



PROPUESTA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA AGENCIA DE TALENTOS QUE  
TRABAJARA A PARTIR DE LAS REDES SOCIALES ENFOCADA EN PROBLEMAS  
SOCIOECONÓMICOS DE NUESTRO PAÍS COLOMBIA.

Asignatura: Semillero de investigación OIKOS

Profesor: Wilson Andres Paz Ortega

Estudiantes:

Johan Felipe Acosta  
Alisson Daniela Rodriguez Suarez

2023

# **PROPUESTA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA AGENCIA DE TALENTOS QUE TRABAJARA A PARTIR DE LAS REDES SOCIALES ENFOCADA EN PROBLEMAS SOCIOECONÓMICOS DE NUESTRO PAÍS COLOMBIA.**

## **Justificación:**

Nosotros somos Daniela Rodríguez y Felipe Acosta, actualmente estudiamos administración de empresas en la universidad Santo Tomás y estamos cursando séptimo semestre, tuvimos la oportunidad de conocernos en esta institución y desde los primeros semestres nos hemos vuelto muy amigos.

Como pareja de trabajo pudimos notar que cada uno de nosotros tiene diferentes hobbies, Felipe con 24 años es un apasionado por los carros y las motos así como también ama los deportes, ver películas y series, en cuanto a Daniela con sus 22 años, es fanática de la moda y el maquillaje por ende le gusta ir de shopping, por otro lado, le encantan los animales también es una apasionada por las artes ya que le gusta actuar y cantar. Y aunque tenemos hobbies diferentes también compartimos algunos, como por ejemplo a los dos nos encanta pasar tiempo en familia, viajar y escuchar música.

Sin embargo, nos hemos puesto en la tarea de entender en qué invertimos más nuestro tiempo y nos dimos cuenta que actualmente pasamos entre 6 a 7 horas en redes sociales, observando diferente contenido o realizando distintas actividades.

Por consiguiente, durante la creación de diversas ideas para implementar una idea de negocio a Daniela se le ocurrió la idea de implementar una agencia de talentos que trabajar a partir de las redes sociales, de esta manera Felipe pudo entender esta idea y quisimos trabajar en ella como un equipo de trabajo, ya que Felipe es un apasionado por las redes sociales y su mayor tiempo lo usa observando diferente tipo de contenidos brindados por estas plataformas.

En primera instancia con la evolución del internet hemos encontrado distintas plataformas, estas presentan una gran variedad de contenido brindado por diferentes influencers, estos son aquellos que tienen dicha credibilidad sobre un tema concreto o una industria y cuyo potencial permite tener la capacidad de llegar a grandes audiencias de manera creativa, ya que tienen un gran poder de persuasión gracias a su autenticidad y alcance, tanto así que estos influencers se han convertido en tendencia global y les ha permitido ser parte del marketing digital.

Actualmente evidenciamos que varios influencers han tenido la posibilidad de ganar mucho dinero a través de su posicionamiento frente a las redes sociales, esto gracias a la influencia que tienen con sus audiencias, y es que les ha permitido realizar distintos tipos de convenios con diferentes marcas, así como también ganan por vistas, seguidores, Likes en varias plataformas digitales.

Hoy en día las redes sociales tienen un gran impacto en la sociedad y más en los jóvenes de la generación centennials, que hacemos parte de una evolución tecnológica y nuevos hábitos de comunicación. Las redes sociales son sitios y aplicaciones que operan de diferentes maneras, ya sea como profesional o personal a través de un intercambio de información.

Es importante tener en cuenta que a raíz de varias investigaciones se ha podido notar que no necesitas de millones y millones de seguidores para obtener una rentabilidad económica, si no necesitas llegar al público de manera exacta para que de esta manera puedas obtener convenios millonarios más grandes, es allí donde encontramos los micro influencers, que son creadores de contenido que generalmente tienen audiencia mucho más reducida que el resto y suelen trabajar con comunidades entre los 10,000 a 100,000 seguidores, sin embargo en muchas ocasiones su tasa de conversión es más alta que las de la celebridades.

Para un ejemplo encontramos a la influenciadora Paula Galindo mejor conocida como “pautips” actualmente crea diverso tipo de contenido, sin embargo su contenido específico lo abarca el maquillaje, que es por lo que hoy en día muchas personas la reconocen, como todos Paula inicio desde cero y poco a poco aumentando su nivel de seguidores, no obstante cabe aclarar que en sus inicios con menos de 20 mil seguidores en todas su redes sociales, marcas muy reconocidas empezaron a creer en ella y en su talento para llegar al público de manera creativa a partir de lo que le apasionaba que es el maquillaje, por ende tuvo la oportunidad de crear convenios millonarios con varias marcas. Y es que aparte de lo que ganaba con la monetización de sus redes sociales y las vista del contenido brindado, su primer sueldo multimillonario fue hace más de 8 años, ya que tuvo la oportunidad de ir a un evento de una marca de cosméticos a grabar a Miami, allí le dieron seis mil dólares que en su momento se convertirían en veintiún millones de pesos colombianos, con esto pudo entender que realmente su futuro se encontraba trabajando a través de las redes sociales mostrando su talento al mundo y llegando a una audiencia específica, poco a poco su contenido ha pasado por varios cambios pero aún así le sigue gustando a miles de personas y ella sigue ganando miles de millones de pesos.

Existen varios tipos de influencers dependiendo del número de suscriptores, se caracterizan de la siguiente manera: nano influencers (hasta 10 mil seguidores), micro influencers (de 10 a 100 mil seguidores), influencers de medio porte (de 100 a 500 mil seguidores), macro influencers (500 mil a 1 millón de seguidores) y mega influencers que son (más de 1 millón de seguidores) (branch, 2020).

Los influencers ganan de una forma directa o indirecta. Existe un método llamado los Posts patrocinados que consiste en donde una empresa paga un valor determinado y el influencer

recomienda un servicio o un producto, en el cual se muestre un video en donde recomiende el producto o servicio y que sea de una forma muy natural y genuina. También está en la participación de eventos en donde la presencia del influencer será considerado como VIP y cobrar más por esto, si el influencer se destaca en un nicho específico hacer eventos, crear conexiones y buenos negocios.

En seguida se explicará como las principales redes se monetizan. YouTube es una de las redes sociales con más flujo de visitas, aquí los influencers a través de Google AdSense aparecen en anuncios recomendando un servicio o un producto, dependiendo del influencer puede cobrar de 200 dólares a 20 mil dólares.

En Instagram el influencer gana publicando en sus historias, post o reels, divulgando algún producto en el cual pueden ganar de 100 dólares a 10 mil dólares, pero también depende del influencer porque existe un caso en donde la actriz Beyonce cobró un millón de dólares por una imagen.

En Facebook se gana recomendando un producto o servicio a través de un live o una publicación en su fanpage, ellos pueden cobrar de 250 dólares a 25 mil dólares. En Twitter pareciera que no, pero por la publicación de un tweet patrocinado se puede cobrar de 200 dólares a 20 mil dólares.

Por último, en Tik Tok una de las redes más recientes, pero con un absoluto éxito, la red social pide algunos requisitos de un mínimo de 10 mil suscriptores y vistas al mes, las ganancias dependen del número de reproducciones el cual oscila entre 100 mil a 750 mil dólares.

Los influencers más cotizados hoy en día son: número uno, Luisito Comunica el cual es un joven viajero que muestra sus experiencias de cada lugar, país, incluso sitios peligrosos, el

mexicano ha generado hasta 12 mil dólares mensuales. En el segundo lugar está Kimberly Loaiza una mexicana más conocida como la reina del Tik Tok y instagramer el cual genera alrededor de unos 11 mil dólares mensuales. y en el tercer puesto está el colombiano Ami Rodríguez es un youtuber creador de videos con retos graciosos incluso historias de su vida cotidiana, el genera alrededor de mil dólares mensuales.

El desarrollo de un talento cambió la forma de pensar de los empresarios ya que no se centra en los resultados ni en la persona, solo se desarrolla el talento de una forma activa dando beneficios personales y un grado de satisfacción al hacer lo que el individuo le gusta. Para ayudar a que la persona sea competitiva con su talento hay que darle pilares fundamentales como la relación con su público, capacidad de innovar y velocidad en cómo se desarrolla con su talento

Para ser un influencer este individuo debe crear habilidades desde su niñez, los niños practican sin dudar lo que aman hacer, ya sea en los deportes, arte, educación o en un mejor caso las habilidades de la comunicación. Hoy en día es muy difícil pronosticar si será un artista o una persona famosa.

Ahora bien badabum es una productora audiovisual mexicana que publica contenido viral a partir de diferente personas o talentos, convirtiéndolos en nuestros mayores competidores, sus inicios empiezan en el 2014 al iniciar con su canal de YouTube dónde brindaban contenidos humorísticos, con el tiempo obtuvo un rápido ascenso a raíz de qué influencers reconocidos comentaban y compartían todo su contenido, entre sus producciones se encuentran: atrapando infieles, mansión del influencer y exponiendo infieles que han sido una de sus producciones más exitosas convirtiendo a badabun en el canal español más popular. Actualmente esta organización cuenta con más de 43 millones de suscriptores y un aproximado de 13 mil millones de vistas, esta compañía llegó a ganar aproximadamente 38 mil dólares mensuales, a

lo cual cada uno de sus talentos obtenía 498 dólares por sueldo mensualmente, sin embargo esta empresa actualmente se ha visto rodeada de críticas y controversias, ya que se ha posicionado en el mercado como una empresa explotadora, a partir de que varios de sus talentos salieron a contar en redes sociales todo lo que esta empresa les hacía hacer (maltrato físico y psicológico) para poder obtener la rentabilidad que ellos querían, sin pensar en los problemas que ocasionaron en la Salud Mental y física de cada uno de sus talentos. Estos inconvenientes provocaron una reducción en los seguidores de esta compañía logrando así la baja audiencia y disminuyendo sus ingresos económicos.

