

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA TIPO E-COMMERCE ESPECIALIZADA EN LA PRODUCCIÓN DE AUDIO DIGITAL.**



JONATHAN FERNEY ÁLVAREZ PLAZAS

JUAN CARLOS AMADO SUAREZ

UNIVERSIDAD SANTO TOMAS DE AQUINO

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TUNJA

2016

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA TIPO E-COMMERCE ESPECIALIZADA EN LA PRODUCCIÓN DE AUDIO DIGITAL.**

JONATHAN FERNEY ÁLVAREZ PLAZAS

JUAN CARLOS AMADO SUAREZ

Proyecto de grado para optar por  
el título de Administrador de Empresas

Fernando Muñoz

Director trabajo de grado

UNIVERSIDAD SANTO TOMAS DE AQUINO

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TUNJA

2016

## **CONTENIDO**

### **1. NOMBRE DEL PROYECTO Y DE LOS FORMULADORES**

### **2. INTRODUCCIÓN**

### **3. DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN ACTUAL (IDENTIFICACIÓN)**

**3.1** Descripción del problema

**3.2** Análisis de causas y efectos

**3.3** Árbol de medios fines

**3.4** La población afectada

**3.5** Zona o área de influencia

**3.6** Características geográficas de la región

**3.7** Características económicas, sociales, demográficas, institucionales, ambientales, culturales y políticas de la zona o área de influencia

**3.8** Análisis de antecedentes del proyecto

**3.8.1** Acciones ejecutadas anteriormente para resolver el problema

**3.8.2** Características

**3.8.3** Resultados obtenidos

**3.8.4** Aciertos

**3.8.5** Yerrores y acciones pendientes

### **4. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PROYECTO (IDENTIFICACIÓN)**

**4.1** Nombre del proyecto

**4.2** Objetivos del proyecto

- Objetivo general
- Objetivos específicos

**4.3** Agentes promotores, formuladores y responsables de la ejecución

- Formuladores
- Responsables de la ejecución

- Agentes promotores

#### **4.4** Descripción general de la alternativa seleccionada

#### **4.5** Justificación del proyecto

#### **4.6** Población objetivo

#### **4.7** Zona beneficiada

#### **4.8** Tipo de proyecto

#### **4.9** Articulación con un programa de gobierno a nivel nacional, departamental o municipal

#### **4.10** Resultados esperados

### **5. ESTUDIO DE MERCADO**

#### **5.1** Marco teórico y conceptual del estudio de mercado

#### **5.2** Metodología utilizada en el estudio de mercado

##### **5.2.1** Tipo de investigación

##### **5.2.2** Población

##### **5.2.3** Muestra

##### **5.2.4** Técnica de muestreo

##### **5.2.5** Formula

##### **5.2.6** Método de investigación

##### **5.2.7** Fuentes primarias

##### **5.2.8** Encuesta

##### **5.2.9** Formato de la encuesta

##### **5.2.10** Resultados

#### **5.3** Identificación de los productos y servicios

- Productos
- Servicios
- Tecnología usada para el desarrollo de los productos y servicios
- Diferenciador

#### **5.4** Análisis de la demanda

##### **5.4.1** Objetivo del análisis de la demanda

##### **5.4.2** Metodología para el análisis



**5.6** Análisis de los sistemas actuales de comercialización: canales de comercialización, márgenes de comercialización, condiciones de incertidumbre en la comercialización.

**5.7** Análisis de demanda versus oferta: déficit, superávit, saturación del mercado, determinación de nichos de mercado o demanda insatisfecha.

## **6 ESTUDIO TÉCNICO**

### **6.1 Aspectos técnicos**

**6.1.1** Marco teórico y conceptual de los aspectos técnicos

**6.1.2** Metodología utilizada para la formulación de los aspectos técnicos

**6.1.3** Tamaño del proyecto: volúmenes de producción y comercialización del bien o servicio proyectados.

**6.1.4** Análisis de los factores condicionantes del tamaño del proyecto

**6.1.5** Localización; macrolocalización y microlocalización, matriz de planta física

**6.1.6** Ingeniería del proyecto, diagramas de macroprocesos, diagrama de planta física

**6.1.7** Análisis de normas ISO aplicadas a los procesos

**6.1.8** Aspectos tecnológicos de los procesos

**6.1.9** Plan de acción y cronograma de la fase de inversión y operación del proyecto (debe incluir descripción de todas las fases, etapas, procesos y actividades a ejecutar, requerimientos de recursos: equipos y maquinaria, recurso humano, materiales y suministros, responsables y estrategias de ejecución prevista y productos esperados).

**6.1.10** Función de producción: planificación, sistemas de aprovisionamiento y almacenamiento de insumes,

control de calidad, sistemas de mantenimiento, sistemas de seguridad industrial.

## **6.2 Análisis de impacto ambiental**

**6.2.1** Marco teórico y conceptual del estudio ambiental

**6.2.2** Metodología utilizada para la formulación del estudio de impacto ambiental

**6.2.3** Determinación de impactos ambientales del proyecto

**6.2.4** Preparación del plan de manejo ambiental

**6.2.5** Determinación de requisitos y trámite de licencias y permisos ambientales.

## **7 ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS ADMINISTRATIVOS**

**7.1** Marco teórico y conceptual de los aspectos administrativos y organizacionales

**7.2** Metodología utilizada para la formulación de los aspectos administrativos y organizacionales

**7.3** Estructura orgánica y funciones a nivel de áreas

**7.4** Planta de cargos requerida

**7.5** Descripción de funciones y perfiles a nivel de cargo

**7.6** Función de planeación corporativa; visión, misión, objetivos, funciones y responsabilidades durante la ejecución del proyecto

**7.7** Función de recursos humanos: sistemas de reclutamiento, remuneración, desarrollo, bienestar social, y relaciones laborales.

**7.8** Función de mercadeo: el plan de mercados, sistemas de divulgación y promoción del bien o servicio, sistema de ventas.

## **8 MARCO LEGAL E INSTITUCIONAL DEL PROYECTO**

**8.1** Definición del tipo de organización

**8.2** Preparación de estatutos, minutas de escrituras de constitución.

**8.3** Requisitos y trámites de formalización de la empresa.

**8.4** Trámites y permisos de funcionamiento: patentes, licencias, etc.

**8.5** Requerimientos de coordinación y apoyo interinstitucional.

## **9 ESTUDIO FINANCIERO**

**9.1** Marco teórico y conceptual del estudio financiero

**9.2** Metodología utilizada para la formulación del estudio financiero

**9.3** Presupuesto de inversiones: inversiones fijas, inversiones diferidas, capital de trabajo, fuentes de financiamiento

**9.4** Costos de producción: costos de fabricación, gastos de comercialización, gastos administrativos, otros gastos indirectos.

**9.5** Ingresos y flujo de producción

**9.6** Balance de inicio del proyecto

**9.7** Flujo de fondos del proyecto: flujo neto de caja, flujo de financiación, flujo con y sin financiación, flujo incremental.

**9.8** Cálculo de indicadores para evaluación financiera del proyecto: TIO, VPN, TIR, RBC, PRI, CAE, TIR<sub>v</sub>, VPNI, TIRI.

**9.9** Fuentes de financiación propuestas

## 1. NOMBRE DEL PROYECTO Y DE LOS FORMULADORES

- **NOMBRE DEL PROYECTO:** Plan de negocio para la creación de una empresa tipo e-commerce especializada en la producción de audio digital.
- **FORMULADORES:** Jonathan Ferney Álvarez Plazas, Juan Carlos Amado Suarez.

## 2. INTRODUCCIÓN

“Las industrias Culturales y creativas (ICC) están atravesando un proceso de profundos cambios derivados de la digitalización, que ha afectado a las formas de producción, distribución y consumo de los productos culturales: cine, DVD, televisión, radio, videojuegos, nuevos medios de comunicación, música, libros, prensa... Todos estos sectores se han visto afectados directamente por esta transformación.” (Fundación Telefónica, 2015, pág. 167)

La industria de la música ha ido en constante crecimiento, con el pasar del tiempo los jóvenes buscan como oportunidad el desarrollo de sus propios proyectos musicales, lo cual conlleva a la necesidad de encontrar una empresa que pueda aportar mediante buena calidad y bajo costo a la creación sus ideales musicales.

Por lo cual, se busca el desarrollo de este plan de negocio para establecer una opción viable a aquellas personas que deseen trabajar de una forma más cómoda, vía virtual (en línea) y tener acceso más fácil servicios y productos digitales para sus proyectos musicales. Se usará una plataforma virtual para la solución de varios problemas, como lo son los altos costos de una producción de audio. De esta manera se buscará competir con mejores precios y una buena calidad.

Este plan de negocios está conformado por un estudio al sector digital y sus ventajas en el actual mercado, analizando las ventajas y dificultades de poner en marcha el proyecto. Se mirará el completo desarrollo de la plataforma; su seguridad, su sostenibilidad, el público que serán los compradores o clientes,

como se llegara a más personas mediante el marketing digital, formas de pago que se acomoden al público de interés, la forma en que se pueda tener ventajas competitiva, analizar competencia que pueda surgir, ver la sostenibilidad de la compañía y como mediante la innovación se lograra tener un nicho al cual satisfacer mediante la facilidad de usar una plataforma desde la comodidad de sus dispositivos.

Según afirma Moro Vallina & Rodés Bach (2014) “Es bien sabido que en la actualidad la presencia online de una entidad, de tipo que sea (...) es fundamental para el desarrollo de su trabajo, para garantizar su visibilidad publica e incluso para asegurar su propia supervivencia.”

Se crea el proyecto con el nombre de YombolMusic.com, cuya función será manejar el servicio de la creación y venta de ritmos musicales, como tal, este negocio estará enfocado en la edición de audio, donde se ofrecerán servicios de producción musical en los cuales se destaca la creación de ritmos musicales, edición de voces (afinación, limpiar ruidos), mezcla y masterización, estos servicios se prestarán mediante la plataforma YombolMusic.com lo cual los servicios antes mencionados solo se podrán acceder mediante la página web desde el inicio hasta el final del proyecto.

Se estará desarrollando un nuevo estilo vanguardista musical para ofrecer de la mejor manera estos servicios de producción musical. Se desarrollará un sitio web que adoptará la forma de una tienda en línea, tendrá una similitud de interfaz de sitios exitosos como Amazon.com, Linio.com, Banggood.com, entre otros. El comprador podrá interactuar fácilmente con YombolMusic.com, donde escuchará ritmos totalmente nuevos y disponibles para su compra inmediata, hacer pedidos y contactar con el servicio al cliente en línea.

Se cuenta con la experiencia, conocimiento, y el criterio necesario para lograr que la música del cliente pueda llegar a una excelente calidad y sea apta para eventos y emisoras, de igual manera, los posibles clientes podrán

analizar trabajos ya realizados y oír la manera de trabajo que se ofrece en la plataforma.

### **3. DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN ACTUAL (IDENTIFICACIÓN)**

#### **3.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA**

La producción musical está viviendo una transformación sin precedentes. Este sector está sujeto a millonarias inversiones por la entrada de nuevos talentos y sus disqueras buscan como desarrollar sus ideales. La industria de la música se encuentra en un momento excepcional, donde artistas desde sus casas buscan encontrar oportunidades para desarrollar sus proyectos musicales y llegar tan alto como sus ídolos.

Actualmente los negocios que trabajan en la producción de audio están entregando trabajos con baja calidad, esto porque al aumentar la demanda están manejando procesos más simples y así gastar menor tiempo. O lo contrario, encontrar productores musicales de calidad, cuesta mucho dinero, lo que hace que artistas que están iniciando se les complique iniciar su carrera como cantante.

La producción de audio debe buscar un elemento diferenciador que la decisión del comprador sea afectada por la calidad, buen concepto, tiempo y bajo costo.

Es aquí cuando se crea una oportunidad importante para la creación de un negocio que satisfaga a todos los posibles clientes del mundo.

Entonces. ¿Cuáles son los factores que se deben tener en cuenta para la elaboración de un plan de negocio enfocado en ofrecer servicios de edición y producción de audio para los artistas hispanohablantes del mundo?

#### **3.2 ANÁLISIS DE CAUSAS Y EFECTOS**

(Revisar archivo adjunto: anexo 1, página 1)

#### **3.3 ÁRBOL DE MEDIOS FINES**

(Revisar archivo adjunto: anexo 1, página 2)

### 3.4 LA POBLACIÓN AFECTADA

La población afectada que requiere de los servicios de este proyecto para solucionar el problema identificado, se basa en los artistas hispanohablantes que pretenden entablar algún proyecto musical, donde necesiten ritmos musicales, arreglo de voces o mezcla y masterización.

A continuación, se encuentra un cuadro donde se aprecia el número posible de hispanohablantes de todo el mundo:

<b>Tipo de hablante</b>	<b>Totales</b>	<b>Mundo hispánico</b>	<b>Fuera del mundo hispánico</b>
<b>Aprendices de lengua extranjera</b>	21.252.789	:	:
<b>Grupo de competencia limitada</b>	69.922.994	24.082.973	45.840.021
<b>Grupo de dominio nativo</b>	467.801.452	423.252.042	44.549.410
<b>Usuarios potenciales</b>	558.977.235	:	:

La anterior tabla fue creada con datos recopilados de los autores Moreno Fernández & Otero Roth (2007). En lo cual, la población afectada está dada a los 558.977.235 usuarios. De esta cifra es necesario destacar que es necesario fraccionar por intereses, gustos, interacción con el internet, entre otras cosas.

### **3.5 ZONA O ÁREA DE INFLUENCIA**

El área de influencia está dada por las ciudades principales que se encuentran en los países de: Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, El Salvador, España, Guatemala, Guinea Ecuatorial, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, Uruguay, Venezuela. Cabe destacar a Estados Unidos, al ser un país de idioma inglés oficial, es allí donde se encuentra la mayor concentración de latinos y clientes potenciales para este proyecto.

Desde un inicio se prestará más atención a las ciudades más grandes de los países mencionadas anteriormente, pero principalmente a países como Estados Unidos, España, Puerto Rico.

### **3.6 CARACTERÍSTICAS GEOGRÁFICAS DE LA REGIÓN**

#### **3.6.1 UBICACIÓN**

La ubicación en este caso se referirá a las principales ciudades de los países Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, El Salvador, Estados Unidos, España, Guatemala, Guinea Ecuatorial, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, Uruguay, Venezuela. Lugares donde se habla el español.

#### **3.6.2 CLIMA Y TEMPERATURA**

El clima y la temperatura no influye en este caso para este proyecto.

### **3.7 CARACTERÍSTICAS ECONÓMICAS, SOCIALES, DEMOGRÁFICAS, INSTITUCIONALES, AMBIENTALES, CULTURALES Y POLÍTICAS DE LA ZONA O ÁREA DE INFLUENCIA**

En las últimas décadas, las compras por internet son cada vez mayores, puesto que ha dado mayor confianza a los usuarios y las empresas virtuales han estado trabajando cada vez más en la seguridad de sus clientes. El comercio electrónico lucha para ofrecer cada vez más una

mejor experiencia segura en la compra de productos y servicios, que ofrezca garantías al igual que un negocio físico.

Desde muchos años los usuarios han podido utilizar tarjetas, lo cual ha hecho que sea cómodo y rápido comprar para el cliente, hoy en día se puede utilizar estas tarjetas no solamente en tiendas físicas sino también en plataformas virtuales, con el avance de la tecnología, es posible comprar inmediatamente en internet, utilizando una tarjeta.

A parte de las tarjetas, también se disponen de otras plataformas de pago las más importantes son: PayPal, Neteller, entre otras. Estas plataformas disponen de un nombre de usuario y contraseña, en las cuales se puede vincular desde tarjetas de crédito hasta una cuenta bancaria.

Los giros han tomado una suma importancia en la realización de negocios internacionales, hay usuarios que no disponen de una tarjeta, pero sí de efectivo, numerosas empresas implementan los giros internacionales para completar un negocio y poder entregar el producto final al cliente.

Con respecto al anterior, YombolMusic.com ha estado manejando Paypal como plataforma de pago internacional, en la que 179 millones de usuarios utilizan este medio de pago para pagar de forma segura sus productos. Se implementará en la plataforma virtual de YombolMusic.com las opciones de pago: PayPal, tarjetas de crédito o prepago, western unión.

- **PayPal:** Este será el medio de pago primario y recomendado por YombolMusic.com, donde el cliente podrá pagar sus productos y recibirlos al instante. Esta es una plataforma de pago óptima para aquellos que quieren recibir el producto de un modo rápido.

PayPal también ayudara a manejar de una forma segura los pagos que lleguen por medio de tarjetas de crédito, prepago, MasterCard y Visa.

- **Giros internacionales:** Definitivamente una de las opciones preferidas de los clientes de YombolMusic.com, existen numerosas empresas que ayudan a la transferencia internacional mediante

agentes en todo el mundo. Entre estas empresas se encuentran las más populares que son: Western Unión, Money Gram, Xoom, entre otras. Si el usuario elige la opción de giro para pagar su producto o servicio, se genera un plazo de 24 horas para que realice la transferencia mediante alguna de las empresas mencionadas anteriormente. El usuario debe enviar un correo electrónico o avisar por chat acerca de la realización del giro y evidenciar con el código respondiente para la verificación.

### **3.8 ANÁLISIS DE ANTECEDENTES DEL PROYECTO**

#### **3.8.1 ACCIONES EJECUTADAS ANTERIORMENTE PARA RESOLVER EL PROBLEMA**

En la actualidad hay una empresa llamada instrumentbeats.com, la cual sería la principal competencia a la que se enfrentaría este proyecto, Este sitio web ha analizado el mercado y se encuentra en modo de desarrollo, esto quiere decir que no ha terminado su etapa de construcción. Esta plataforma dispone de algunos productos que hoy en día son buscados por compradores virtuales, son precios altos y su calidad podría ser mejor, simplemente con un mejor proceso dedicado. Esta empresa chilena ofrece algunos servicios como: ritmos musicales, proyectos del software más reconocido en la composición musical “FL Studio”, entre otros. Instrumentbeat.com a identificado que hay una población creciente que necesita este servicio y ha logrado posicionarse y tener popularidad, puesto que en sus redes sociales rectifica sus productos vendidos. Para aprovechar la demanda es necesario modificar estos procesos, ya que sus productos no cuentan con procesos dedicados, en los cuales aún necesitan lograr un buen concepto cautivador, además de esto, sus precios son altos a comparación del producto que entregan, este caso hablando de los ritmos musicales. Este negocio “Instrumentbeat” se puede decir que tienen un mercado monopolizado, ya que es el único negocio

que está enfocado hacia el género urbano en el que dispone una tecnificación en su venta y distribución de productos en línea.

Hay muchos más negocios creados en la forma de beat store, estos negocios están concentrados en Estados Unidos, pero su enfoque está hacia el rap, lo cual no interfiere en este proyecto, ya que esta idea está enfocada hacia los hispanohablantes y géneros latinos.

Para resolver este problema se han hecho varias pruebas, creando nuevas “beat store” (reproductor de ritmos musicales que pueden ser escuchados gratuitamente, así mismo el cliente podrá elegir gusto el que más le llame la atención) en las que se han adaptado los productos y servicios. Estos demos han tomado una iniciativa de poder crear hacia el futuro el concepto de YombolMusic.com con una noción diferente, tomando en cuenta la idea moderna de una “beat store” Los trabajos que se han hecho anteriormente se resaltan por su potencia, una mezcla limpia y un sonido nuevo. El proceso en las voces es muy minucioso, se arregla la afinación de cada palabra que el artista grabó. A los clientes con los que se han contado hasta el momento, les ha gustado los resultados, esto haciendo que sean cada vez más fieles a YombolMusic.com

### **3.8.2 CARACTERÍSTICAS**

La empresa virtual “Instrumentbeat.com”, al ser pionera en prestar el servicio de producción musical a los hispanohablantes, no ha tenido la suficiente fuerza para poder satisfacer a la demanda que va en crecimiento día a día. ya que sus productos no cuentan con suficiente valor por el precio que se da. y esto se debe a que no tiene una competencia directa, que sea rivalizada por la calidad, lo cual YombolMusic.com entrara a competir directamente, logrando entrar a la demanda y fidelizar a los clientes, donde se prestara un servicio más completo y fácil de adquirir.

