



Digital World

Brayan Alejandro Méndez Caballero

Institución Universitaria Latina UNILATINA, Dirección y Producción de Radio y Televisión

M.G. Juan Carlos Molina Polanco

2023

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	4
JUSTIFICACIÓN DE LA IDEA	5
OBJETIVOS	6
CAPITULO 1.....	7
1. De la idea del producto o servicio:.....	7
1.4. Identificación del Bien, de los Productos o Servicios Que Serán el Objeto de la Actividad Económica Para Desarrollar.	13
1.5. Identificación de las Ideas o Proyectos Alternativos o Complementarios	13
2. Estudio general del Bien o Servicio a Desarrollar	13
2.1. Antecedentes	14
2.2. Análisis FODA	16
2.3. Reseña de su evolución: Origen, Usos, Competencia, sustitución, complementariedad	17
2.4. Evaluación Natural del Entorno	17
2.5. Análisis de riesgos (Tecnológicos, pérdidas, etc.)	20
CAPÍTULO II.....	21
3. El mercado	21
3.1. Estudio del mercado.....	21
3.2. Definición del producto, bien o servicios que se desarrollarán.....	24
3.3. Nombres, marcas, logotipos, emblemas, slogan.....	24
3.4. Definición y descripción.....	25
3.5. Usos y usuarios: definición de la clientela potencial	26
3.6. Factores de competencia	26
Aprovisionamiento de insumos o apoyo tecnológico.....	28
RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS.	32
3.7. Proveedores internos y externos	39
3.8. Estacionalidad del mercado.....	40
3.9. Poder de Compra	42
3.10. Rangos de precios o tarifas	42
3.11. Comportamiento de la clientela.....	42

3.12.	Ciclo de vida de un producto	43
3.13.	Zonas o áreas potenciales del mercado.....	44
4.	Plan de Mercado	45
4.1.	Tipología de mercado.....	45
4.2.	Diferenciación del producto o servicio	45
4.3.	Políticas de precios o tarifas	45
4.4.	Estrategias de ventas.....	46
4.5.	Distribución y mercadeo.....	46
4.6.	Promoción y publicidad	46
4.7.	Estrategias de comunicación	46
5.	ASPECTOS TÉCNICOS Y FINANCIEROS.....	47
5.1.	Estudio técnico del proyecto.....	47
5.2.	Requerimientos Técnicos, tecnológicos, y científicos	48
5.3.	Planes generales.....	50
5.4.	Mano de obra directa.....	51
5.5.	Localización de planta, o actividad económica.....	57
5.6.	Precisión de inversiones, y gastos iniciales.....	58
	Conclusiones	59
	Bibliografía	60
	LISTA DE TABLAS	63
	LISTA DE FIGURAS	64
	LISTA DE GRÁFICOS	65
	LISTA DE ANEXOS.....	66

INTRODUCCIÓN

El proceso de digitalización de material audiovisual, y sonoro se dio desde mediados de la década de los 80's con la aparición del disco compacto, el cual facilitó la vida a muchos consumidores de música más que todo, ya que no tenían que lidiar con los rayones del vinilo, o con los atoramientos de la cinta de un cassette, y que por cierto, tienen un sonido más nítido, y brillante. Para ello, se transcribían las señales análogas de un master sonoro a señales digitales en números binarios (1,0), lo cual permitía que ciertas frecuencias perdidas se pudieran oír bien, eliminando así también el ruido de fondo. (Olmos, 2020)

En el tema del video se hace un proceso de muestreo, cuantificación de imagen (definir los colores de la imagen final) para mejorar su calidad, y codificarlo dependiendo del formato que se vaya a escoger, y a su vez la información final a guardar. (colaboradores de Wikipedia, 2022)

Para este proyecto, se necesita conocer en todos los aspectos el tema de la digitalización de material audiovisual y sonoro, y cómo hacerlo correctamente, mediante equipos especiales para este trabajo (casseteras, vinilos para la música; VHS y betamax para las cintas de video), con el propósito de garantizar resultados de óptima calidad para los clientes que acudan a nuestros servicios de digitalización, con el propósito de disfrutar dicho material en su computadora, celular, mp3, entre otros dispositivos portables.

JUSTIFICACIÓN DE LA IDEA

El siguiente proyecto pretende crear la empresa de servicios **Digital World** con el propósito de digitalizar discos de vinilo, cassettes, cartuchos de 8 track, películas en VHS, Betamax, y demás formatos (cuyos audiovisuales no estén alojados en ninguna plataforma, y sean de difícil búsqueda) que las personas suministren, y a su vez que los proveedores tengan para suministrarnos, para poder así suplir dicha necesidad. Esto sería novedoso para el mercado digital, y los clientes son los que más disfrutarían consumiendo estos productos que NO están en plataformas online.

Para lograr la creación de **Digital World**, se pretende hacer un estudio del mercado de las películas, y la música mediante encuestas sobre las preferencias de los clientes en cuanto a su consumo se refieren, si lo prefieren en digital, o análogo, y por qué. También se pretende hacer un estudio del lugar, la infraestructura, balance inicial, y mano de obra para poder hacer esto posible.

Se propone investigar también las encuestas sobre las plataformas de streaming de **audio y video** populares durante los últimos 3 años vigentes, y su impacto en las nuevas tendencias de mercado a nivel nacional.

OBJETIVOS

General

Formular un proyecto para la creación de una empresa, la cual se dedique a la digitalización de discos de vinilo, cassettes, y demás formatos análogos, cuyo catálogo musical **NO ESTÉ ALOJADO** en ninguna plataforma streaming, con el fin de ser comercializado a nuestros clientes.

Específicos:

- Analizar la demanda que pueda llegar a tener este proyecto.
- Realizar el estudio del sector económico en donde se enfocará este servicio.
- Determinar el proceso de restauración y digitalización del material análogo adquirido.
- Buscar clientes de diversos estratos a quienes ofrecerles nuestro servicio.

CAPITULO 1

1. De la idea del producto o servicio:

1.1.Motivación y sensibilización hacia la idea de la empresa

La motivación para hacer este proyecto empresarial, es todo el tema de lo audiovisual (Películas, música), ya que el tema de los formatos análogos, tanto en video, como en música va a ser el fuerte de este proyecto, y nos encantaría restaurar todo material audiovisual que podría ser imposible de conseguir de manera digital hoy en día, satisfaciendo las necesidades de todos los clientes.

Actualmente, la situación de este sector audiovisual es que se está trasladando a lo digital, ya que los formatos analógicos, últimamente están en desuso, y la gente consume ya de manera digital.

Una de las problemáticas a la que este proyecto brindaría solución, es digitalizar todo material audiovisual que se encuentre en Betamax, VHS, o LaserDisc, y digitalizar también todo material de audio encontrado en disco de vinilo, o cassette, puesto que dichos formatos anteriormente mencionados, actualmente se encuentran en desuso, debido a los avances tecnológicos, y a que la gente prefiere tener la música en dispositivos como: Celular, o MP3, o también, en una USB, o en el disco duro de su computadora.

1.2. El promotor

Uno de los mayores factores tecnológicos de este proyecto, es que las personas pueden disfrutar de la música alojada en formatos análogos (vinilo, cassette, etc.), e incluso películas,

y videos personales alojados en cintas VHS o betamax desde su computadora personal, o desde el celular, luego de ser restaurados, y digitalizados en formatos de excelente calidad.

1.2.1. Factores personales que orientan la búsqueda de la actividad a desarrollar

Los factores personales que me orientan a desarrollar este proyecto son: mi gusto, y obsesión por los formatos análogos, tanto de audio como de video: Discos de vinilo, cassette, 8 track, cintas de carrete abierto, VHS, Betamax, entre otros. Debido a esto, este proyecto busca remasterizar, y digitalizar archivos que se encuentren alojados en este tipo de formatos, para que así la gente los pueda disfrutar fácilmente donde quiera que vayan.

1.2.2. Factores sociales: La familia, los estudios, la experiencia

- **Factores sociales:** Los factores sociales me influyen a hacer este proyecto son: Mi familia, ya que mi abuela en cuestión, y mis padres se habían rodeado de este tipo de formatos en su época de juventud, y al poseer estos formatos, me llenó de curiosidad el saber cómo se escuchaban.
- **Los estudios:** En este caso, empecé a empaparme del tema, y a buscar información y tutoriales de cómo digitalizar un disco de vinilo, ya que actualmente cuento con un tornamesa, aunque ya con unos años encima, y un cable rca que me permite conectarlo con un adaptador RCA a plug a mi pc, y poder digitalizar mis temas favoritos que están en estos vinilos.
- **La experiencia:** Mi experiencia con estos formatos, puedo decir sin temor a equivocarme, ha sido de lo mejor, ya que la música en análogo se siente más cálida, y con cuerpo, y en cuanto a las películas en formatos análogos, la experiencia, en cuanto a

imagen es distinta, ya que contiene la esencia del paso de los años, que le da forma a esos archivos audiovisuales.

1.2.3. Factores económicos

Se invertirá en la compra, o arriendo de un lote que me permita instalar mi negocio, y a su vez, se invertirá en la contratación de mano de obra que me ayude en las tareas de limpieza, y restauración de vinilos, cintas, y demás material análogo. También se hará inversión en un proveedor que consiga los materiales necesarios para la masterización, y digitalización.

1.2.4. Factores tecnológicos

Uno de los mayores factores tecnológicos de este proyecto, es que las personas pueden disfrutar de la música alojada en formatos análogos (vinilo, cassette, etc.), e incluso películas, y videos personales alojados en cintas VHS o betamax desde su computadora personal, o desde el celular, luego de ser restaurados, y digitalizados en formatos de excelente calidad.