### **Problemática:**

Es importante tener en cuenta que una de nuestras mayores problemáticas es el posicionamiento que queremos obtener, ya que hoy en día se visualiza demasiado contenido en redes sociales lo que dificulta que nuestra organización sea reconocida a nivel mundial y llegué a tener la rentabilidad deseada.

Por otro lado, mucho contenido brindado en diversas plataformas no es admitido en diferentes países, ya que puede estar afectando políticas, normas y culturas, lo que haría que esta organización sea más estratégica para llegar a ese tipo de lugares sin perder esa audiencia.

Así como también podemos evidenciar que Colombia cuenta con la falta de oportunidades, demostrando que la única manera de sobresalir es a través de la rosca o realizando cosas poco éticas, por ende muchas personas optan por abandonar el país en búsqueda de diversas opciones, sin embargo Colombia es un país que está lleno de talento, talento que no se ha sabido aprovechar ni se ha dado a conocer, por ejemplo hoy en día encontramos artistas

reconocidos mundialmente que demuestran y dejan en alto el talento Colombiano, entre ellos está ,Karol G, Sofia Vergara, Miguel Varoni, Carmen Villalobos, Gabriel García Márquez, Rafael Pombo, Jorge Isaacs entre otros, a pesar de ello las calles colombianas están llenas de personas que están dispuestas a darse a conocer ,pero que lastimosamente no se les ha podido brindar esa oportunidad desperdiciando de esta manera talento y dinero, para un claro ejemplo se puede mostrar cómo cada vez que algún show de talentos está buscando personas se hacen filas por ciudad de más de 10,000 20,000 personas esperando un cupo en ese show de talentos como un factor x, La Voz, la voz kids, Yo me llamo etcétera.

Por último, teniendo en cuenta que es probable implementar esta agencia de talentos, ¿De qué manera podríamos dar a conocer estos talentos colombianos?

### **Objetivo general.**

- Determinar la factibilidad de dar a conocer diferentes talentos a nivel nacional y mundial realizando distinto tipo de contenido en redes sociales, obteniendo de esta manera un reconocimiento para nuestros talentos y una buena suma monetaria.

### **Objetivos específicos:**

- Realizar un estudio del entorno o sector al que pertenece nuestra propuesta, para poder identificar la solidez de nuestro ambiente.
- Realizar un estudio de mercado que determine la factibilidad de nuestra propuesta
- Realizar una investigación técnica del sector servicios/entretenimiento a nivel mundial, determinando las posibilidades y oportunidades existentes para la factibilidad de la propuesta.
- Realizar un estudio organizacional respecto a nuestra propuesta de negocio, que determine las capacidades necesarias y estrategias para llevar a cabo esta idea.

- Realizar un estudio legal sobre las normas, leyes y regulaciones en el sector económico del entretenimiento.
- Realizar un estudio clínico que permita responder la problemática que queremos tratar, para que de esta manera brindamos una responsabilidad social al sector del entretenimiento.
- Brindar tecnologías de alta calidad, para que de esta manera nuestros talentos tengan la oportunidad de brindar un mejor contenido.

**Cronograma:**

	3	4	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24			
	semanas	Semanas	mes	meses	meses	meses	meses	meses	meses	meses	meses	meses	meses	meses	meses	meses	meses	meses	meses	meses	meses	meses	meses	meses	meses	meses			
Estudio del sector																													
Estudio de mercado																													
Investigación Técnica																													
Estudio Organizacional																													
Estudio legal																													
Estudio																													
Brindar tecnología																													
<b>TOTAL</b>	<b>DOS AÑOS</b>																												

## **Análisis del sector**

Podemos definir el sector económico cómo las áreas de la economía que se utilizan para establecer una clasificación de diversas actividades económicas dependiendo del proceso productivo que la caracteriza. En la actualidad se evidencian 5 tipos de sectores económicos que a su vez se dividen en distintas ramas de producción, entre estos sectores encontramos: El sector primario, secundario, terciario, cuaternario y quinario, aunque estos dos últimos, a raíz de diversos estudios se han posicionado como parte del sector terciario.

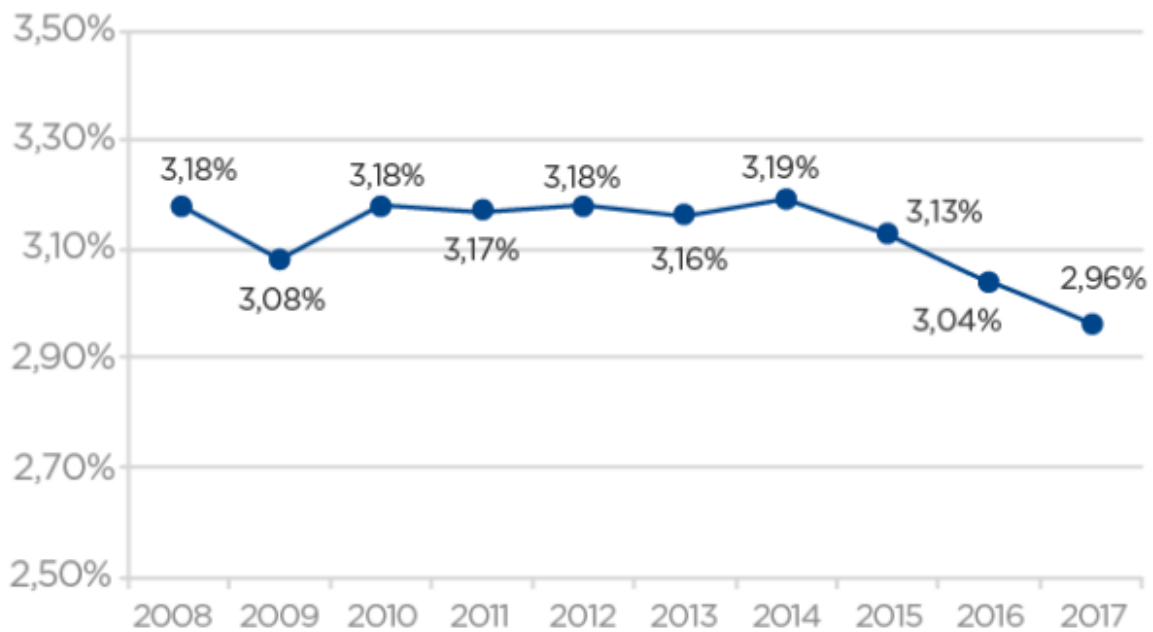
A través de la implementación de nuestra idea de negocio podemos posicionar nuestra propuesta en el sector terciario y cuaternario ya que actualmente nuestra idea de negocio se enfoca en las telecomunicaciones, el contenido audiovisual y el entretenimiento. Es importante tener presente que este sector ha tomado un auge muy importante en el mercado, ya que hoy en día las redes sociales se han posicionado de manera vertiginosa, y es de acuerdo con lo que menciona el **Digital 2021 global overview report** el número de dispositivos móviles conectados en todo el país son 60.83 millones en una población de más de 50 millones, abarcando de esta manera 119%.

Y es que el (CRC) que es la Comisión de Regulación de Comunicaciones, publicó el estudio nombrado como “Monitoreo de tendencias tecnológicas del consumidor-2021”, el cual hace parte de los referentes que se encuentran en los principales avances que se comienzan a mostrar en el mundo, y es que para nadie es un secreto que a partir de la pandemia generada por el covid-19 las redes sociales se convirtieron en un “aliado” para muchas personas, ya que era la mejor forma de poder observar diferente tipo de contenido y estar al día de lo que ocurría en el mundo, convirtiéndose en la mejor manera de pasar el tiempo libre.

Por consiguiente, se ha encontrado que el 68% de la población son usuarios activos en internet, enfatizando que el mayor porcentaje de tiempo se lo dedica a las redes sociales; es

importante tener en cuenta que de este porcentaje el 76.4% es activo a diversas redes sociales cómo Instagram, YouTube, Facebook y Tiktok.

Sin embargo, si comparamos este mismo estudio de sector hace unos años atrás, podemos evidenciar que según el Dane el sector estuvo mostrando un declive en su participación porcentual en el PIB del país durante el 2015, 2016 y 2017 como se puede evidenciar en la siguiente gráfica.



**Fuente:** DANE

Nota: Las cifras incluyen las ramas de actividad de correo y telecomunicaciones, como las clasifica el DANE

*Nota.* La fuente de esta imagen es el DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística) y la imagen fue recuperada de

<https://www.bancolombia.com/empresas/capital-inteligente/actualidad-economica-sectorial/sector-telecomunicaciones-clave>

Por ende, aunque esté sector poco a poco se va posicionando de manera eficaz y los cambios tecnológicos nos ofrecen diversas oportunidades, también es importante tener presente que

nos enfrentamos a diversos retos, y es que, este es uno de los sectores más competitivos ya que actualmente cualquier cosa que busques en internet lo puedes encontrar, lo que hará que la decisión del usuario al elegir nuestro contenido sea un poco más complejo, es allí donde debemos posicionarnos de manera audaz para que no caigamos en un desequilibrio, entendiendo gracias a esto que las ventajas que nos ofrece este sector se conviertan en desventajas.

