

# PLAN DE NEGOCIO

Grado en Ingeniería Informática

El1035 – Iniciativa Empresarial

Curso 2018/19

## Book an Artist



**Sergio Jiménez Chovares**

**Miguel Matey Sanz**

**Albert Mestre Vicente**

**Alberto Vallez García-Consuegra**

**Fidel Zapata Valenzuela**

17/12/2018



## Índice

1. RESUMEN EJECUTIVO .....	5
2. DATOS BÁSICOS DEL PROYECTO .....	7
2.1. Nombre de identificación del proyecto .....	7
2.2. Sector de actividad. Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE) .....	7
2.3. Ubicación .....	8
2.4. Fecha de inicio .....	8
2.5. Tipo de sociedad .....	9
2.6. Explicación breve de la actividad a desarrollar .....	9
2.7. Número de trabajadores previstos .....	10
2.8. Cuantificación de la inversión necesaria .....	10
2.9. Fuentes de financiación del proyecto .....	11
3. PROMOTORES DEL PROYECTO .....	13
3.1. Sergio Jimenez Chovares .....	13
3.2. Miguel Matey Sanz .....	14
3.3. Albert Mestre Vicente .....	15
3.4. Alberto Vallez García-Consuegra .....	16
3.5. Fidel Zapata Valenzuela .....	17
4. DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS/SERVICIOS .....	18
4.1. Descripción de los productos/servicios .....	18
4.2. Descripción de características técnicas del producto/servicio .....	19
4.3. Características diferenciales frente a los competidores .....	20
4.4. Protección legal (registros, patentes y marcas) .....	20
5. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO .....	22
5.1. Descripción del modelo de negocio .....	22
5.2. Descripción del proceso de compra .....	24
5.3. Principales costes .....	28
5.4. Proveedores más importantes .....	30
5.5. Descripción de las instalaciones, equipos necesarios y régimen de uso .....	31
6. ANÁLISIS DEL MERCADO .....	32
6.1. Análisis del entorno general .....	32
6.2. Análisis del competitivo y evolución previsible de factores .....	33
6.3. Clientes actuales y potenciales .....	34

6.4. Análisis de competidores .....	36
6.5. Análisis DAFO .....	38
6.5.1 Debilidades .....	38
6.5.2 Amenazas .....	39
6.5.3 Fortalezas .....	39
6.5.4 Oportunidades .....	40
6.5.5 Plan de actuación .....	40
7. ACCIONES DEL PLAN COMERCIAL .....	42
7.1. Estrategia de ventas, precios y distribución .....	42
7.2. Promoción y publicidad .....	43
8. ORGANIZACIÓN Y PERSONAL.....	45
8.1. Equipo inicial del proyecto .....	45
8.2. Experiencia formativa y profesional previa relacionada con el proyecto .....	46
8.3. Servicios externos necesarios .....	47
8.4. Bases del pacto de socios .....	47
9. FUENTES.....	49

## 1. RESUMEN EJECUTIVO

El presente documento corresponde al plan de negocio de la empresa cuyo nombre propuesto es Book an Artist. Este nombre ha sido el elegido debido a identificar claramente el servicio que ofrece la empresa.

Book an Artist es una plataforma web en la que todos aquellos organizadores de eventos podrán encontrar un artista, que se adecue a sus necesidades y en la que los artistas, trabajaran desde la seguridad de saber que su trabajo será remunerado y de forma acorde a su petición. Además, Book an Artist cuenta con una aplicación móvil multiplataforma para dar soporte a los usuarios que prefieran el uso del smartphone.

El modelo de negocio utilizado en la empresa está basado en la mediación entre los usuarios, así pues, cuando un organizador realiza la reserva de un artista, realiza el pago que queda almacenado por parte de la plataforma a la espera de ser liberado al finalizar la actuación. Este proceso conlleva la obtención de un porcentaje de este pago como beneficio por el servicio prestado, además de asegurar el cobro al artista cuando realice su trabajo.