1.3.Análisis de las ideas preliminares

Tabla 1 Análisis de las ideas preliminares

Criterio	Descripción	Puntaje idea 1
Atractivo al mercado	Demasiado atractivo al mercado, puesto que las personas pueden conseguir sus archivos personales, películas, y música en formatos análogos, remasterizados digitalmente, a través del traspaso a una memoria USB, a un precio totalmente accesible al público, dependiendo tanto de la duración, como del peso del archivo en digital.	10
Capacidad para poner en marcha la idea	Conocimiento en programas de edición, y masterización de audio y video, tornamesas, decks, reproductores betamax, laserdisc, y vhs, etc.	10
Requisitos de capital	Arriendo local sur Bogotá: \$3.000.000; Tornamesa profesional pionner: \$2.650.000; Cable Tri Stereo 3.5mm A 3 Rca Audio Y Video Trifonico Ca193 (x3): \$44.700; Convertidor De Cassette Walkman A Usb (x2): \$241.980; Escritorio para PC x2: \$380.000; Mesa (x3): \$657.000; reproductor vhs: \$4.680.000; Reproductor betamax: \$1.200.000; PC Portátil: \$3.465.430. Proveedor de discos de vinilo y Cassettes: \$1.100.000. TOTAL: \$17.419.110	6
Innovación	Por supuesto que tiene innovación, ya que no sólo se dedica a masterizar videos de formatos análogos, sino que a su vez se dedica a masterizar discos de vinilo, cassette, cintas VHS y	9

	betamax, entre otros.	
Competencia	RTVC: Desde señal memoria, se dedican a restaurar archivos tanto de video, como de audio, siendo ésta una entidad pública, cobrándolo a un precio muy alto.	10
Atributos diferenciadores	Ninguno, puesto que tanto mi proyecto, como la empresa de RTVC, a través de señal memoria, se dedican a lo mismo, que es restaurar archivos audiovisuales, aunque, si puede haber un atributo diferenciador, que es el que dichos archivos restaurados en mi negocio serán fácilmente asequibles a los usuarios, a un precio justo	8
Propuestas de valor al cliente	<i>“Donde lo análogo, es más disfrutable donde quiera que vayas”</i> . Esto quiere decir que, con los avances tecnológicos, las personas pueden visualizar sus videos de la infancia, o películas restauradas en formato digital, incluyendo álbumes musicales que no están en plataformas digitales, a un precio accesible al público.	10
Barreras de entrada	Gastos en publicidad y valor de la marca; Elevación de costos de la competencia; Acuerdo entre la empresa rival que excluya a otras empresas a adquirir el producto	5

1.3.1. Ventajas

- Aportar originalidad en el proceso de venta de los materiales digitalizados de formatos análogos a un precio asequible a los clientes, sea desde memoria USB, o desde la nube.
- Posibilidad de la creación de una plataforma online de venta de catálogos audiovisuales digitalizados, teniendo clientes de diversas partes del mundo.
- Satisfacción total de los clientes en cuanto a la compra de nuestros productos.

1.3.2. Inconvenientes

- Cambios en las estrategias de mercado con el paso del tiempo.
- Altos gastos en cuanto al arrendamiento de un local.
- No poseer con todos los insumos necesarios para este proyecto

1.3.3. Justificación de la idea

Quiero crear este magnífico proyecto, puesto que actualmente no se cuenta con la necesidad de digitalizar material de audio y video, y pienso que esto sería como algo novedoso para los clientes, ya que ellos son los que más disfrutarían de consumir dichos materiales en forma digital, sin la necesidad de comprarse reproductores análogos, y consumiéndolos desde su celular, computadora, o en el auto, ahorrándose un buen dinero en ello. Sólo pagando por la digitalización de un álbum musical en vinilo, o cassette, o digitalización del video de su juventud en VHS, ya el cliente sentirá suplidas sus necesidades.

1.4. Identificación del Bien, de los Productos o Servicios Que Serán el Objeto de la Actividad Económica Para Desarrollar.

Este proyecto está identificado como un servicio, ya que se va a dedicar a la digitalización de material análogo (videos, y música), que, por cierto, las personas serán los que traigan dicho material, con el propósito de ser comercializado a los clientes, ya sea en memorias USB, pendrive, o a través de una plataforma en internet, con un precio accesible al público. Esto se hace para aquellas personas que no cuentan con reproductores para dichos formatos análogos: Vinilos, cassette, betamax, y VHS, y al ser digitalizados, podrán disfrutarlo en el dispositivo que ellos quieran: Mp3, celular, computadora, etc.

1.5. Identificación de las Ideas o Proyectos Alternativos o Complementarios

Se ha identificado un proyecto alternativo similar al que yo quiero realizar, y es el proyecto que tiene el Sistema Nacional de Medios Públicos de Argentina, cuyo propósito es el de la preservación de material audiovisual clásico y futuro del canal 7, y el de la Radio Nacional, para así poder ser resguardo, y publicado posteriormente. (Mondani, 2020). Otro proyecto similar que identifiqué, es el de la RTVC, organización de medios que en los últimos años se ha dedicado a preservar, y restaurar material audiovisual considerado patrimonio cultural (RTVC).

2. Estudio general del Bien o Servicio a Desarrollar

- **Análisis de la competencia**

Analizar lo que hace la competencia de mi proyecto. En este caso, la RTVC que se dedica a la restauración de archivos audiovisuales para preservación del patrimonio cultural, y así que el público pueda disfrutarlos. Más, sin embargo, la tarea de mi proyecto tiene sus discrepancias, puesto que podemos digitalizar películas, música en diversos formatos

análogos, y a su vez, videos familiares que se grabaron en VHS, o Betamax. Otro caso de competencia, son las tiendas de video, y música, que, aunque estemos en la era digital, siguen vendiendo sus productos en físico. La diferencia es que este proyecto va a vender los productos digitalizados, tanto en USB, como DVD, así como por página web con método de pago online por nequi, y/o por PSE.

- **Localización de target**

El target, o público objetivo al que van dirigidos nuestros servicios de digitalización es variado, puesto que pueden ser personas de estratos bajos, medios, e incluso altos, sin importar su nivel educativo, cultural, orientación sexual, e ingresos.

- **Marco legal del sector audiovisual**

El marco legal del sector audiovisual en Colombia establece bajo la ley de cultura de 1997, la protección de toda obra cinematográfica, desde su creación, hasta el punto de vista de mercado (POLANÍA, 2021). Otro marco legal en el sector audiovisual incluye la protección de obras musicales por parte de organizaciones recaudadoras como: Sayco & Acinpro, ASCAP, SGAE, LatinAutor, por mencionar algunas, quienes tienen la autoridad de permitir la difusión de dichas obras, siempre y cuando se paguen derechos de autor para su difusión.

2.1. Antecedentes

Tendencias en la industria audiovisual y entretenimiento

Actualmente, las tendencias de difusión musical se encuentran en las plataformas streaming, como: Spotify, Itunes, Deezer, Amazon, etc., cuya difusión es pagada con regalías a los compositores para que así tengan el derecho de presentar de forma pública su obra musical.

A los dueños de las grabaciones, en este caso las discográficas, distribuidoras, o en este caso, al artista que tenga el derecho total de sus grabaciones, haciendo acuerdos de distribución con las plataformas anteriormente mencionadas. (PromocionMusical.es, s.f.).

Durante la pandemia, hasta nuestros días, el streaming en la industria cinematográfica tuvo un fuerte impacto, puesto que todos los estrenos pasaron a las siguientes plataformas: Amazon, Netflix, HBO Max, Disney +, haciendo que dichas plataformas generaran ingresos por suscripción para ver dichos contenidos, lo cual también facilitó la piratería (Rueda, 2021).

2.2. Análisis FODA

Anexo 1 Matriz DOFA

DOFA DE MI IDEA DE NEGOCIO		OPORTUNIDADES	AMENAZAS
		O1 Excelente potencial de mercado en el barrio 20 de Julio	A1 Aumento de la competencia del sector (Tiendas de música y películas)
		O2 Contar con página web para la venta de nuestros productos digitalizados	A2 Regulaciones legales por posible violación de derechos de autor
		O3 Nuevos clientes digitales	A3 Algunos formatos análogos pueden no ser fáciles de adquirir
		O4 Presencia a nivel internacional	A4 Nuevas tendencias en el mercado audiovisual.
		O5 Los clientes son los que traen su material para ser digitalizado	
FORTALEZAS		ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS FA
F1 Buena valoración de los clientes		F1, F2, F4, O3, O4, O5: Hacer que la empresa "Audiophilia" sea reconocida, no sólo a nivel local, sino a nivel internacional, por sus servicios excelentes de digitalización de material análogo, a través de la promoción por redes sociales, y por página web.	F3, F6, A3, A4: En caso de que los clientes no cuenten con formatos análogos, contar con proveedores de discos de vinilo, y demás formatos para que nos los suministren, y así poder realizar este servicio.
F2 Calidad, y exclusividad en nuestro servicio			
F3 Gran aumento de demanda en el mercado audiovisual		F3, F5, F6, O1, O2: Hacer que nuestros clientes traigan su material análogo (Vinilos, cassettes, cintas VHS, y betamax) para hacer el servicio de digitalización, con excelentes equipos para	F5, A1: Aliarnos con proveedores de equipos de sonido (Decks, tocadiscos), y con proveedores de reproductores (VHS, Betamax) para que nos suministre dichos
F4 Precios accesibles a nuestros clientes			
F5 Insumos de excelente calidad para la digitalización de mater			
DEBILIDADES		ESTRATEGIAS DO	ESTRATEGIAS DA
D1 Poco presupuesto, y falta de materiales e insumos		D2, O1: Potenciar el mercado audiovisual en el barrio 20 de Julio, teniendo como estrategia, la innovación digital, en cuanto a restauración de archivos analógicos para el disfrute de nuestros clientes.	D5, D1, D4, A3: En caso de no contar con bastante presupuesto para arrendar un local, y comprar suministros de digitalización, valirme de un solo equipo de sonido (tocadiscos) mientras tanto, alcohol, bayetilla, y una página web para vender los materiales
D2 Falta de experiencia en el sector audiovisual			
D3 Poco potenciado el concepto de marca		D3, O3, O4: Potenciar el concepto de marca, atrayendo clientes de distintas partes del mundo, vendiendo nuestros productos en página web, con precio accesible a nuestros clientes, y con métodos de pago online.	D2, A2: Pago de derechos de autor a la organización Sayco & Acinpro, y hacer investigaciones acerca del sector audiovisual (Música y películas).
D4 Alta inversión en cuanto a insumos de limpieza y reparación de materiales análogos			
D5 Alta inversión en la compra de un local que me permita poner en marcha este negocio			

2.3. Reseña de su evolución: Origen, Usos, Competencia, sustitución, complementariedad

Origen

Este proyecto se origina en base a dos problemas: El primero de ellos, se observa que actualmente, los formatos análogos son muy escasos en los hogares, puesto que actualmente las películas, y la música ya están alojadas en plataformas streaming como: Netflix, Amazon, Disney +, HBO Max, Deezer, Spotify, iTunes, etc., lo cual hace más fácil su disfrute en cualquier sitio, y en cualquier dispositivo que esté al alcance de nuestras manos. El segundo problema, se observa que a día de hoy, los equipos.

2.4. Evaluación Natural del Entorno

Análisis PESTEL de mi idea de negocio

Factor Político:

- **Políticas de derechos de autor**

Hay que pagar derechos de autor a la organización Sayco & Acinpro, para que el negocio, o empresa no sean multados.

- **Organizaciones recaudadoras**

Sayco & Acinpro, SGAE, y ASCAP, quienes tienen los derechos de la música registrada en todos los formatos.

Factor económico:

- **Tendencias**

Actualmente, el streaming se ha tomado todo lo audiovisual, desde la música, hasta lo audiovisual (cine, series, etc.). Un caso de ello son las plataformas como: Netflix, Spotify, iTunes, Amazon, etc., quienes dominan el mercado digital del consumo de música, y cine.