Teniendo en cuenta el posicionamiento en el cual se encuentra nuestra idea de negocio abarcando el sector de las telecomunicaciones y el contenido audiovisual, empezaremos a trabajar el sector del entretenimiento, ya que esta industria se enfoca en la generación de productos culturales para que los usuarios los consuman en su tiempo de ocio o esparcimiento, y es que esta también incluye todas aquellas actividades económicas que buscan cubrir la demanda de diversión por parte del público, como por ejemplo se puede incluir el tema de la televisión, el teatro, el cine, los videojuegos, la música, la danza, las revistas, la lectura, entre otros muchos más.

Cabe decir que el entretenimiento como negocio no se había explorado en Colombia de manera masiva como está empezando a ocurrir, ni había alcanzado niveles de industria. En el pasado, los colombianos pasaban su tiempo libre en actividades como el cine, los pocos canales de televisión disponibles y otras actividades ofrecidas en parques al aire libre.

Pero sólo hasta ahora resulta que el tiempo libre ha ganado importancia y que hay una clase media creciente que cada vez está más dispuesta a gastar, o mejor, a invertir en su esparcimiento. En otras palabras, existen millones de familias que están listas para gastar miles de millones de pesos con el propósito de pasar un rato divertido con sus familias. El mercado potencial es enorme en ciudades como Bogotá, Cali o Medellín donde la oferta de entretenimiento es realmente limitada.

La economía sorprendió con un incremento del 17,6% de acuerdo con el Departamento Nacional de Estadísticas, Dane. Las actividades económicas contribuyeron al Producto Interno Bruto fueron: Entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios que creció 83,8%; Comercio al por mayor y al por menor que aumentó 40,3%, e Industrias manufactureras, que se expandió 32,5%. Además, contribuyeron 1,9 pps, 6,1 pps y 3,5 pps respectivamente.

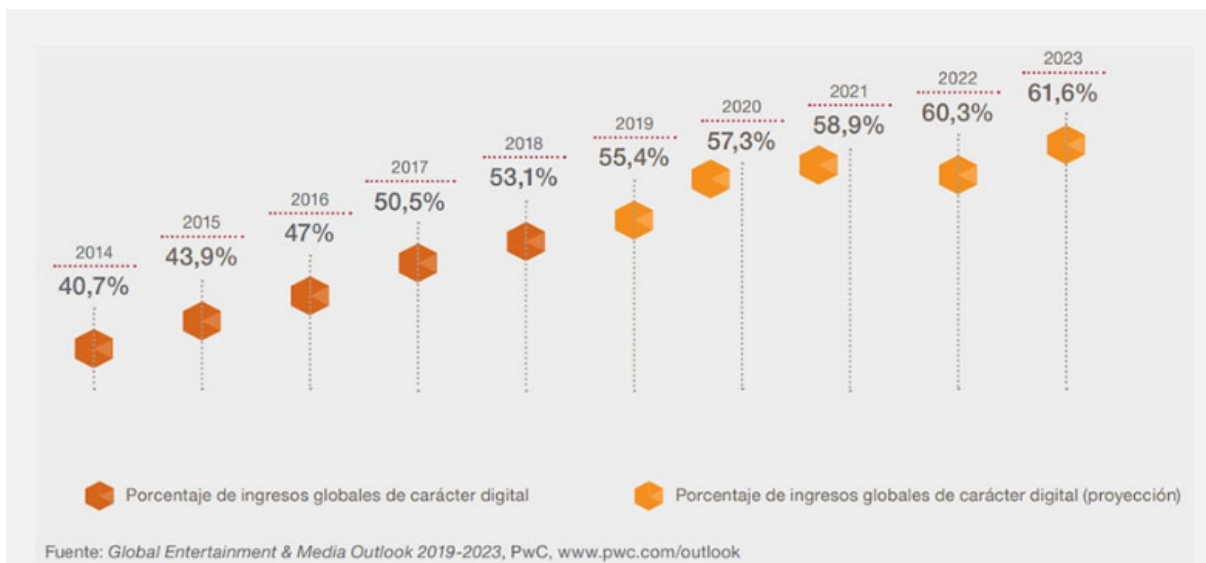
Mauricio Hernández, economista de BBVA Research para Colombia, destacó que de las 12 grandes ramas de actividad, siete sectores ya sobrepasaron el nivel de producción de antes de la pandemia y los cinco restantes muestran una dinámica importante de recuperación, a excepción de la minería.

Según el director del Dane, Juan Daniel Oviedo, “los resultados del segundo trimestre de 2021 están marcados por la mortalidad del COVID-19 y por los efectos del paro nacional en la movilidad de mercancía e insumos”.

“En el segundo trimestre del año pasado se registró una base estadística muy baja, recordemos que fue el periodo más afectado por la pandemia; adicionalmente, durante el trimestre se vieron tres cosas muy importante: en abril tuvimos una afectación muy importante de movilidad por cuenta del tercer pico de la pandemia, durante mayo la afectación de movilidad por cuenta del paro nacional y en junio tuvimos una recuperación muy significativa de la actividad económica, especialmente de los sectores de comercio, restaurantes, hotelería turística y actividades artísticas. Esto hizo que durante todo el trimestre la economía pudiera crecer a pesar de los efectos de movilidad por las razones dichas anteriormente”, afirmó Olarte. (Villamizar, 2022)

El comportamiento del PIB también se explicó por un crecimiento del 21,8% en el gasto en consumo final. Además, las exportaciones crecieron 15,4%, mientras que las importaciones

aumentaron un 45,8%. Y cómo lo hemos tratado anteriormente los ingresos digitales de la industria siguen creciendo año tras año a nivel mundial, en el 2019 se representan un 55,4% de conjunto frente al 40,7% del 2014 y según dichos informes se prevé que para el 2023 se incremente a un 61,6% cómo se estipula en el siguiente gráfico.



Nota. Imagen recuperada de <https://www.pwc.es/es/entretenimiento-medios/entertainment-media-outlook-espana-2019.html>

A raíz de los datos obtenidos por esta indagación exhaustiva, podemos observar que es muy competitivo, pero a la vez es muy rentable nuestra idea de negocio, ya que genera buenos ingresos económicos. El sector de las telecomunicaciones, el contenido audiovisual y el entretenimiento tiene un gran incremento positivo gracias a la revolución del internet que nació para quedarse en la humanidad.

### Estudio de mercado

- Generalidades del mercado

¿Cuál es la demanda que tienen estas plataformas digitales a la cual vamos dirigidos con nuestra propuesta?

Para responder esta pregunta es importante tener en cuenta que las redes sociales se han convertido en la presencia constante de la vida de muchos usuarios, y es que actualmente según el informe de global digital 2022 publicado en colaboración con Hootsuite y We Are Social, los usuarios de redes sociales crecieron 227 Millones a lo largo del año pasado, alcanzando un total de 4,700 Millones a inicios de julio del 2022, indicando, que la base global de usuarios de redes sociales ha aumentado más del 5% en los últimos 12 meses, lo que acumula un total global actual representado en el 59% de la población mundial total. Y es que según este informe las cifras de los usuarios de internet y redes sociales apuntan a una desaceleración del crecimiento digital en comparación con el aumento impresionante que presenciamos en el pico de la pandemia por covid-19.

Por otro lado, las tendencias actuales indican que dos tercios de la población mundial estarán en línea en julio del 2023 lo que hace que el número de usuarios de redes sociales sea equivalente al 60% de la población mundial. De esta manera se puede asumir qué podríamos encontrarnos cerca de un punto de inflexión del crecimiento digital y pronto se comenzarán a ver curvas de crecimiento más y más aplanadas, teniendo en cuenta que poco a poco la demanda de usuarios activos en redes sociales aumenta de manera desenfrenada. Sin embargo, en algún punto llegara a ver una desaceleración ya que la mayoría de la población mundial está conectada y es que sería estadísticamente imposible que las cifras siguieran creciendo indefinidamente al ritmo en que vivimos, sin contar el hecho de que estamos llegando a el punto de inflexión dónde se demuestra que la tecnología conectada ya es parte de la vida de la mayoría de las personas en el mundo.

Es así como a la respuesta de nuestra pregunta inicial podemos decir que la demanda de las redes sociales y el contenido audiovisual se elevan, tomando en cuenta que llegaremos a un punto de inflexión donde esta demanda ya no aumentará, porque el nicho de personas que demanda en estas plataformas llegará a su totalidad y ya no contaremos con más demandantes, sin embargo, es importante tener presente que cómo lo indica nuestro informe anterior, del cual nos basamos para entender esto, la pregunta clave ya no sería, si nuestra audiencia está usando estas tecnologías, sino para que las están usando.

¿Qué ofrecen estas plataformas digitales, que hace que los usuarios la demanden tanto?

Según una fuente de We Are Social identificó que un usuario típico pasa casi 2 horas y 25 minutos al día en redes sociales, y es que se puede decir que año tras años nos volvemos más dependientes de estas plataformas digitales. En el 2015 el usuario promedio pasaba una hora y 51 minutos en plataformas sociales, lo que hace que la duración tenga un aumento del 30,65% a dos horas y 25 minutos en 2021.