### **3.8.3 RESULTADOS OBTENIDOS**

YombolMusic como tal, ha estado siendo impulsado únicamente por las redes sociales, gracias a plataformas como Facebook, WhatsApp y YouTube, se ha logrado concretar negocios para el desarrollo de proyectos musicales en: España, República Dominicana, Estados Unidos, Puerto Rico, Colombia, Argentina, Perú, Entre otros.

Al pasar de los años, los clientes se han mantenido fieles gracias a los resultados que lograron obtener como YombolMusic, Esto ha hecho que se lleve a cabo este plan de negocio, con el fin de llegar a muchos más posibles clientes en el mundo y entregar soluciones a los nuevos artistas. Ha habido clientes que en cuanto escuchan el resultado que se les ofreció, quedan muy agradecidos de haber superado sus expectativas con el correspondiente trabajo.

### **3.8.4 ACIERTOS**

Gracias a las redes sociales, YombolMusic.com ha logrado conseguido obtener más de 150 negocios con usuarios de otros países de habla hispana. La marca de YombolMusic.com está siendo reconocida y aquellos clientes que se relacionan han dado comentarios y positivas experiencias sobre el trabajo que recibieron. Frente a esto han llegado nuevos clientes que gracias al voz a voz han traído sus proyectos para que YombolMusic.com los ejecute.

### **3.8.5 YERROS Y ACCIONES PENDIENTES**

Este proyecto estaba planteado desde el 2014, el cual tuvo la posibilidad de haber estado ejecutado tiempo antes. Se pretende que para el 2017 esté totalmente desarrollado, terminado y obteniendo utilidades.

## **4. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PROYECTO (IDENTIFICACIÓN)**

### **4.1 NOMBRE DEL PROYECTO**

Plan de negocio para la creación de una empresa tipo e-commerce especializada en la producción de audio digital.

### **4.2 OBJETIVOS DEL PROYECTO:**

#### **- OBJETIVO GENERAL**

Desarrollar un plan de negocio para la creación y puesta en marcha de una empresa enfocada en la producción y edición de audio.

#### **- OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Establecer la situación actual con respecto a un nuevo negocio de producción de audio, enfocado en dar sus servicios a través de estrategias de e-commerce.
- Realizar un análisis del mercado actual de la competencia sobre su entorno, productos, precios, visión y misión.
- Determinar ventajas y desventajas de la competencia que ayuden encontrar una mejor superioridad en el mercado.
- Medir los niveles de satisfacción de los clientes frente al desarrollo de un negocio que ejecuta sus procesos laborales a través de estrategias de e-commerce.
- Diseñar objetivos, misión, visión, estrategias y tácticas de mercadeo para el negocio de producción de audio.
- Crear un equipo profesional para que desempeñe oportunamente el desarrollo del proyecto.

### **4.3 AGENTES PROMOTORES, FORMULADORES Y RESPONSABLES DE LA EJECUCIÓN**

- **FORMULADORES:** Jonathan Ferney Álvarez Plazas, Juan Carlos Amado Suarez. Dos emprendedores que han decidido mejorar la oferta que obtienen actualmente el mercado de producción de audio. Actualmente están ubicados en la ciudad de Tunja y conllevan diferentes

proyectos e ideas que se van ejecutando poco apoco en este gran mundo que es el internet.

- **RESPONSABLES DE LA EJECUCIÓN:** Jonathan Ferney Álvarez Plazas, Juan Carlos Amado Suarez.

- **AGENTES PROMOTORES:**

La tarea que desarrollaran los agentes promotores estará enfocada en lo siguientes puntos:

- **Clientes que han interactuado con servicios previos:** En los últimos negocios concretados con clientes fuera de Colombia se ha recibido opiniones en las cuales demuestra que el cliente puede estar más satisfecho al poder escoger desde una plataforma virtual los productos y servicios que se suelen hacer a pedido.
- **Identificación de oportunidad de negocio:** Los negocios que ofrecen actualmente servicios de producción de audio, están enfocados en el trabajo ágil dejando pasar la calidad que debe tener un servicio o producto, se ha visto que la competencia no goza de unos procesos adecuados frente a sus producciones, en lo cual convierte en una oportunidad el llegar a este mercado con la propuesta que se describe en este plan de negocio.
- **Promover una mejora de los productos que se tienen en el actual mercado:** Con los procesos que se han logrado perfeccionar a través del tiempo se ha visto que se puede entregar una mayor calidad al cliente en comparación de la competencia.

#### **4.4 DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA ALTERNATIVA SELECCIONADA**

Según el problema establecido, una buena alternativa es la creación de una plataforma virtual, enfocada a prestar servicios de edición de audio. Es una opción viable para tener gastos bajos, en comparación de un negocio físico que requiere gastos más elevados. Y estar a la vanguardia de los negocios virtuales.

Se ejecutará la creación de un sitio web donde se podrá mantener estrategias E-commerce, un diseño moderno fácil de interactuar con el cliente. Se hará una correcta presentación de la oferta, para que el cliente se sienta más seguro en la plataforma.

El sitio web contará con un apartado principal en donde se mostrarán los ritmos disponibles para la venta.

Los precios varían según la licencia que el cliente adquiera, esto ira enfocado en su necesidad. Todos los productos digitales al ser comprados, se adquieren inmediatamente, llegara un link de descarga al correo que cadura en las próximas 48 horas. El pago se realizará a preferencia del cliente; giros internacionales, transferencia bancaria o monederos virtuales (PayPal).

Se realizará la publicidad vía internet, creando promociones por redes sociales y adquiriendo los servicios de Google adwords como herramienta principal para llegar a los clientes potenciales.

“el marketing digital consiste en todas las estrategias de mercadeo que realizaremos en la web para que un usuario de nuestro sitio concrete su visita tomando una acción que nosotros hemos planeado de antemano.” (Selman, 2017)

#### **4.5 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO**

El impacto que ha tenido el internet en la última década, ha hecho que emprendedores puedan sobresalir mediante una mínima inversión y trabajando desde sus casas, esto ha beneficiado bastante a todos, ya que, hoy en día se concentra un significativo número de negocios que busca satisfacer a los nuevos mercados creados por las tecnologías de la información.

Con el pasar de los últimos seis años, se ha observado que hay personas que desean proyectarse como artistas, y que una de las cosas más importantes que hará que su carrera artística funcione; es la calidad de sus canciones, es por esto la necesidad de tener un buen equipo de trabajo, a su

vez hemos visto la oportunidad de desarrollar una tienda online donde los artistas puedan encontrar herramientas y capacitación para la producción de sus ideas musicales.

De igual forma se quiere lograr ser la primera tienda que ofrezca herramientas para el desarrollo de proyectos musicales enfocados hacia los nuevos estilos vanguardistas que se van generando día a día y así poder establecer un nuevo mercado donde no hay competencia directa.

Estamos en un punto en el que es necesario actuar, ya que el mercado no es local sino global, es por esto, que debe ser indispensable ofrecer este servicio y que mejor manera al ser por medio de “e-commerce”, así mismo impactar a más consumidores con talento, teniendo como apoyo a un productor de alta experiencia, todo con el fin de lograr un nicho de mercado único. Gracias a los medios ahora la gente está mostrando más interés en la música y por ello es necesario entrar en un mercado nuevo lleno de oportunidades, para satisfacer a la demanda con esta nueva empresa.

#### **4.6 POBLACIÓN OBJETIVO**

La población objetivo está dada por la siguiente tabla:

<b>Comunidad lingüística:</b>	Hispanohablantes
<b>Ubicación geográfica:</b>	Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, El Salvador, Estados Unidos, España, Guatemala, Guinea Ecuatorial, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, Uruguay, Venezuela.
<b>Genero:</b>	Masculino y femenino.
<b>Edad:</b>	Personas entre 18 a 30 años de edad.

<b>Nivel socio económico de los consumidores del segmento</b>	Clase media baja, media, media alta y alta.
<b>Hobbies, pasatiempo y profesiones:</b>	Cantar, compositores, creación de ritmos, ingenieros de grabación, ingenieros de sonido y empresarios.
<b>Gusto musical:</b>	Música del genero urbano como: Reggaetón, merengue urbano, salsa choque, bachata urbana, vallenaton, reggae, rap.
<b>Cultura:</b>	<i>Cibercultura (Según Lisett Rangel &amp; Ladrón de Guevara (2003) cultura que surge, o está surgiendo, del uso del ordenador para la comunicación, el entretenimiento y el mercadeo electrónico. Cultura nacida de la utilización de las nuevas tecnologías de la información y comunicación como internet).</i>

#### **4.7 ZONA BENEFICIADA**

Al ser un negocio que se ejecutara principalmente vía internet, se beneficiara especialmente a los latinos que se encuentran residiendo en los estados unidos, esto porque es allí donde se encuentra la principal demanda de ritmos musicales urbanos.

Las zonas a las que este proyecto está enfocado es aquellas en las que se habla el idioma español, países y zonas como: Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, El Salvador, España, Guatemala, Guinea Ecuatorial, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, Uruguay, Venezuela.

Se pretende en un futuro llegar a otros idiomas, para que no solo las personas de habla hispana puedan interactuar con esta idea de negocio con el fin de aumentar más la demanda.

#### **4.8 TIPO DE PROYECTO**

Según el grado de dificultad este proyecto se categoriza como simple, porque se ha ido desarrollando a través de los últimos años, en los cuales se ha avanzado de una forma significativa y además contiene el respaldo de los clientes con los que se ha trabajado varios proyectos. Este proyecto tiene la experiencia, las bases fundamentales para continuar con la ejecución de la idea de los formuladores.

Este proyecto está dado al sector de la producción musical, con el ámbito de desarrollar proyectos artísticos de los clientes.

#### **4.9 ARTICULACIÓN CON UN PROGRAMA DE GOBIERNO A NIVEL NACIONAL, DEPARTAMENTAL O MUNICIPAL.**

No aplica para este proyecto.

#### **4.10 RESULTADOS ESPERADOS**

Los resultados que se pretenden conseguir con el desarrollo del proyecto son los siguientes:

- Establecimiento de un mercado seguro donde los clientes confíen en la marca de YombolMusic.com como prestadora de servicios de producción de audio.
- Un incremento en la adquisición de servicios por internet en la compra de ritmos musicales.
- Ser referencia para trabajar en proyectos de empresas, disqueras y artistas, interesados en obtener buena calidad en sus producciones.
- Satisfacer las actuales necesidades de los cantantes en sus ideas y proyectos.

- Conocer las principales dificultades y posibles mejoras que se pueden implementar al proyecto de YombolMusic.com

## **5. ESTUDIO DE MERCADO**

### **5.1 MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL DEL ESTUDIO DE MERCADO**

#### **5.1.1 MARCO TEÓRICO**

- Para Kotler, Bloom y Hayes, "el estudio de mercado consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización"
- Randall, define el estudio de mercado de la siguiente manera: "La recopilación, el análisis y la presentación de información para ayudar a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing"
- Según Malhotra, los estudios de mercado "describen el tamaño, el poder de compra de los consumidores, la disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor".

Teniendo en cuenta las anteriores definiciones, se plantea la siguiente definición de estudio de mercado:

- "Proceso de planificar, recopilar, analizar y comunicar datos relevantes acerca del tamaño, poder de compra de los consumidores, disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor, con la finalidad de ayudar a los responsables de marketing a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing en una situación de mercado específica"

#### **5.1.2 MARCO CONCEPTUAL**

La mercadotecnia en internet se ha convertido en un elemento fundamental para coordinar las actividades empresariales correctamente hacia el consumidor; este principio permite desarrollar un direccionamiento estratégico organizacional que guía a la empresa no solamente a vender un producto o servicio,

sino más bien a estar atenta a ofrecer soluciones a las necesidades y satisfacción de los deseos del mercado meta.

Conocer a fondo este posible mercado en el cual YombolMusic.com como sitio web piensa interactuar, buscando darle más valor a la empresa y perseguir la meta de ser cada vez más reconocidos en la producción de audio digital.

Cuando se habla de establecer objetivos se intenta alinear la visión de la empresa con las actividades de marketing de tal manera que estos propósitos sean medibles y tengan un impacto en la misión de la empresa.

En el proceso de formulación de estrategias, se debe delimitar los objetivos de marketing y financieros que se alcanzaran en un tiempo determinado, para esto se llevan a cabo planes de acción para cumplir con estos objetivos. En este caso estas estrategias no son actividades.

De esta manera se evidencia la importancia del direccionamiento estratégico de la empresa sin el cual no tendría un rumbo hacia el cuál plantear las actividades de marketing. Así, el direccionamiento estratégico se convierte en la carta de navegación de cualquier empresa, sin este no podría cumplir sus objetivos y mucho menos permanecer en el mercado de manera exitosa.

Es evidente que el direccionamiento estratégico de la empresa no puede estar desligado de los clientes, estos cada vez más toman un protagonismo especial en la vida de la empresa, es fundamental para el éxito de la organización escucharlos, saber cuáles son sus inquietudes, necesidades, requerimientos y deseos para así poder ofrecer soluciones a estos con productos y servicios hechos a su medida.

## **5.2 METODOLOGÍA UTILIZADA EN EL ESTUDIO DE MERCADO**

### **5.2.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN**

Descriptivo

### **5.2.2 POBLACIÓN**

La población dada para el estudio de mercado se enfocará en los clientes que han obtenido servicios de producción de audio por parte de YombolMusic.com, cabe decir que son clientes que se encontraron por redes sociales y desconocen de la futura creación del sitio web.

### **5.2.3 MUESTRA**

Para determinar la muestra con la cual se va a trabajar, se empleará el muestreo aleatorio simple.

“Es el procedimiento probabilístico de selección de muestras más sencillo y conocido, no obstante, en la práctica es difícil de realizar debido a que requiere de un marco muestral y en muchos casos no es posible obtenerlo. Puede ser útil cuando las poblaciones son pequeñas y por lo tanto, se cuenta con listados. Cuando las poblaciones son grandes, se prefiere el muestreo en etapas. Se utiliza ampliamente en los estudios experimentales, además, de ser un procedimiento básico como componente de métodos más complejos (muestreo estratificado y en etapas). Se caracteriza por que otorga la misma probabilidad de ser elegidos a todos los elementos de la población. Para él calculo muestral, se requiere de: El tamaño poblacional, si ésta es finita, del error admisible y de la estimación de la varianza.” (Universidad de Antioquia, 2016)

### **5.2.4 TÉCNICA DE MUESTREO**

En esta investigación se aplicó la técnica de muestreo probabilístico, la cual consiste en efectuar procedimientos en donde no todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser elegidos, además se realizará un muestreo por cuotas en la cual se manejan dos etapas o filtros los cuales serán:

- a) Que sean clientes fidelizados de YombolMusic.com
- b) Que se interesen por crear proyectos musicales del genero urbano

### 5.2.5 FORMULA

$$n = \frac{Nz^2 pq}{i^2 (N-1) + z^2 pq}$$

Siendo:

**n**= muestra

**N**= Tamaño de la población, número total de clientes

**p**= prevalencia esperada del parámetro a evaluar  $p=0.5$

**q**=  $1-p$

**i**= error  $i=0.1$

**z**= valor de  $z = 1.96$

$$n = \frac{150 * 1,96^2 * 0,5 * (1-0,5)}{0,1^2 * (150-1) + 1,96^2 * (1-0,5)}$$

$$n=42$$

La muestra de esta investigación será de 42 clientes de los 150 con los que ha realizado negocios anteriormente, a los cuales se les aplicará la encuesta vía internet.

### 5.2.6 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

El método para esta investigación fue deductivo. Se van a tener aspectos en relación con la inducción y la deducción para su empleo en la investigación y la referencia en los mismos en el diseño, en pocas palabras; A partir de situaciones generales se lleguen a identificar explicaciones.

## 5.2.7 FUENTES PRIMARIAS

### - ENTREVISTAS

- **NOMBRE:** Alexander Cárdenas; docente de la materia de Sistemas de Información Gerencial de la Universidad Santo Tomas Seccional Tunja.

#### **¿Qué piensa acerca de la creación una empresa que se ejecutara mediante estrategias de e-commerce?**

El comercio electrónico continúa creciendo de una forma imparable a nivel mundial, dando ventajas significativas a las empresas locales para encontrar nuevos mercados y nuevos clientes potenciales. El problema de algunas empresas de manufacturación que no han incursionado en el mundo del comercio electrónico, irán perdiendo participación en sus mercados, porque el cliente busca hoy en día informarse más, ver los productos y conocer de alguna forma mejor la empresa.

Definitivamente es necesario entrar en el comercio electrónico, es lo que ha hecho que empresas amplíen su demanda al encontrar nuevos mercados. Hoy con la globalización que nos beneficia no hay imposibles solamente retos.

#### **¿De qué manera se podría llegar a los posibles clientes en el mundo?, mediante una empresa tipo e-commerce?**

Hay muchas formas de encontrar mercados y clientes, una de ellas es colocar publicidad oportuna en donde se la pasan los clientes, y una de ellas son las redes sociales. Cada vez hay más empresas que apuestan por la publicidad en internet, logrando una mayor concentración de clientes en donde menos se esperaba.

La relación entre la globalización y las redes sociales radica en que las personas y compañías pueden expandir sus

conocimientos, productos, bienes, servicios, mercados, etc. Ya que las redes sociales nos permiten llegar más allá gracias al más grande invento de la humanidad: El Internet.

- **NOMBRE:** Giovanni Ávila; Director de marketing online.

**¿Qué medios hay para que el cliente conozca mejor a una empresa tipo e-commerce en el día de hoy?**

La publicidad en internet permite que millones de usuarios conozcan una determinada marca. Es una herramienta poderosa el cual el costo en internet es mucho más barato que en televisión o radio. La publicidad de internet es mucho más efectiva y se puede escoger el tipo de población a la que quieres llegar. Yo recomendaría que la empresa tipo e-commerce interactúe todos los días por las redes sociales con sus clientes para hacer un lazo mucho más fuerte con ellos. Invertir en la publicidad que hoy nos ofrece Facebook es muy oportuna al igual de YouTube que son las principales plataformas en donde día a día se concentran clientes potenciales para las empresas.

Aconsejaría invertir en google adwords, esta interesante herramienta ha ayudado a millones de empresas ha acercase a nuevos clientes y nuevos mercados. Donde se puede crear publicidad más efectiva con una inversión mínima.

**¿Qué ha llevado que las empresas tipo e-commerce tengan éxito en el mundo actual?**

Estas empresas tienen claras sus ideas desde el inicio en que entraron al comercio electrónico, pensaron en grande implementando pequeños pasos. Diseñan estrategias de marketing de cómo llegar al cliente, investigar en donde se encuentran nuestros posibles clientes potenciales y lo más

importante es mantener un seguimiento a esos clientes para tratar de conocer cada vez más a fondo sus necesidades.

### **5.2.8 ENCUESTA**

La encuesta es enfocada a los clientes de YombolMusic.com, cuenta con preguntas relacionadas con la idea de la ejecución de este plan de negocio, productos de la marca, forma de comprar, gestión de la venta del producto, importancia frente a la calidad, cumplimiento, atención, precio, funcionalidad, criterios a la hora de elegir un producto y atención al cliente.

### **5.2.9 FORMATO DE LA ENCUESTA**

Esta encuesta tiene por objetivo conocer lo que usted piensa acerca de la creación de un sitio web que proporcione los productos y servicios que se necesitan para la realización de un proyecto música. Es importante contar con sus respuestas, para la toma de decisiones estratégicas con respecto a este proyecto que busca la mejor manera de satisfacer a los clientes.

El carácter de esta encuesta es anónimo y los resultados serán utilizados únicamente con fines de análisis estadístico, por lo que se le pide atentamente responder sinceramente a las siguientes preguntas.

**Nombre de la encuesta:** Creación de YombolMusic.com como empresa tipo e-commerce especializada en la producción de audio digital.

**Usuarios a encuestar:** 42

**Universo:** 90% Hombres 18-30 años, 10% Mujeres 18-30 años

## **PREGUNTAS REALIZADAS EN LAS ENCUESTA**

Por favor marcar una sola opción.