Esta no es la única forma de obtención de beneficios que Book an Artist utiliza, al tratarse de una plataforma con un objetivo claro, la organización de eventos, Book an Artist, posee la capacidad de obtener beneficios a partir de servicios secundarios complementarios, como pueda ser el uso de plantillas para la generación de cartelería de promoción del evento, o la promoción del artista en primeras posiciones.

El principal mercado de la empresa podría residir en organizadores de eventos ya sean particulares o empresas, como los gerentes de pequeños negocios de ocio u hostelería como restaurantes que realicen bodas que necesiten de un abanico de artistas para ofertar eventos y dinamizar y ampliar su oferta de ocio. También los organizadores de eventos profesionales podrían usar esta plataforma como herramienta en su día a día. Mercado potencial, son todos aquellos particulares o empresas que necesiten de la organización de algún evento, como por ejemplo un dj para una boda, o un cómico para un cumpleaños, etc.

En nuestro nicho de mercado tenemos diferentes competidores clave, tales como UnAplauso, ClickAndSound o grupo Totalísimo. El nicho de mercado entre plataformas que ofrecen un *matching* entre quién necesita de un servicio y quién ofrece un servicio es bastante equitativo en cuanto a las diferentes empresas o sociedades que participan. Por ello, para intentar hacernos un hueco en dicho mercado nuestra principal ventaja competitiva será complementar el servicio de plataforma web con una plataforma móvil (tanto Android como iOS), dado que nuestros principales competidores no ofrecen dicha alternativa, además de ofrecer servicios complementarios además del principal.

Los factores claves desde el punto de vista del consumidor podemos verlos desde un ejemplo. Supongamos que como consumidor tengo un negocio o un evento que organizar, pero carezco de contactos, no conozco dj's, cómicos, etc.... La plataforma me ofrece un método sencillo de encontrar y abonar los honorarios del artista sin complicaciones ofreciéndome además multitud de información para poder contratar el artista que más se adecue al evento, mi bolsillo y mis necesidades.

Por otro lado, cómo artista estoy cansado de lidiar con miles de herramientas de marketing que no entiendo, tener dificultades para conseguir trabajo, y de tener problemas a la hora de recibir la correspondiente remuneración dado que muchas veces no me han pagado o han tardado demasiado tiempo en pagarme. Por lo tanto, gracias a la plataforma puedo ofrecer mis servicios a los diferentes organizadores dándome está más visibilidad, proponiendo mis condiciones de trabajo, y asegurándome que recibiré mi remuneración sin problemas.

Por último, los integrantes del proyecto son 5:

1. **Sergio Jimenez:** CEO, consejero delegado, tendrá las funciones de liderazgo tanto dentro como fuera de la empresa, coordinación de los departamentos y motivación e incentivación del personal.
2. **Miguel Matey :** COO, director de operaciones, se encargara de la optimización de las operaciones de la empresa basándose en los recursos de la misma.
3. **Albert Mestre:** CTO, director de sistemas tecnológicos, será responsable del correcto desarrollo y funcionamiento de los sistemas de información.
4. **Alberto Vallez:** CIO, director de sistemas de información, será responsable de aumentar la eficiencia de estos sistemas, mediante tecnologías novedosas.
5. **Fidel Zapata:** CFO, director financiero, será responsable de la planificación económica y financiera de la empresa.

## 2. DATOS BÁSICOS DEL PROYECTO

En la siguiente tabla se muestra un resumen de los datos básicos del proyecto, los cuales serán especificados en los siguientes subapartados.