No obstante, según este informe indica que el tiempo empleado por los usuarios en diferentes países varía significativamente, ya que la tendencia es más visible en los países en desarrollo. Por ejemplo, un usuario promedio en Filipinas pasa 4 horas y 15 minutos en redes sociales, a diferencia de Japón ya que su uso por día es de máximo 51 minutos.

Esto suele ocurrir debido a que la Data Reportal indicó que según varias encuestas realizadas a usuarios globales de internet entre los 16 y 64 años, muestran que las razones principales por las que las personas usan las redes sociales es para mantenerse en contacto con familias y amigos, lo que hace que se presenten en un 48.6% de los usuarios de internet a nivel mundial, por otro lado, existen otras razones por las cuales la gente suele utilizar estas plataformas, como pasar el tiempo libre que tiene un porcentaje de 36.3%, leer noticias tiene un 35.2%, encontrar contenido divertido y entretenido tiene un 30.9%, ver de qué se habla tiene un

29.3%, encontrar inspiración para cosas que hacer y comprar cuenta con un 27.5%, encontrar productos para comprar tiene un 26.1% y seguir celebridades e influencer tiene un porcentaje del 20.7%.

Y es que, estas plataformas digitales están en diverso cambio, ofreciendo distinto tipo de contenido que puede ser llamativo para diferentes personas. Por ende, a la respuesta de la pregunta inicial podemos indicar que las personas pasan tiempo en redes sociales debido a lo que estas plataformas digitales ofrecen dependiendo gustos y pasatiempos.

¿Cuál es nuestro nicho de mercado y a qué región vamos dirigidos?

Teniendo en cuenta que nuestra idea de negocio se basa en la creación de diverso contenido a partir de talentos colombianos, posicionándonos eficaz y estratégicamente en distintas plataformas digitales con las cuales queremos trabajar y de esta manera obtener beneficios a partir del marketing digital, nuestro Nicho de Mercado o Target audiencia está dirigido principalmente aquella comunidad activa en redes sociales, o sea, usuarios de 10 años en adelante que consuman distinto contenido brindado a partir de estas plataformas.

Por otro lado es importante tener en cuenta que aunque el contenido que brindamos es a partir de talentos colombianos, las redes sociales son mundiales, por ende, nuestro contenido digital puede llegar a diversos países, y es que, es muy difícil decir qué estamos posicionados o queremos llegar específicamente a una región, cuando las redes sociales se manejan mundialmente y lo que subes puede ser viral en segundos y llegar a muchos países a nivel mundial, en cuanto a esto, planearemos estrategias que nos permitan llegar a distintas países del Mundo teniendo en cuenta su cultura y sus normas.

- **Producto o su servicio**

Las plataformas virtuales permiten la comunicación en tiempo real y diferentes tipos de contenido, entre usuarios que se encuentren conectados entre sí.

Las comunidades virtuales con acceso a internet, toman esta herramienta para tiempo de ocio, trabajo y socialización. Esto ha permitido remodelar el espacio de lo público, al punto de que las redes sociales populares hacen puntos de encuentro y comparten información de diferentes usuarios creando verdaderas comunidades virtuales, personas de diferentes procedencias pueden coincidir y compartir diferentes gustos personales.

La mayoría de las redes sociales manejan datos de información personal como: Correo electrónico, gustos, afines, amigos, fotografías, parte de su vida personal, laboral y amorosa. Todo esto permite la construcción de un “perfil” como de hace conocer hacia los demás.

Un gran atractivo para empresas es la masividad de usuarios, en donde las principales redes cuentan con millones de usuarios y vistas a nivel mundial a los que puede exponerse diferentes tipos de contenidos publicitarios o una tendencia. Las redes compiten de una forma significativa con los medios de comunicación tradicionales como los periódicos y otras formas de masificación informativa.

El fácil acceso de la conectividad de las nuevas tecnologías ha sido de gran oportunidad para las redes sociales para tener de casi todos los gadgets tecnológicos: teléfonos inteligentes, tabletas, computadores. En algunas ocasiones para una empresa o un individuo puede verse como un requisito para estar a un nivel social.

Las redes sociales operan a base de algoritmos que organizan la información dependiendo de lo que más nos guste y dejando de lado lo que al usuario no le interesa, de esta forma nos envía contenido que se adapte más a nuestros gustos puntuales.

Algunas redes sociales tienen requisitos mínimos como la mayoría de edad para su uso dependiendo del país local, los registros la gran mayoría son gratuitos y de cierta información obligatoria para la creación del perfil. Una de las ventajas de las redes sociales es su inmediatez y su masividad, así como la personalización de la experiencia, con los “me gusta” o los “favoritos”, etc. Las redes sociales nos permiten centralizar nuestros contactos, fechas de cumpleaños, viejos amigos, recuerdos, nuevos amigos sin salir de casa.

Nosotros como compañía de agencia de talentos, nos daremos a conocer con los diferentes talentos de nuestro país, siendo una red de cazatalentos y creando oportunidades de crecimiento personal con las redes sociales, trabajando en conjunto con nuestros diferentes talentos Colombianos que en lo posible sean lo mayor reconocidos en las redes sociales, teniendo ventajas por ser latinos y la gran variedad de acentos sobre todo el paisaje, generando una utilidad a través de la monetización y los diferentes tipos de comercialización de productos o servicios. Seremos una compañía en donde no existirá el aprovechamiento o sacar alguna ventaja negativa de nuestros talentos siendo muy transparentes con los márgenes de ganancia y porcentajes adecuados.

Las redes sociales son estructuras formadas en Internet por personas u organizaciones que se conectan a partir de intereses o valores comunes. A través de ellas, se crean relaciones entre individuos o empresas de forma rápida, sin jerarquía o límites físicos. Redes como Tik Tok, Instagram, YouTube, Facebook, Twitter, Whatsapp, Pinterest, Snapchat y Telegram.

En las redes sociales no necesitamos de un proveedor directo ya que existen varias plataformas de diferente forma de socializar de acuerdo a nuestros algoritmos ejemplo: Instagram que es una red social comercial, las mujeres que son más fanáticas con temas de belleza saldrán productos cosméticos, pero esta tendencia de consumo se dará por aquellos influencers o personas famosas que seguimos, en Twitter si somos personas que nos gusta

saber que pasa en el mundo esta red será una de las favoritas pero en cambio si nos gusta ver reels de cualquier tipo de interés esta Tik Tok en donde diferentes tipos de personas interactúan con bailes, productos, curiosidades, etc.

Una dificultad de las redes sociales es la baja autoestima y la insatisfacción personal, depresión incluso la falta de afecto. Los adolescentes tratan de llenar vacíos con likes o ser centro de atención para sentir una sensación de satisfacción. El perfil que presenta esta adicción está entre los jóvenes entre 16 y 24 años, son más sensibles a este riesgo por motivos como: la necesidad de reafirmar la identidad de grupo, su tendencia a la impulsividad, la necesidad de una influencia social amplia y expansiva.

La distribución de contenido de redes sociales es el proceso de compartir, publicar y promover contenido en varias plataformas de redes sociales. Este contenido puede crearse estrictamente para redes sociales, o puede ser contenido retomado y utilizado en otras plataformas de redes sociales.

- Podcasts y entrevistas (Apple Podcasts, Spotify)
- Videos (YouTube)
- Infografías (Pinterest)
- Contenido pagado (Influencers)

- **Consumidor y Ventas**

Teniendo en cuenta que las redes sociales se utilizan para diversos propósitos cómo, buscar información, comprar productos, conectar con otras personas y difundir mensajes, hoy en día las redes sociales se han convertido en el pasatiempo principal de muchas personas, ya que en

estas plataformas digitales se encuentra diverso tipo de entretenimiento que atrae visualmente a la audiencia.

Por consiguiente, el consumidor al que nuestra idea de negocio va dirigido, varías en edades desde los 8 años a 78 años teniendo en cuenta que actualmente este es el promedio de vida de una persona. Cabe destacar que el contenido que como organización queremos brindar, pretende llegar a diversas edades obteniendo de esta manera una audiencia activa con nuestros canales digitales.

A partir de esto se busca obtener beneficios económicos, que se obtendrán desde las monetizaciones de las redes sociales y de los convenios obtenidos por organizaciones empresariales. Debido a que actualmente cuando hablamos de redes sociales no solo hablamos de los beneficios audiovisuales que brindan, sino también, de qué estás plataformas son una gran fuente de ingresos, sin embargo, cómo en cualquier otro mercado está se encuentran en constante cambio y compiten entre ellas para ser el mejor medio de monetización. PAGO

En primera instancia encontramos una de las redes sociales más visitadas es YouTube, esta fue la primera red social en implementar un sistema de monetización, y es que para obtener estos beneficios debemos contar con un mínimo de mil seguidores y más de cuatro mil vistas por video, ser mayor de edad y no tener contenido inapropiado. A partir de esto se empezará a ganar respecto a dos factores principales: los pagos por publicidad que varían entre USD 0.50 hasta USD 6, y las membresías del canal, qué en este caso se obtiene un monto mensual, qué los suscriptores pueden pagar para recibir beneficios especiales.

Por otro lado, encontramos a Facebook, que te ofrece monetizar a través de su plataforma con la opción de Facebook Creators, en este caso se debe contar con una página con al menos diez mil seguidores, además de treinta mil visualizaciones en un video durante treinta

minutos. Y al igual que YouTube, aquí también encontramos el pago por publicidad, que varía entre los USD 0.50 a USD 3 por cada mil visualizaciones de este anuncio.