- **Políticas de innovación**

Según un estudio de la OCDE, Colombia tiene una política de innovación, la cual desarrollo socioeconómico, con el propósito de aumentar los ingresos, y el bienestar, mejorando así la sostenibilidad socioeconómica. (OCDE, 2014)

Factor social:

- **Estilo de vida**

El estilo de vida de nuestros clientes varía entre nivel de estrato, educación, los ingresos que obtienen, entre otros factores.

- **Formas de consumo de los clientes**

Las personas actualmente consumen música de manera digital, por streaming, o incluso descargándola en internet en formatos como: MP3, WAV, FLAC, ALAC, ETC.

- **Patrones culturales**

Los patrones culturales de nuestros clientes varían mucho en cuanto a creencias religiosas, costumbres, tradiciones, etc.

- **Nivel de educación**

El nivel de educación de nuestros clientes es variado, puesto que pueden existir clientes con educación media, así como con educación universitaria culminada.

Factor tecnológico

- **Aprovechamiento de redes sociales, y página web**

Este factor nos beneficia como negocio, y empresa ya que así podemos darnos a conocer por redes sociales, y en la página, llegar a vender nuestros productos, con modo de pago online.

- **Aprovechamiento de tecnologías antiguas para remasterización de material análogo**

Uso de tornamesa para digitalización de discos, uso de walkman o deck para digitalización de cassettes, uso de Reproductores betamax y v para VHS cintas de este tipo.

Factor ecológico

Aprovechamiento de la conservación de los discos de vinilo, y demás formatos análogos, sin necesidad de desecharlos, para así, poder digitalizarlos.

Factor Legal

Protección de datos: Según lo investigado, la ley 1581 establece un régimen de protección de datos personales, lo cual significa que tienen derecho total a la privacidad.

(Geida Sanlate, 2013)

- **Pago de derechos de autor**

Para poder vender la música digitalizada desde formatos análogos, hay que hacer un pago de derechos de autor a la organización Sayco & Acinpro, según la ley 232 expedida en 1995. (Abogados.com.co, 2016)

2.5. Análisis de riesgos (Tecnológicos, pérdidas, etc.)

- **A nivel tecnológico**

Uno de los riesgos a nivel tecnológico es la descomposición de uno de los equipos para digitalizar nuestro material, y que para conseguirlo haya que hacer una inversión altísima.

- **A nivel de pérdidas**

Hay muchos riesgos a nivel de pérdidas. Por ejemplo: La falta de clientes, falta de inversión, falta de financiación del negocio.

- **Tendencias de mercado**

Otro riesgo para este proyecto es que la gente prefiera más el famoso “Metaverso”, y otras nuevas tecnologías que no tengan nada que ver con este proyecto.

CAPÍTULO II

3. El mercado

3.1. Estudio del mercado

- **Contexto del proyecto**

El proyecto que se va a realizar tiene como función la de digitalizar todo material análogo, sean películas, videos familiares, y/o música grabada en cassette, y vinilo, con el propósito de venderlo en formatos digitales a un precio accesible.

- **Sector**

El sector al que pertenece este proyecto es al del entretenimiento, puesto que tanto el cine, cómo la música son medios que entretienen, y sus medios de difusión se actualizan, al modo de que la gente pueda consumirlos en cualquier sitio.

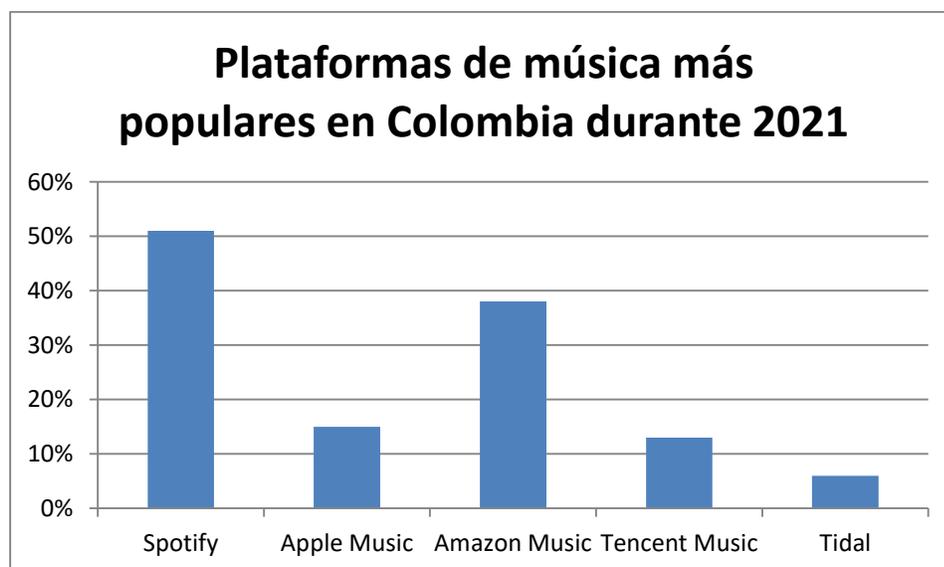
- **Análisis de la competencia**

Analizar lo que hace la competencia de este proyecto. En este caso, la RTVC que se dedica a la restauración de archivos audiovisuales para preservación del patrimonio cultural, y así que el público pueda disfrutarlos. Sin embargo, la tarea de mi proyecto tiene sus discrepancias, puesto que podemos digitalizar películas, música en diversos formatos análogos, y a su vez, videos familiares que se grabaron en VHS, o Betamax. Otro caso de competencia, son las tiendas de video, y música, que, aunque estemos en la era digital, siguen vendiendo sus productos en físico. La diferencia es que este proyecto va a vender los productos digitalizados, tanto en USB, como DVD.

- **Marco legal del sector audiovisual**

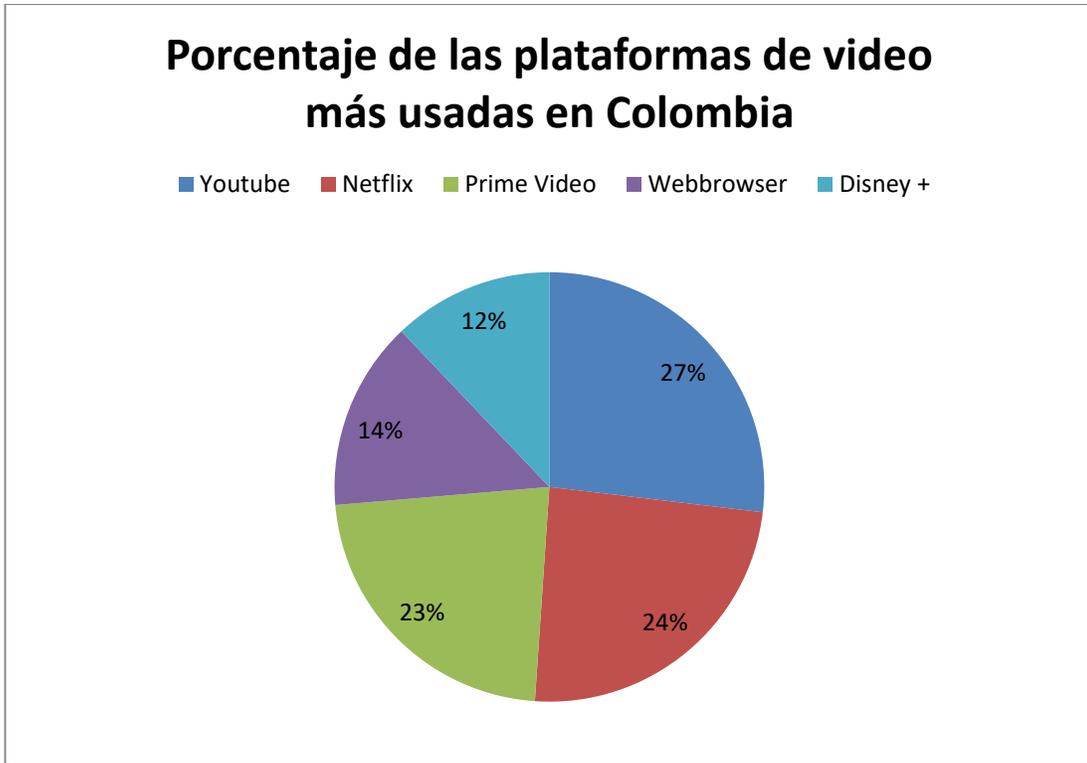
El marco legal del sector audiovisual en Colombia establece bajo la ley de cultura de 1997, la protección de toda obra cinematográfica, desde su creación, hasta el punto de vista de mercado (POLANÍA, 2021). Otro marco legal en el sector audiovisual incluye la protección de obras musicales por parte de organizaciones recaudadoras como: Sayco & Acinpro, ASCAP, SGAE, LatinAutor, por mencionar algunas, quienes tienen la autoridad de permitir la difusión de dichas obras, siempre y cuando se paguen derechos de autor para su difusión.

- **Estadísticas sobre el sector del entretenimiento**



Gráfica 1 Plataformas de Música populares en 2022

(Semana, 2022)



Gráfica 2 Plataformas de video más usadas en Colombia

(Mega, 2021)

3.2. Definición del producto, bien o servicios que se desarrollarán

Tabla 2 Ficha técnica del servicio a realizar

 Digital World <i>Servicios efectivos y de calidad</i>	
FICHA TÉCNICA DEL SERVICIO A REALIZAR	
Denominación del servicio	Prestación de servicio de digitalización de material audiovisual análogo.
Descripción técnica del servicio a realizar	El servicio que se realizará es el de digitalizar discos de vinilo, cassettes, videos en cintas VHS y betamax.
Unidad de medida	Unidad
Requisitos de oportunidad	Innovación en el mercado del entretenimiento, y audiovisual, puesto que la competencia con las tiendas de películas y discos estaría fuerte
Garantías	La garantía de nuestro servicio estará a 1 año de vigencia, en cuanto a reparación de material suministrado por nuestros clientes
Requisitos legales	Pago de derechos de autor de la música, y películas a digitalizar

3.3. Nombres, marcas, logotipos, emblemas, slogan

- **Nombre del producto:** Digital World
- **Slogan:** Servicios efectivos y de calidad
- **Logo:**



Ilustración 1 Logo Digital World

3.4. Definición y descripción

El servicio fue nombrado como: Digital World, debido a que la era digital en los medios abunda mucho en el mundo, y lo análogo es considerado “obsoleto”, aunque dicho material análogo es aprovechable para ser digitalizado, y ser disfrutado en cualquier dispositivo en cualquier parte del mundo.

- **Misión**

Ofrecer un servicio de calidad de digitalización, y preservación de material análogo, en el que nuestros clientes sean nuestros proveedores.