Resumen de datos básicos	
<b>Nombre:</b>	Book an Artist
<b>Sector de actividad:</b>	Sector terciario Clasificación CNAE: 6209 – Otros servicios relacionados con las TIC y la informática 7820 – Actividades de las empresas de trabajo temporal 7830 – Otra provisión de recursos humanos 9004 - Gestión de salas de espectáculos
<b>Ubicación:</b>	Edificio Espaitec 1, Parque Científico, Tecnológico y Empresarial, UJI
<b>Fecha de inicio:</b>	Plan de negocio: 29/10/2018 - 17/12/2019 Estimación PMV: 28/01/2019 - 06/06/2019 Estimación constitución empresa: 01/07/2019
<b>Tipo de sociedad:</b>	Sociedad Limitada
<b>Actividad a desarrollar:</b>	Plataforma de encuentro entre artistas noveles que quieren realizar actuaciones y organizadores de eventos que buscan artistas para amenizar eventos
<b>Trabajadores:</b>	5
<b>Inversión necesaria:</b>	140528,43€
<b>Fuentes de financiación:</b>	Ayudas DGIPYME, Ministerio de Industria, Comercio y Turismo Líneas de financiación ENISA: Hasta 75000€ Financiación privada informal: Hasta 15000€ P2P Lending: Hasta 40000€ Programa Garaje y Lanzadera

Tabla 1: Datos básicos Book an Artist

### 2.1. Nombre de identificación del proyecto

Tras realizar varias consultas en la Consulta de Signos Distintivos Registrados o Solicitados en la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM), el nombre elegido para el proyecto cuyo plan de negocio se presenta en este documento es *Book an Artist*.

Su traducción al castellano sería *Contrata a un Artista*. Se ha elegido este nombre para el proyecto ya que es claramente representativo del servicio que se quiere proporcionar, y por lo tanto fácil de recordar al poder asociarse con el servicio proporcionado. Además, se ha elegido en inglés por una posible internacionalización futura del servicio.

### 2.2. Sector de actividad. Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE)

Por lo que respecta al sector de actividad al cual corresponde el proyecto, este será el sector terciario de empresas de servicios, ya que el objetivo del proyecto es prestar un determinado servicio a determinados tipos de usuarios.

Por otra parte, en cuanto a la clasificación de la actividad según la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE), este proyecto podría pertenecer a los siguientes grupos y subgrupos:

<b>Grupo J – Información y comunicaciones</b>
<b>Subgrupo 62 – Actividades relacionadas con la informática</b>
<b>Actividad 6209 – Otros servicios relacionados con las tecnologías de la información y la informática</b>
<b>Grupo N – Actividades administrativas y servicios auxiliares</b>
<b>Subgrupo 78 – Actividades relacionadas con el empleo</b>
<b>Actividad 7820 – Actividades de las empresas de trabajo temporal</b>
<b>Actividad 7830 – Otra provisión de recursos humanos</b>
<b>Grupo R – Actividades artísticas, recreativas y de entretenimiento</b>
<b>Subgrupo 90 – Actividades de creación, artísticas y espectáculos</b>
<b>Actividad 9004 - Gestión de salas de espectáculos</b>

Tabla 2: Posibles actividades según clasificación CNAE

### 2.3. Ubicación

La empresa se establecerá en un espacio virtual de coworking en el edificio Espaitec 1 del Parque Científico, Tecnológico y Empresarial de la Universitat Jaume I de Castelló, un edificio incubador para proyectos empresariales en fase inicial.

La decisión de establecer la empresa en un espacio de coworking es debido a sus numerosos beneficios, como la compartición de ideas y conocimientos entre profesionales de distintas áreas o su flexibilidad, así como menor coste comparado con otras opciones.

Además, la elección de Espaitec como lugar para establecer la empresa es debido a que se encuentra en el entorno de la Universitat Jaume I. En concreto, la decisión de establecernos en el edificio Espaitec 1 proviene los diversos servicios que se ofrecen, como una zona de trabajo amueblada, conexión a Internet incluida o reuniones de seguimiento cada 3 meses sobre el estado del proyecto. Otra de las ventajas es el disponer de un saldo anual de 1200€ en servicios avanzados para el crecimiento empresarial, la búsqueda de financiación, la gestión de proyectos y cualquier otra necesidad acorde a nuestra estrategia empresarial.