Por último, encontramos la red social Tik Tok, que para nadie es un secreto que se ha posicionado en el mercado de manera eficaz y astuta, en este caso las condiciones están entre ser mayor de edad, contar con mil seguidores en la plataforma y un mínimo de Diez mil visitas en los últimos treinta días, esta es una de las plataformas con más monetizaciones, ya que, por lo rápido que se viraliza el contenido, no es nada difícil llegar al ranking que la red social admite. Sin contar, que como creadores tenemos la posibilidad de crear en vivos, durante los cuales se pueden recibir donaciones por parte de los espectadores.

- **Competencias**

El valor de marketing viene dado por la evolución de preferencias en los consumidores y del diferente tráfico de diferentes estrategias que permiten a la empresa recursos no publicitarios, entonces podemos decir que el marketing se trata de una estrategia que requiere tiempo y esfuerzo. Es necesario hablar de los cambios que están ocurriendo en temas de marketing y contenidos de las redes sociales modelados por usuarios y consumidores.

El Marketing de influenciadores, no es un concepto nuevo, pero los micro influenciadores se están presentando de una forma cada día más novedosa, pero son perfiles que no son considerados como celebridades, pero su cantidad de seguidores es considerable. No hay un margen determinado, pero hay quienes desarrollan una división entre micro, macro y celebridades planteando que los micro influenciadores pueden tener desde mil hasta noventa mil seguidores, los macro influenciadores aquellos que tienen cientos de miles de seguidores y las celebridades son aquellas que superen estas cifras.

En la actualidad existe un método contenido personalizado de pago, el cual compiten con millones de empresas de una misma plataforma, creando un reto de estrategias de marketing con anuncios. Sin embargo, abundan una gran cantidad de anuncios en diferentes plataformas, pero también existe una gran variedad de aplicaciones que bloquean o limitan totalmente de este mismo sentido las redes sociales para desarrollar algoritmos para que sus usuarios presenten contenido o anuncios relevantes. De esta forma la importancia de conectar a la audiencia, aprovechándose el mercado de influenciadores utilizando esto a favor de una marca.

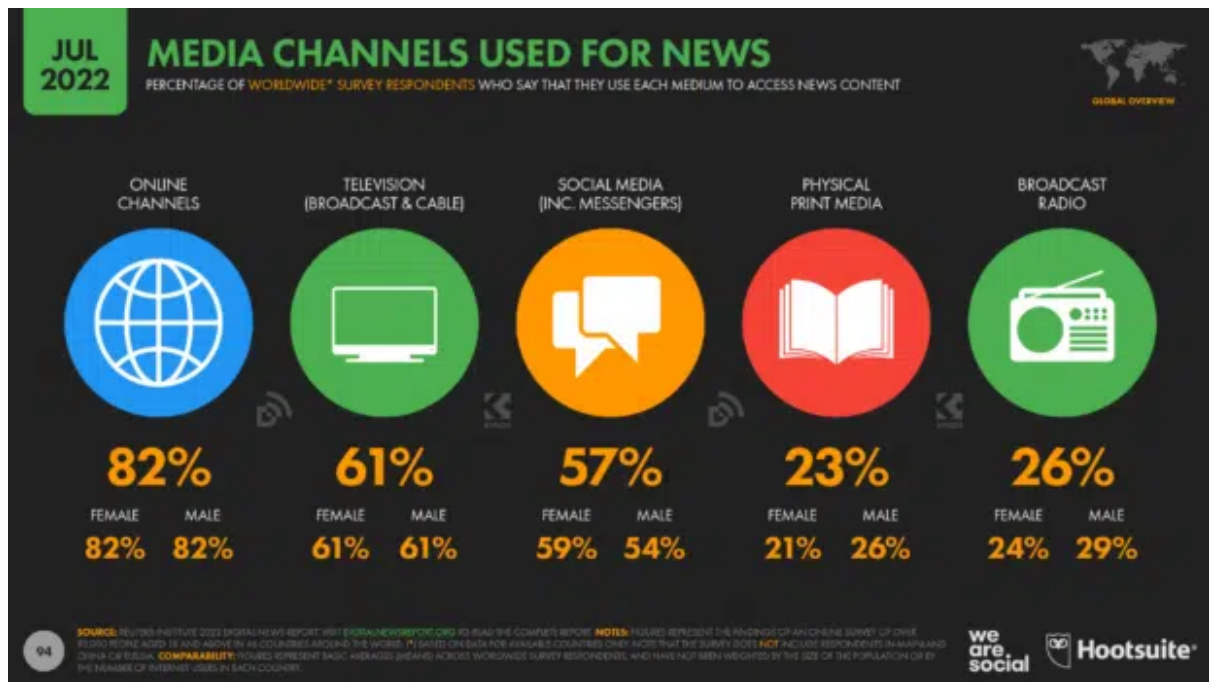
El fenómeno de Instagram, es un claro ejemplo del catálogo de imágenes que alcanzan su máxima expresión por medio de fotografías en cual causan un efecto de sentimientos de alegría, experiencias de ensueño y placeres que solo adquieren un sentido pleno cuando son observados por otros seguidores para incrementar el valor de las publicaciones.

Badabun es una compañía encargada de brindar servicios de entretenimiento y similar a nuestra agencia de talentos. Badabun es una promotora audiovisual que genera contenido con formatos humorísticos, presentan celebridades con la intención de tener un ascenso de seguidores, han creados producciones como atrapando infieles, mansión de influencers y exponiendo infieles, siendo en su momento la más popular.

Las redes sociales se han convertido en más que un simple medio de comunicación, evolucionan de tal manera que ahora no solo se usan para cosas personales y sociales, sino que también para hacer negocios. Hoy en día no solo los jóvenes, adolescentes, adultos e incluso hasta nuestros abuelos, las redes sociales cada día van evolucionando y crean nuevas formas de mercadotecnia, publicidad incluso nuevos hábitos de comunicación.

Los usuarios de redes sociales crecieron 227 millones a lo largo del año pasado, alcanzando un total de 4,700 millones a inicios de julio de 2022. La base global de usuarios de redes

sociales ha aumentado más de 5% en los últimos 12 meses. El total global actual representa 59% de la población mundial total. (HOOTSUITE, 2022)



Nota: Imagen recuperada de

<https://blog.hootsuite.com/es/informe-digital-estadisticas-de-redes-sociales/>

Los usuarios de internet y redes sociales muestran una recesión del crecimiento digital en comparación con el aumento que evidenciamos en pandemia por COVID-19, sin embargo, las tendencias indican que dos tercios de la población mundial aumentarán en Julio del 2023, esto equivale a que un 60% de la población mundial serán usuarios de las redes sociales. Con todos estos datos y cifras reales podemos aceptar un punto de inflexión del crecimiento digital existirán curvas de crecimiento y constantes.

Cabe enfatizar que la desaceleración de las redes sociales es inevitable, ya que la gran mayoría de la población mundial está conectada, además estamos llegando al punto de

inflexión de la tecnología conectada ya que está formando parte de la vida, en la gran mayoría de personas en el mundo.

## Estudio Técnico

Teniendo en cuenta que somos una empresa en donde empleamos servicios de entretenimiento, necesitamos de un lugar en donde desarrollar nuestras actividades, por lo tanto, se alquilará una casa para uso de creación de contenido con diferentes espacios. Nos enfocaremos en el lugar, equipo electrónico y el recurso humano para alcanzar nuestra demanda deseada. Encontramos una casa de 245m<sup>2</sup> en la Ciudad de Bogotá en la localidad de Puente Aranda, con amplios espacios para toda nuestra operación.



La localización de nuestra casa, está ubicada estratégicamente ya que es una zona segura y con un buen flujo de gente, capaz de fortalecer nuestro reconocimiento de manera eficaz, nuestra casa tendrá diseños muy llamativos, espacios relajantes, contaremos con espacios donde nuestros editores tengan buena tecnología, habitaciones con diferentes vestuarios para

que explote la creatividad, habitaciones cómodas para los creadores de contenido, nuestra casa “BOOM TALENT” será un lugar único, en donde nuestros artistas puedan explorar y explotar su creatividad generando un buen lucro para la sostenibilidad de nuestra organización.

Para entender mejor la distribución de la casa y contando con el lugar que queremos rentar, hemos creado una tabla con el posicionamiento que queremos brindar.

<b>Distribución Casa</b>	
Gerencia	1 cuarto
Editores	1 cuarto
Creación de contenido	4 cubiculos
Sala de reuniones	1 cuarto
Esparcimiento social y cafetería	1/2 piso
Recepción	1 cubículo
<b>Total</b>	<b>8,5</b>

Para continuar con nuestro estudio técnico en la siguiente tabla calculamos, los gastos básicos como lo son: el inmobiliario, servicios fundamentales y los medios tecnológicos, que darán nuestro óptimo funcionamiento de nuestra casa de talentos “BOOM TALENT”.