**1. ¿Cree que es beneficiosa la creación de una empresa que está enfocada hacia la industria de la producción de audio que desarrollara sus actividades mediante el comercio electrónico?**

a) Si

b) No

**2. ¿Con qué frecuencia compra por Internet?**

a) Solo he comprado una vez

b) Una vez al año

c) Una vez cada 6 meses

d) Una vez cada 3 meses

e) Una vez al mes

f) Una vez a la semana

g) Una vez al día

h) Varias veces al día

i) No sabe / No responde

**3. ¿Qué medios de pago ha utilizado para comprar por internet?**

a) Tarjeta de crédito o prepago (Visa, Master Card, entre otras)

b) Paypal

c) Western Union

d) Money Gram

e) Neteller

f) Deposito o transferencia bancaria

g) Otros

**4. Para su decisión de compra por internet, ¿Es necesario conocer la empresa fuera de la red?**

a) Si

b) No

**5. ¿Cuál fue su principal motivación para comprar por Internet?**

- a) Comodidad
- b) Por consejo de otra persona
- c) Por encontrar un mejor precio
- d) Me permite localizar con calma el producto
- e) El producto o servicio no se encuentra en mi ciudad
- f) Otros

**6. ¿Cree que son seguras las compras por Internet?**

- a) Si
- b) No

**7. ¿Cree que sus compras por internet van a aumentar en el próximo año?**

- a) Si
- b) No

**8. ¿Cuál es su forma de localizar un comercio virtual?**

- a) A través de buscadores
- b) A través de los banners publicitarios
- c) A través del correo electrónico
- d) Por anuncios de TV
- e) Por anuncios de radio
- f) Por anuncios en vallas
- g) Comentarios en foros
- h) Otros

**9. ¿Cree que hay un ahorro al comprar por internet?**

- a) Si
- b) No

**10. ¿Cuál es su grado de satisfacción con el uso del Comercio Electrónico?**

- a) Completamente satisfecho
- b) Satisfecho

- c) Insatisfecho
- d) Completamente insatisfecho

**11. ¿Recomendaría el uso de Comercio Electrónico a otras personas?**

- a) Ya lo he recomendado
- b) Sí lo recomendaría
- c) Probablemente sí
- d) Probablemente no
- e) No lo recomendaría

**12) ¿Eres usuario habitual de redes sociales?**

- a) Si
- b) No

**13. ¿Ve positivo integrar una tienda virtual para elegir productos y servicios?**

- a) Si
- b) No

**14. Siente atractivo el nombre de “YombolMusic.com” como marca impulsadora de productos y servicios en línea sobre producción musical?**

- a) Si
- b) No

**15. ¿Cree que es beneficioso el poder escuchar los productos de YombolMusic.com para luego comprar y obtenerlos al instante?**

- a) Si
- b) No

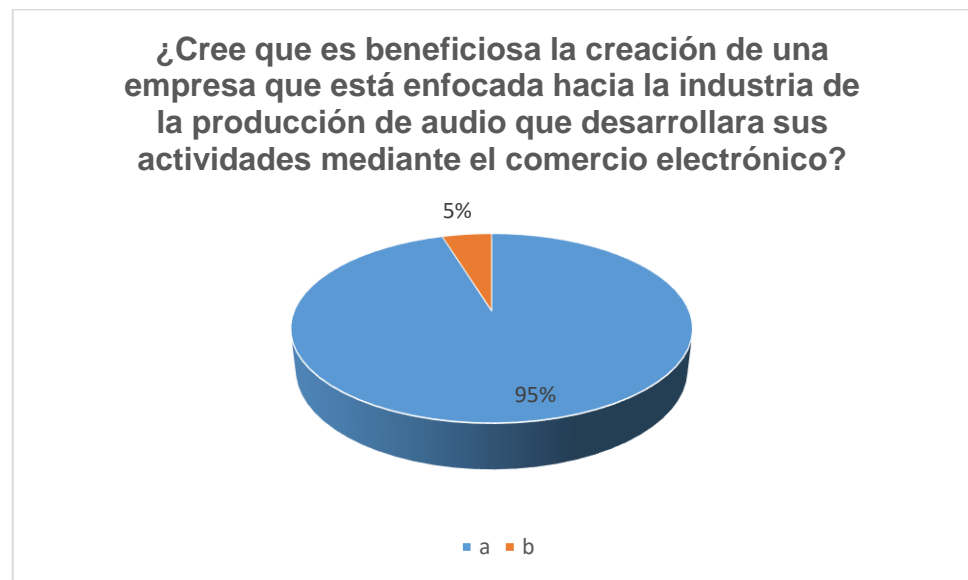
**16. ¿Estaría dispuesto a comprar en un sitio web nuevo donde está enfocado a buscar soluciones a los nuevos proyectos de todos los posibles clientes en el mundo?**

- a) Si
- b) No

## 5.2.10 RESULTADOS

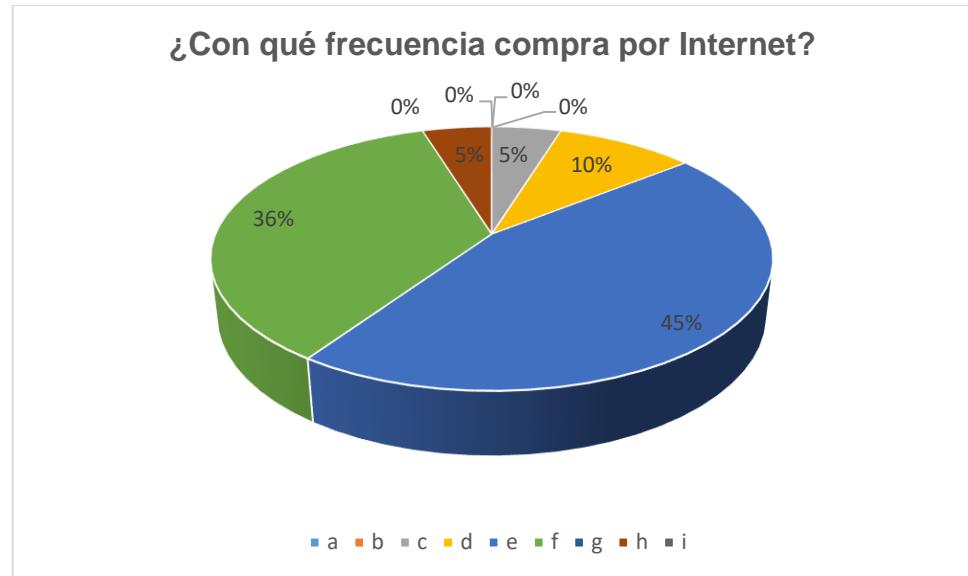
Por favor revisar anexo adjunto, para corroborar los siguientes datos y análisis expuestos. a continuación, se constata mediante estos resultados que los clientes están de acuerdo y a su vez respaldan la idea de la creación de un negocio tipo e-commerce sobre producción de audio. Los resultados de las encuestas fueron los siguientes:

### PREGUNTA 1



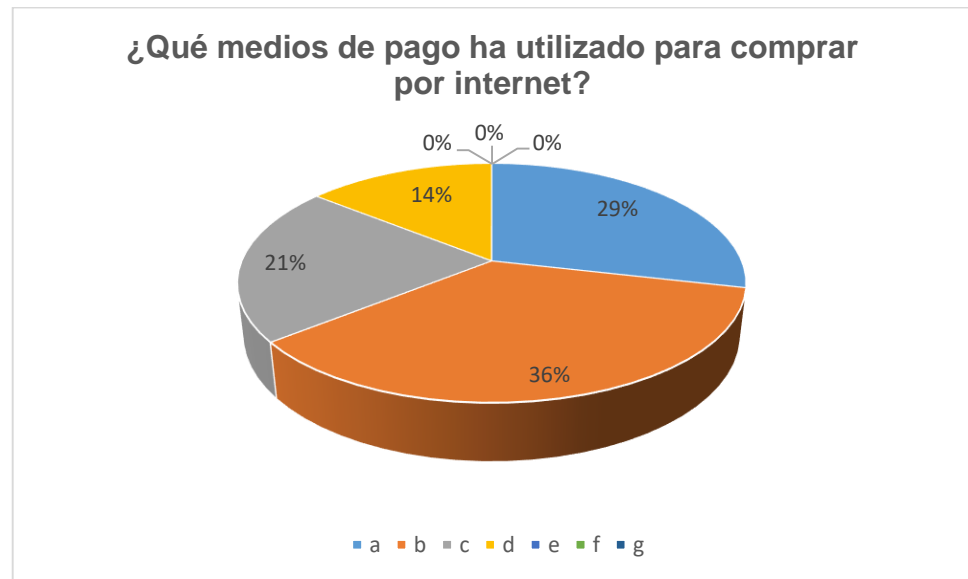
El 95% de los encuestados afirman que es una buena idea la creación de la plataforma virtual.

## PREGUNTA 2



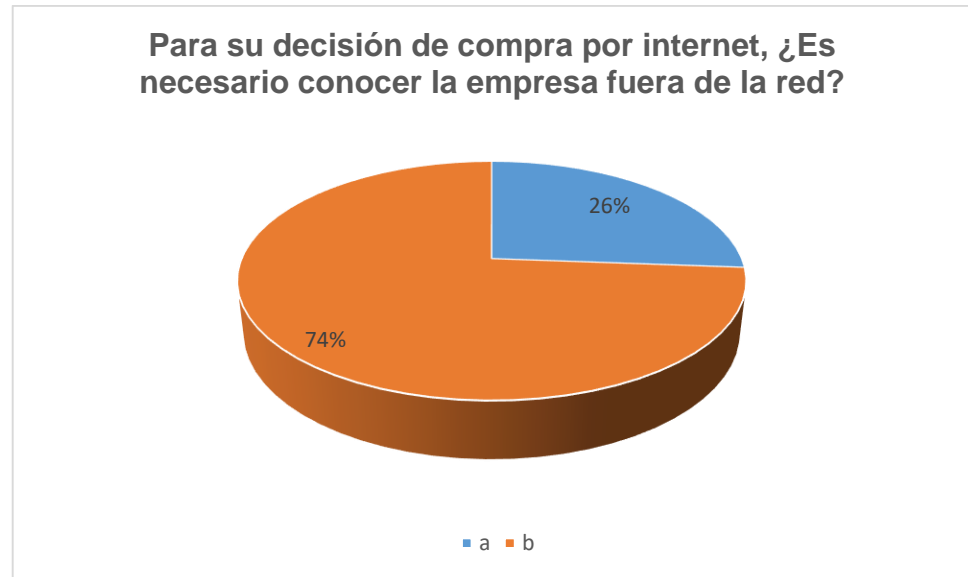
Las personas a las que se les realizó la pregunta, responden que si han realizado compras por medio de internet. Esto favorece al proyecto. Ya que la mayoría de los encuestados afirman que compran 1 vez al mes.

## PREGUNTA 3



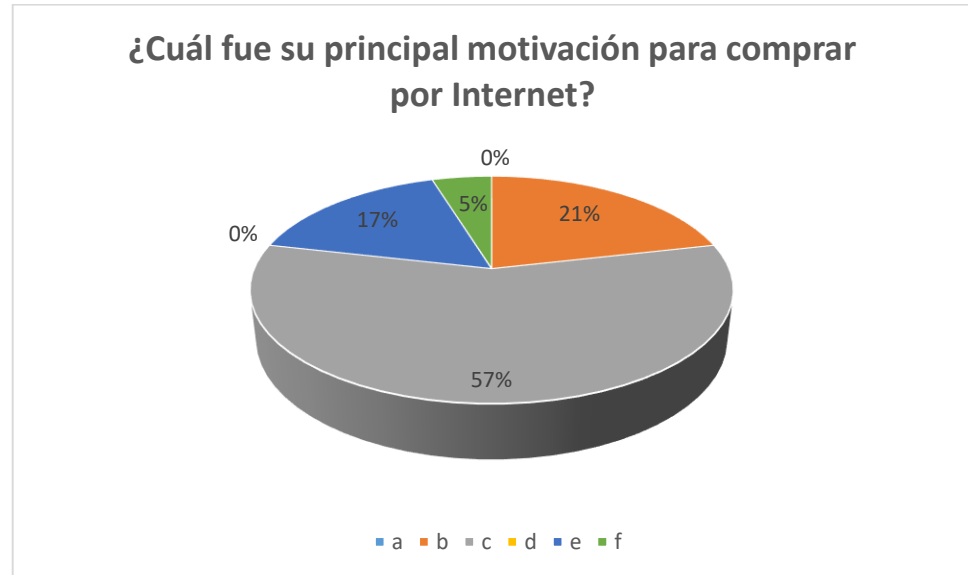
En esta grafica corresponden los medios de pagos mas populares, que son tarjetas de crédito y PayPal. Esto beneficia completamente al proyecto, porque se usará PayPal como método principal. Se puede observar que la gente está acostumbrada a pagar con PayPal.

#### **PREGUNTA 4**



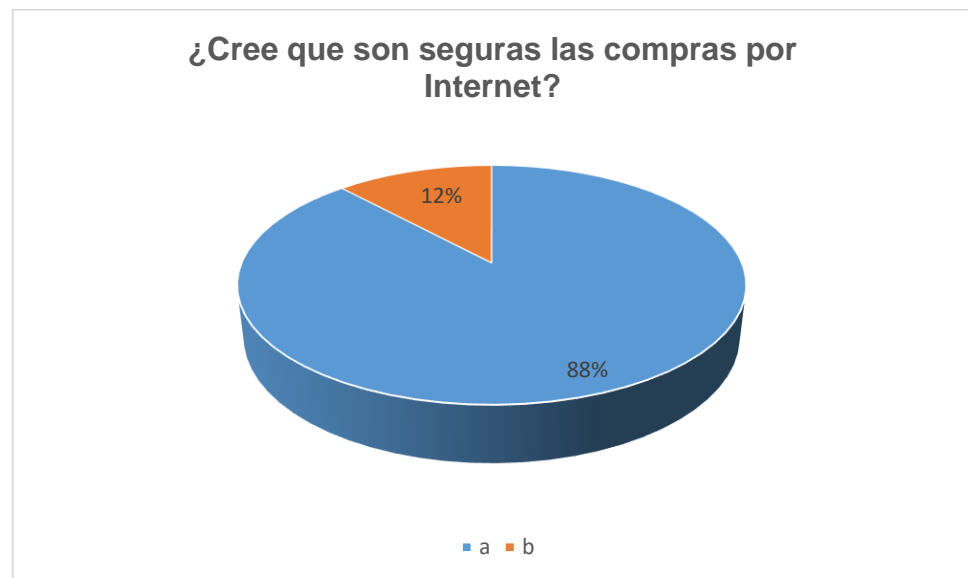
El 74% respondió que no es necesario, puesto que es una plataforma virtual, los procesos se deben manejar virtual y digitalmente.

## PREGUNTA 5



Hoy en día nos resguardamos en las opiniones de los demás, el “voz a voz” ayuda a incentivar a al individuo a involucrarse por primera vez en un entorno nuevo a su mundo.

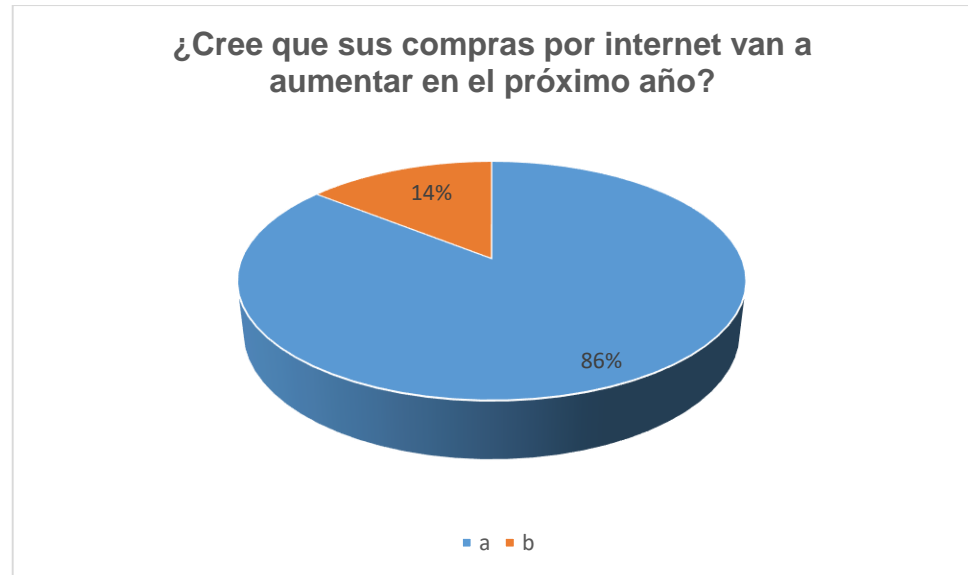
## PREGUNTA 6



En su gran mayoría las personas aceptan que las compras mediante sitio webs o plataformas virtuales son seguras, el otro 12% que confirmo que no, deben haber tenido alguna mala

experiencia. Sin embargo, las empresas e-comemrce luchan día a día para ganarse la confianza de todos los usuarios.

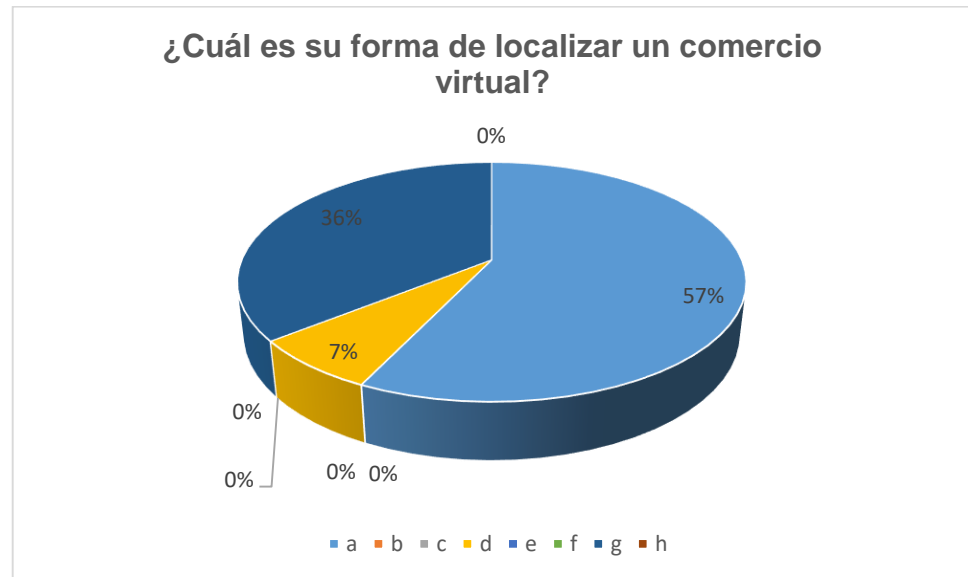
### PREGUNTA 7



Con certeza observamos que la mayoría de usuarios respondieron que si a un aumento de compras en los próximos años.