El coste del establecimiento sería de 163,2€ mensuales, coste al cual sumarle los gastos de consumos de suministros de luz y teléfono.

### 2.4. Fecha de inicio

La fecha de constitución de la empresa se realizará tras el desarrollo del producto mínimo viable (PMV), el cual comenzará tras la finalización del presente plan de empresa.

Así pues, según la estimación y planificación temporal realizada, el presente plan de empresa será finalizado a mediados/finales de diciembre del presente año (2018). En cuanto



al desarrollo del PMV, este comenzará con el segundo semestre de la universidad a finales de enero y finalizará a finales de mayo del siguiente año (2019). En la siguiente tabla puede verse la planificación temporal:

Fase del proyecto	Fechas
<b>Plan de negocio</b>	<b>29/10/2018 - 17/12/2018</b>
Apartados 2,3 y 4	29/10/2018 - 05/11/2018
Apartados 5 y 6	06/11/2018 - 19/11/2018
Apartados 1,7, y 8	20/11/2018 - 03/12/2018
Finalización del plan de negocio	04/12/2018 - 17/12/2018
<b>Desarrollo PMV</b>	<b>28/01/2019 - 06/06/2019</b>
<b>Constitución de la empresa</b>	<b>01/07/2019</b>

Tabla 3: Planificación temporal hasta la constitución de la empresa

## 2.5. Tipo de sociedad

Para la actividad de Book an Artist hemos decidido ajustarnos a una sociedad limitada por diversas razones. En primer lugar, porque empezaremos como una pequeña empresa con 5 socios perfectamente identificados e implicados en el proyecto con ánimo de permanencia.

También porque somos personas con pocos recursos monetarios y el capital inicial para formar una sociedad limitada es mucho menor que el necesario para formar una sociedad anónima. También porque en la sociedad limitada solo hay que responder a las deudas con el patrimonio de la sociedad y no con el de los socios, siempre que no se contraigan deudas con la seguridad social o la agencia tributaria, lo cual nos da mucha tranquilidad en caso de que el proyecto no triunfe.

Además de eso, tampoco tenemos pensado a corto ni medio plazo cotizar en ningún mercado, por lo tanto, no tenemos ningún inconveniente con lo que la sociedad limitada ofrece en ese sentido.

## 2.6. Explicación breve de la actividad a desarrollar

La actividad de Book an Artist pretende vincular a quien ofrece un servicio con quien necesita de un servicio, en nuestro caso un servicio artístico.

Por un lado, tenemos a un artista novel que quiere realizar actuaciones para poder remunerar su esfuerzo. Y, por el otro lado, tenemos el papel de una persona que organiza un evento y requiere de un artista para entretener a su público (puede ser algo grande como una discoteca o un festival o algo más familiar como un cumpleaños o una boda).

Book an Artist apuesta por el talento desconocido, y es por ello que principalmente trabaja con artistas noveles. De esta manera, cualquier perfil de artista puede acceder a nuestro portal y publicar sus características (qué puede ofrecer como artista). De la misma forma, cualquier persona que necesite de un artista para su evento simplemente accederá al portal web y elegirá el servicio que más se ajuste a sus necesidades.

Hoy en día para poder remunerar en los espectáculos se necesita una mínima fama previa. Book an Artist busca dar esta fama al artista desconocido. Esto se logra primeramente con la oportunidad de actuar en eventos pequeños y posteriormente dando un *feedback* de la actuación para poder ir ganando posiciones y confianza.

## 2.7. Número de trabajadores previstos

Por lo que respecta al número de trabajadores de la empresa, inicialmente estaría compuesta por cinco trabajadores. Estos cinco trabajadores serían los promotores del proyecto, de perfil informático, para desarrollar la plataforma en un inicio.

Posteriormente, si se ampliara la plantilla, se buscaría a varios perfiles profesionales. Por ejemplo, se podría buscar a expertos en márketing para ayudar a la difusión de la plataforma u otros informáticos para la mejora de la plataforma y sus servicios.