<b>Inmobiliario</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Precio Final</b>
Computador All in One HP	6	\$658	\$3.946
Camara cannon	6	\$768	\$4.606
Minicomponente PANASONI	3	\$329	\$987
Micrófono KALLEY Inalámbrico	3	\$329	\$987
Tripode Base KALLEY	4	\$15	\$61
Impresora Multifuncional	1	\$171	\$171
TV SAMSUNG 65"	2	\$658	\$1.315
Escritorio MADERKIT	5	\$46	\$230

Silla Gamer	5	\$110	\$548
Silla de Oficina	7	\$77	\$537
Juego de Comedor	1	\$294	\$294
Microondas Samsung 0.8	2	\$101	\$201
<b>Total de Articulos</b>	<b>43</b>	<b>...</b>	<b>\$13.683,58</b>

Servicios	Precio Mensual	
WIFI	\$45	\$497
AGUA	\$158	
GAS	\$90	
LUZ	\$181	
SUSCRIPCIONES PLANES	\$23	
RENTA CASA	\$678	
	<b>\$14.092</b>	

Por consiguiente, hemos creado una tabla con el equipo de trabajo que necesitamos para poder hacer crecer de manera exitosa nuestra idea de negocio. Es importante tener en cuenta qué no iniciaremos con una cantidad elevada de personas ya que esto podría afectar financieramente.

Departamentos	Cantidad de personal
Dueños	2
CEO	1
Gerente Administrativo	1
Gerente financiero	1
Gerente Contable y legal	1
Gerente de mercadeo o Marketing	1
Representante ambiental	1
Mánager	1

Editores	5
Talentos	3
Vigilancia	2
Personal de limpieza	2
<b>Total de Personal</b>	<b>21</b>

Por otro lado, a continuación, se evidenciará los sueldos mensuales que se le pagarán a cada uno de nuestros empleados teniendo en cuenta los salarios promedios más las prestaciones legales por ley.

<b>Departamentos</b>	<b>Cantidad de personal</b>	<b>Salario Promedio Por Persona Mensual</b>	<b>Total Salario Mensual</b>	<b>Prestaciones de Ley</b>
Dueños	2	\$683	\$1.366	\$150
CEO	1	\$683	\$683	\$150
Gerente Administrativo	1	\$569	\$569	\$125
Gerente financiero	1	\$569	\$569	\$125
Gerente Contable y legal	1	\$569	\$569	\$125
Gerente de mercadeo o Marketing	1	\$569	\$569	\$125
Representante ambiental	1	\$569	\$569	\$125
Mánager	1	\$569	\$569	\$125
Editores	5	\$569	\$2.845	\$125
Talentos	3	\$341	\$1.024	\$75
Vigilancia	2	\$296	\$592	\$65
Personal de limpieza	2	\$296	\$592	\$65
<b>Total de Personal y Salario</b>	<b>21</b>	<b>...</b>	<b>\$10.517</b>	<b>\$1.382</b>

<b>TOTAL</b>			<b>\$11.899</b>
--------------	--	--	-----------------

Seguidamente, estipulamos esta cantidad de personal debido a que las redes sociales se manejan de diversas maneras en distintos países, por ende, es importante contar con cada uno de estos departamentos y un representante que nos permitirán posicionar la empresa en otros países minimizando riesgos.

Parte de nuestro personal debe contar con un profesionalismo, en este caso nos referimos a todos los gerentes, el gerente administrativo, financiero, contable y legal, de mercado o marketing y el ambiental. En cuanto a la vigilancia y el personal de limpieza será contratado por un outsourcing que nos dará la oportunidad de contar con un buen personal. Por último, el manager no necesariamente debe contar con una carrera profesional, sin embargo, debe tener contactos, ser un buen coach, tener visión y creatividad, ser muy versátil, debe ser organizado y obtener resultados, haciendo que nuestros artista y nuestra empresa obtengan un buen reconocimiento a nivel mundial, los editores como ya lo mencionamos antes tampoco deben contar con una carrera profesional, sin embargo, deben crear videos que marquen a nuestra audiencia, saber llegar a las personas y tener pasión por el mundo digital. En cuanto a nuestros artistas, ellos deberán llegar al público de manera creativa, usando su talento como una de las herramientas fundamentales para adquirir vistas y tener un buen contenido en redes sociales, deben contar con mínimo 3000 seguidores en varias de sus redes sociales, ser disciplinados, saber grabar y tener las mejores aptitudes.

### **Estudio Organizacional**

**Nombre de la organización:**

A partir de la implementación de nuestra idea de negocio hemos decidido nombrar a nuestra empresa Como “**BOOM TALENT**”, ya que, nuestro propósito es tener un crecimiento o desarrollo notable de cada uno de los talentos que hay en nuestra organización.

**Misión:**

“BOOM TALENT” tiene como misión brindar al mundo un contenido genuino y creativo a partir de diversas plataformas digitales.

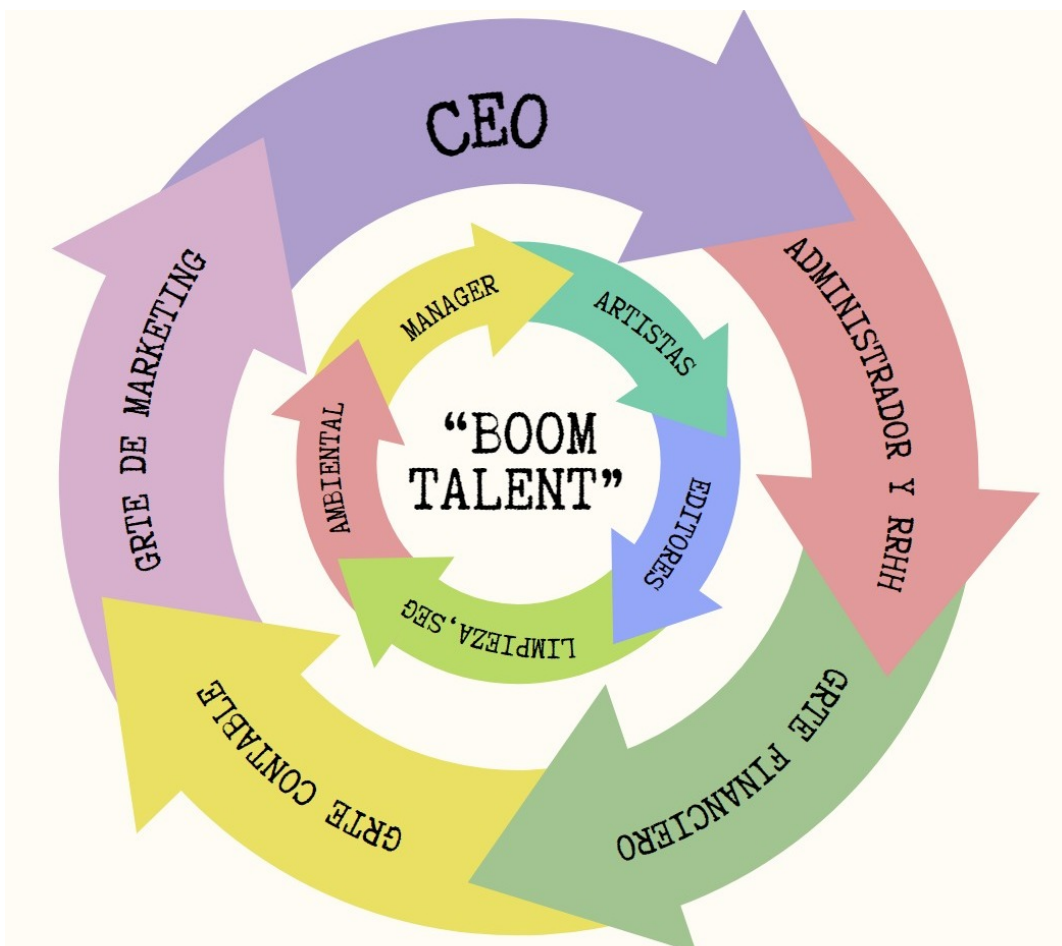
**Visión:**

“BOOM TALENT” tiene como visión Inspirar y entretener año tras año a millones de usuarios en todo el mundo.

**Valores:**

La empatía, el respeto, la adaptabilidad, la constancia, cercanía, interactividad, honestidad y transparencia, serán un sello distintivo en nuestra empresa, proporcionando de esta manera el mejor contenido y superando día a día nuestras expectativas.

**Organigrama:**



## **Manual de Funciones**

Teniendo en cuenta que esta organización tiene dos fundadores uno es Felipe Acosta y el otro es Daniela Rodríguez, posicionamos un **CEO** (chief executive officer) que en nuestro caso sería Daniela Rodríguez, este será el máximo ejecutivo de la organización encargado de diseñar y aplicar estrategias para lograr los objetivos, entre miles de funciones más.

**ADMINISTRADOR Y EL RRHH:** será el encargado de la planeación organización dirección y control de cada una de las actividades de una institución por otro lado maneja óptimamente los recursos materiales humanos financieros y tecnológicos que son confiados con la finalidad de conseguir los objetivos que nuestra organización previamente ha fijado

**GERENTE FINANCIERO:** Este será el encargado de cumplir los objetivos financieros que se han establecido a largo plazo, supervisando las decisiones de inversión y creando algunos informes financieros.

**CONTADOR:** Este debe identificar y gestionar las diferencias entre costos y gastos, así como debe analizar información financiera Para proponer estrategias que permitan el cumplimiento de los objetivos corporativos, así como es el encargado de todo el margen legal que debe llevar nuestra organización, dentro de nuestro país y a dónde nos posicionamos.