- **Visión**

Para el año 2025, Digital World se posicionará en el mercado audiovisual, y del entretenimiento como uno de los mejores servicios de digitalización de material análogo, tanto en Colombia, como en el mundo.

3.5. Usos y usuarios: definición de la clientela potencial

Tabla 3 Definición de la clientela potencial

Población total	100%	Es la población en general a la cual se pretende vender nuestro servicio
Población potencial	80%	Cantidad de población que requiere de nuestros servicios de digitalización
Población Objetivo	20%	Población que reside cerca de mi negocio, a la cual le puedo suministrar mi negocio

3.6. Factores de competencia

Tabla 4 Competidores directos e indirectos

COMPETIDORES DIRECTOS		
ENTIDAD	LOGO	PRODUCTO / PRECIOS
Señal Memoria (RTVC)	 <p><i>Ilustración 2 Logo Señal Colombia</i></p>	Servicio de restauración de archivo sonoro y audiovisual perteneciente a RTVC. El acceso es gratuito (RTVC)
COMPETIDORES INDIRECTOS		
ENTIDAD	LOGO	PRODUCTO / PRECIOS
Tango Discos y Libros	 <p><i>Ilustración 3 Logo Tango Discos & Libros</i></p>	Venta de libros, películas, discos de vinilo, CD. Precio oscilatorio: Entre \$50.000 y \$300.000 (Tango Discos & Libros, 2022)
Almacenes La Música		Venta de Discos, Tornamesa, CD's, y libros. Precios: Entre \$20.000 a \$500.000 (Almacenes La Música, 2022)

	<i>Ilustración 4 Logo Almacenes La Música</i>	
Musiteca Discos	 <i>Ilustración 5 Logo Musiteca Discos</i>	Venta de Discos de vinilo y CD's. Precios: Entre \$15.000 a \$150.000

Tabla 5 Competencia directa e indirecta, ventajas y desventajas

COMPETENCIA DIRECTA E INDIRECTA	VENTAJAS	DESVENTAJAS
Señal Memoria – RTVC (Directa)	No cobran por digitalizar archivo sonoro y audiovisual, y a su vez se encuentra disponible en su plataforma	Solamente es archivo sonoro, y audiovisual referente a programas radiofónicos y/o televisivos
Tango Discos & Libros (Indirecta)	Venden libros y películas, a su vez que música en cassette, vinilos, y CD's de todos los géneros	Precios muy elevados
Almacenes La Música (Indirecta)	Venden películas, libros, discos de vinilo, CD's, y también venden equipos de sonido como: Tornamesas, y demás.	Precios elevados para conseguir un producto
Musiteca Discos	Se puede conseguir accesorios como: Agujas para tornamesa, audífonos, etc.	Es muy costosa la adquisición de los productos de dicha tienda

Tabla 6 Propuesta de valor de las competencias directas e indirectas

COMPETENCIA DIRECTA E INDIRECTA	
Competidor	Propuesta del valor
RTVC Señal Memoria (Directa)	Ofrece a sus clientes digitalización de archivo sonoro, y audiovisual de programas televisivos, y radiales, siendo alojadas en la página oficial de RTVC
Tango Discos & Libros (Indirecta)	Ofrece a sus clientes películas, CD's, Discos de vinilo, cassettes, libros, e incluso tornamesas, con modo de venta online, y

	venta tradicional.
Almacenes La Música (Indirecta)	Ofrece a sus clientes películas, CD's, equipos de sonido (Tornamesa, parlantes), discos de vinilo, cassettes, por medio de venta tradicional, y online
Musiteca Discos	Ofrece sólo música en CD's, vinilos, cassettes, y también accesorios para tornamesas, audífonos, tornamesas, etc.

Aprovisionamiento de insumos o apoyo tecnológico

Tabla 7 Aprovisionamiento de insumos o apoyo tecnológico

Variable	Descripción
Proceso	Adquisición de un cable auxiliar para computador, para conectarlo del tornamesa, y/o al reproductor vhs, y cassettera, al computador. Adquisición de reproductor vhs, y betamax; adquisición de una casetera.
Producto	Álbumes en vinilo, y cassettes digitalizados en formatos de Alta Calidad (WAV, Flac); películas, y videos personales digitalizados en formato mpg

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Tabla 8 Segmentación del mercado

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO	
ASPECTOS GEOGRÁFICOS	
País	Colombia
Ciudad	Bogotá
Localidad	San Cristóbal
Barrio	20 de Julio (Principal)
Tamaño de la ciudad, o área estadística metropolitana	Servicio perteneciente al sector audiovisual, y del entretenimiento, el cual es dirigido a personas que son coleccionistas de materiales analógicos (Vinilos, Cassettes, VHS,

	Betamax, etc.)
Población	Urbana
Clima	Cálido y frío
ASPECTOS DEMOGRÁFICOS	
Ingresos	Clientes que son coleccionistas de material análogo, sin importar sus ingresos
Edad	Indiferente
Género	Hombre – Mujer
Ciclo de vida familiar	Indiferente
Tamaño familiar	Indiferente
Clase social	Indiferente
Escolaridad	Indiferente
Ocupación	Indiferente
Origen étnico	Indiferente
ASPECTOS PSICOGRÁFICOS	
Personalidad	Coleccionistas, melómanos, cinéfilos, audiófilos, etc.
Estilo de vida	Fanáticos del cine, de la música, y de las antigüedades
Valores	Indiferente
ASPECTOS CONDUCTUALES	
Beneficios deseados	El cliente busca que su música, y películas, y hasta videos personales alojados en formatos análogos, sean disfrutables en formatos digitales de excelente calidad
Tipo de conducta	Indiferente
Frecuencia de Uso	Indiferente
Etapas de preparación	Se programa de acuerdo a la logística del servicio de remasterización
Actitud hacia el producto	De excelente calidad, y con una buena

	satisfacción de los clientes
--	------------------------------

BALANCE INICIAL

Tabla 9 Balance inicial

NOMBRE	CANTIDAD	VALOR
Tornamesa profesional Pionner	1	\$2.650.000
Cable Tri Estéreo 3.5 mm a RCA Audio Y Video Trifonico Ca193	3	\$44.700
Convertidor de Cassette Walkman a USB	2	\$241.980
Escritorio para PC	2	\$380.000
Reproductor VHS	1	\$657.000
Reproductor Betamax	1	\$1.200.000
PC Portatil	1	\$3.465.000
Proveedor de discos de vinilo y cassettes	N/A	\$1.100.000
Arriendo local sur de Bogotá	N/A	\$3.000.000
Mesa	3	\$657.000
Mano de obra	5	\$5.500.000
TOTAL	N/A	\$18.895.680

Objetivos

- Objetivo General

Restaurar, y preservar el material análogo traído por nuestros clientes, y venderlos digitalmente a un precio accesible al público.

Objetivos específicos

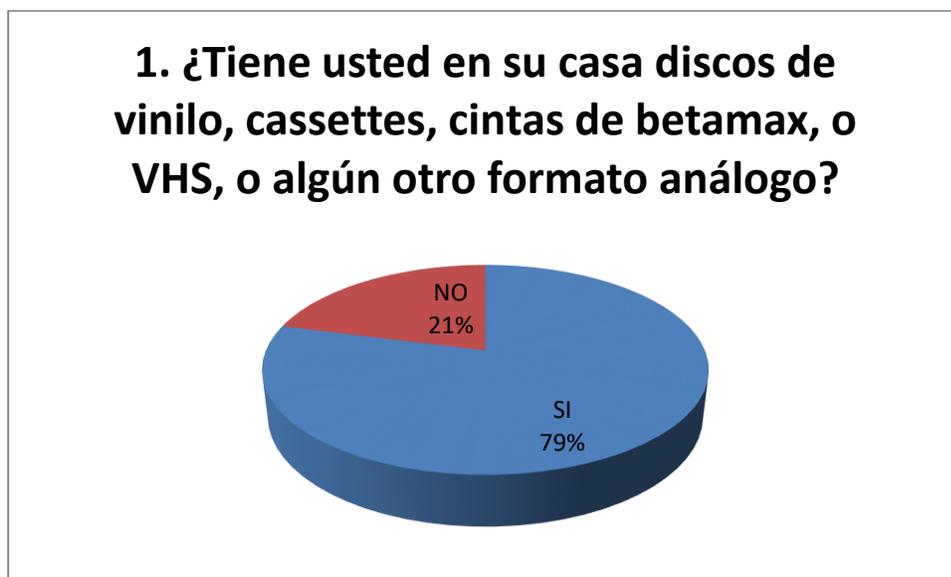
- Vender nuestros productos digitalizados en plataformas digitales, con métodos de pago online.
- Aumentar la clientela a nivel internacional, mediante estrategias de marketing en redes sociales, dando a conocer nuestra empresa, y nuestros servicios.

Valores

- Honestidad
- Responsabilidad
- Puntualidad
- Orientación al cliente
- Pasión
- Calidad
- Excelencia
- Mejora continua

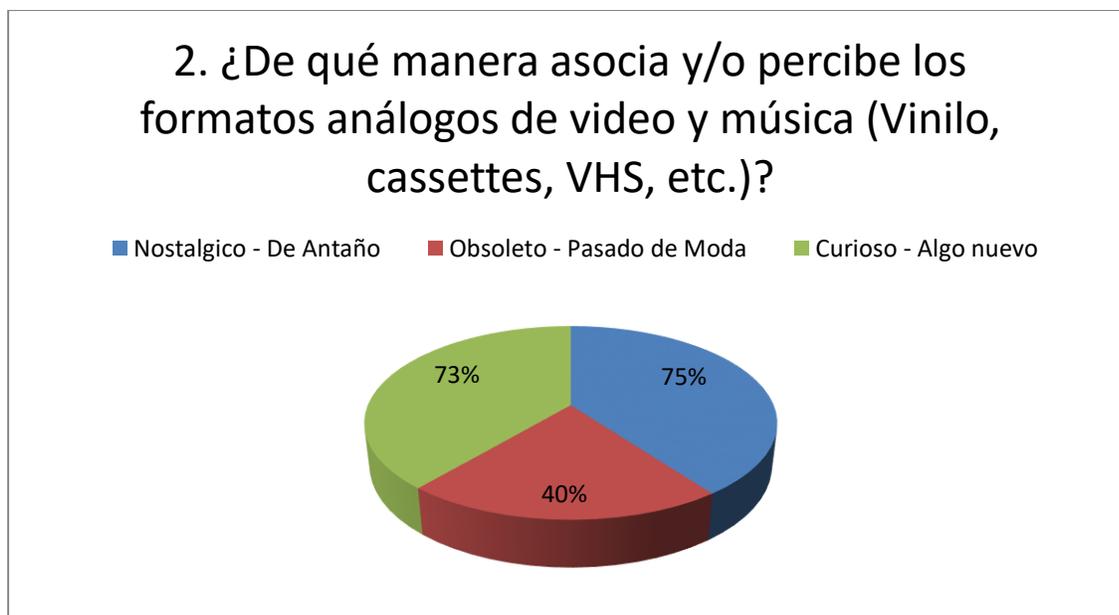
RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS.