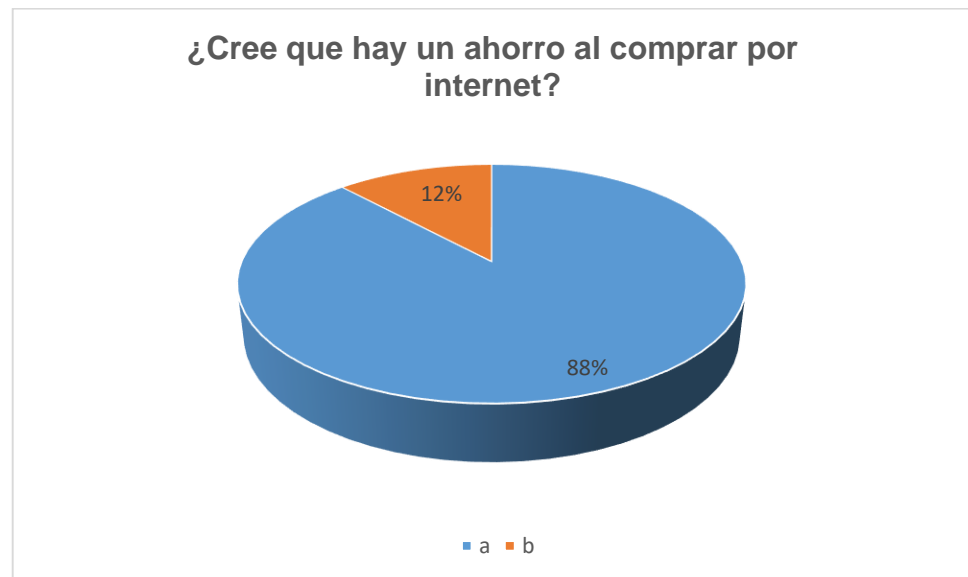
“En Colombia, como a nivel global, los consumidores prefieren comprar en línea con más frecuencia que en el almacén: viajes, tiquetes para eventos o videojuegos; mientras que acuden a las tiendas físicas para comprar comestibles frescos y empacados, medicinas o productos para el cuidado de la salud.” (Portafolio, 2017)

### PREGUNTA 8



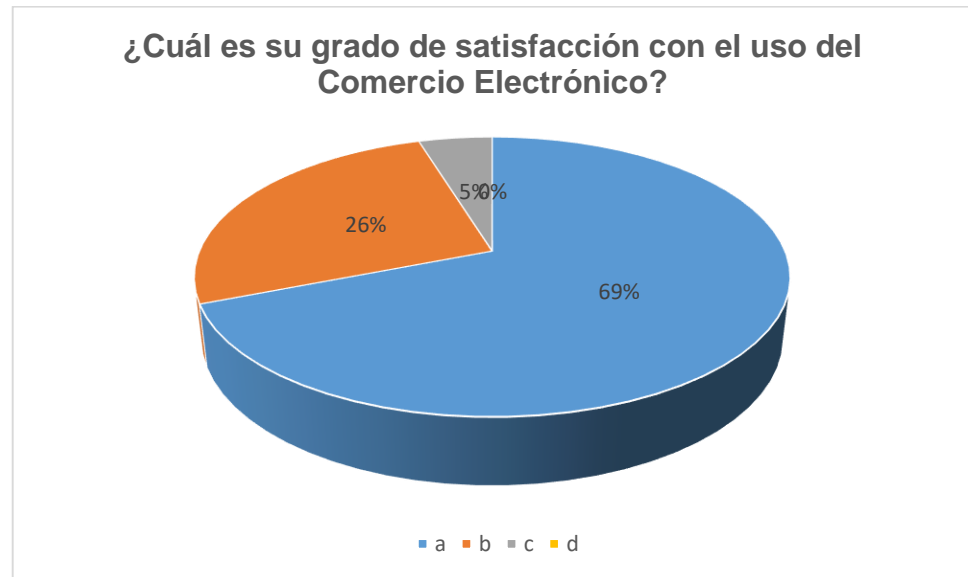
Los buscadores son una gran fuente para atraer clientes, es por esto la necesidad de crear publicidad

### PREGUNTA 9



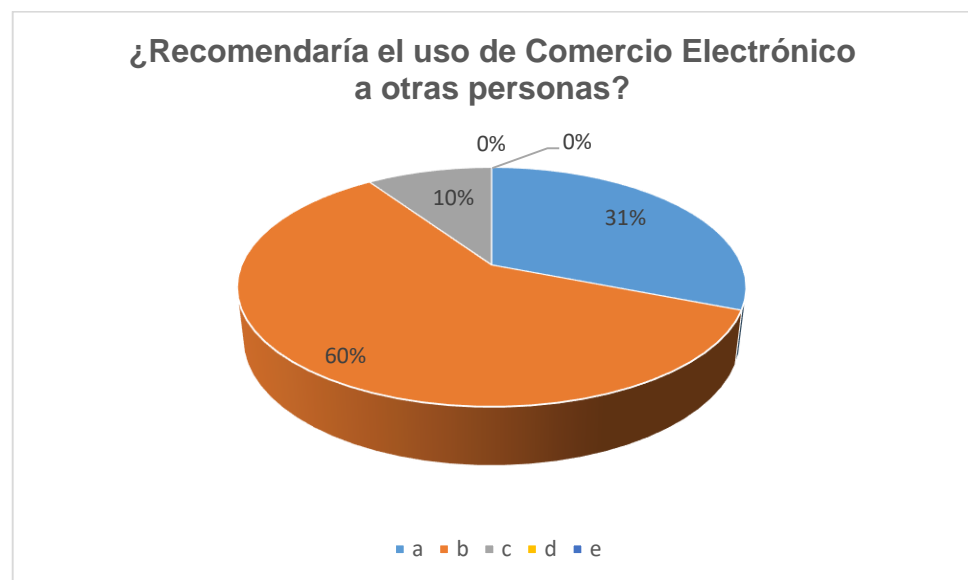
Aquellos usuarios que han comprado, se estima que lo han hecho por encontrar un precio bajo. Las tiendas virtuales tratan de hacer promociones para incentivar la compra de nuevos usuarios.

### PREGUNTA 10



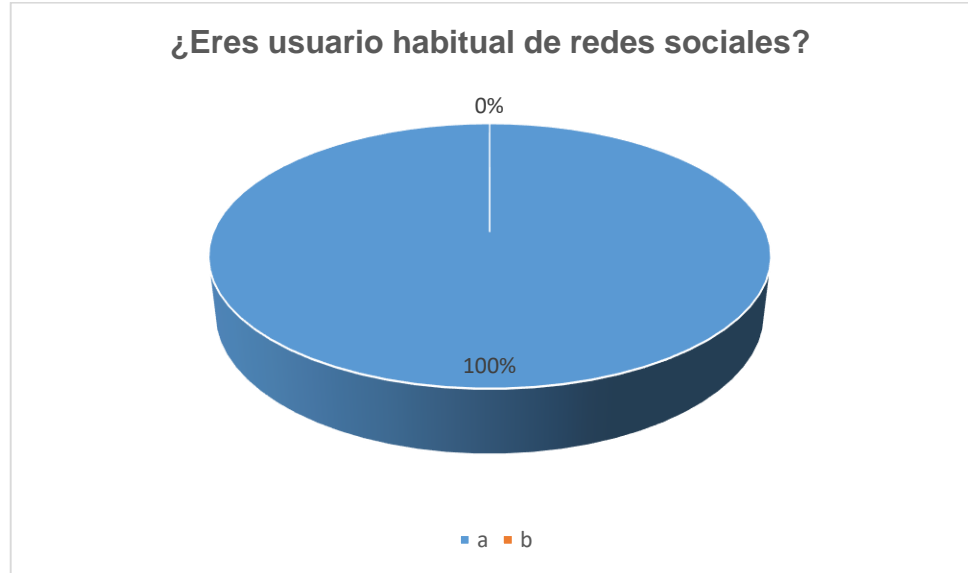
La mayoría de usuarios encuestados comentan estar completamente satisfechos con el comercio electrónico que está invadiendo hoy en día.

### PREGUNTA 11



Las personas que han comprado por primera vez han sido recomendadas por otras personas que ya habían comprado. Esto es un índice clave del crecimiento del comercio electrónico.

## PREGUNTA 12



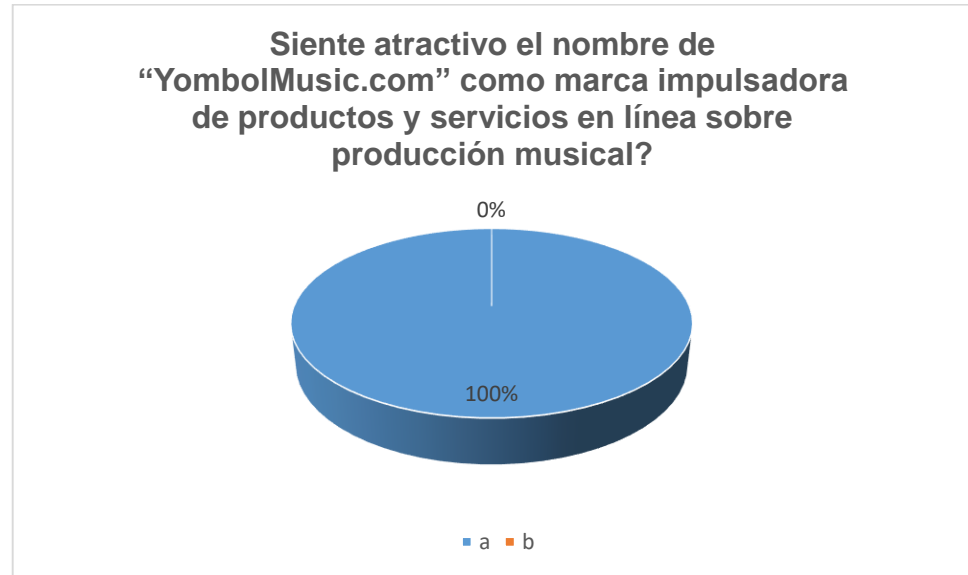
Todos los encuestados utilizan o interactúan en redes sociales.

## PREGUNTA 13



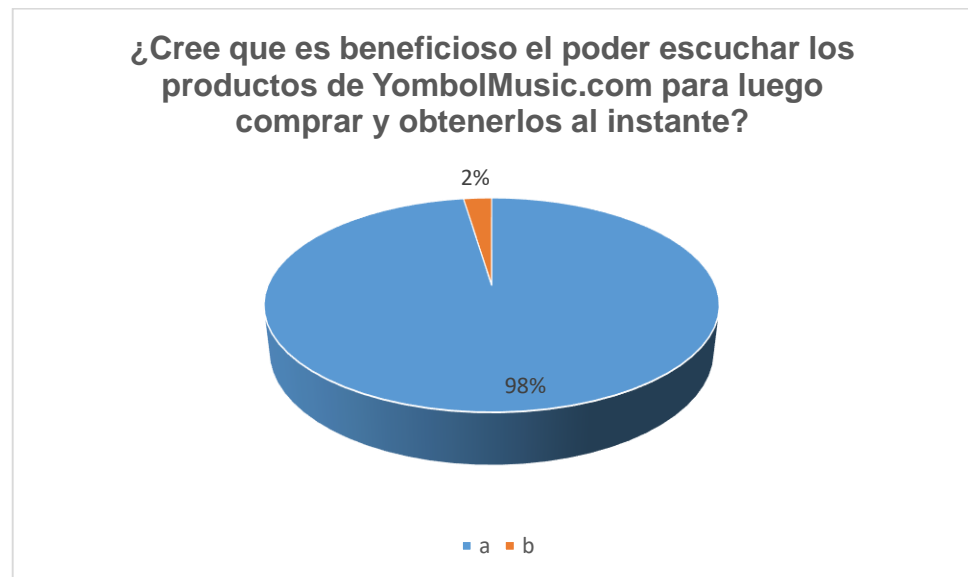
Todos los usuarios a los que se les encuestó, están de acuerdo en la realización de una plataforma virtual.

#### PREGUNTA 14



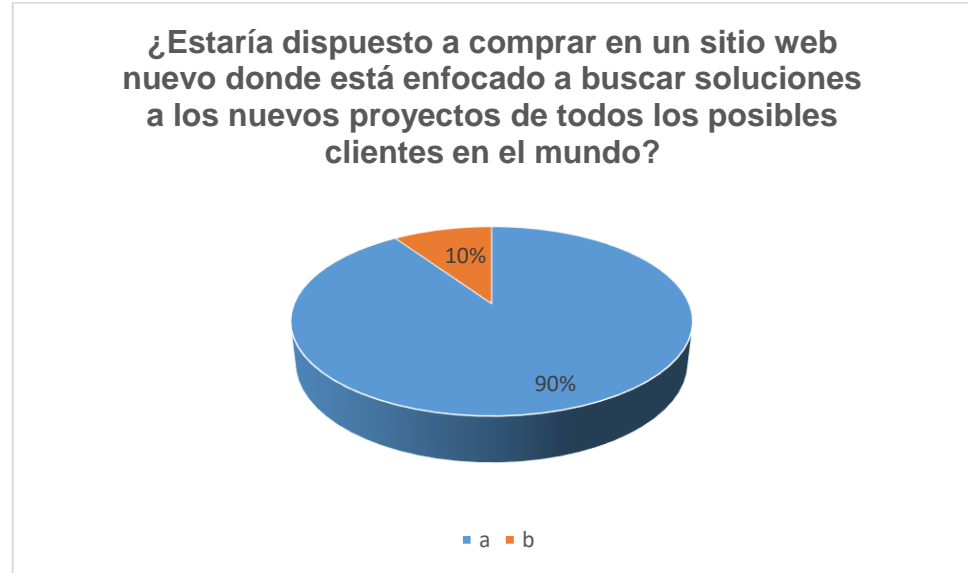
El nombre que se acordó para el proyecto es totalmente satisfactorio para los encuestados.

#### PREGUNTA 15



En su gran mayoría están de acuerdo en oír demostraciones de los productos digitales que podrían comprar. Esto mediante una “Beat Store”.

## PREGUNTA 16



Los resultados anteriores son contundentes, los clientes de la marca YombolMusic.com están de acuerdo con este proyecto, y demuestran estar pendientes al desarrollo de ello.

Estos resultados resaltan la gran acogida del internet en los últimos años, como es que ahora los productos y servicios se buscan por medio de la red, buscando beneficios en precio, calidad, distribución, transporte, entre otras cosas.

### 5.3 IDENTIFICACIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS

Los productos y servicios que se diseñarán y se ofrecerán desde un inicio son los siguientes:

#### - PRODUCTOS:

- **Ritmos musicales:** Uno de los principales productos del negocio YombolMusic.com serán las instrumentales o ritmos musicales que podrán ser reproducidas al instante.

Estos ritmos estarán divididos por géneros, se ofrecerán los siguientes estilos enfocados al género urbano: electrónica,

reggaetón, merengue, salsa, mambo, vallenato, champeta, rap y reggae.

- **Librerías de sonido:** En YombolMusic.com se ofrecerán samples de sonido de alta calidad para aquellos productores que necesitan librerías para sus producciones. Estarán disponibles librerías para diferentes estilos musicales modernos.

- **SERVICIOS:**

- **Mezcla (Mixing):** Proceso de edición de sonido utilizado para balancear y equilibrar el volumen relativo y la ecualización de una sesión de audio. El resultado final del mixing es el mixdown para ser listo para ser masterizado. Comúnmente este servicio es contratado junto a la masterización.

Este servicio dura entre 2 a 5 días hábiles después de que el cliente haga el pedido. Es necesario que el cliente entregue la sesión de grabación o multi-pista sin efectos para hacer el tratamiento correspondiente.

- **Masterización:** La masterización es muy importante, puesto que es el proceso final de toda canción. Todas las canciones que se escuchan en la radio o en eventos importantes, han sido masterizadas para que pueda ser oídas en cualquier medio sin tener algún problema al igual aquí se enfatiza en la potencia.

Este servicio dura en realizarse un día en promedio y es necesario el mixdown por parte del cliente.

- **Arreglo de voces (tratamiento de voces):** En esta parte se espera la sesión de la grabación de las voces por parte del cliente. Se trabajará en las afinaciones y cuantificación, se aplicarán efectos de inserción y de envío para lograr un buen resultado final, estará lista para ser colocada en la mezcla o ser enviada al productor con el que está trabajando el cliente.

- **Grabación:** Este servicio estará disponible solo para los artistas que se encuentran en la ciudad de Tunja o que pueden trasladarse allí para la sesión.

Los productos y servicios anterior mencionados se trabajarán en un estudio ubicado en la ciudad de Tunja, donde actualmente contiene el hardware suficiente para la realización de estas tareas.

- **TECNOLOGÍA USADA PARA EL DESARROLLO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS**

- Portátil Asus i7 6700HQ, 16 ram, 1tb de disco duro.



Fuente: <https://www.Asus.com/latin/> (2016)

- Monitores de audio M-Audio BX5a 5"



Fuente: <https://www.m-audio.com> (2008)

- Interface de audio Presonus iTwo



Fuente: <https://www.presonus.com/> (2012)

- Audio-Technica AT2020 Micrófono de grabación



Fuente: <https://www.audio-technica.com> (2009)

- Behringer U-Control UMX-610 Teclado midi de 5 octavas



Fuente: <https://www.musictri.be/brand/behringer/home> (2010)

- M-Audio Oxigen 25 Teclado midi de 2 octavas



Fuente: m-audio.com (2009)

- Korg Nanokontrol 2



Fuente: <https://www.korg.com/> (2009)

#### - **DIFERENCIADOR**

Los procesos que se implementaran en los productos y servicios se han estudiado durante 10 años, en los cuales se ha logrado que los clientes se sientan satisfechos. Se han oído resultados de la competencia opacos con falta de mejores procesos para llegar a una calidad aceptable.

Los trabajos que se han hecho se resaltan por su potencia, una mezcla limpia y un sonido nuevo.

El proceso en las voces es muy minucioso, se arregla la afinación de cada palabra que el artista grabo. A los clientes con los que se han contado hasta el momento, les ha gustado los resultados, esto haciendo que sean cada vez más fieles a que YombolMusic.com.

#### **5.4 ANÁLISIS DE LA DEMANDA**

Para Kotler, Cámara, Grande y Cruz, autores del libro "Dirección de Marketing", la demanda es "el deseo que se tiene de un determinado producto pero que está respaldado por una capacidad de pago".

#### **5.4.1 OBJETIVO DEL ANÁLISIS DE LA DEMANDA**

La principal idea con la realización de este proyecto tipo e-commerce, es que los artistas de todo el mundo, en especial hispanohablantes puedan obtener servicios y productos fácilmente, con solo conectarse a internet y elegir lo que necesita para el desarrollo de sus ideas.

Los usuarios de YombolMusic.com se encuentran en aquellos países en donde se habla el español, puesto que al ser una "beat store" estará disponible fácilmente para cualquier usuario del mundo que entienda el español. Los productos se podrán adquirir al instante después de la compra, los servicios tienen un periodo de 1 a 5 días según su necesidad, esto porque se empieza a trabajar desde la sesión o proyecto base del artista.

Aunque estos productos y servicios pueden ser adquiridos por cualquier persona de cualquier edad, tiene un enfoque principal que es ayudar a los nuevos talentos a tener sus demos musicales para el inicio de sus carreras, ya que la demanda por parte de estos nuevos talentos es cada vez es mayor.

YombolMusic.com estará dirigido a artistas, empresas manejadoras de proyectos artísticos, personas naturales y todas aquellas que necesiten ayuda en la edición de audio profesional.

Los principales países a los que se enfocara desde un inicio este proyecto es a estados unidos y puerto rico, estos dos países se encuentra la demanda más alta de artistas en busca de un productor de proyectos musicales.

#### **5.4.2 METODOLOGÍA PARA EL ANÁLISIS**

Para lograr el análisis de la demanda se empleará una investigación descriptiva en donde se incurrirá medios como el

internet y las redes sociales para la realización de los cuestionarios por parte de los usuarios a encuestar.

Se pretende con este cuestionario encontrar con más claridad las características que actualmente dispone el mercado, conocer lo que se está demandando en el mercado de producción de audio, conocer criterio sobre el lanzamiento de YombolMusic.com como una plataforma virtual en el que el usuario podrá interactuar mediante un sitio web.

#### **5.4.2.1 VARIABLES**

- **MODA:** La tendencia actual siempre influirá en la decisión del cliente, en mayor parte de las decisiones se basan en las canciones que están de “moda”, o son las que más se escuchan en las diferentes poblaciones. Estas canciones son la inspiración de los artistas para hacer algo similar y poder lograr el mismo reconocimiento. Se guían del artista de moda para lograr un estilo similar, hay que recordar que los estilos musicales son cambiantes, cada canción que se escucha en la radio o discoteca trae un nuevo concepto, es por esto que llega a ser de gusto del público.
- **TECNOLOGÍA:** Gracias a la tecnología hoy en día llegan proyectos de artistas para que sean elaborados, ellos envían sus maquetas hechas en casa; grabadas desde un celular o el computador de su casa, con el fin de elaborar esta maqueta profesionalmente por un productor.
- **PRECIO DEL DÓLAR:** Los precios que maneja YombolMusic.com estarán dados en la moneda mundial que es el dólar americano. Si el precio del dólar sube o baja esto afectara al negocio. Hoy en

día ha beneficiado con su aumento para cobrar la utilidad final en Colombia.

#### **5.4.2.2 POBLACIÓN**

La población para analizar la demanda será enfocada en los clientes con los que se han pactado negocios en nombre de ella marca de YombolMusic.com. Estos clientes deben estar radicados principalmente en países como Estados Unidos, Puerto Rico y España.

Se tendrá mayor preferencia con aquellos usuarios que vallan pactado más de dos negocios para conocer lo que ellos están demandando frente a servicios y producto de producción de audio.

Para este análisis la población corresponde a 150.