**GERENTE DE MARKETING:** Este por su parte debe establecer y mejorar la imagen de nuestra organización y nuestro servicio, respetando nuestra Misión, Visión y Valores, ya que de esta manera podemos incrementar el número de espectadores y a partir de ello posicionar estrategias que nos permitan participar en el mercado para garantizar la supervivencia de nuestra organización.

**REPRESENTANTE AMBIENTAL:** Este se debe encargar de dirigir todos los días las cuestiones ambientales que surjan en la organización, a partir de ello realizar un seguimiento de la actuación y asegurar que se cumpla la legislación ambiental. Por otro lado debe tener

presente temas como la publicidad exterior visual que hace parte de las normas que debe seguir un representante ambiental.

**ARTISTA:** Éste deberá crear contenido novedoso y creativo a partir de los talentos que tengan.

**EDITORES:** Este deberá convertir el contenido de los artistas en videos llamativos para los espectadores, haciendo ediciones increíbles que permitan atraer la audiencia de manera divertida y creativa.

**MANAGER:** Este se debe encargar de la gestión de la misma siendo la máxima autoridad, así como la dirección corporativa y ejecutiva, mejorando la relación entre la organización y su entorno. Por otro lado, debemos conectarnos con marcas, productos, organizaciones, políticos, empresarios, artistas, figuras públicas con diferentes audiencias, ya que nos permitirán atraer espectadores diferentes y hacer posicionar la empresa de manera eficaz.

**SEGURIDAD Y LIMPIEZA:** El vigilante deberá controlar el acceso a personas, recibir correspondencia, realizar rondas o recorridos por zonas vigiladas, requisar y verificar el tipo de objetos que ingresan a la casa, así como también debe hacer una revisión permanente de cada una de las cámaras. Por último, el personal de limpieza deberá realizar todas las funciones domésticas, permitiendo así tener un lugar de trabajo cómodo y limpio.

### **Modelo de innovación:**

No buscamos ser una organización plana que siga el mismo lineamiento año tras año, buscamos ser una organización innovadora que esté expuesta a cambios racionales que nos permitan obtener un mejor posicionamiento en el mercado y mejorar el entorno interno de nuestra organización. Es importante tener presente que a partir de nuestra idea de negocio nuestra propuesta de valor está ligada directamente a contratar a artistas netamente colombianos, ya que como lo evidenciamos anteriormente Colombia es un país que está lleno de talento, pero talento que no se ha sabido aprovechar.

Nuestra organización iniciará como una empresa informal ya que teniendo en cuenta los gastos que estipulamos a partir de los meses vamos convirtiéndonos en una empresa bajo la postura de la cámara de comercio, obteniendo una empresa completamente legal.

## Estudio Financiero

[https://docs.google.com/spreadsheets/d/1u41FfaJWi-ysr2S1yImZcGhREUZfHTrJyDGD\\_ddYqOo/edit?usp=sharing](https://docs.google.com/spreadsheets/d/1u41FfaJWi-ysr2S1yImZcGhREUZfHTrJyDGD_ddYqOo/edit?usp=sharing)

En el siguiente estudio financiero y a partir del modelo de flujo, presentaremos algunas tablas esenciales, que nos permitirán entender más a fondo el manejo de esta organización, teniendo en cuenta los gastos, costos, inversión inicial, tasa interna de retorno, pronóstico de ventas, entre otros.

Para poder implementar nuestra idea de negocio es importante contar con un con un inventario razonable con el cual podamos manejar nuestra organización de manera indicada, este inmobiliario lo tomamos teniendo en cuenta la mejor tecnología y el mejor inmobiliario. Por ende, en la siguiente tabla se evidenciará cada uno de los implementos que necesitamos, así como el precio por unidad y el precio total por las cantidades que estipulamos correctas, obteniendo un total de inmobiliario que creemos adecuado para iniciar e implementar nuestra organización.

Inmobiliario	Cantidad	Precio	Precio Final
Computador All in One HP	6	\$658	\$3.946
Camara cannon	6	\$768	\$4.606
Minicomponente PANASONI	3	\$329	\$987
Micrófono KALLEY	3	\$329	\$987

Inalámbrico			
Tripode Base KALLEY	4	\$15	\$61
Impresora Multifuncional	1	\$171	\$171
TV SAMSUNG 65"	2	\$658	\$1.315
Escritorio MADERKIT	5	\$46	\$230
Silla Gamer	5	\$110	\$548
Silla de Oficina	7	\$77	\$537
Juego de Comedor	1	\$294	\$294
Microondas Samsung 0.8	2	\$101	\$201
<b>Total de Artículos</b>	<b>43</b>	<b>...</b>	<b>\$13.683,58</b>

Seguidamente identificamos algunos costos variables que se deben tener presente mes a mes, así como la renta que debemos pagar mensualmente. Para sacar el total de ello, tomamos cada uno de estos valores mensuales y los multiplicamos por 12 para sacar el valor total que debemos pagar durante el año, aunque estos pagos se hagan mensualmente.

Servicios	Precio Mensual	
WIFI	\$45	\$497
AGUA	\$158	
GAS	\$90	
LUZ	\$181	
SUSCRIPCIONES PLANES	\$23	
RENTA CASA	\$678	
	<b>\$14.092</b>	

Sin contar que en estos gastos se deben incluir los pagos que se le deben realizar a nuestro personal, esto lo pronosticamos teniendo en cuenta los salarios promedios por persona, donde en la siguiente tabla se evidencian los salarios mensuales por persona, el total de salario por la cantidad de personal, más las prestaciones por ley

Departament	Cantidad de	Salario Promedio Por	Total	Prestacion
-------------	-------------	----------------------	-------	------------

<b>os</b>	<b>personal</b>	<b>Persona Mensual</b>	<b>Salario Mensual</b>	<b>es de Ley</b>
Dueños	2	\$683	\$1.366	\$150
CEO	1	\$683	\$683	\$150
Gerente Administrativo	1	\$569	\$569	\$125
Gerente financiero	1	\$569	\$569	\$125
Gerente Contable y legal	1	\$569	\$569	\$125
Gerente de mercadeo o Marketing	1	\$569	\$569	\$125
Representante ambiental	1	\$569	\$569	\$125
Mànager	1	\$569	\$569	\$125
Editores	5	\$569	\$2.845	\$125
Talentos	3	\$341	\$1.024	\$75
Vigilancia	2	\$296	\$592	\$65
Personal de limpieza	2	\$296	\$592	\$65
<b>Total de Personal y Salario</b>	<b>21</b>	<b>...</b>	<b>\$10.517</b>	<b>\$1.382</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$11.899</b>	

Teniendo presente dichos costos y gastos realizamos una proyección de la inversión inicial que abarca aproximadamente los \$78.337. dónde estipulamos que \$79.000 serán financiados a partir de los bancos y algunos inversionistas. A partir de esto, hemos elaborado un flujo de efectivo con el fin de evaluar la rentabilidad del negocio en un pronóstico de 5 años. Se ha podido observar que el negocio ha logrado generar un flujo de efectivo positivo desde su primer año de operación, con un ingreso de \$68,015.51. Esto es un indicativo favorable, ya que implica que el negocio está generando ingresos superiores a sus gastos y costos, lo cual es un factor importante para evaluar su rentabilidad.

Flujo de efectivo						
Utilidad neta		\$69.053,97	\$67.314,21	\$65.238,62	\$62.793,72	\$59.939,30
- Depreciaciones		\$1.038	\$1.038	\$1.038	\$58	\$58
Total flujo de efectivo	-\$78.337	\$68.015,51	\$66.275,75	\$64.200,16	\$62.735,62	\$59.881,20

Hemos realizado un pronóstico de ventas que nos permite proyectar la forma en la que nuestro negocio deberá trabajar. Partiendo de lo anterior diseñamos un pronóstico de ventas, nuestra estrategia se basa en utilizar varias plataformas digitales para generar ingresos. Por ende, en la plataforma de YouTube debemos subir 50 videos por mes, donde cada uno tenga un mínimo de 500,000 visitas, teniendo en cuenta que por cada 1000 visitas YouTube paga \$265,00, por otro lado, al usar la red social de Instagram podemos obtener diversos patrocinadores donde el valor que pagan depende de cuántos seguidores tenemos y el tipo de influencer qué somos y como contamos con un aproximado de más de 3 millones de seguidores, el valor por publicidad será de mínimo \$328,63. Por último, tik-tok se calculará a partir de subir 30 videos al mes (Un video diario), teniendo en cuenta que cada video cuente con mínimo 100.000 reproducciones, por lo cual tik-tok pagará por eso \$7,45. Dónde al realizar la suma de cada una de las plataformas digitales que usaremos y evidenciando el pronóstico de ventas, tendremos unos ingresos mensuales de aproximadamente \$15.116,85 que es un buen ingreso.