Se le hizo encuestas a 1000 personas de la ciudad de Bogotá, donde se recogió información sobre las preferencias en cuanto a formatos de video y música (análogos, o digitales), y a su vez sobre si estaban dispuestos a adquirir nuestros servicios de digitalización.



Gráfica 3 Encuesta 1

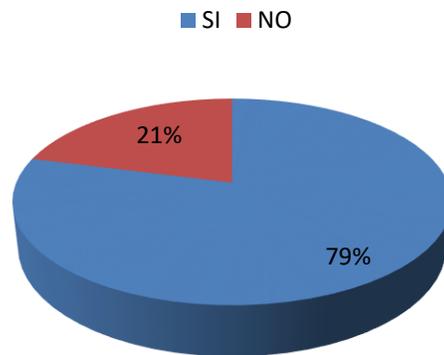
Los resultados arrojaron que aproximadamente 700 personas están dispuestas a acceder a nuestros servicios, mientras que 250 personas que no accederán a nuestros servicios, y 50 personas que están entre sí y no acceder a nuestros servicios.



Gráfica 4 Encuesta 2

Los resultados arrojaron lo siguiente: 73% sienten dichos formatos como algo nuevo y curioso; 40% lo perciben como algo obsoleto y pasado de moda; 75% lo perciben como Nostálgico y de Antaño.

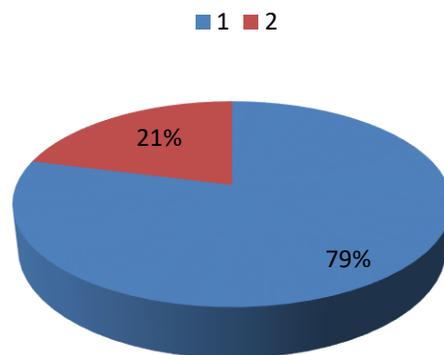
3. ¿En qué formatos prefiere consumir la música, y las películas?



Gráfica 5 Encuesta 3

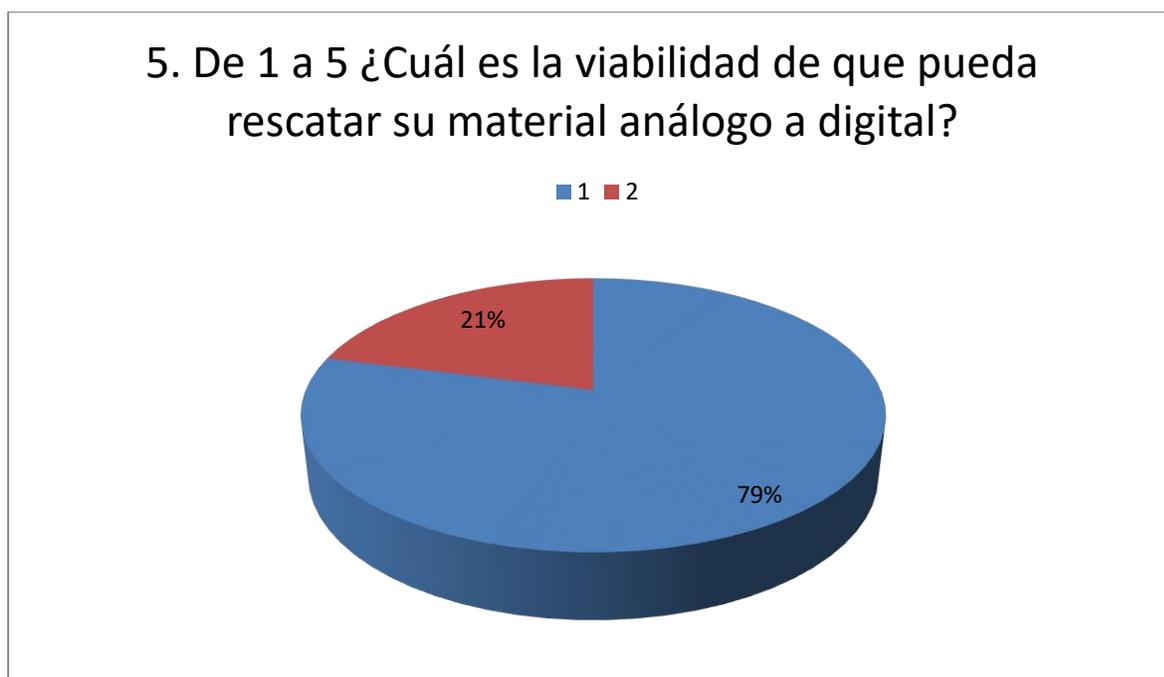
Los resultados arrojan que la mayoría de personas encuestadas (95%) prefieren los formatos digitales, ya sea por descarga, o streaming. En el siguiente caso, 40% prefieren los formatos análogos.

4. De 1 a 5 ¿Qué tan familiarizado está con los formatos análogos?



Gráfica 6 Encuesta 4

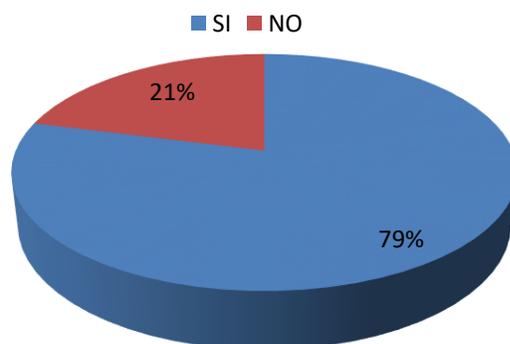
Resultados arrojados: De acuerdo a los resultados de las encuestas, entre el 81%, y el 25% de encuestados asume que está familiarizado con los formatos análogos, mientras que el 30% está en término medio. El 40%, y el otro 67% no están tan familiarizados con dichos formatos.



Gráfica 7 Encuesta 5

Resultados arrojados: Entre el 100%, y el 80% respondieron que hay mucha viabilidad de rescate de su material análogo a digital, mientras que el 30% está en término medio. Entre el 15 y 10% asumen que no hay viabilidad.

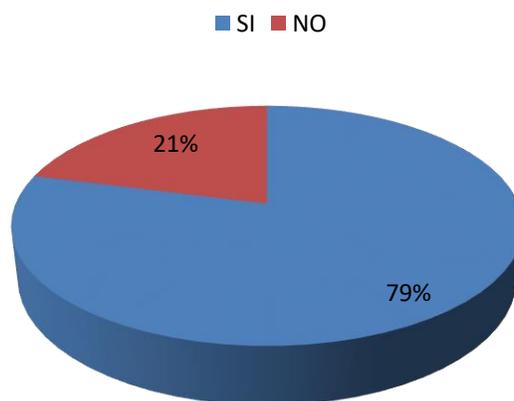
6. ¿En qué rango de precios estaría dispuesto a pagar por la digitalización de material en formato análogo (vinilo, vhs, cassette, etc.)?



Gráfica 8 Encuesta 6

Resultados arrojados: El 100% de encuestados está dispuesto a pagar por nuestros servicios entre el rango de precios de: \$45.000 - \$50.000, mientras que el 70% estaría dispuesto a pagar entre \$50.000 - \$60.000. El 32% está dispuesto a pagar \$80.000 - \$85.000, mientras que el 30% está dispuesto a pagar \$70.000 - \$90.000, y por último, el 12% prefiere pagar \$100.000 - \$120.000

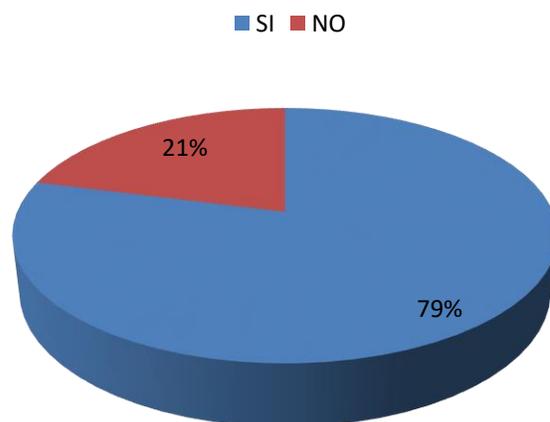
7. Entre los formatos análogos y digitales, sean de video, o audio ¿Cuál siente que tiene mejor calidad en reproducción?



Gráfica 9 Encuesta 7

Resultados arrojados: Video: El 100% prefiere consumir formatos de video digitales, mientras que el 30% prefiere los análogos. Audio: El 90% de encuestados prefiere escuchar música en digital, mientras que el 80% la prefiere en análogo

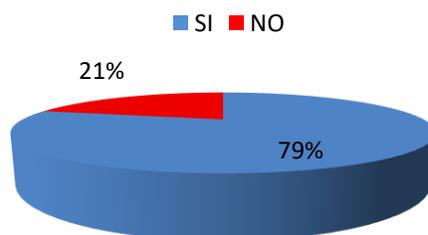
8. ¿Estaría dispuesto a traer material análogo (vinilos, cassettes, vhs, betamax, etc.) para hacer el servicio de digitalización?



Gráfica 10 Encuesta 8

Resultados arrojados: El 85% de encuestados están dispuestos a traer material análogo para hacer el servicio de digitalización, mientras que 15% no están dispuestos.

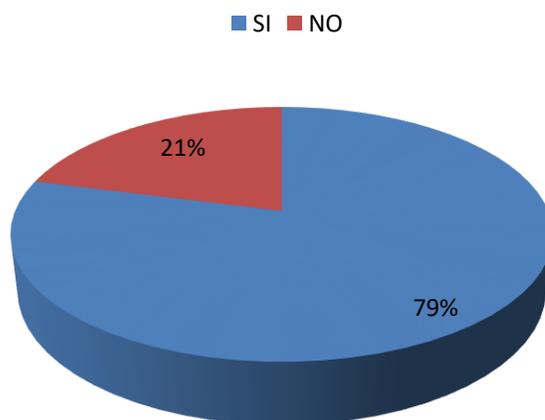
9. ¿Ha comprado alguna vez un disco de vinilo, cassette, o cintas vhs, u otro formato análogo?



Gráfica 11 Encuesta 9

Resultados arrojados: El 70% de la población han comprado alguna vez un disco de vinilo, cassette, o cintas vhs, u otro formato análogo. El 25% contestaron que no.

10. ¿Ha tenido familiaridad con plataformas streaming de música y películas como: Spotify, Itunes, Netflix, Amazon etc.?