#### **5.4.2.3 MUESTRA**

En esta investigación se aplicó la técnica de muestreo probabilístico: aleatorio simple, el cual consiste en efectuar procedimientos en donde no todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser elegidos, además se realizará un muestreo por cuotas en la cual se manejan dos etapas o filtros los cuales serán:

- a)** Que sean clientes fidelizados de YombolMusic.com
- b)** Que se interesen por crear proyectos musicales del genero urbano.

$$n = \frac{Nz^2 pq}{i^2 (N-1) + z^2 pq}$$

Siendo:

**n**= muestra

**N**= Tamaño de la población, número total de clientes

**p**= prevalencia esperada del parámetro a evaluar  $p=0.5$

**q**=  $1-p$

**i**= error  $i=0.1$

**z**= valor de  $z = 1.96$

$$n = 150 * 1,962 * 0,5 * (1 - 0,5) / 0,12 * (150 - 1) + 1,962 * (1 - 0,5)$$
$$n = 42$$

La muestra de esta investigación será de 42 clientes de los 150 con los que ha realizado negocios anteriormente, a los cuales se les aplicará la encuesta vía internet.

#### 5.4.2.4 INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN

- **Google Adwords:** Esta es una de las herramientas más poderosas que puede contar un investigador que quiere obtener datos sobre las búsquedas que suelen hacer los usuarios de google.

En este caso se usará Google Adwords para encontrar los estilos que actualmente están dentro de la industria musical, también se analizará los servicios y productos que los usuarios más buscan sobre producción de audio.



Fuente: <https://adwords.google.com>

Gracias a esta herramienta se obtuvieron los siguientes análisis que ayudaran a establecer las preguntas para los cuestionarios:

- En correspondiente a este año (2016) los usuarios tienen a buscar estilos musicales como: Trap, reggaetón, merengue urbano y bachata.

- En Adwords se puede observar que la tendencia en búsqueda en ritmos musicales, cada vez es mayor mes a mes.
- El país que más tiende a encontrar resultados en google sobre producción de audio son los estadounidenses.
- La principal plataforma para encontrar información relacionada con la música es YouTube.
- **Foros:** En los foros se encuentran numerosos usuarios en búsqueda de encontrar solución a un problema, colocando un “topic” donde otros usuarios suelen dar sugerencias al problema.  
En varios foros como musicólogos.net se encontraron numerosos usuarios en búsqueda de ritmos musicales, de géneros actuales y ejemplificando el estilo de algunos artistas modernos.
- **Tops musicales radiales:** En los sitios webs de varias emisoras imperantes mundiales como, la mega, los 40 principales, La nueva 94, entre otras. Muestran que el género urbano está cada vez logrando una mayor popularidad, la mayoría de las canciones que escuchamos en la radio o en la calle corresponden al género urbano, un estilo diferente que toma rasgos de la evolución del reggae y dance hall de los 90s.

#### 5.4.2.5 ANÁLISIS Y PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Los resultados vistos anteriormente, se observa que hay una gran acogida hacia el género urbano, y que la búsqueda de servicios de producción de audio es alta mes a mes. Frente

a los resultados se plantea encontrar los estilos y géneros musicales que se van a crear para la plataforma virtual.

Los usuarios cada vez muestran un mayor interés por las compras vía internet, un estudio apunta que aumentó un 20% los usuarios que interactúan con el internet.

#### **5.4.2.6 FORMULARIOS**

Las encuestas que se aplicaron fueron realizadas por internet, donde el usuario elegido tenía que entrar a un link y contestar el cuestionario.

**Nombre de la encuesta:** Análisis de la demanda del mercado de producción de audio.

**Usuarios a encuestar:** 42

**Universo:** 90% Hombres 18-30 años, 10% Mujeres 18-30 años

#### **PREGUNTAS REALIZADAS EN LAS ENCUESTA**

Por favor marcar una sola opción.

**1. ¿Cuáles de los siguientes géneros y estilos musicales está enfocada principalmente su carrera artística?**

- a) Bachata
- b) Reggaetón
- c) Trap
- d) Merengue
- e) Electrónica
- f) Salsa
- g) Otro

**2. De los siguientes géneros y estilos musicales ¿Cuál le gustaría principalmente comprar en YombolMusic.com?**

- a) Bachata
- b) Reggaetón

- c) Trap
- d) Merengue
- e) Electrónica
- f) Salsa
- g) Otro

**3. ¿Está de acuerdo con que se ofrezca mezcla y masterización desde una plataforma virtual?**

- a) Si
- b) No

**4. ¿Cada cuánto compra o compraría ritmos musicales para sus proyectos?**

- a) 1 vez a la semana
- b) 1 vez al mes
- c) 1 vez cada dos meses
- d) 1 vez cada tres meses
- e) 1 vez cada semestre
- f) 1 al año

**5. ¿Cuáles de los siguientes géneros y estilos musicales NO compraría en YombolMusic.com?**

- a) Bachata
- b) Reggaetón
- c) Trap
- d) Merengue
- e) Electrónica
- f) Salsa
- g) Otro

**6. ¿Cuál es su fin al hacer música?**

- a) Hobbies
- b) Establecerme como artista
- c) Otro

**7. ¿Qué lo inspira para hacer música?**

- a) Artistas famosos
- b) Familia
- c) Talento
- d) Otro

**8. ¿Compraría letras para sus proyectos virtualmente?**

- a) Si
- b) No

**9. ¿Estaría interesado en un curso donde pudiera aprender a producir audio?**

- a) Si
- b) No

**10. Musicalmente ¿Cuál estilo prefiere más?**

- a) Clásico
- b) Moderno

**11.¿Se sentiría más incentivado a comprar si ve publicidad en YouTube o redes sociales?**

- a) Si
- b) No

**12.¿Está de acuerdo en que se compongan ritmos musicales enfocados a los artistas del momento?**

- a) Si
- b) No

#### **5.4.2.7 FUENTES DE INFORMACIÓN**

- Probabilidad y Estadística de Canavos, ed. Mc Graw hill.
- Análisis financiero aplicado y principios de administración financiera Ortiz Anaya, Héctor, universidad externado de Colombia.
- La estrategia del océano azul Kim, W. Chan, Norma.

### **5.4.3 COMPORTAMIENTO HISTÓRICO:**

#### **5.4.3.1 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO**

YombolMusic.com está enfocado en encontrar artistas nuevos o profesionales que estén buscando la forma de realizar sus ideas musicales modernas, quieran obtener ese sonido de la moda actual, enfocado al género urbano.

La

- **Segmentación de clientes:** Los productos y servicios están dirigidos a personas de a partir de 16 años que desean ritmos musicales modernos con un concepto diferente y que quieran una mezcla y masterización especializada en los procesos de YombolMusic.com ubicados en todo el mundo. En el sitio web estará contemplados varios ejemplos donde los clientes podrán analizar si es el concepto al que desean llegar en sus proyectos.

La segmentación iniciara en los países de Estados Unidos y Puerto Rico, invirtiendo en publicidad en redes sociales y google adwords. Es en estos países en donde se encuentra la mayor demanda que podrían contratar estos productos y servicios mencionados en este plan de negocio.

#### **5.4.3.2 CONSUMO APARENTE**

El consumo aparente de este proyecto es ofrecer servicios y productos a usuarios que mantengan una ciber cultura y tengan proyectos e ideas en las que necesiten producción de audio.

#### **5.4.3.3 CONSUMO PER CAPITA**

Este es un servicio innovador, el consumo per capita se ha sacado con información recogida por las encuestas que es

la siguiente; los usuarios requerirían los servicios de producción de audio 1 vez al mes en promedio.

#### **5.4.4 CARACTERÍSTICAS TEÓRICAS DE LA DEMANDA: FUNCIÓN DE DEMANDA, LA FUNCIÓN DE INGRESO, LA ELASTICIDAD DE LA DEMANDA, ELASTICIDAD CRUZADA.**

La demanda en el comercio electrónico está fragmentada, como tal no se sabe en dónde están los posibles clientes y tampoco es posible estimar con exactitud lo que se va a vender.

Se ha partido de las ventas históricas realizadas por medio de redes sociales y un blog. Estas ventas han demostrado que la demanda aumenta en medida a la publicidad dada en grupos, foros y por supuesto redes sociales.

#### **5.4.5 ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA FUTURA**

La demanda futura de este proyecto se prevé que la demanda aumente 1% a 5%. Esto determinado con las ventas previas que se realizaron a anteriores clientes.

### **5.5 ANÁLISIS DE LA OFERTA**

La oferta está dada al tiempo que se emplea en la realización de un producto digital o servicio. A continuación, se mostrará el tiempo que se emplea para la realización o prestación de un producto digital o servicio.

<b>PRODUCTOS DIGITALES</b>	<b>TIEMPO</b>
Ritmos musicales	160 Minutos
Librerías de sonido	240 Minutos
<b>SERVICIOS</b>	<b>TIEMPO</b>
Mezcla	240 Minutos
Masterización	60 Minutos
Arreglo de voces	60 Minutos
Grabación	60 Minutos

PRODUCCION COMPLETA	360 Minutos
---------------------	-------------

La máxima cantidad de producción está dada por cantidad x meses, trabajo de 8 horas por parte del productor musical:

<b>PRODUCTOS DIGITALES</b>	<b>CANTIDAD</b>
Ritmos musicales	45
Librerías de sonido	30
<b>SERVICIOS</b>	<b>CANTIDAD</b>
Mezcla	30
Masterización	120
Arreglo de voces	120
Grabación	120
PRODUCCION COMPLETA	20

La oferta y demanda que se prevé en el primer año está establecida en el anexo 3.

#### **5.6 ANÁLISIS DE LOS SISTEMAS ACTUALES DE COMERCIALIZACIÓN: CANALES DE COMERCIALIZACIÓN, MÁRGENES DE COMERCIALIZACIÓN, CONDICIONES DE INCERTIDUMBRE EN LA COMERCIALIZACIÓN.**

“La empresa cuenta con canales automatizados y canales electrónicos de distribución en este proceso se genera el pedido de las instrumentales por medio de la plataforma virtual acá el comprador podrá observar el producto que más se acomode a su necesidad o si desea implementar por un servicio más amplio como el paquete completo en el cual el cliente deberá enviar un archivo de audio limpio, este se empezará a trabajar como archivo musical después de haberlo hecho se envía por medio de correo o por donde el comprador indique ya que el trabajo en su mayoría

se entrega totalmente virtual y si el cliente desea se puede enviar dos cd con el trabajo finalizado si el cliente lo desea por lo cual se contratará una empresa que preste este servicio de envío para hacerle llegar los cd con el trabajo a donde ellos digan, este servicio se prestará solamente a nivel nacional y los gastos serán pagados por el comprador si es que desea optar por él envío del material.” (Justin C., Moore, Carlos y Palich, & E, 2009)

Las comercializaciones de los productos digital en su gran mayoría se realizan con el contacto de un estudio de grabación cercano, el cual ofrece al cliente ciertos servicios que podrá adquirir yendo a ese estudio. Los costos y márgenes de comercialización se encuentran en el archivo adjunto (Revisar archivo adjunto: anexo 3 “VENTAS SERVICIOS”). Los márgenes son realmente altos dado que es una idea innovadora y los precios que se entregan es por el tiempo que se emplea en el tratamiento, experiencia, equipos.

#### **5.7 ANÁLISIS DE DEMANDA VERSUS OFERTA: DÉFICIT, SUPERÁVIT, SATURACIÓN DEL MERCADO, DETERMINACIÓN DE NICHOS DE MERCADO O DEMANDA INSATISFECHA.**

Los principales nichos de mercado se encuentran en las ciudades más pobladas del mundo, en especial ciudades de: Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, El Salvador, Estados Unidos, España, Guatemala, Guinea Ecuatorial, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, Uruguay, Venezuela.

Los nichos de mercado tienen características como:

- Son hispanohablantes
- Amantes de la música latina
- Ubicados en ciudades pobladas
- Tienen el don de cantar
- Tienen deseos de hacer canciones modernas

## 6. ESTUDIO TÉCNICO

### 6.1 ASPECTOS TECNICOS

#### - PRODUCTOS:

- **Ritmos musicales:** Este producto digital será uno de los principales responsables en atraer clientes a la plataforma virtual. Para la elaboración de estas instrumentales es necesario contar con los siguientes equipos:

- **Portátil o computador de mesa:** Es uno de los principales artefactos necesarios para la elaboración de ritmos musicales, debe ser potente y lograr la ejecución con facilidad del software indispensable para la realización de las instrumentales. Para ello se cuenta con un portátil de la marca Asus, con un procesador i7 de última generación, RAM 16 GB, disco duro de 1 Gb, con el cual se podrá desarrollar las tareas empresariales fácilmente y sin problemas.
- **Teclado controlador MIDI:** para los estudios de sonido es esencial tener esta herramienta para el trabajo conjunto del productor. El controlador MIDI facilitara la composición de melodías y agilizar el trabajo del creador del ritmo.



Fuente: [www.m-audio.com/products/view/keystation-49](http://www.m-audio.com/products/view/keystation-49)  
(2009)

- **Interface de audio:** mínimo 2 canales con latencia ultra baja. Este hardware gestiona las entradas, salidas y lo más importante, el procesamiento del sonido. Para el desarrollo de los ritmos musicales se utilizará una interface de la

empresa Presonus iTwo, La cual procesará el sonido de una manera potente y eficaz.



Fuente: <https://proav.roland.com/global/> (2011)

- **Monitores de audio activos:** Con los monitores de audio se busca obtener una respuesta totalmente plana del sonido, es decir, al estar laborando en el estudio de sonido es necesariamente escuchar el sonido sin alteraciones y sin coloración.



Fuente: [www.krksys.com/](http://www.krksys.com/) (2008)

- **Mesa de mezcla:** Es un dispositivo electrónico que ayuda a conectar diferentes elementos emisores de audio como: micrófonos, entradas de líneas, sintetizadores, y demás hardware. Una vez las señales entran, se pueden procesar mediante ecualización, compresores, efectos de envío, efectos de inserción.



Fuente: <https://www.sweetwater.com> (2010)

- **Librerías de sonido:** Son una herramienta indispensable para la realización de cualquier producción de audio. En las librerías de audio encontramos samples, que son audio clips o muestras de sonido de percusiones, loops, efectos, voces, entre otros.  
Los productores o ingenieros de sonidos deben tener una librería de sonido que sea de gran calidad para que ayude a la realización de sus diferentes proyectos musicales. Las librerías de sonido son utilizadas para el desarrollo de ritmos musicales, sinfonías, audios para películas, entre otros.
- **SERVICIOS:**
  - **Mezcla (Mixing):** la mezcla de audio es utilizado en la edición de sonido con el fin de balancear y equilibrar el volumen del sonido, utilizando herramientas como: ecualización, compresión, reverb, delay, entre otros. Los clientes que buscan una mezcla para su proyecto de audio son aquellos que desean que este proyecto musical suene mejor, logrando sonar bien en cualquier dispositivo y a la estandarización actual.
  - **Masterización:** Es el proceso final de una canción, su anterior proceso es la mezcla. El cliente debe entregar su audio mezclado así haya sido realizado en otro estudio de sonido. En el proceso se buscará resaltar claridad, obtener potencia y que sea audible en cualquier dispositivo de audio.

- **Arreglo de voces (tratamiento de voces):** Hoy en día es un proceso importante y el cual se debe hacer para corregir desafinaciones, ruidos no deseados, chasquidos, seseos. Para esto se utilizará software que ayudará a analizar en qué notas el artista ha desafinado y es necesario realizar un tratamiento de afinación.
- **Grabación:** La grabación de voces o instrumentos es un procedimiento importante y es necesario tener cuidado en este paso. Se ofrecerá grabación de voces o instrumentos a los artistas que puedan llegar al estudio de grabación ubicado en Tunja (próximamente en Bogotá).

### 6.1.1 MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL DE LOS ASPECTOS TÉCNICOS

#### MARCO TEORICO

En primera parte se establecieron procesos establecidos en el libro titulado “Masterización de Audio: La Ciencia y el Arte” (2004) escrito por Bob Katz.

En segunda parte se establecieron características generales de estudios de sonido y grabación, sus métodos descritos en artículos y libros como: “Edición de audio y vídeo con software libre” (2011) escrito por Ma José Gómez Méndez, María José. Empresas grandes e importantes en la creación de software para compositores musicales ha ayudado a dar diferentes metodologías para mejorar los procesos de los productores, en ello se basó en “Avid Media Composer” (2016) escrito por Moreno, Falele.

#### MARCO CONCEPTUAL

- **DAW:** Es una estación de audio digital dedicado a la grabación y edición de audio digital.

- **VST:** (Virtual Studio Technology) simula un instrumento virtual.
- **Delay:** Efecto de sonido que consigue la multiplicación de una señal.
- **Reverb:** también llamada reverberación, se produce en salas cerradas lo cual hace que la señal sonora se reproduzca varias veces sumándose en tiempo real.
- **Latencia:** retardo de una señal en llegar de la entrada a la salida.
- **MIDI:** (abreviatura de Musical Instrument Digital Interface) permite que varios instrumentos musicales electrónicos, computadoras y otros dispositivos relacionados se conecten y comuniquen entre sí.
- **Masterización:** La masterización es el último paso de la postproducción de audio. El propósito de la masterización es equilibrar los elementos sonoros de una mezcla estéreo y optimizar la reproducción de todos los sistemas y formatos.
- **FL Studio:** es una de las mejores aplicaciones que existen en el mercado actualmente para crear loops. Recomendado tanto para profesionales como para todos aquellos que empiezan, con este programa podrás hacer sonidos de gran calidad para canciones.
- **Studio One:** es un software multi-pista para grabación y desarrollo de audio.
- **Estudio de sonido:** también conocido como estudio de grabación. Es un recinto especializado en la captura y tratamiento de sonido.
- **Audio:** sistema de grabación

- **Nexus:** instrumento virtual que homologa diferentes sintetizadores.

### **6.1.2 METODOLOGÍA UTILIZADA PARA LA FORMULACIÓN DE LOS ASPECTOS TÉCNICOS**

Durante los últimos años se han fortalecido el conocimiento de numerosas personas gracias a los foros. Los usuarios pueden responder discusiones de otros usuarios y es una de las partes donde más se fomenta el conocimiento mediante la experiencia crítica de otros usuarios, de esta manera se ha recopilado la mayoría de información para la creación de los procesos que desarrollaran los productos digitales y servicios.

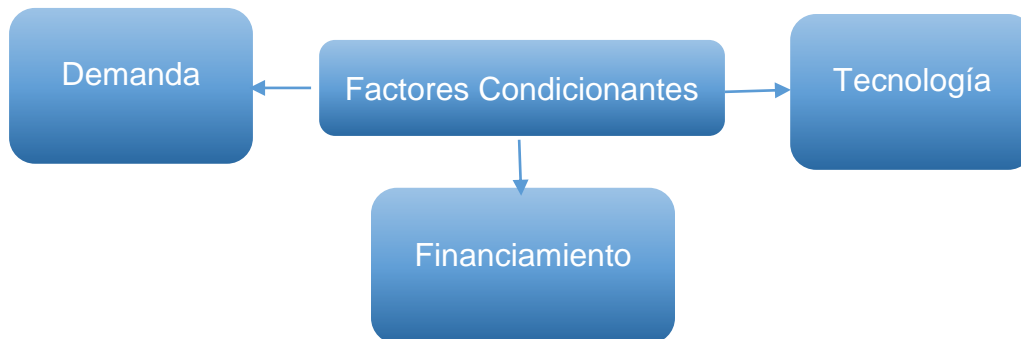
Uno de los foros más importantes que ha ayudado a construir una comunidad y fomentar el conocimiento de producción musical es Hispasonic <https://www.hispasonic.com>. Es allí donde se reúne la comunidad más grande de ingenieros de sonido y productores musicales que están dispuestos a compartir experiencia y conocimiento. En este foro mencionado anteriormente, se encuentran numerosos artículos que son de gran ayuda para aquellas personas que desean aprender sobre este mundo conocido como la producción musical. Uno de los escritores de estos artículos es Antonio Escobar compositor y productor musical que ha desarrollado trabajos para grandes marcas como Coca-Cola, Movistar, Audi o PlayStation, ha producido discos y compuesto bandas sonoras para cine y TV.

La habilidad que se adquiere gracias a la experiencia y practica es la herramienta más importante para este proyecto que se ha acumulado en los últimos 10 años.

