado Potencial		
Target	Cantidad	Observación
<ul style="list-style-type: none">• Agencias de Modelaje	36 - según registro de patentes en Municipio 71 a nivel nacional (activas)	7 aparecen con estado Inactivo, 29 están en el negocio en Guayaquil
<ul style="list-style-type: none">• Sociedades de compositores	11	A nivel nacional
<ul style="list-style-type: none">• Asociaciones de artistas y cantantes	11	A nivel nacional

Cuadro I: Los datos del cuadro anterior estuvieron vigentes hasta Marzo del 2003.

3.2. La competencia

3.2.1. Competidores directos

Las empresas que tienen para su comercialización servicios similares son:

- Contacto.
- MaQuinet.

Empresas orientadas principalmente al desarrollo y publicación de sitios web para instituciones relacionadas con los siguientes sectores: organismos de gobierno, telecomunicaciones, bancos y financieras, estudios jurídicos, exportadores, floricultoras, constructoras, agencias de viajes, hoteles, cantantes, etc.

Decimos que son competidores directos porque están orientados a la construcción y publicación de sitios web para cualquier tipo de clientes y por lo tanto tendríamos una

competencia, ya que nosotros no solo vamos a tener un sitio web para promocionar talentos sino que también nos dedicaremos a crear y publicar sitios web pero con la diferencia de que solo estamos orientados al mundo artístico.

3.2.2. Competidores indirectos

Son empresas publicitarias y de promoción o diseñadores gráficos independientes que están orientándose a la creación de estos tipos de servicios.

4. ANÁLISIS TECNICO

4.1. Análisis del producto

Especificaciones del Producto

El criterio de diseño que se ha tomado para confeccionar nuestro sitio y los sitios Web de nuestros clientes está basado en sus necesidades actuales y futuristas y principalmente en la difusión y promoción de su carrera.

Los estándares para nuestro sitio están definidos de la siguiente manera:

- **Color:** los colores utilizados en el diseño de las páginas serán escogidos por el grupo de diseño, utilizando colores no muy fuertes y que sean adecuados al negocio que estamos proponiendo.
- **Texto:** en esta parte se debe elegir un tipo y tamaño de letra estándar, para la página principal y las secundarias, así como en sus opciones principales y secundarias.
- **Gráficos:** Los tipos de gráficos que son utilizados en la construcción de las páginas son de tipo GIF, JPG, JPEG; ya que son los formatos livianos para el Browser.
- **Multimedia:** Los objetos multimedia a utilizarse deben cumplir con un estándar de tamaño y tipo específico y de fácil uso y acceso en la Web.

Proceso tecnológico

El proceso esta basado en las características del servicio que desea el cliente, pero principalmente cumple tres fases muy importantes que son:

1. Diseño
2. Desarrollo
3. Implementación

4.2. Equipos y Máquinas

Los servidores IBM xSeries proporcionan el rendimiento y la escalabilidad para correr aplicaciones de negocios pequeñas y medianas, estas características dan la garantía necesaria para empezar las operaciones inicialmente al momento de constituir el negocio. Sobre este servidor se instalará Red Hat Linux 7.3 con el cual se pretende configurar e implementar los servicios de Web, correo, ftp, ficheros e impresión, presenta una gran ventaja ya que no es necesaria ningún tipo de licencia adicional de software o precio adicional para poder desarrollar una solución completa.

La herramienta de configuración Apache que nos va a permitir la creación y gestión sencilla de múltiples host virtuales, la herramienta de configuración Bind que nos va a permitir configurar el envío y resolución de nombres y las búsquedas DNS, en fin; es un sistema operativo muy completo para nuestros objetivos y planes administrativos y del negocio. La operación de este equipo estará a cargo de uno de los socios, en este caso el Gerente Técnico-Operativo debido a los conocimientos sobre administración de servidores y base de datos.

El personal necesario consistirá de un Web Master, programadores, diseñadores gráficos y multimedia, gerente técnico como administrador de base de datos (DBA).

5. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO

5.1. Grupo empresarial

WEBSER S. A. es una sociedad anónima, compuesta por sus 3 inversionistas principales, los 3 inversionistas formarán el directorio en el cual se elegirá un Presidente, los mismos inversionistas estarán a cargo de la administración de la organización, ocupando los puestos administrativos representados en el organigrama.

Directorio. Encargados de supervisar las gestiones administrativas de las gerencias, de tal manera que se pueda tener un mejor control de la empresa y se desarrolle sobre un ambiente favorable y confiable.

5.2. Organización

5.2.1. Estructura organizacional

Inicialmente la empresa trabajará únicamente con cuatro personas debido a las limitantes que impone su presupuesto de gastos personales: un administrador general, dos programadores-diseñadores y un conserje. A medida que se incremente el ritmo de trabajo, capturemos clientes y una vez concretada la inversión, este personal será insuficiente, por lo que se realizará una propuesta a futuro para un nuevo organigrama. A un mediano plazo WEBSER S.A. se constituirá con una gerencia, un departamento Administrativo y un departamento Técnico / operativo:

5.2.2. Gerencias

Gerencia General. Que coordinará con la asistencia general todos los asuntos relacionados con los mecanismos y recomendaciones publicitarias sobre el diseño de las páginas que se van a hospedar en nuestros dominios, asimismo definirá cuales contratos serán aprobados y quienes estarán involucrados en el desarrollo de los mismos.

Gerencia Administrativa - Financiero. Que coordinará con el auxiliar contable las decisiones en cuanto a disponibilidad de dinero sobre las posibilidades de arriesgarse o no sobre un posible contrato, además evaluará a los empleados en cada uno de sus puestos y recomendará ascensos o promociones si existieran vacantes. También se debe de encarga de elaborar las nóminas y las formas en que se le pagará al personal.

Gerencia de Técnica - Operativa. Que coordinará con el personal técnico sobre los lineamientos que definen los planes para el diseño y desarrollo de las páginas Web.

5.2.3. Comités

Sobre los comités que se van a formar básicamente serán dos:

Comité Ejecutivo. Conformado por personal solo de Gerencia, se encargará de tomar la decisión más certera y positiva que ayude al negocio a salir adelante.

Comité Técnico. Conformado como su nombre los indica por personal especializado, que decidirá si técnicamente el proyecto es viable. Además se definirán en términos de tiempo y recursos los proyectos que se emprenderán. Se evaluará el costo, el diseño y las herramientas que se usarán para el desarrollo.

5.2.4. Empleados

Gerencia. Este personal es el que percibirá los sueldos más altos. El promedio salarial para este cargo deberá sobrepasar el límite de los \$1.000.

Personal Técnico. Los empleados que pertenezcan a este grupo, deberán percibir su sueldo dependiendo de la capacidad y las responsabilidades que se le asignen.

Publicidad y Ventas. Este otro grupo deberá tener toda la capacidad para emprender proyectos de promociones, decidir sobre la imagen que deberá proyectar la empresa y opinar sobre el diseño que se realizarán sobre los diferentes proyectos. Su promedio de salario deberá estar en el rango de los \$350 y los \$400.

Asistencia y Contabilidad. La recepción y la contabilidad estará integrada por imagen y capacidad, en el mercado este grupo percibe sueldos más bajos con respecto a las otras categorías anteriormente mencionadas. Su sueldo estará en el rango de los \$200 y \$300.

6. ANÁLISIS LEGAL

WEBSER adoptará los niveles de seguridad de protección de los datos de carácter personal legalmente requeridos, e instalará todos los medios y medidas técnicas y administrativas a su alcance para evitar la pérdida, mal uso, alteración, acceso no autorizado, filtrado y robo de los mismos ya sea desde dentro de la organización o desde el entorno externo. No obstante cabe reconocer que las medidas de seguridad en cuanto a Internet se refiere no son inexpugnables.