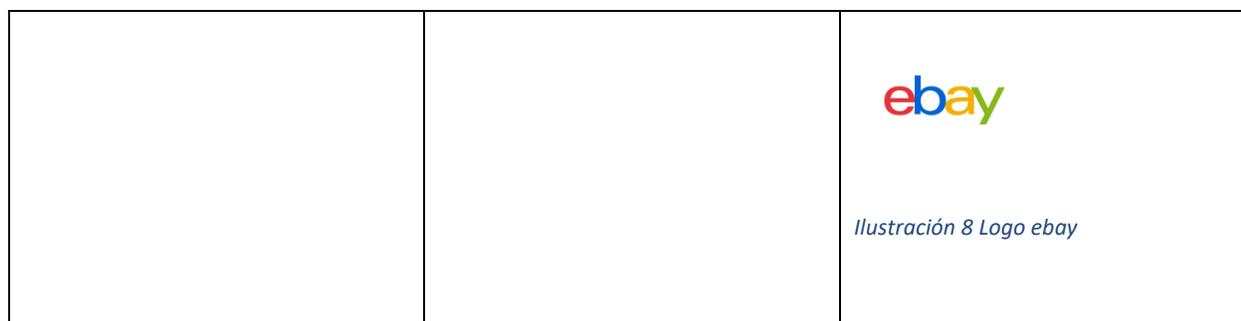
Gráfica 12 Encuesta 10

Resultados arrojados: El 79% de la población han tenido familiaridad con plataformas streaming de música y películas, mientras que el 21% de la población respondió que no.

3.7. Proveedores internos y externos

Tabla 10 Proveedores internos y externos

PROVEEDOR	DESCRIPCIÓN	IMAGEN
RPG Records BOG	Venta de Discos de Vinilo y Cassettes	 <i>Ilustración 6 Logo RPM Records</i>
OLX, Ebay	Adquisición de películas en cintas de betamax, y vhs	 <i>Ilustración 7 Logo OLX</i>



3.8. Estacionalidad del mercado

Tabla 11 Estacionalidad del mercado

CALIFICACIÓN COMPORTAMIENTO VENTAS	CALIFICACIÓN
Muy Alto	10
Alto	8
Normal	5
Bajo	1

Tabla 12 Estacionalidad del mercado (continuación)

De acuerdo a la estacionalidad de su portafolio califique los meses según la tabla anterior	Calificación
Enero	3
Febrero	8
Marzo	10
Abril	10
Mayo	6
Junio	6
Julio	8
Agosto	8

Septiembre	9
Octubre	10
Noviembre	10
Diciembre	7

3.9. Poder de Compra

El poder adquisitivo, o poder de compra de los clientes hacia nuestro servicio de digitalización de material sonoro y audiovisual se define según el precio que nosotros les ofrezcamos, y a su vez, según el salario que ganan nuestros clientes, y también de la inflación económica que pueda ocurrir en el mundo, provocando alza de precios, para que ellos puedan cubrir sus necesidades.

3.10. Rangos de precios o tarifas

Los precios a ofrecer en nuestro servicio son los siguientes:

- Digitalización de vinilos: Entre \$90.000 y \$100.000 (\$65.000 - \$75.000) para los nuevos clientes y ofertas especiales de temporada)
- Digitalización de cassettes: Entre \$80.000 - \$100.000 (\$65.000 - \$75.000 para nuevos clientes, y ofertas especiales de temporada)
- Digitalización de películas en VHS y/o betamax: \$120.000 - \$150.000 (\$80.000 - \$110.000 para nuevos clientes, y ofertas de temporada)
- Digitalización de videos familiares en VHS y/o betamax: \$115.000 - \$145.000 (\$75.000 - \$105.000 para nuevos clientes y ofertas de temporada)

3.11. Comportamiento de la clientela

Comportamiento práctico: Son aquellos consumidores que para adquirir nuestros servicios de digitalización de material análogo, o material ya digitalizado, vean que nuestra página es sencilla, cuyo método de pago sea efectivo.

- **Comportamiento escéptico:** Nuestros consumidores buscan conocer el más mínimo detalle de nuestro servicio, y de cómo está compuesto
- **Comportamiento optimista:** Son aquellos consumidores, que, para adquirir nuestro servicio, obviamente se enamorarán de nuestra idea, y lo piensan muy bien para adquirirlo, y es muy difícil que desistan de aquella decisión.

3.12. Ciclo de vida de un producto

- **Introducción**

Es la etapa inicial de nuestro servicio. Al principio será muy difícil posicionarnos en el mercado, puesto que hay que hacer bastante publicidad, y a su vez, estar pendientes de las nuevas tendencias, y de nuevas competencias, para saber actuar mediante estrategias que nos permitan sostenernos como servicio.

- **Crecimiento**

Es la parte más complicada del proceso, puesto que pasar de la introducción al crecimiento, obviamente requiere de mucho esfuerzo para crear estrategias de venta y marketing para nuestros clientes, y a su vez, reinventarnos en cuanto al servicio, y precios para así no quedar obsoletos.

- **Madurez**

Es la etapa donde se ha alcanzado nuestro posicionamiento en el mercado como servicio, y esa es la parte donde nuestras ventas se han mantenido estables, y para que se mantengan, hay que hacer una estrategia fuerte de marketing para mantener dicho posicionamiento, y no desistir.

- **Declive**

Es la etapa que nosotros como servicio tememos bastante, y es donde hay que estar preparados para un rotundo fracaso, ya que en un futuro, nuestro servicio puede quedar obsoleto, y no cubrir las suficientes necesidades de nuestros clientes, debido a nuevas tendencias de mercado. Para evitarlo, hay que analizar fuertemente las competencias, y las tendencias que lleguen al mercado, para podernos reinventar, y de nuevo posicionarnos.

3.13. Zonas o áreas potenciales del mercado

- **Geográfico**

Barrio 20 de Julio

- **Edades**

18 a 70 años

- **Estrato socioeconómico**

Clase media

- **Estilo de vida**

Coleccionistas de discos de vinilo, cassettes, y demás formatos análogos; Fanáticos del sonido en alta fidelidad; Amantes del cine.

4. Plan de Mercado

4.1. Tipología de mercado

- Mercado de servicio

Se le ha definido como mercado de servicio a este proyecto, ya que lo que se va a hacer es una digitalización de material sonoro y audiovisual traído por nuestros clientes, ya bien sean: Discos de Vinilo, cassettes, VHS, y cintas betamax, así como cintas de carrete abierto, y cartuchos de 8 pistas.

- Ámbito geográfico

Este servicio se ofrecerá inicialmente en la localidad de San Cristóbal, especialmente en el 20 de Julio y sus alrededores.

- Características del comprador

Personas a las que les gusta el cine y la música, y a su vez, sean coleccionistas de todo tipo de formatos análogos, que quieren que ese material pueda incluso, disfrutarse en formatos digitales de alta calidad.

4.2. Diferenciación del producto o servicio

Lo que diferencia este servicio del de la RTVC, es que nuestros clientes traen su material para digitalizarlo, para después ser entregado en memorias USB, o discos duros, y pagan por ello de manera física.

4.3. Políticas de precios o tarifas

• Precio al por mayor

Los servicios tendrán un descuento al por mayor de 20%

4.4. Estrategias de ventas

La estrategia que se usará para el servicio de digitalización de material sonoro y audiovisual será la siguiente: Se promocionará nuestro servicio a través de las redes sociales como: Facebook, Instagram, Whatsapp, etc., con el objetivo de vender masivamente este servicio.

4.5. Distribución y mercadeo

- **Estrategia de distribución interna**

Se usará esta estrategia, puesto que, al ser digitalizado el producto, se le entregará al cliente en una memoria USB, y/o pendrive.

4.6. Promoción y publicidad

Dar a conocer los servicios de digitalización de material sonoro y audiovisual a través de las redes sociales como: Instagram, Facebook, Whatsapp, etc., a su vez que entregar tarjetas a los clientes para que se enteren de nuestros servicios.

4.7. Estrategias de comunicación

Posicionar el perfil comercial en las redes sociales, para poder así, ofertar los servicios de digitalización, y conseguir nuevos clientes fácilmente.

5. ASPECTOS TÉCNICOS Y FINANCIEROS

5.1. Estudio técnico del proyecto

Tabla 13 Estudio técnico del proyecto

PRODUCTO	MERCADO OBJETIVO CLIENTES	CONSUMO ANUAL PERCAPITA	VENTA UNIDADES AÑO 1	PARTICIPACION % MERCADO OBJETIVO
Servicio de digitalización de discos de vinilo (33 1/3 rpm, 45 rpm, 78 rpm)	121.305	4	4.500	0,93%
Servicio de digitalización de cassettes (Originales, y regrabados)	121.305	3	2.700	0,74%
Servicio de digitalización de videos familiares, y personales en VHS y Betamax	121.305	2	2.700	1,11%
Servicio de digitalización de películas en VHS, y Betamax, e incluso Laserdisc (Formato poco conocido en el mercado audiovisual)	121.305	2	2.400	0,99%
Servicio de digitalización de cintas de carrete abierto	121.305	1	3.900	3,22%
Servicio de digitalización de otros formatos análogos como: Cartuchos de 8 track, Cintas de Audio Digital (DAT), y películas en 8 mm	121.305	1	5.400	4,45%
Total	727.830	13	21.600	11%

- **Capacidad instalada mano de obra**

Anexo 2 Capacidad instalada mano de obra

PRODUCTO	HORAS AÑO OPERARIO TURNO	UNIDADES HORA HOMBRE	CAPACIDAD INSTALADA POR OPERARIO AÑO 1	No. OPERARIOS O TIEMPO DE DEDICACION % AÑO 1	CAPACIDAD INSTALADA	CAPACIDAD REQUERIDA	Cantidad diaria por operario	Cantidad por hora	
Servicio de digitalización de discos de vinilo (33 1/3 rpm, 45 rpm, 78 rpm)	Unidad	2.400	1,88	4.500	100%	4.500	4.500	15	1,875
Servicio de digitalización de cassettes (Originales, y regrabados)	Unidad	2.400	1,13	2.700	100%	2.700	2.700	9	1,125
Servicio de digitalización de videos familiares, y personales en VHS y Betamax	Unidad	2.400	1,13	2.700	100%	2.700	2.700	9	1,125
Servicio de digitalización de películas en VHS, y Betamax, e incluso Laserdisc (Formato poco conocido en el mercado audiovisual)	Unidad	2.400	1,00	2.400	100%	2.400	2.400	8	1
Servicio de digitalización de cintas de carrete abierto	Unidad	2.400	1,63	3.900	100%	3.900	3.900	13	1,625
Servicio de digitalización de otros formatos análogos como: Cartuchos de 8 track, Cintas de Audio Digital (DAT), y películas en 8 mm	Unidad	2.400	2,25	5.400	100%	5.400	5.400	18	2,25
Total			9	21.600	600%	21.600	21.600	72	9