### **6.1.3 TAMAÑO DEL PROYECTO: VOLÚMENES DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL BIEN O SERVICIO PROYECTADOS.**

(Revisar archivo adjunto: anexo 2, hoja “VENTAS SERVICIOS”  
Plan de ventas de servicios)

#### 6.1.4 ANÁLISIS DE LOS FACTORES CONDICIONANTES DEL TAMAÑO DEL PROYECTO



- **Demanda:** Es uno de los principales factores condicionantes del proyecto, que se ve afectada por el gusto personal, precio del producto, precio de otros bienes, factores sociológicos y el futuro.
- **Financiamiento:** El proyecto está en marcha y aun depende del financiamiento de alguna entidad bancaria para su ejecución total.
- **Tecnología:** Los procesos y técnicas implican el uso de tecnología con equipos de alta calidad y última generación.

#### 6.1.5 LOCALIZACIÓN; MACROLOCALIZACIÓN Y MICROLOCALIZACIÓN, MATRIZ DE PLANTA FÍSICA

La ubicación principal del estudio de YombolMusic se encuentra en Colombia, en la ciudad de Tunja: Cll 15 #16-21 barrio Ricaurte, donde se ejecutarán las actividades y tareas del negocio.

El clima y el ambiente urbano no afecta para la realización de las actividades. Es un punto donde se transitan vehículos en baja cantidad y es aislado del ruido, ambiente perfecto para grabar. El establecimiento es propio, lo que significa ahorro al no pagar arriendo.

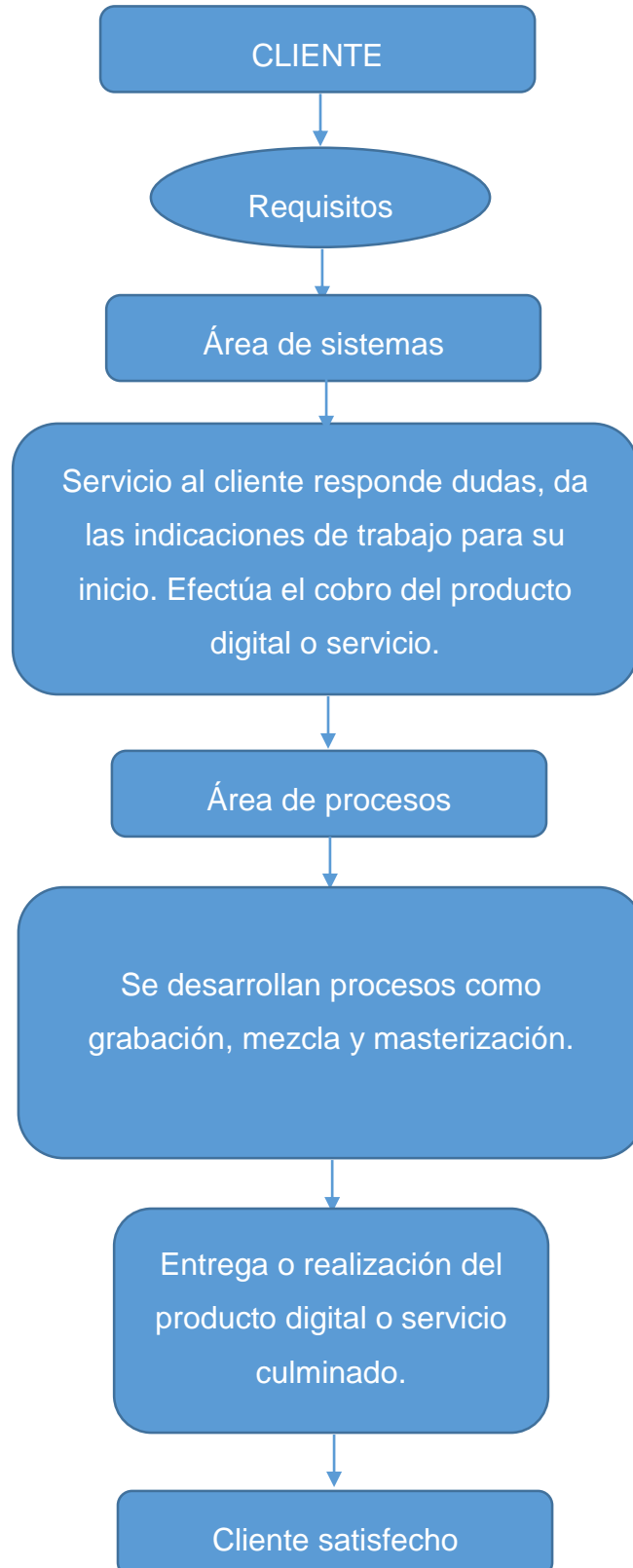


Fuente: Shadowxfox (2012)

Los clientes podrán llegar fácilmente, el terminal de transporte está ubicado a 15 minutos y el centro de la ciudad a 10 minutos.

Contamos con equipos especializados para prestar el servicio de manera fluida y con una red banda ancha de 10k, para poder manejar los programas que se requieren con mayor fluidez, ya que son programas que requieren gran capacidad tanto en equipo como en red.

**6.1.6 INGENIERÍA DEL PROYECTO, DIAGRAMAS DE MACRO PROCESOS, DIAGRAMA DE PLANTA FÍSICA**



Ingeniería del proyecto está dado por:

- Lugar de implementación del proyecto: Ciudad de Tunja, Colombia.
- Máquinas y equipos necesarios para el funcionamiento: Computadores, muebles, monitores de audio, interface de audio, teclado controlador MIDI, micrófono de condensador, mesa de mezclas, auriculares, cables, software.
- Requerimiento de recursos humanos: Gerente general, Productor musical, Servicio al cliente, Diseñador web, diseñador gráfico, auxiliar de aseo, ingeniero de sistemas.



### 6.1.7 ANÁLISIS DE NORMAS ISO APLICADAS A LOS PROCESOS

**Certificado SSL:** Este certificado ayuda a brindar seguridad a la plataforma virtual, esto hará que el cliente se sienta más confiable al ver que está en una plataforma virtual real, integra y segura. Este protocolo hará que los datos del cliente viajen de manera segura dentro de la web.

Un certificado SSL implementa un modelo de seguridad en web, contiene claves digitales que protegen la integridad de sus datos al momento de enviar y recibir. Los servidores que corren SSL crean una vía con un cifrado único para las sesiones privadas a través que Internet, la clave pública del servidor está al alcance de cualquier persona. Es por eso que utilizan una clave pública y una clave privada: La clave pública es para cifrar la información, la clave privada para descifrarla.

#### **6.1.8 ASPECTOS TECNOLÓGICOS DE LOS PROCESOS**



#### **6.1.9 PLAN DE ACCIÓN Y CRONOGRAMA DE LA FASE DE INVERSIÓN Y OPERACIÓN DEL PROYECTO (DEBE INCLUIR DESCRIPCIÓN DE TODAS LAS FASES, ETAPAS, PROCESOS Y ACTIVIDADES A EJECUTAR, REQUERIMIENTOS DE RECURSOS: EQUIPOS Y MAQUINARIA, RECURSO HUMANO, MATERIALES Y SUMINISTROS, RESPONSABLES Y ESTRATEGIAS DE EJECUCIÓN PREVISTA Y PRODUCTOS ESPERADOS).**

(Revisar archivo adjunto: anexo 4)

#### **6.1.10 FUNCIÓN DE PRODUCCIÓN: PLANIFICACIÓN, SISTEMAS DE APROVISIONAMIENTO Y ALMACENAMIENTO DE INSUMES, CONTROL DE CALIDAD, SISTEMAS DE MANTENIMIENTO, SISTEMAS DE SEGURIDAD INDUSTRIAL.**

(Revisar archivo adjunto: anexo 3)

### **6.2 ANÁLISIS DE IMPACTO AMBIENTAL**

Los eCommerce es un buen aliado al medio ambiente. A través de la red las compras se basan en servicios que ayudan a ahorrar en cantidad energía y materias. Es por esto que el impacto ambiental que genera la

plataforma virtual es mínimo, sin embargo, a continuación, se mostrara una tabla con el impacto posible al realizar algunas tareas en la empresa.

<b>ACTIVIDAD</b>	<b>ASPECTO AMBIENTAL</b>	<b>IMPACTO AMBIENTAL</b>
FACTURAR	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Generación de residuos sólidos en oficina</li> <li>2. Dolores articulares</li> <li>3. Gasto de energía</li> <li>4. Esforzar los ojos durante 8 horas o mas</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agotamiento recursos naturales (arboles, energía)</li> <li>• Contaminación medioambiente</li> <li>• Agotamiento visual</li> </ul>
USO COMPUTADOR	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Gasto de energía</li> <li>2. Mirar fijamente el computador por varias horas</li> <li>3. Permanecer sentado durante ocho o más horas seguidas</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agotamiento de recursos naturales</li> <li>• Agotamiento visual</li> <li>• Enfermedades por uso excesivo(espalda, manos, pies, dolores de cabeza)</li> </ul>
USO IMPRESORA	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Consumo de energía</li> <li>2. Generación de cartuchos</li> <li>3. Consumo de papel</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agotamiento recursos naturales (árboles y energía)</li> <li>• Contaminación del suelo</li> </ul>

BALANCES	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Consumo de energía</li> <li>2. Esforzar ojos por más de 8 horas</li> <li>3. Consumo papel</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agotamiento recursos naturales (árboles y energía)</li> <li>• Agotamiento visual</li> </ul>
NOMINA	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Consumo de energía</li> <li>2. Esforzar los ojos</li> <li>3. Problemas de salud</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agotamiento recursos</li> <li>• Agotamiento visual</li> <li>• Enfermedades a largo plazo (espalda)</li> </ul>

## **7. ORGANIZACIÓN Y ASPECTOS ADMINISTRATIVOS**

### **7.1 MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL DE LOS ASPECTOS ADMINISTRATIVOS Y ORGANIZACIONALES.**

#### **ADMINISTRACIÓN POR OBJETIVOS (APO)**

Peter F. Drucker: Drucker explica que los directivos se veían envueltos en una rutina diaria que les hacía perder la noción de hacia dónde se dirigían. Pero gracias a la Dirección por Objetivos estos son claramente definidos y acordados y cada área puede decidir por su cuenta cómo conseguirlos. Esto proporciona gran flexibilidad a la hora de tomar decisiones. Así el proceso de planificación deja de ser exclusivo de los directivos para pasar a formar parte del día a día de toda la organización. La Dirección por Objetivos funciona si conoces los objetivos.

La Teoría Neoclásica dirigió la atención hacia los objetivos o finalidades de la organización, desplazando así la idea anterior de las llamadas "actividades-medio" donde el enfoque principal estaba basado en el "proceso" y la preocupación mayor en las "actividades", ahora todos se centraban en los resultados y objetivos alcanzados. La preocupación ahora dejó de ser "cómo" administrar y avanzó a "por qué" y "para qué" administrar. El énfasis se enfocó en hacer correctamente el trabajo más

relevante para lograr los objetivos de la organización, con el fin de lograr la eficacia.

La Administración por Objetivos es un modelo de administración a través del cual todos los gerentes de una organización establecen metas para sus administraciones, al inicio de cada periodo o ejercicio fiscal y preferiblemente que coincida con el ejercicio fiscal de la empresa, en constancia con las metas generales de la organización fijadas por los accionistas, a través de la dirección. Un objetivo debe ser cuantificable, complejo, relevante y compatible. Es un sistema para que los empleados y sus superiores establezcan mancomunadamente objetivos de desempeño, revisen periódicamente el avance hacia los objetivos y asignen las recompensas con base en dichos avances. Hace que los objetivos sean operativos mediante un proceso que los lleva a bajar en forma de cascada por toda la organización. La APO funciona de la base hacia arriba y también de la cima hacia abajo. El resultado es una pirámide que liga los objetivos de un nivel con los del siguiente.

Por lo general un programa de la APO tiene cuatro componentes principales:

1. La especificidad de las metas: Lograr el objetivo de una manera tangible.
2. La participación en la toma de decisiones: El gerente y el empleado toman decisiones mancomunadas y se ponen de acuerdo en la manera de alcanzarlas.
3. Un plazo explícito: Cada objetivo tiene un plazo determinado. Normalmente, el plazo es de tres meses, seis meses o un año.
4. Retroalimentación acerca del desempeño: En un plano ideal, esto se logra proporcionando a las personas retroalimentación constante, de modo que pueda ponderar y corregir sus propias acciones.

**La APO presenta las siguientes características principales:**

1. Establecimiento conjunto de objetivos entre el ejecutivo y su superior
2. Establecimiento de objetivos para cada departamento o posición.
3. Interrelación de los objetivos departamentales.
4. Énfasis en la medición y el control de resultados.
5. Evaluación, revisión y modificación continuada de los planes.
6. Participación activa de los ejecutivos.
7. Apoyo constante del staff.

(Drucker, 1954)

## **TEORÍA BUROCRÁTICA**

- Rechaza los principios universales de la administración.
- Carácter legal de las normas y reglamentos. La Burocracia está unida por normas y reglamentos previamente establecidos por escrito.
- Carácter formal de las comunicaciones. Las reglas, decisiones y acciones administrativas se formulan y registran por escrito.
- Carácter racional y división del trabajo. Los recursos (maquinaria, equipo, edificios humanos), son utilizados racionalmente en base a la división del trabajo y de las funciones.
- Impersonalidad en las relaciones. Esa distribución de actividades se hace impersonalmente, es decir sólo en términos de cargos y funciones, y no de personas.
- Jerarquía de autoridad. La Burocracia es una organización que establece los cargos según el principio de jerarquía. "Cada cargo inferior debe estar bajo control y la supervisión de uno superior y ningún cargo queda sin control o supervisión".

➤ Rutinas y procedimientos estandarizados. La organización fija las reglas y normas técnicas, regulan las conductas de quienes ocupan cada cargo, cuyas actividades deben ejecutarse de acuerdo con las rutinas y procedimiento fijados por las reglas y normas técnicas.

➤ Competencia técnica. Las personas son escogidas por méritos, a través de evaluaciones o exámenes de oposición.

**Weber destaca en la burocracia varios rasgos o características:**

**1. Máxima división del trabajo:** toda organización para lograr sus objetivos debe descomponer el trabajo total en operaciones.

"Como un organismo, empresa, entidad, institución.

"Como la función de distribuir el trabajo dando autoridades formales.

Las funciones están asignadas y cada funcionario sabe de antemano cuáles debe cumplir.

**2. Jerarquía de autoridad:** las organizaciones deben estructurarse bajo una jerarquía de autoridad, se usa fundamentalmente como evaluación de los resultados planeados. Se funda en la certeza del conocimiento de los superiores y los subordinados de la escala jerárquica, ya predeterminada.

**3.** Es un esquema operativo formal donde cada puesto de la organización está ocupado por funcionarios que se denominan agentes.

**4.** La autoridad de los funcionarios está dada por la legalidad de sus cargos específicos.

**5.** Determinación de reglas: que destinan la responsabilidad y la labor, la cual debe estar regida por reglas abstractas que emanen la dirección general para lograr la uniformidad y coordinación de la ejecución de toda organización. Las normas de conducta son predecibles ya que las pautas de comportamiento se hayan predeterminadas. El desempeño del cargo

por parte de los funcionarios se realiza según normas generales, susceptibles de aprendizaje, más o menos fijas y más o menos completas.

**6.** Administración imparcial: el dirigente ideal debe administrar sin apasionamiento sin afección ni entusiasmo.

**7.** Seguridad en el trabajo y calificación técnica: el empleo en las organizaciones debe ser una carrera para que los miembros se desarrollen y asciendan por méritos y antigüedad en el puesto y no por recomendaciones.

**8.** Evitar la corrupción: Diferenciación clara de los bienes y de los ingresos de los miembros por fortuna privada e ingresos otorgados por su trabajo en la organización.

**9.** No existen relaciones informales ya que solo se establecen relaciones en el marco de la Autoridad legal y sus reglas.

**10.** Existen dos líneas de autoridad, la ascendente y la descendente, sin admitirse ninguna relación de tipo horizontal, lo que permite un mejor control social.

**11.** El funcionamiento de la organización está formalizado mediante registros escritos, lo que despersonaliza los cargos, de modo que un funcionario puede desaparecer y ser reemplazado por otro sin que sus funciones dejen de cumplirse.

**12.** Existe una concepción de la organización como un "paraíso de la racionalidad".

**13.** Su meta final es alcanzar una situación de calculabilidad pura.

(Chiavenato, 2004)

## **Ludwig von Bertalanffy (1950) ESCUELA DE SISTEMAS**

Estudia las organizaciones como sistemas sociales que se relacionan entre sí afectando unas a otras. A los sistemas también se les identifica como integración de dos o más partes para un fin determinado, en esta escuela todo se ve como un sistema tanto los órganos que componen a un humano, las células, todo lo ven como un conjunto de algo que llega a un fin en este caso a formar algo más grande y funcional en el caso de una célula o el universo entre otras cosas.

En esta escuela surge una clasificación de los sistemas de acuerdo a cómo interactúan con otros sistemas, de que están compuestos tanto material y objetivamente (abstractos y concretos), que tipo de respuesta las característica (estas pueden ser: dinámicos, estáticos, probabilísticos y homeostáticos), por el tipo de funcionamiento (determinísticos y probabilísticos) y por último por su grado de dependencia.

Aquí vale la pena mencionar los elementos de un sistema los básicos y los conocidos por todos con los insumos, proceso, producto y retroalimentación. A continuación, en la Figura 1 se muestra de manera gráfica cómo interactúan cada uno de estos elementos.

(HERNÁNDEZ y Rodríguez, 2002) (Chiavenato, 2004)

De las teorías antes mencionados la que mejor se puede aplicar al plan de negocio y la que se puede complementar al modelo de administración para el proyecto es la teoría explicada por Peter F. Drucker sobre la administración por objetivos (APO) donde explica o da a entender la organización como un grupo de individuos que sigue ciertos fines en el cual los fines representa los objetivos y que estos procesos deben estar coordinados y expuestos al equipo de trabajo, que deben tener relación las diferentes partes de la organización para lograr un balance y mejorar la comunicación entre las partes que forman la organización con el fin de encontrar solución y nuevas oportunidades para lograr los objetivos por

lo cual se hará lo mejor posible para que se lleguen a estos objetivos establecidos y las metas futuras mediante un trabajo en equipo por lo cual debemos entablar unos objetivos, misiones y políticas a seguir para encaminar los esfuerzos a realizar los objetivos establecidos de la empresa en donde mediante este método se busca que la empresa se sincronice para que aporte y mida diferentes aspectos y poder tener criterio para mejorar estos aspectos y lograr alcanzar los objetivos propuestos este modelo se adapta de mejor manera ya que buscamos la activa participación de los integrantes y lograr una participación en la adecuación y mejora de los diferentes aspectos que se presenten de igual forma busca la adaptación y constante innovación de los servicios pues se sabe que actualmente hay un mercado cambiante y se debe adaptar de manera rápida a estos sucesos para lograr una ventaja ante las demás empresas con esto poder lograr el alcance de las metas ya que ambas partes estarían interesadas en el objetivo principal.

## **7.2 METODOLOGÍA UTILIZADA PARA LA FORMULACIÓN PARA LA FORMULACIÓN DE LOS ASPECTOS ADMINISTRATIVOS Y ORGANIZACIONALES**

Para la realización del proyecto tendremos que seguir un sistema que nos permite elegir los mejores candidatos y que podamos tenerlos capacitados para que puedan realizar las tareas que la organización requiere para su buen funcionamiento y poder tener siempre una mejora de precisos al ser oficina virtual queremos solucionar cada vez más rápido y eficientemente los conflictos que se presenten diariamente por lo cual tendremos un filtro con el que queremos tener a los mejores para poder llegar a ser una empresa reconocida y de calidad.