7. ANÁLISIS LABORAL

Los cargos serán multi-funcionales para optimizar el uso del recurso humano y minimizar su cantidad y así poder cumplir con la totalidad o gran parte de los costos laborales vigentes.

8. ANÁLISIS ECONOMICO Y FINANCIERO

Los resultados financieros calculados nos permiten pronosticar una tasa de retorno del 19% y un valor actual neto de \$5.462,22 calculado a una tasa de descuento o mínima de rendimiento del 8% en tres años sobre la inversión inicial en Activos Fijos de unos \$5.667,00 y Capital de Trabajo inicial de \$14.694,79. Además la evaluación de las razones de rentabilidad y rendimiento sobre la inversión y el capital por los socios inversionistas como consecuencia de un presupuesto de ingresos, costos y gastos proyectados es buena y alentadora, pues tiene una tendencia al crecimiento.

9. CONCLUSIONES

9.1. Riesgos externos

La incertidumbre que se originó a raíz de la eventual guerra entre Estados Unidos e Irak puede afectarnos económicamente como país, ya que las expectativas sobre el crecimiento económico de Estados Unidos están a la baja, esta situación no favorece en nada a Ecuador, dada la dependencia del mercado estadounidense.

9.2. Riesgos internos

El crédito bancario está ligado a factores internos como la estabilidad macroeconómica que ofrezca el Gobierno, las reformas y la puesta en marcha de la Ley de Seguridad Social, que asegure la capacitación de recursos de largo plazo. Las autoridades económicas del País deben formular políticas claras que apoyen el crecimiento económico, el libre comercio y los negocios en el Ecuador.

9.4. Riesgos económicos

Un incremento del costo fijo o variable (CF o CV) aumenta el punto de equilibrio operativo (Q), es decir que tenemos que producir más para vender más si es que mantenemos invariable el precio de venta unitario promedio (P). Si el caso que se presentara, fuera el crecimiento en el valor de los equipos, es obvio que nuestros costos fijos aumentarán (CF), por tanto nuestro margen de utilidad decrecerá (UAI), ya que las unidades que tengamos que vender para mantener un punto de equilibrio serán mayores.

9.5. Riesgos financieros

Los socios como parte esencial en el negocio, no deberán atrasarse en sus aportes sobre todo en el primer semestre que es el más crítico, si esto sucediera nos llevaría a una crisis interna que incluso puede desencadenar en una falta de dinero líquido necesario para devengar los sueldos y salarios a los empleados.

Referencias

a) Libro

1. Oscar Rodrigo González López, Grupo ANAYA S.A., Comercio Electrónico, pp. 150-152, 169-226
2. Jeffrey Zeldman, Grupo ANAYA S.A., Principios del diseño web, pp. 171-196
3. Lawrence J. Gitman, Editorial Prentice Hall, Principios de Administración Financiera, Octava Edición, pp. 119-136, 176-178, 309-321, 391-416
4. C.P.A. Jorge R. Ayala Molina M.B.A., Edición 2002, Temas de Finanzas, pp. 49-77, 127-139

b) Documentación sobre negocios a través de Internet y Comercio Electrónico

1. <http://revista.ecua.net.ec/junio2002/bites.html>
2. <http://revista.ecua.net.ec/marzo2002/bites.html>
3. <http://www.marklaw.com.ec/boletin.htm>
4. <http://www.channelplanet.com/noticia2.asp?idNoticia=2552>
5. <http://www.vistazo.com/impresia/830/html/dinero.htm>
6. <http://www.blackboxecuador.com>

c) Documentación sobre administración y creación de empresas

1. <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/rrhh/analisisempresaeitorial.htm>
2. <http://www.empesajoven.com/semanal/casopractico.htm>
3. <http://www.empesajoven.com/semanal/Comocrearempresa.htm>
4. <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/rrhh/codetiade.htm>
5. <http://www.masterdisseny.com/master-net/articulos/art0001.php3>

Lcdo. Jorge E. Olaya T., M.B.A.

Director de Tesis