5.2. Requerimientos Técnicos, tecnológicos, y científicos

Tabla 14 Ficha técnica de digital world

FICHA TECNICA DE: Digital World			
ACTIVO	CARACTERÍSTICAS	PRECIO	IMAGEN
MAQUINARIA Y EQUIPO			
Tornamesa	Tornamesa con puertos RCA para los parlantes, Radio AM/FM, Cassettera (No funciona)	\$2.019.000	
Cable Auxiliar TRRS	Cable auxiliar de tres anillos para conectarlo del tornamesa al PC.	\$20.000	
Computador (Portátil)	Computador portátil con memoria RAM de capacidad 15 gb, para que pueda ejecutar programas como: Audition para la digitalización de material sonoro	\$3.300.000	
Deck	Walkman con deck para poder digitalizar cassettes al PC	\$129.000	

Reproductor VHS	Reproductor de video cinta VHS con posibilidad de poder digitalizar videos al PC	\$4.680.000	
Reproductor Betamax	Reproductor Betamax con capacidad de poder conectarse a un computador para digitalizar video cintas de dicho formato	\$1.200.000	

5.3. Planes generales

Tabla 15 Planes generales

ACTIVIDAD	TIEMPO					
Se compran los equipos faltantes para el servicio de digitalización	1 Hora					
Los clientes traen su material para el proceso de digitalización	1 Hora					
Contactamos a proveedores de material sonoro y audiovisual análogo para comprar material, en caso que no lo posean nuestros clientes	45 minutos					
Proceder a inspeccionar el estado físico del material suministrado, para ver si tienen algún daño	30 minutos					
Proceder a digitalizar el material sonoro y audiovisual	5 Horas					
Publicar los materiales digitalizados en nuestra	2 Horas					

página web, para venderlos						
Entregar los materiales digitalizados a los clientes en una memoria USB, o disco duro	1 Hora					

5.4. Mano de obra directa

Tabla 16 Mano de obra directa

CARGO	Gerente general
OBJETIVO DEL CARGO	Dirigir, administrar, y a su vez crear estrategias de crecimiento de la empresa de servicios de digitalización de material sonoro, así como asignar cargos y roles, planear las actividades a desarrollar dentro de la empresa, y definir el direccionamiento de la empresa, a corto, mediano, y largo plazo.
FUNCIONES	Administrar, y coordinar los diferentes procesos de las diversas áreas de la empresa Asignar labores a los empleados, de acuerdo con el área Contratar personal Responsable de crear estrategias de crecimiento de la empresa.
RELACIONES DE TRABAJO	Interna: Los empleados de las diversas áreas Externa: Proveedores, clientes, y distribuidores
GÉNERO	Indiferente
FORMACIÓN ACADÉMICA	Profesional Universitario en Administración de empresas, negocios internacionales, finanzas, e ingeniería de sonido y video
EXPERIENCIA PROFESIONAL	Mínimo 4 años de experiencia
CONOCIMIENTOS	Manejo de ofimática, conocimientos en contaduría, conocimientos en el campo de video y sonido, conocimientos en finanzas y

	economía.
CARACTERÍSTICAS PERSONALES	Liderazgo, proactivo, buen manejo del estrés, capacidad de trabajar bajo presión, organizado, saber escuchar, buena atención al cliente.

Tabla 17 Digitalizador de audio y video

CARGO	Digitalizador de audio y video
OBJETIVO DEL CARGO	Procesar el sonido del vinilo, y cassette digitalizado mediante ecualización, eliminación de ruido (crujido del vinilo, hiss del cassette, etc.), compresión del sonido, así como mejorar la imagen y el sonido de los materiales extraídos de VHS y Betamax.
FUNCIONES	<p>Digitalizar los discos de vinilo (33-1/3 rpm, 45 rpm, y 78 rpm), cassettes, Cintas VHS y Betamax al PC para posterior procesamiento de audio, y video</p> <p>Ecualizar el sonido del material digitalizado</p> <p>Eliminar el ruido (hiss, chasquidos, etc.), mejora de imagen (nitidez)</p> <p>Compresión del sonido, suavizado de imagen</p>
RELACIONES DE TRABAJO	<p>Interna: Gerente general</p> <p>Externa: Clientes</p>
GÉNERO	Indefinido
FORMACIÓN ACADÉMICA	Profesional universitario en ingeniería de sonido, y carreras afines
EXPERIENCIA PROFESIONAL	Mínimo 2 años de experiencia
CONOCIMIENTOS	Buen manejo de editores de sonido (Adobe Audition, ProTools, Izotope), y de editores de video (Premiere, Filmora), buen manejo de tornamesas, decks, reproductores VHS y

	Betamax
CARACTERÍSTICAS PERSONALES	Proactivo, capacidad de trabajo bajo presión, trabajo en equipo, buena comunicación

Tabla 18 Cargo mensajero

CARGO	Mensajero
OBJETIVO DEL CARGO	Encargarse de la entrega rápida y segura de los elementos hacia el destino especificado
FUNCIONES	Llevar y traer elementos, cartas, documentos, y/u otros objetos de un lugar a otro, en un plazo asignado por el jefe inmediato Control de inventario de los insumos de la compañía, tales como: Discos de Vinilo, cassettes, tornamesas, y demás equipos
RELACIONES DE TRABAJO	Interno: Gerente general Externo: Proveedores y distribuidores
GÉNERO	Indefinido
FORMACIÓN ACADÉMICA	Bachiller académico, o técnico en mensajería, y/o carreras afines
EXPERIENCIA PROFESIONAL	1 año en mensajería
CONOCIMIENTOS	Ofimática, contabilidad básica
CARACTERÍSTICAS PERSONALES	Proactivo, buena comunicación, capacidad de trabajar bajo presión

Tabla 19 Cargo gerente de ventas

CARGO	Gerente de ventas
OBJETIVO DEL CARGO	Planificar, y dirigir las ventas de los productos audiovisuales de la compañía.
FUNCIONES	Supervisar, y dirigir el trabajo comercial del equipo de ventas de la empresa
RELACIONES DE TRABAJO	Gerente general, mano de obra
GÉNERO	Indefinido

FORMACIÓN ACADÉMICA	Profesional en administración de empresas, publicidad y mercadeo, ventas, y carreras afines
EXPERIENCIA PROFESIONAL	5 años de experiencia en ventas
CONOCIMIENTOS	Gestión de equipos, ventas, ofimática, conocimiento en el proceso de ventas, buen uso de las TIC.
CARACTERÍSTICAS PERSONALES	Capacidad negociadora, liderazgo, conocimiento en cálculo para la preparación y supervisión de los presupuestos, y objetivos de las ventas, buena organización, y buena planificación

Tabla 20 Cargo Asesor de ventas

CARGO	Asesor de ventas
OBJETIVO DEL CARGO	Realizar análisis generales del departamento comercial, con el objetivo de gestionar un buen funcionamiento de la empresa.
FUNCIONES	Preparación de ofertas, lograr ventas efectivas
RELACIONES DE TRABAJO	Gerente general, gerente de ventas
GÉNERO	Indefinido
FORMACIÓN ACADÉMICA	Profesional en administración de empresas, ventas, marketing, y carreras afines
EXPERIENCIA PROFESIONAL	2 años como asesor de ventas
CONOCIMIENTOS	Ofimática, inglés avanzado, capacitación de estrategias de ventas, y servicio al cliente
CARACTERÍSTICAS PERSONALES	Trabajo en equipo, liderazgo, orientado al cumplimiento de objetivos, seguimiento y negociación con los clientes, excelencia y calidad en el servicio al cliente

Tabla 21 Cargo Community Manager

CARGO	Community manager
OBJETIVO DEL CARGO	Crear estrategias web para el buen posicionamiento de nuestros servicios de digitalización de material sonoro, y audiovisual

FUNCIONES	Diseñar estrategias en redes sociales para así definir audiencias, objetivos Identificar líderes de opinión Convertir a los usuarios en embajadores de nuestra empresa
RELACIONES DE TRABAJO	Gerente general, gerente de ventas, asesores de ventas
GÉNERO	Indefinido
FORMACIÓN ACADÉMICA	Profesional en marketing digital, y carreras afines
EXPERIENCIA PROFESIONAL	1 año en Mercadeo, o en actividades dirigidas al sector
CONOCIMIENTOS	Inglés avanzado, ofimática, manejo de redes sociales
CARACTERÍSTICAS PERSONALES	Buena comunicación, proactivo, servicio al cliente, trabajo en equipo

- **Requerimientos de personal**

Anexo 3 Requerimientos de personal

MANO DE OBRA			ADMINISTRACION			VENTAS		
CARGO	SUELDO MENSUAL \$	SUELDO AÑO 1	CARGO	SUELDO MENSUAL \$	SUELDO AÑO 1	CARGO	SUELDO MENSUAL \$	SUELDO AÑO 1
Digitalizador de audio y video	1.330.000	15.960.000	Auxiliar contable	1.550.000	18.600.000	Ejecutivo de ventas	1.900.000	22.800.000
Mensajero	1.200.000	14.400.000	Gerente General	1.600.000	19.200.000	Asesor de Ventas	1.900.000	22.800.000
		0	Sub Gerente	1.450.000	17.400.000	Community manager	1.900.000	22.800.000
		0			0			0
		0			0			0
		0			0			0
		0			0			0
		0			0			0
		0			0			0
Subtotal	2.530.000	30.360.000	Subtotal	4.600.000	55.200.000	Subtotal	5.700.000	68.400.000
Parafiscales	227.700	2.732.400	Parafiscales	414.000	4.968.000	Parafiscales	513.000	6.156.000
Cesantías	210.749	2.528.988	Cesantías	383.180	4.598.160	Cesantías	474.810	5.697.720
Intereses sobre Cesantías	2.107	25.290	Intereses sobre Cesantías	3.832	45.982	Intereses sobre Cesantías	4.748	56.977
Prima de Servicios	210.749	2.528.988	Prima de Servicios	383.180	4.598.160	Prima de Servicios	474.810	5.697.720
Vacaciones	105.501	1.266.012	Vacaciones	191.820	2.301.840	Vacaciones	237.690	2.852.280
Total salarios	3.286.806	39.441.678		5.976.012	71.712.142		7.405.058	88.860.697

- **Parafiscales, y prestaciones sociales**

Tabla 22 Parafiscales y prestaciones sociales

PARAFISCALES Y PRESTACIONES SOCIALES	TASA
Parafiscales	16%
Cesantias	12%
Intereses sobre Cesantías	1,00%
Prima de Servicios	8,33%
Vacaciones	4,17%
Total	41.50%