PRONÓSTICO DE VENTAS		
COMO?	VALOR POR VISTAS Y PATROCINADORES UND	VALOR MES
YOUTUBE: LO CALCULAMOS AL SUBIR 50 VIDEOS POR MES Y CADA UNO TENGA 500K VISTAS TENIENDO EN CUENTA QUE POR CADA 1K VISTAS YOUTUBE PAGA	\$265,00	\$13.250,00

USD \$0,53		
INSTAGRAM: SE CALCULARÁ A PARTIR DE LOS PATROCINADORES (PROPAGANDA). QUE EL VALOR DEPENDE DE CUÁNTOS SEGUIDORES TENEMOS Y EL TIPO DE INFLUENCER QUE SOMOS , POR ENDE LO CALCULAMOS QUE POR MES REALIZAREMOS MÍNIMO 5 PUBLICIDADES A UN VALOR DE USD \$328,65 MÍNIMO POR CADA UNA	\$328,67	\$1.643,35
TIK-TOK : SE CALCULARÁ A PARTIR DE SUBIR 30 VIDEOS AL MES TENIENDO EN CUENTA QUE CADA VIDEO CUENTE CON MÍNIMO 100K REPRODUCCIONES, POR LO CUAL TIK TOK PAGA POR ESOS 100K USD \$7,45	\$7,45	\$223,50
<b>TOTAL</b>	<b>\$601,12</b>	<b>\$15.116,85</b>

A partir de nuestro análisis, hemos evidenciado los siguientes resultados: la Tasa Interna de Oportunidad (TIO) es del 0.45, lo que indica la rentabilidad esperada de la inversión. El Valor Presente Neto (VPN) se estima en \$191,038.03, lo que demuestra la rentabilidad actualizada del proyecto. Además, el Valor Presente Neto (VNA) es de \$123,022.52, lo que indica la diferencia entre los flujos de efectivo esperados y el costo de la inversión. La Tasa Interna de Retorno (TIR) se sitúa en un 80%, lo que refleja la rentabilidad generada por el proyecto. Por último, el Payback, que representa el tiempo necesario para recuperar la inversión inicial, es de 2.1 años. Estos resultados indican que el proyecto muestra una rentabilidad positiva y es viable en términos financieros.

Tasa Interna de Oportunidad	TIO	0,45	
Valor Presente Neto	VNA	\$123.022,52	
Valor Presente Neto	VPN	\$191.038,03	
Tasa Interna de Retorno	TIR	80%	
Payback "Tiempo que le toma a un negocio recuperar el capital invertido inicialmente"	PRI	2,1	AÑOS

## **Resumen ejecutivo**

BOOM TALENT, es una idea innovadora que pretende ser ubicada en el país de Colombia y motivar talentos a través de las redes sociales creando contenido, la idea de negocio nace de Daniela Rodriguez una joven emprendedora y universitaria que con la ayuda de su compañero Felipe Acosta también universitario, van detrás de la idea innovadora. Nuestra idea de negocio se encuentra en el sector del entretenimiento (sector terciario) de las redes sociales, este será nuestro nicho de mercado.

Esta idea de negocio se desarrolla con el crecimiento del internet y más con la generación de los centennials, el desarrollo del internet cada día toma más fuerza en la humanidad por eso nuestra idea de negocio es crear un cazatalentos en donde brindaremos todo lo necesario para explotar al máximo su creatividad para crear contenido y generar ingresos con la monetización de las distintas redes sociales.

Hoy en día los creadores de contenido más conocidos como influencers generan ingresos con sus redes sociales ya sea de diferentes contenidos como documentales, comedia, ciencia, podcast, productos, estudio, incluso con gustos personales que detectan estas plataformas a través de algoritmos, como podemos observar la gran variedad de redes sociales que existen es muy amplia ya sea para interactuar o simplemente para promover un producto o servicio.

Nuestra metodología de trabajo va a ser la integración de personas que se sienten capaces de crear contenido llamativo que sea capaz de alcanzar la monetización de la red social de esta forma obtener ingresos económicos para la empresa y la persona, este proyecto tiene como propósito tener un excelente funcionamiento después del año. Nuestro objetivo es llevar a

BOOM TALENT a ser reconocida nacional e internacionalmente, por ser la mejor promotora de contenido de redes sociales, con honestidad y trabajo grupal, siendo capaces de incorporar nuevas redes sociales para poder dominar este nicho de mercado.

En Colombia no existe una promotora de contenido de redes sociales, seríamos los primeros en abrir este mercado generando una gran ventaja a los competidores que puedan surgir en el trayecto, siendo responsables con nuestro contenido y nuestros colaboradores.

Esta organización será dirigida por Daniela Rodriguez y Felipe Acosta, se encargarán de el correcto funcionamiento capacitando y contratando los mejores creadores de contenido y editores que son el pulmón de esta organización, contaremos con nuestra parte legal y contable. Como inversión de nuestro proyecto tenemos una suma de \$455.079.000, esta inversión será anual, tenemos un monto de \$ 30.000.000 como inversión inicial y el restante será a partir de Bancos

Esta organización tiene mucho futuro ya que no presentan ninguna competencia nivel Latinoamérica además de que las redes sociales son un negocio que cada día toma más fuerza entre las sociedades y su posición en el mercado cada día se consume más, igualmente la monetización de las redes sociales que dejan un buen margen de ganancia, por otra parte, impulsar la economía Naranja en el país de Colombia

# Canvas de "BOOM TALENT"

## Socios claves

Nuestros socios claves son las redes sociales:

- Tik Tok
- Youtube
- Instagram

Además que va ser talento netamente colombiano.



## Actividades claves

Diverso contenido que no infrinja las normas de cada una de las redes sociales



## Propuesta de valor

Crear contenido con talento y artistas netamente Colombiano.



## Recursos claves

A través de artistas colombianos se creara diverso contenido ya traiga miles de espectadores Por lo cual nuestros editores transmitirán miles de sensaciones en un solo video y dichos videos serán publicados en las redes sociales de "BOOM TALENT"



## Relaciones con el cliente

La relación con nuestros clientes que se sientan atraídos por nuestros contenidos

## Canales

El canal principal va ser las redes sociales que se prestan a través del internet

## Segmentos de clientes

Nuestros espectadores están en un rango de edad desde los 8 a 65 años de vida, ya que son capaces de visualizar contenido de las redes sociales.



## Estructura de costes

Los principales costos de nuestra organización son nuestros estudios y los aparatos eléctricos para crear contenido de calidad, seguiría nuestra casa de talento y la parte organizativa.

## Fuente de ingresos

El valor ya esta predeterminado por las redes sociales, ya que cada red social tiene unos estándares de monetización y no todas pagan el mismo valor.

## Referencias

- Abreu, R. (2022, February 24). *¿Cuál red social paga más en 2022?* Nido Colectivo. Retrieved October 7, 2022, from <https://nidocolectivo.com/blog/cual-red-social-paga-mas-en-2022>
- Ahlgren, M. (2022, June 27). *Más de 20 estadísticas y datos de redes sociales para 2022 que debe conocer.* Website Rating. Retrieved October 7, 2022, from <https://www.websiterating.com/es/research/social-media-statistics-facts/#social-media-statistics>
- Bancolombia. (2018, June 28). *¿Es el sector de telecomunicaciones clave para el desarrollo del país?* Bancolombia. Retrieved September 26, 2022, from <https://www.bancolombia.com/empresas/capital-inteligente/actualidad-economica-sectorial/sector-telecomunicaciones-clave>
- Cómo afectan las Redes Sociales a los jóvenes.* (n.d.). Iberdrola. Retrieved October 7, 2022, from <https://www.iberdrola.com/compromiso-social/como-afectan-redes-sociales-jovenes>
- Impulsada por entretenimiento, comercio e industria, PIB creció 17,6%.* (2021, August 18). Vanguardia. Retrieved October 7, 2022, from <https://www.vanguardia.com/economia/local/impulsada-por-entretenimiento-comercio-e-industria-pib-crecio-176-AC4136075>
- Infobae. (2021, October 6). *Usuarios de redes sociales en el mundo llegaron a más de 4.200 millones.* Infobae. Retrieved September 26, 2022, from <https://www.infobae.com/america/colombia/2021/10/06/usuarios-de-redes-sociales-en-el-mundo-llegaron-a-mas-de-4200-millones/>

Kemp, S. (2022, August 15). *Informe digital 2022: las nuevas estadísticas de redes sociales*. Hootsuite Blog. Retrieved October 7, 2022, from <https://blog.hootsuite.com/es/informe-digital-estadisticas-de-redes-sociales/>

Kemp, S. (2022, August 15). *Informe digital 2022: las nuevas estadísticas de redes sociales*. Hootsuite Blog. Retrieved October 7, 2022, from <https://blog.hootsuite.com/es/informe-digital-estadisticas-de-redes-sociales/>

MEJIA, J. (1998, December 13). *ENTRETENIMIENTO: UNA INDUSTRIA DE MILLONES - Archivo Digital de Noticias de Colombia y el Mundo desde 1.990 - eltiempo.com*. ELTIEMPO.COM. Retrieved September 26, 2022, from <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-833057>

*Perspectivas del sector de Entretenimiento y Medios 2019-2023. España*. (n.d.). PwC España. Retrieved September 26, 2022, from <https://www.pwc.es/es/entretenimiento-medios/entertainment-media-outlook-espana-2019.html>

Solano, M. (n.d.). *¿Cómo influyen las redes sociales en la economía?* EAE Business School. Retrieved October 7, 2022, from <https://www.eaprogramas.es/blog/marketing/como-influyen-las-redes-sociales-en-la-economia>

Uriarte, J. M. (n.d.). *10 Características de las Redes Sociales*. Enciclopedia Humanidades. Retrieved October 7, 2022, from <https://humanidades.com/redes-sociales/>

Vanguardia. (2021, August 18). *Impulsada por entretenimiento, comercio e industria, PIB creció 17,6%*. Vanguardia. Retrieved September 26, 2022, from <https://www.vanguardia.com/economia/local/impulsada-por-entretenimiento-comercio-e-industria-pib-crecio-176-AC4136075>