Para la realización del proyecto referente al personal de la organización usaremos unos filtros que estos serán entrevistas, experiencias y logros en anteriores organizaciones además que sepan sobre tecnología y algo de música con esto escoger los mejores candidatos y los que estén más

capacitados para los puestos de trabajo establecidos, que puedan realizar las tareas establecidas en la organización , nos enfocaremos en elegir a un personal con una experiencia en cargo mínimo de 3 años en los cuales evidencie que sea capaz de analizar las distintas situaciones que se presenten en sus respectivos cargos y que realicen aportes valiosos para la mejora de las funciones que lo requieran en la organización, es decir que haya un equipo de trabajo unificado en el cual la única meta es alcanzar los objetivos propuestos y poder mejorar constantemente por lo cual el personal tendrá libertad de opinar sobre los procesos y aportar soluciones creativas y así mejorar para alcanzar los objetivos propuestos con esta información se hará un análisis y se llegara a una conclusión acerca de cómo mejorar según la situación lo que se quiere lograr es un ambiente donde las ideas se puedan expresar y se logre cada vez más soluciones y más facilidad a la hora de utilizar la oficina virtual y que mejor que las personas que están al mando de las operaciones para saber qué es lo que pasa y como se puede mejorar además se tendrá una urna en la plataforma donde los clientes y visitantes podrán opinar acerca del servicio prestado y como le gustaría que fuera todo esto se tendrá en cuenta para la mejora de la plataforma virtual.

### 7.3 ESTRUCTURA ORGÁNICA Y FUNCIONES A NIVEL DE ÁREA



#### 7.4 PLANTA DE CARGOS REQUERIDA

No.	CC	APELLIDOS Y NOMBRES	SALARIO 2017	CARGO PLANTA DE CARGOS
1	1049634568	AMADO SUAREZ JUAN CARLOS	3.000.000	GERENTE
2	1049658369	JONATHAN FERNEY ALVAREZ	2.500.000	PRODUCTOR MUSICAL
3	1049568458	GIOBANNY JIMENEZ SOSA	1.500.000	INGENIERO DE MARKETING Y DISEÑO WEB
4	1049589465	JHON JAIRO JIMENEZ	50.000	ENCARGADO DE ASEO
5	104869458	JULIAN ANDRES VARGAS	500.000	SERVICIO AL CLIENTE

#### 7.5 DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES Y PERFILES A NIVEL DE CARGO

(Funciones expuestas en el punto 7.6)

#### 7.6 FUNCIÓN DE PLANEACIÓN CORPORATIVA: MISIÓN, VISIÓN, OBJETIVOS, FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES DURANTE LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO

#### MANUAL DE FUNCIONES Y MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

**Empresa:** YombolMusic.Com

## **INTRODUCCIÓN**

En la actualidad la organización busca estandarizar procesos en donde podamos facilitar la comunicación respecto a la operación del negocio y queremos lograr esto a su máximo nivel con lo cual al ser una oficina virtual dedicada a la prestación de servicios de masterización de instrumentales musicales lograr la mayor fluidez en los procesos, la mayor velocidad en prestar el servicio con calidad y responsabilidad, solucionando problemas y expandir las fronteras al lograr hacer esto de una forma más dinámica.

El presente manual de funciones y procedimientos tiene por finalidad regular y organizar la estructura interna de la empresa [www.yombolmusic.com](http://www.yombolmusic.com) gracias a cada una de las funciones generales y específicas (procedimientos) asignadas a cada uno de los cargos.

Es importante reconocer el manual de funciones y procedimientos como herramienta técnica y procedimental necesaria para la administración de cada uno de los cargos, y se vuelve necesario ya que contiene en forma ordenada y sistemática, información sobre aspectos organizacionales necesarios para la buena ejecución del trabajo.

## **OBJETIVOS**

Representar en forma ordenada los aspectos de la organización necesarios para la buena ejecución laboral, logrando que los procesos se complementen para lograr una mayor fluidez y calidad en el servicio prestado.

### **OBJETIVOS ESPECIFICOS**

-Realizar el análisis de 5 cargos existentes para establecer las funciones desempeñadas por cada uno de los integrantes de la empresa, nivel de responsabilidad y compromiso.

-Construir un modelo de manual de funciones y procedimientos adecuado para cumplir con el entendimiento del objetivo general.

[www.yombolmusic.com](http://www.yombolmusic.com)

La tienda virtual [www.yombolmusic.com](http://www.yombolmusic.com) cuenta con 8 categorías de servicios las cuales se prestaran principalmente a países de habla hispana esta tienda en línea contara con diferentes productos digitales, esto con el fin de ayudar aquellos artistas talentosos que buscan buena calidad a bajo costo. Entre los productos están: Ritmos musicales, mezcla (mixing), masterización, arreglo de voces, producción completa de canción, librería de sonidos, grabación.

## **HISTORIA**

La idea nace como una empresa informal la cual prestaba el servicio de instrumentales musicales informalmente por medio de las redes sociales o conocidos de otros países sin embargo gracias a la calidad de los servicios prestados a los clientes de aquel entonces ellos recomendaban el trabajo del productor con lo cual la demanda aumentaba considerablemente lo cual requería una mayor rapidez en el servicio y a mejorar la calidad del servicios con programas que ayudaran a dar mejor calidad en sus resultados en el menor tiempo para ayudar a más y más personas en sus carreras musicales por lo cual se decidió implementar una plataforma digital que supliera las necesidades a nivel mundial para ello usar internet y su alcance para lograr satisfacer a las personas que necesitaban el servicio y poder llegar a más personas que se les dificultaba llegar a un estudio a grabar con lo cual al implementar la plataforma sería más sencillo este proceso, más económico y más rápido por lo cual nace [www.yombolmusic.com](http://www.yombolmusic.com) como una plataforma musical para ayudar a muchas más personas en sus carreras musicales mediante un servicio de calidad desde cualquier parte del mundo.

## **MISIÓN**

Satisfacer las necesidades de nuestros usuarios a través de una alta calidad en nuestros servicios, dando solución a las problemáticas y requerimientos

de nuestros clientes en el desarrollo de instrumentales musicales y lograr dar valor a los clientes en cualquier parte del mundo.

## **VISIÓN**

Ser líderes a corto plazo en plataformas virtuales que presten el servicio de instrumentales y arreglos musicales a nivel mundial con mejora de procesos y sistemas, excelentes productos, la mejor calidad, a precios asequibles para que cualquier persona pueda acceder a nuestros servicios.

## **MANUAL DE FUNCIONES**

### **IDENTIFICACIÓN DEL CARGO**

- 1. GERENTE**
- 2. PRODUCTOR MUSICAL**
- 3. INGENIERO DE MARKETING Y DISEÑO WEB**
- 4. SERVICIO AL CLIENTE**
- 5. ENCARGADO ASEO**

<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
<b>Nombre del cargo</b>	Productor musical
<b>Dependencia</b>	Area Operativa
<b>Número de cargos</b>	Uno
<b>Reporta el cargo</b>	Gerente

### **Objetivo principal**

- encargado de trabajar los proyectos musicales y lograr adecuar los mejores sistemas de audios para una gran experiencia en el servicio mediante calidad y reconocimiento.

-Es la persona encargada de realizar distintos papeles, como controlar las sesiones de grabación, instruir y guiar a intérpretes musicales en el proceso de grabación, reunir las ideas del proyecto, dirigir la creatividad, supervisar la grabación, la mezcla, y realizar el proceso de masterización.

### **Funciones Esenciales**

- Ejecuta y controla los planes que los clientes necesiten
- posicionar la empresa mediante el reconocimiento de artistas con los cuales han trabajado.
- Llevar control y registro de las actividades realizadas, estar actualizado de los distintos ritmos y géneros que se presenta para poder usarlos como fuente de innovación y poder competir y crear nuevos ritmos musicales acordes a lo que se esté presentando, crear valor a los compradores que siempre buscan cosas nuevas.

### **IDENTIFICACIÓN DEL CARGO**

<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
<b>Nombre del cargo</b>	Ingeniero de marketing y diseño web
<b>Dependencia</b>	Área mercadeo
<b>Número de cargos</b>	Uno
<b>Reporta el cargo</b>	Gerente

### **Objetivo principal:**

Es la persona encargada de manejar todos los sistemas relacionados con diseño de la página web actualizar imagen de la página con modelos modernos, lograr que sea más fácil de usar para los usuarios, promocionarla en los distintos canales de internet y grupos de interés para un mayor número de interesados en acceder al servicio ofrecido.

### **Funciones Esenciales**

- Coordinar las diferentes áreas trabajo (compra, disposición de materiales para trabajar, preparación de pedidos y transporte de los mismos).
- optimizar los recursos del sistema para lograr que la plataforma virtual sea cada vez más dinámica he interactiva.
- mantenimiento, administración, configuración actualización de la plataforma virtual.
- Optimizar procesos de trabajo.
- identificar diferentes perfiles que se realicen en las actividades y proyectos que estamos realizando y lanzando al mercado.
- Gestionar la relación con los clientes.
- encargado de promocionar la plataforma mediante medios masivos y de interés público para lograr mayores alcances y mayor reconocimiento.

### **IDENTIFICACIÓN DEL CARGO**

<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
<b>Nombre del cargo</b>	Gerente
<b>Dependencia</b>	Directorio
<b>Número de cargos</b>	4
<b>Reporta el cargo</b>	No

### **Objetivo principal:**

Responder por toda la gestión de las actividades que se realicen en la organización el buen desempeño de estas mediante el constante monitoreo

de las tareas y desarrollar una labor Cobertura asistiendo a los empleados para mejorar procesos para que la empresa funcione de la mejor manera.

### **Funciones Esenciales**

- planificar estratégicamente las funciones que se deben llevar en la empresa, fijar políticas y objetivos.
- ejercer liderazgo para desempeñar su labor de forma adecuada.
- velar por el logro de los objetivos de la organización.

### **IDENTIFICACIÓN DEL CARGO**

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo	AUXILIAR DE ASEO
Dependencia	PRODUCCION
Número de cargos	Uno
Reporta el cargo	GERENTE

### **Objetivo principal:**

Proporcionar un adecuado ambiente de trabajo en el cual tanto los empleados como clientes puedan disfrutar de una agradable experiencia mediante una adecuada limpieza y presentación del lugar de trabajo.

### **Funciones Esenciales**

- hacer limpieza general al lugar de trabajo
- informar de posibles daños en el lugar de trabajo

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del cargo	SERVICIO AL CLIENTE
Dependencia	AREA DE MERCADEO
Número de cargos	Uno
Reporta el cargo	GERENTE

**Objetivo principal:**

Encargado de la comunicación directa con los clientes el cual debe ser amable, comprensivo, atento y tener toda la información posible para ayudarles en sus necesidades y estar atentos a posibles recomendaciones para aplicarlas en nuestra plataforma virtual.

**Funciones Esenciales**

- Atender quejas, solicitudes o peticiones.
- Analizar las posibles fallas que se puedan presentar a nivel general he informarlas para poder encontrar una solución a esa dificultad o situación
- Tratar de la mejor forma a los clientes o personas que estén interesadas en saber cualquier información.
- Saber tratar de forma correcta a los diferentes escenarios que se presenten teniendo presente que el objetivo es mejor la situación que se presenta y poder mejorarla después de saberla.

## MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
<b>Nombre del cargo</b>	Gerente
<b>Dependencia</b>	Directorio
<b>Número de cargos</b>	Uno
<b>Reporta el cargo</b>	Gerente

<b>N.</b>	<b>PROCEDIMIENTOS</b>
<b>1</b>	Monitoreo constante de las actividades que se realicen para poder supervisarlas y mejorar los procesos para agilizarlos y configurarlos.
<b>2</b>	Recibir informes acerca de lo que se presenta en los diferentes procesos encargarse de tomar la mejor decisión.
<b>3</b>	Realizar los cambios que sean necesarios para mejorar la estabilidad e imagen de la plataforma virtual.
<b>4</b>	Encargarse del pago de la nómina a tiempo.
<b>5</b>	Estar informado de posibles mejoras de seguridad y implementaciones que se puedan llevar a cabo en la plataforma virtual.

<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
<b>Nombre del cargo</b>	Auxiliar de aseo
<b>Dependencia</b>	Producción
<b>Número de cargos</b>	Uno
<b>Reporta el cargo</b>	Gerente

<b>N.</b>	<b>PROCEDIMIENTOS</b>
<b>1</b>	Conseguir el orden y aseo constante en el inicio de la jornada de trabajo para un mejor ambiente en la ejecución de labores
<b>2</b>	
<b>3</b>	Atender las solicitudes, quejas y peticiones
<b>4</b>	Determinar las estrategias a aplicar para la mejor distribución de los productos
<b>5</b>	Realizar el informe de actividades diarias para los vendedores y operarios de ventas, y dejar constancia atreves de una copia de los informes
<b>6</b>	Elaborar y digitar los informes finales diarios del área operativa
<b>7</b>	Estar atento e Informar sobre actos inseguros dentro de la empresa con el fin de prevenir inconvenientes, teniendo en cuenta las normas de seguridad

<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
<b>Nombre del cargo</b>	Servicio al cliente
<b>Dependencia</b>	Área de mercadeo
<b>Número de cargos</b>	Uno
<b>Reporta el cargo</b>	Gerente

N.	PROCEDIMIENTOS
1	Saludar amablemente, mostrarle respeto y hacer sentir importante al cliente.
2	Prestar atención de las especificaciones que pidan los clientes y proporcionarles los productos correctos que ellos ordenen, tomando respectiva nota por escrito o forma electrónica.
3	Plasmar en la agenda la información mas relevante, llevando de ese modo el control de su trabajo, para luego entregar ese informe a su superior y se pueda proceder con la retroalimentación del proceso.
4	Dar a conocer las promociones que puedan interesar al comprador.

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
<b>Nombre del cargo</b>	Productor musical
<b>Dependencia</b>	Área de mercadeo
<b>Número de cargos</b>	Uno
<b>Reporta el cargo</b>	Gerente

<b>N.</b>	<b>PROCEDIMIENTOS</b>
<b>1</b>	Estar atento a la llegada de los pedidos para empezar los proyectos después del pago
<b>2</b>	Analizar la complejidad del proyecto musical para programar el envío de la producción.
<b>3</b>	Trabajar el proyecto hasta que quede finalizado
<b>4</b>	Enviar recibo con las especificaciones del proyecto
<b>5</b>	Hacer informe del proyecto

<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
<b>Nombre del cargo</b>	Gerente de marketing y diseño web
<b>Dependencia</b>	Área de mercadeo
<b>Número de cargos</b>	Uno
<b>Reporta el cargo</b>	Gerente

N.	PROCEDIMIENTOS
1	Monitorear la plataforma virtual para ver que posibles cambios se puedan implementar para darle una mejor presentación a la plataforma.
2	Hacer un informe con los respectivos cambios que se desean realizar a la gerencia para poder tomar la decisión mediante las estrategias que se están implementando.
3	Realizar los cambios pactados en el menor tiempo posible para no interrumpir funciones de la plataforma virtual.
4	Estar atento a posibles mejoras que se presenten en la actualidad para aplicarlas al sitio.
5	Promocionar la plataforma virtual en google accesnse, YouTube, redes sociales, eventos musicales. y demás plataformas de publicidad para que la empresa se posicione y tenga más reconocimiento.

## **CONCLUSIONES**

Con los anteriores manuales de funciones y procedimientos se logra tener un mejor rendimiento laboral interno de la plataforma YombolMusic.com

-Mayor facilidad en la toma de decisiones y en la ejecución de las mismas

- Proporciona claridad y sencillez en la información necesaria en cada puesto de trabajo

-Crea una adecuada disciplina en el ambiente de trabajo que puede ser fácil mantener con el cumplimiento del Manual de Funciones y Procedimientos.

-Poder tener la información necesaria para retroalimentarla y aplicarla a los procesos para evitar errores o poder prevenirlos.

### **7.7 FUNCIÓN DE RECURSOS HUMANOS: SISTEMA DE RECLUTAMIENTO, REMUNERACIÓN, DESARROLLO, BIENESTAR SOCIAL.**

(Revisar anexo 3)

### **7.8 FUNCIÓN DE MERCADEO. EL PLAN DE MERCADOS, EL PLAN DE DIVULGACIÓN, Y PROMOCIÓN DE BIEN O SERVICIO, SISTEMAS DE VENTAS.**

(Revisar anexo 3)

## **8. MARCO LEGAL E INSTITUCIONAL DEL PROYECTO**

### **8.1 DEFINICIÓN DEL TIPO DE ORGANIZACIÓN**

Esta organización tiene como estructura una plataforma e-Commerce la cual es un tipo de negocio por internet o también llamado negocios online, que consiste en la compra y venta de productos o de servicios a través de medios electrónicos mediante una transacción y finalizando con el pago del producto o servicio, en donde se ve reflejada información detallada acerca del producto, para que los visitantes puedan conocer y tener más certeza en la decisión de compra, donde se podrá interactuar de tal forma que puedan mejorar el servicio en alguna otra compra o

alguna visita a la plataforma logrando así que sea una plataforma confiable y que genere satisfacción con la empresa o marca a la hora de cerrar el negocio.

En este caso la empresa se dedicará a la prestación de servicio especializada en la producción de audio digital, servicio en la mezcla y masterización de sus proyectos musicales.

La organización estará constituida legalmente como persona natural el cual será un establecimiento de comercio cuyo nombre comercial es WWW.YOMBOLMUSIC.COM se ha decidido persona natural ya que es un modelo constitución más sencillo y rápido y la documentación requerida para su implementación es mínima, de igual manera los pagos incurridos por impuestos no serán mayores, además por el modelo de negocio se debe tener en cuenta que como persona natural la responsabilidad será limitada y será asumida por los dueños de negocio las deudas y obligaciones que puede contraer la empresa y serán respaldadas con el patrimonio o bienes personales.

## **8.2 PREPARACIÓN DE ESTATUTOS, MINUTAS DE ESCRITURA DE CONSTITUCIÓN**

- 1)** La organización al estar constituida legalmente como persona natural debe registrarse en la DIAN mediante RUT (Registro Único Tributario) como establecimiento de comercio.
- 2)** copia de las cédulas de los socios.
- 3)** formulario RUES (Registro Único Empresarial y Social) en la cámara de comercio, con lo cual quedará legalmente constituida la empresa para empezar a ejercer la actividad comercial.
- 4)** Registro Yombolmusic.com como marca registrada en la industria y comercio en Bogotá.

### **8.3 REQUISITOS Y TRÁMITES DE FORMALIZACIÓN DE EMPRESA**

Primero se debe diligenciar el RUT (*Registro Único Tributario*) el cual permitirá inscribirse en la DIAN para registrar la actividad comercial a la cual se dedicará la empresa, debidamente sacar el formulario RUES (Registro Único Empresarial y Social) para constatar en la notaria la formalización y creación de esta empresa con esto lograr que la actividad pueda ejercer de forma legal.

El siguiente paso a realizar hacer es registrar la marca beatsurbanos.com en industria y comercio en Bogotá, logrando así que sea una empresa legalmente constituida y que no se pueda volver a usar esta marca en algún otro negocio.

### **8.4 TRÁMITES Y PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO: PATENTES, LICENCIAS, ETC.**

Registro de la marca YombolMusic.Com en la industria y comercio en Bogotá con lo cual se ara de beatsurbanos.com una empresa legalmente constituida y que no se pueda usar esta marca en algún otro negocio.

### **8.5 REQUERIMIENTOS DE COORDINACIÓN Y APOYO INTERINSTITUCIONAL**

La empresa no optara en conseguir aliados o ayudas interinstitucionales ya que la empresa ya ha empezado a funcionar y esto se ha hecho debido al capital y trabajo que han aportado todos los socios de la organización y seguirá funcionando de esta forma con las ganancias que se obtengan con la actividad comercial, por lo tanto, los socios incurrirán en todos los gastos de la empresa y manejaran al 100% sus costos y utilidades.

## **9 ESTUDIO FINANCIERO**

### **9.2 MARCO TEORICO Y CONCEPTUAL DEL ESTUDIO FINANCIERO**

**Este estudio financiero se hará con el fin de informar a los interesados sobre la situación financiera, económica y patrimonial.**

El tipo de mercado al que estamos incursionando es una E-commerce que pertenece principalmente al comercio por internet ya que realiza la mayor parte de sus actividades por medio de la red lo cual ha mostrado un gran aumento de esta forma de negocio en la economía en los últimos años y está conformado principalmente por todas las E-commerce que ofrecen un producto o un servicio por medio de internet.

En La industria E-commerce existen las siguientes modalidades

### **1. B2B**

*Business to business (negocio a negocio)*. La transacción comercial se realiza entre empresas que operan en internet, sin la intervención de consumidores. Donde se busca principalmente proveedores donde únicamente se buscan vendedores en busca de compradores, es necesario tener experiencia dentro del mercado.

### **2. B2C**

*Business to Consumer (negocio a consumidor)*. Es el tipo de E-commerce más conocido y el que se utiliza frecuentemente las personas del común para realizar sus comprar por internet.