Tabla 23 Periodo, incremento, base más incremento de los parafiscales

PERIODO	INCREMENTO %	BASE MAS INCREMENTO
AÑO 2	4,00%	104%
AÑO 3	4,00%	104%
AÑO 4	4,00%	104%
AÑO 5	4,00%	104%

5.5. Localización de planta, o actividad económica

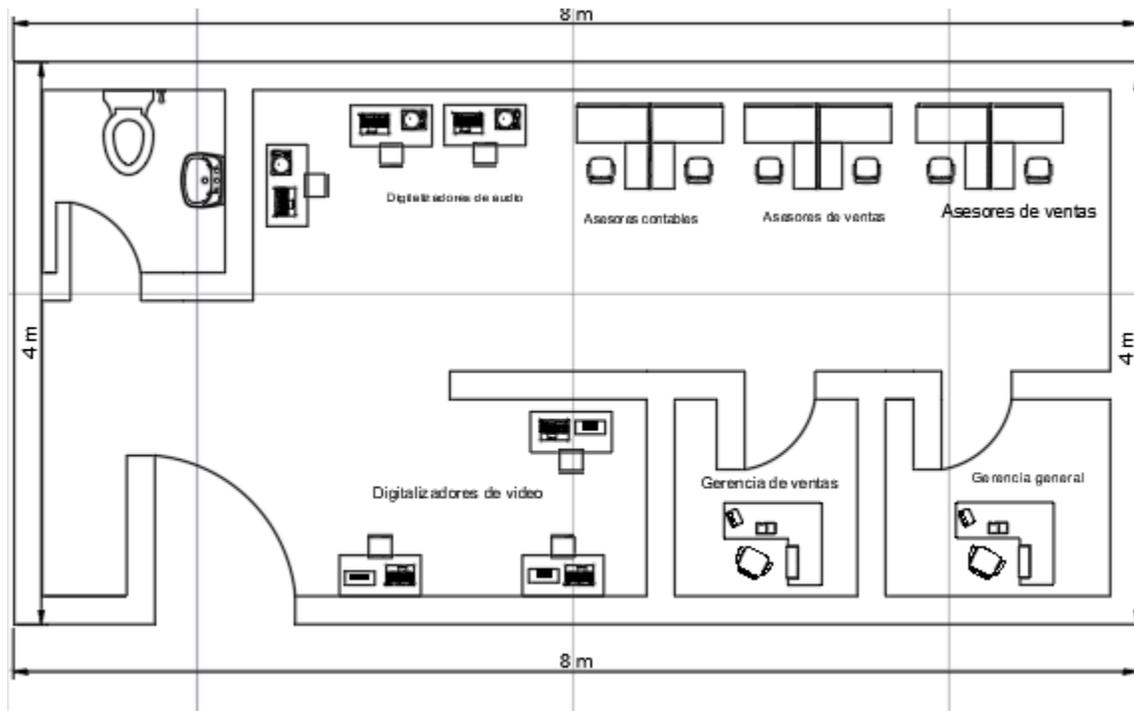


Ilustración 9 Plano Negocio

5.6. Precisión de inversiones, y gastos iniciales

Tabla 24 Precisión de inversiones, y gastos iniciales

Material	Precio
Deck	\$129.000
Reproductor VHS	\$4.680.000
Reproductor Betamax	\$1.200.000
Cable auxiliar TRRS	\$20.000
Cable RCA	\$14.000
Cable convertidor de VHS a PC	\$162.131
Total	\$6.205.131

Conclusiones

Al finalizar este proyecto, se concluye que el ejecutar las tareas de digitalización de material sonoro y audiovisual, requiere de un conocimiento amplio en temas de audio y video, puesto que no sólo se trata de digitalizar dicho material así como así, sino que se debe tener cuidado de cómo se hacen dichas tareas de digitalización, siguiendo los parámetros de cuantificación de video, de que no se sature el sonido, ecualizarlo bien, hacerle una limpieza de ruido, una limpieza de imagen, reduciendo ganancia, y mejorando su calidad.

Para ello, se tuvo clara una inversión en: planta, materia prima, y mano de obra, así como se tuvo claro la población target, el estudio de la competencia, y del sector al cual se va a dirigir nuestro servicio.

La última parte de este proceso es, obviamente, ponerlo en marcha, y dándonos a conocer en el mercado audiovisual, innovando en dicho sector con esta propuesta, y satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes con estos productos. Pero primero, hay que registrar nuestra marca, y legalizarla totalmente en la Industria de Cámara y Comercio para que pueda funcionar sin ningún tipo de problemas.

Bibliografía

(s.f.).

Abogados.com.co. (21 de Junio de 2016). Obtenido de Abogados.com.co:
<https://www.abogados.com.co/articulos/si-pone-musica-en-su-local-respete-los-derechos-de-autor>

Acis. (2021). Obtenido de Acis: <https://www.acis.org.co/portal/content/noticiasdelsector/los-ingresos-de-la-industria-del-entretenimiento-y-los-medios-de-comunicaci%C3%B3n-se-recuperan#:~:text=Colombia%20cuenta%20con%20el%20cuarto,anual%20del%208%2C9%25>.

Almacenes La Música. (1 de Octubre de 2022). Obtenido de Almacenes La Música:
<https://www.lamusica.com.co/>

Geida Sanlate, P. G. (29 de Julio de 2013). *Littleer.* Obtenido de Littleer:
<https://www.littler.com/publication-press/publication/colombia-adopta-normas-sobre-la-protecci%C3%B3n-de-datos-personales>

Mondani, N. E. (Febrero de 2020). *ROYECTO DIAGNÓSTICO Y DIGITALIZACIÓN de ARCHIVOS AUDIOVISUALES -Sistema Nacional de Medios Públicos.* Obtenido de ROYECTO DIAGNÓSTICO Y DIGITALIZACIÓN de ARCHIVOS AUDIOVISUALES -Sistema Nacional de Medios Públicos:
https://www.researchgate.net/publication/339080604_PROYECTO_DIAGNOSTICO_Y_DIGITALIZACION_de_ARCHIVOS_AUDIOVISUALES_-Sistema_Nacional_de_Medios_Publicos

Musiteca Discos. (1 de Octubre de 2022). Obtenido de Musiteca Discos:
<https://musitecadiscos.com/>

OCDE. (2014). *Estudios de la OCDE de las Políticas de Innovación: Colombia*. Obtenido de Estudios de la OCDE de las Políticas de Innovación: Colombia: <https://www.oecd.org/sti/inno/colombia-innovation-review-assessment-and-recommendations-spanish.pdf>

POLANÍA, O. J. (2 de Noviembre de 2021). *Asuntos legales*. Obtenido de Asuntos legales: <https://www.asuntoslegales.com.co/actualidad/los-elementos-juridicos-que-debe-tener-en-cuenta-para-las-producciones-audiovisuales-3255187>

Portafolio. (26 de Noviembre de 2021). *Portafolio*. Obtenido de Portafolio: <https://www.portafolio.co/tendencias/entretenimiento/como-esta-el-mercado-del-streaming-en-colombia-559014>

PromocionMusical.es. (s.f.). *Promoción Musical*. Obtenido de Promoción Musical: https://promocionmusical.es/streaming/tendencias-streaming-musica#2_El_streaming_y_el_coste_de_la_musica

RTVC. (s.f.). Obtenido de RTVC: <https://www.rtv.gov.co/noticia/senal-memoria-dia-mundial-patrimonio-filmico>

Rueda, E. (19 de Agosto de 2021). *Spoiler BolaVIP*. Obtenido de Spoiler BolaVIP: <https://spoiler.bolavip.com/extra/Del-cine-al-streaming-Una-tendencia-de-la-pandemia-que-llego-para-quedarse-20210819-0016.html>

Semana. (Enero de 21 de 2022). Obtenido de Semana: <https://www.semana.com/economia/empresas/articulo/los-servicios-de-streaming-de-musica-aumentaron-sus-ganancias-en-el-ultimo-ano/202232/>

Tango Discos & Libros. (30 de Septiembre de 2022). Obtenido de Tango Discos & Libros:
<https://tangodiscos.co/>

Olmos, J. J. G. (2020, June 5). La digitalización de la música y su impacto en el consumo y disfrute. Paviado. <https://paviado.com/la-digitalizacion-de-la-musica/>

LISTA DE TABLAS

Tabla 1	Análisis de las ideas preliminares	10
Tabla 2	Ficha técnica del servicio a realizar	24
Tabla 3	Definición de la clientela potencial	26
Tabla 4	Competidores directos e indirectos.....	26
Tabla 5	Competencia directa e indirecta, ventajas y desventajas	27
Tabla 6	Propuesta de valor de las competencias directas e indirectas	27
Tabla 7	Aprovisionamiento de insumos o apoyo tecnológico.....	28
Tabla 8	Segmentación del mercado	28
Tabla 9	Balance inicial.....	30
Tabla 10	Proveedores internos y externos	39
Tabla 11	Estacionalidad del mercado.....	40
Tabla 12	Estacionalidad del mercado (continuación).....	40
Tabla 13	Estudio técnico del proyecto.....	47
Tabla 14	Ficha técnica de digital world	48
Tabla 15	Planes generales.....	50
Tabla 16	Mano de obra directa.....	51
Tabla 17	Digitalizador de audio y video.....	52
Tabla 18	Cargo mensajero	53
Tabla 19	Cargo gerente de ventas.....	53
Tabla 20	Cargo Asesor de ventas.....	54
Tabla 21	Cargo Community Manager	54
Tabla 22	Precisión de inversiones, y gastos iniciales.....	58

LISTA DE FIGURAS

Ilustración 1 Logo Digital World.....	23
Ilustración 2 Logo Señal Colombia.....	25
Ilustración 3 Logo Tango Discos & Libros	25
Ilustración 4 Logo Almacenes La Música	26
Ilustración 5 Logo Musiteca Discos	26
Ilustración 6 Logo RPM Records	37
Ilustración 7 Logo OLX.....	37
Ilustración 8 Logo ebay.....	38
Ilustración 9 Plano Negocio.....	54

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfica 1 Plataformas de Música populares en 2022.....	21
Gráfica 2 Plataformas de video más usadas en Colombia.....	22
Gráfica 3 Encuesta 1	31
Gráfica 4 Encuesta 2	32
Gráfica 5 Encuesta 3	33
Gráfica 6 Encuesta 4	33
Gráfica 7 Encuesta 5	34
Gráfica 8 Encuesta 6	35
Gráfica 9 Encuesta 7	36
Gráfica 10 Encuesta 8	37
Gráfica 11 Encuesta 9	37
Gráfica 12 Encuesta 10	38

LISTA DE ANEXOS

Anexo 1 Matriz DOFA	16
Anexo 2 Capacidad instalada mano de obra	47
Anexo 3 Requerimientos de personal	55