Lo cual consta de una tienda virtual y una persona interesada en comprar un producto o adquirir un servicio, el cliente puede acceder a los servicio o productos de forma cómoda y sencilla desde un dispositivo electrónico existe soporte al cliente de manera directa.

### **3. B2E**

*Business to Employee (negocio a empleado)*. la empresa ofrece directamente a sus empleados precios especiales en su tienda online o sitio, lo que servirá para impulsar la mejora del desempeño laboral, el cual ayuda a fidelizar al empleado y de igual forma lo motiva.

#### **4. C2C**

*Consumer to Consumer (consumidor a consumidor).* Una persona que ya no usa o necesita un producto que ha adquirido y decide venderlo a través de internet para realizar la transacción con otro consumidor.

#### **5. G2C**

*Government to Consumer (gobierno a consumidor).* Cualquier tipo de gobierno permite que los ciudadanos realicen sus trámites online, y se puede acceder a información en cualquier momento. Esto aplica a trámites pagos, por lo que existe la transacción online.

### **MARCO CONCEPTUAL**

El presente estudio financiero se realizó con el propósito de diagnosticar un panorama general de la empresa [www.yombolmusic.com](http://www.yombolmusic.com), para lo cual la empresa requiere indicadores financieros donde se pueda evidenciar su actividad económica, la posición con respecto a la competencia y como poder agregar valor a los productos o servicios ofrecidos por la empresa observando de esta manera una proyección a 1 año para lograr tener una idea de cómo la empresa va a manejar sus recursos económicos, cual es el grado de eficiencia en sus operaciones, donde se verá reflejado la situación económica de la empresa y cómo será su crecimiento en el mercado.

### **9.3 METODOLOGÍA UTILIZADA PARA LA FORMULACIÓN DEL ESTUDIO FINANCIERO**

En la realización del proyecto se tendrá como base una análisis tipo analítico deductivo donde identificaremos aspectos financieros del actual mercado y con esto hacer las respectivas proyecciones para poder tener un equilibrio entre ingresos y gastos para este estudio hemos decidido recolectar la información mediante encuestas realizadas a los clientes de *Beatsurbanos.com*, cuenta con preguntas relacionadas con la idea de la ejecución de este plan de negocio,

*productos de la marca, forma de comprar, gestión de la venta del producto, importancia frente a la calidad, cumplimiento, atención, precio, funcionalidad, criterios a la hora de elegir un producto y atención al cliente.*

Para saber que tan comprometidos se verían con el servicio que se presta y lograr saber un aproximado de demanda que pueda cubrir los gastos de inicio y tener un crecimiento lineal al pasar de los meses.

### **UNIVERSO**

Cientes con los que se ha trabajado y han quedado satisfechos con los trabajos realizados.

### **MUESTRA**

Para determinar la muestra con la cual se va a trabajar, se empleará el muestreo aleatorio simple. La muestra de esta investigación será de 42 clientes de los 150 con los que ha realizado negocios anteriormente, a los cuales se les aplicará la encuesta vía internet.

#### *Instrumentos recolección información*

Enviaremos correos electrónicos Al tener la información necesaria se procesará la información y así evaluar.

## **9.4 PRESUPUESTOS DE INVERSIONES: INVERSIONES FIJAS, INVERSIONES DIFERIDAS CAPITAL DE TRABAJO, FUENTES DE FINANCIAMIENTO**

<i>INVERSIONES FIJAS</i>	
<i>Portátil 1700 ASUS</i>	<i>\$3.500.000</i>
<i>Monitores de audio YAMAHA</i>	<i>\$900.000</i>
<i>Interface</i>	<i>\$900.000</i>

<i>Teclado mini</i>	<i>\$200.000</i>
<i>MUEBLE PARA EQUIPO Salón moderno, acabado en Blanco Brillo y Wengué, medidas: 250x190x42 cm de fondo de SelectionHome</i>	<i>\$600.000</i>
<i>INTERFACE DE AUDIO PreSonus AudioBox USB 2x2 Audio Interface - Includes Studio One</i>	<i>\$240.000</i>
<i>MICROFONO DE CONDENSADOR</i>	<i>\$1.300.000</i>
<i>MESA DE MEZCLAS Mackie 2404-VLZ3 Premium 24-Channel FX Mixer with USB</i>	<i>\$2.800.000</i>
<i>AIRICULARES DE ESTUDIO AKG K 240 MK II Stereo Studio Headphones</i>	<i>\$300.000</i>
<i>CABLE DE MICROFONOS Audio2000'S ADC2036-P 50' XLR Female to XLR Male Balanced Microphone Cable</i>	<i>\$60.000</i>
<i>LUCES LingStar E27 RGB LED Lamp Bulb Spotlight Remote Control 7 Color Change Lampada LED Light Luz 70</i>	<i>\$20.000</i>
<i>PIE DE MICROFONO MagicBuying</i>	<i>\$60.000</i>
<i>ANTIPOP Dragonpad USA Pop filter Studio Microphone Mic Wind Screen Pop Filter</i>	<i>\$20.000</i>
<i>SOFTWARE</i>	
<i>FL STUDIO +ALL PLUGINS</i>	<i>\$2.000.000</i>
<i>PHIL MANCHESTER WAVES AUDIO FORENSICS PACKAGE</i>	<i>\$1.200.000</i>
<i>Nexus2 Complete Bundle</i>	<i>\$3.000.000</i>

<i>KONTAKT 5</i>	<i>\$1.000.000</i>
<i>SCARBEE FUNK GUITARRIST</i>	<i>\$300.000</i>
<i>OFFICE 365 COMPLETE</i>	<i>\$500.000</i>
<i>ANTIVIRUS KASPERSKY TOTAL SECURITY</i>	<i>\$160.000</i>
<i>Fibra De Vidrio En Rollo Aislante Termo-acústico</i>	<i>\$1.200.000</i>
<i>Micrófono</i>	<i>\$1.300.000</i>
<i>Sofá</i>	<i>\$600.000</i>
<i>Refrigerador</i>	<i>\$350.000</i>
<i>Computador</i>	<i>\$1.600.000</i>
<i>Escritorio</i>	<i>\$240.000</i>
<i>Archivador</i>	<i>\$300.000</i>
<i>Sillas giratorias</i>	<i>\$400.000</i>
<i>Impresora</i>	<i>\$350.000</i>
<i>Celular</i>	<i>\$300.000</i>

<b>INVERSIONES DIFERIDAS</b>	
Adecuaciones lugar de trabajo	\$500.000
Diseñador gráfico para página	\$300.000
Capacitación empleados	\$180.000
Publicidad digital	\$390.000
Estudio de mercadeo	\$370.000
Encuestas	\$95.000
Investigación de potenciales Proveedores diseño página	\$60.000
Investigación de potenciales Proveedores marketing digita	\$60.000
Investigación de potenciales Proveedores de hosting y dominio	\$45.000
<i>Registro de marca</i>	<i>\$400.000</i>
<i>Alquiler de hosting y dominio</i>	<i>\$600.000</i>

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	
Servicio internet	\$200.000
Servicios	\$120.000
Papelería	\$70.000
cd's	\$300.000

**9.5 COMERCIALIZACIÓN, GASTOS ADMINISTRATIVOS, OTROS  
GASTOS INDIRECTOS**

<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	
Gastos legales	\$100.000
Seguros Y vigilancia	\$200.000
Depreciación computadores Y equipos	\$135.000
Depreciación muebles Y enseres	\$15.833
Papelería	\$35.000
Cafetería	\$25.000

## 9.6 INGRESOS Y FLUJO DE PRODUCCIÓN

INGRESOS ANUAL	PRODUCCION	INGRESOS
Ritmos musicales	158	\$30.810.000
Mezcla (mixing)	149	\$17.135.000
Masterizacion	135	\$14.850.000
Arreglo de voces	143	\$17.160.000
Producción completa de canción	113	\$39.550.000

## 9.7 BALANCE DEL INICIO DEL PROYECTO

WWW.YOMBOLMUSIC.COM

### BALANCE

ACTIVO

ACTIVO CORRIENTE

Total, activo corriente

\$-0-

**ACTIVO NO CORRIENTE**

Portátil 1700 asus .....\$3.500.000

Mueble para equipo..... \$600.000

Monitores de audio yamaha .....\$900.000

Interface de audio..... \$240.000

Teclado midi .....\$200.000

Micrófono de condensador..... \$1.300.000

Mesa de mezclas.....	\$2.800.000
Auriculares de estudio.....	\$300.000
Cable de micrófonos.....	\$60.000
Luces.....	\$10.000
Pie de micrófono.....	\$60.000
Anti pop .....	\$20.000
Celular .....	\$300.000
Fibra de vidrio	
en rollo aislante termo-acústico .....	\$1.200.000
Sofá .....	\$200.000
Refrigerador .....	\$150.000
Computador.....	\$2.400.000
Escritorio .....	\$720.000
Sillas giratorias.....	\$400.000
Impresora .....	\$350.000
Papelería .....	\$70.000
Cd,s .....	\$400.000
<b>ACTIVOS INTANGIBLES</b>	
Fl studio +all plugins.....	\$2.000.000
Waves.....	\$1.200.000
Nexus.....	\$3.000.000
Kontakt 5 .....	\$1.000.000
Scarbee funk guitarrist .....	\$ 300.000
Office 365 complete.....	\$500.000
Antivirus.....	\$160.000
Hosting .....	\$600.000
Dominio .....	\$60.000
Ssl .....	\$400.000

**PASIVO**

**PASIVO CORRIENTE**

Cuentas Por Pagar A Bancos.....\$18.500.000

**TOTAL, PASIVO CORRIENTE**

\$18.500.000

**TOTAL, PASIVOS \$18.500.000**

**PATRIMONIO**

Aportes Sociales ..... \$22.076.800

**TOTAL, PATRIMONIO**

\$ 22.076.800

**TOTAL, PASIVO Y PATRIMONIO**

\$40.576.800

**9.8 FLUJO DE FONDOS DE PROYECTO: FLUJO NETO DE CAJA, FLUJO DE FINANCIACIÓN, FLUJO CON O SIN FINANCIACIÓN, FLUJO INCREMENTAL**

(Documento Anexo 3. Excel)

**9.9 CALCULO DE INDICADORES PARA EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO: TIO, VPN, TIR, RBC, CAE, TIRV, VPNI, TIRI.**

(Documento Anexo 3. Excel)

**10. FUENTES DE FINANCIACION PROPUESTAS**

El proyecto estará financiado por los gerentes en donde ellos aportan dinero de su capital y de esta manera poner en marcha el proyecto se hará un préstamo al banco para lograr que el proyecto alcance una estabilidad y no se presenten algunos efectos a la hora de emprender el proyecto el cual se realizara un préstamo por \$15.000.000 para inversión inicial y \$3.500.000 para capital de trabajo con una tasa anual del 10% con cuotas mensuales de \$529.360 el cual se estima que se pagara en un lapso de 30 meses.

## TRABAJOS CITADOS

Chiavenato, I. (2004). *Introducción a la teoría general de la administración*. Editorial Mc Graw-Hill.

Drucker, P. (1954). *The Practice of Management*. New York.

Fundación Telefónica. (2015). La era digital: Balance y tendencias. *TELOS 100*, 167.

HERNÁNDEZ y Rodríguez, S. (2002). *Administración: pensamiento, proceso, estrategia y vanguardia*. Mexico: McGraw- Hill/ Interamericana editores .

Justin C., L., Moore, Carlos y Palich, & E, L. (2009). *Administración de pequeñas empresas*. Cengage Learning Editores. Obtenido de gestiopolis.

Lisett Rangel, A., & Ladrón de Guevara, I. (2003). *Voces digitales: ida y vuelta a la cibercultura*. Venezuela: Editorial Latina.

Moreno Fernández, F., & Otero Roth, J. (2007). *Atlas de la lengua española en el mundo*.

Moro Vallina, M., & Rodés Bach, A. (2014). *Marketing digital: Comercio y marketing*. España: Ediciones Paraninfo.

Portafolio. (21 de Febrero de 2017). *Aumentan las compras en línea*. Obtenido de Potafolio: <http://www.portafolio.co/tendencias/colombianos-compran-mas-por-internet-503549>

Selman, H. (2017). *Marketing Digital*. Ibukko.

Universidad de Antioquia. (30 de Abril de 2016). *Muestreo Aleatorio Simple*. Obtenido de Aprende en línea: <http://aprendeonline.udea.edu.co/lms/moodle/mod/page/view.php?id=5512>

# ANEXOS

**Beats a la venta**

Bienvenido a la primera plataforma virtual que ofrece los mejores productos y servicios digitales. Tenemos los beats que necesita tu proyecto musical, escúchalos y elige los que más te guste. Si tienes alguna duda, recuerda que puedes contactarnos [aquí](#).

Nombre	Genero	EPM	Precio
▶ Trap Latino 004	Trap	60	\$29.90
▶ Reggaeton Vallenato 002	Reggaeton	91	\$0.00
▶ Reggaeton Pop 003	Reggaeton	93	\$39.90
▶ Trap Latino 003	Trap	63	\$39.90
▶ Trap Latino 002	Trap	66	\$19.90
▶ Reggaeton Perreo 004	Reggaeton	95	\$19.90
▶ Trap Malanteo 001	Trap	62	\$19.90
▶ Bachata 002	Bachata	140	\$39.90

**Carrito de compras**  
Your cart is empty.

**Pasos para comprar beats**

1. Elija el ritmo que usted desea comprar.
2. Seleccione la opción de licencia y haga clic en el botón comprar.
3. Realice el pago y podrá descargar el ritmo al instante.

**¿Desea otros métodos de pago diferentes a PayPal?**  
Otras formas de pago para que obtenga su beat  
[Clic aquí](#)

Fuente: <http://www.yombolmusic.com>

**Opciones de licencia**

Sin exclusividad	Premium	Más popular
\$9.90	\$19.90	\$39.90
Mp3 320 kbps	Mp3 320 kbps de la MEZCLA Final	Mp3 320 kbps de la MEZCLA Final
Sin Etiqueta	Mp3 320 kbps de la MASTERIZACION Final	Mp3 320 kbps de la MASTERIZACION Final
Entrega inmediata	Sin Etiqueta	Wave 24 bits de la MEZCLA Final
Derechos no exclusivos	Entrega inmediata	Wave 24 bits de la MASTERIZACION Final
	Derechos de exclusividad total	Sin Etiqueta
		Entrega inmediata
		Derechos de exclusividad total
<a href="#">Add to Cart</a>	<a href="#">Add to Cart</a>	<a href="#">Add to Cart</a>

**Beats por generos**

- Bachata (2)
- Hip Hop (3)
- Mambo (1)
- Reggaeton (11)
- Street (2)
- Trap (6)
- Urban (1)
- West Coast (1)

**Conéctate con Nosotros**  
WhatsApp +57 319 459 6361

**Etiquetas**

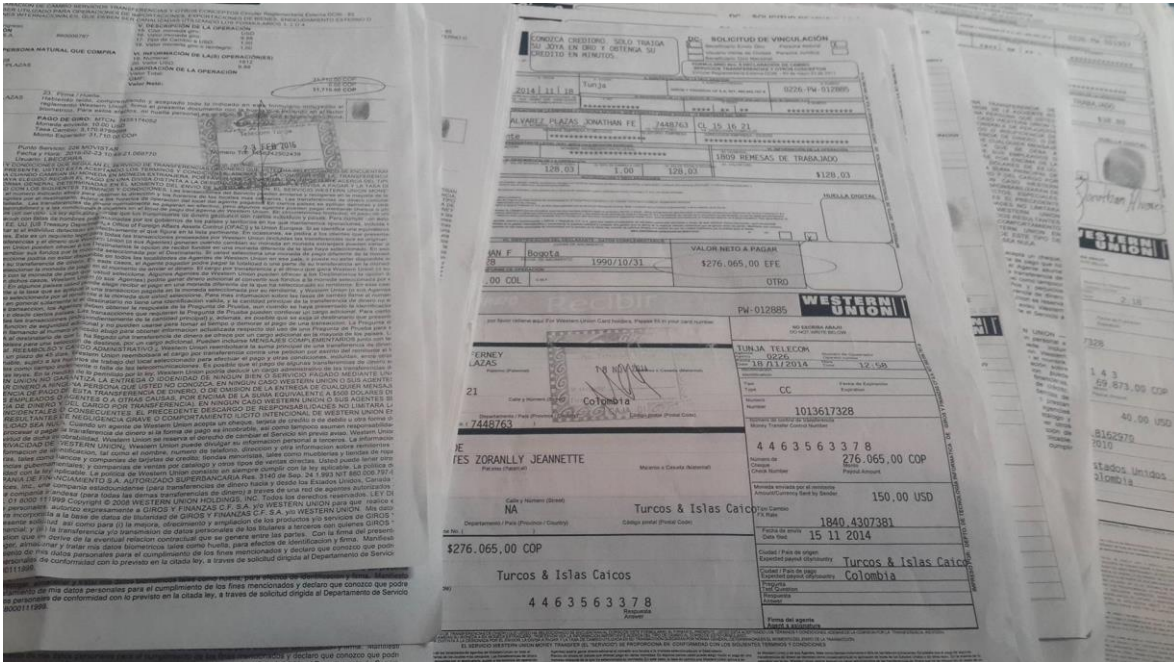
- Bachata (2)
- Bass (1)
- Drums (2)
- Dubstep (1)
- Malanteo (2)
- Mambo (1)
- Perreo (3)
- Pop (2)
- Trap (4)
- Vallenato (2)

**Video**  
Daddy Yankee enviando un s...

**Servicios**  
Producción completa, mezcla y masterización, beats personalizados, composición musical.

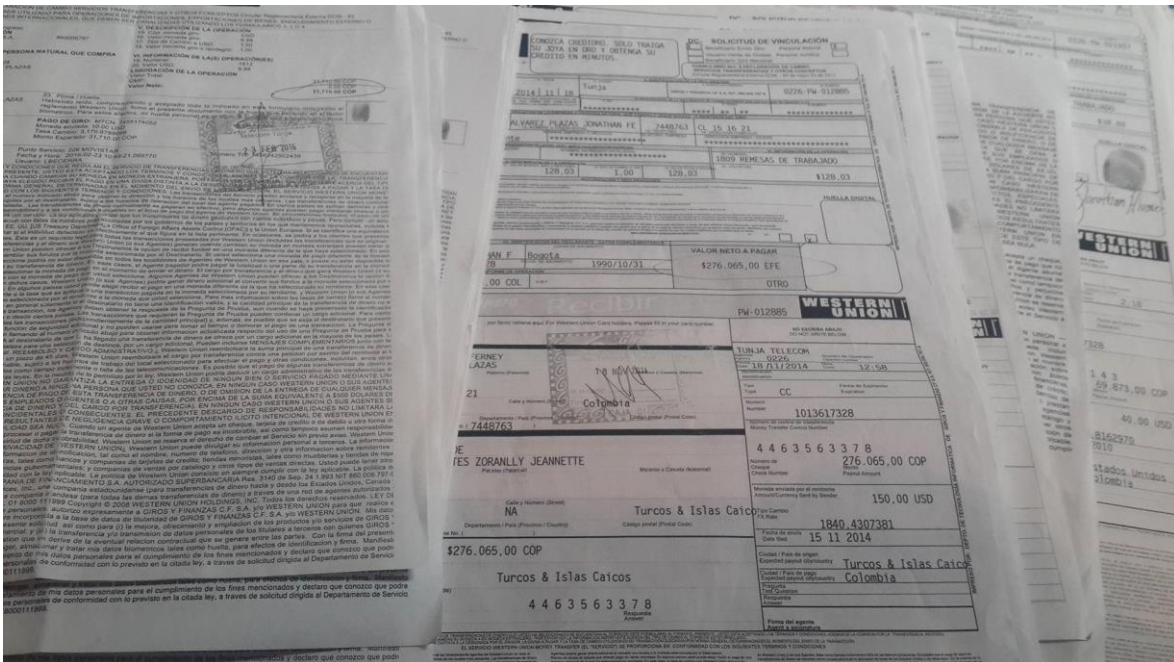
**Redes sociales**  
Facebook

Fuente: <http://www.yombolmusic.com>



Evidencia de trabajos realizados, mostrando los giros internacionales.

Fuente: Propio trabajo



Fuente: Propio trabajo