Llegado el caso donde la empresa alcanzase un determinado tamaño, se también se buscarían perfiles relacionados con la gestión y dirección de empresas, para ayudar con la gestión de la misma.

## 2.8. Cuantificación de la inversión necesaria

Como la empresa está basada en una plataforma informática, esta requerirá de una inversión inicial menor a otras empresas. A continuación, se indica la inversión inicial necesaria, aunque se explicará con mayor detenimiento en el apartado 5.3.

Por lo que se refiere a la parte informática, tenemos la posibilidad de alquilar los servidores en lugar de comprarlos, por tanto, nos ahorramos la inversión inicial en este aspecto. Estos servidores alquilados también incorporan una base de datos por tanto tampoco tenemos que invertir en ese aspecto. Otro punto a favor de esta práctica es que sus capacidades son escalables y por tanto no tenemos que pagar de más por un servicio que no usamos. Para esta parte el precio sería de 0,592 dólares por hora [1].

En cuanto al establecimiento de la empresa en el edificio Espaitec 1 del Parque Científico, Tecnológico y Empresarial de la UJI, el precio estimado sería de unos 164€ más un 10% de otros gastos. En total, 180€ mensuales.

Por lo que respecta a la constitución de la sociedad limitada (SL) se aportará el mínimo legal, 3000€.

También hay que tener en cuenta el coste de la mano de obra durante el desarrollo de la plataforma y la aplicación y durante su mantenimiento. En este caso, teniendo como referencia el sueldo de un ingeniero informático, tenemos que este coste en un año sería de 99000€.

Aunque la inversión necesaria sea menor, hoy en día es necesario una gran campaña inicial de marketing para dar visibilidad a nuestro producto a causa de la masificación de

aplicaciones dando como resultado una ventaja considerable sobre nuestros competidores. Nos anunciaríamos en las siguientes páginas webs:

- En YouTube debido a que tiene una gran cantidad de usuarios que utiliza su plataforma. En esta página el coste de publicidad es variable pero el coste por *click* es alrededor de los 0,15€.
- En Facebook al igual que YouTube esta página tiene también un gran tráfico de usuarios. En ella podemos encontrar como el coste por *click* es mucho más barato que YouTube, siendo este 0,05€.
- También emplearemos el software de Google Ads para anunciarnos en las páginas webs. Para llegar a una cantidad de 1.364-2.275 clics al mes y 5.057 - 8.436 impresiones de anuncios, llegando inicialmente solo a la provincia de Castellón y Valencia, tendría un coste de 690€/mes.

Por último, en cuanto a los gastos de protección legales, que serán especificados posteriormente, el coste máximo ascendería a 2220€.

En la siguiente tabla se describen a modo de resumen los datos descritos anteriormente:

Concepto	Coste	Duración de pago	Total
<b>Constitución de la empresa</b>	3000€	Único	3000€
<b>Establecimiento de la empresa</b>	180€/mes	12 meses	2160€
<b>Servidores</b>	374,27€/mes	9 meses	3368,43€
<b>Desarrollo</b>			
<b>Personal</b>	1800€/persona	6 meses	54000€
<b>Equipos</b>	700€/persona	Único	3500€
<b>Mantenimiento</b>	1500€/persona	6 meses	45000€
<b>Protección legal</b>	1220€	Único	1220€
<b>Publicidad en páginas web</b>	20000€	Único	20000€
<b>Publicidad Google Ads</b>	690€/mes	12 meses	8280€
<b>Total</b>			<b>140.528,43€</b>

Tabla 4: Resumen gastos

En resumen, para los gastos del primer año de actividad de la empresa, la inversión inicial necesaria sería de 140528,43€.

## 2.9. Fuentes de financiación del proyecto

En cuanto a la financiación del proyecto, debemos distinguir entre fuentes de financiación pública y privada. En cuanto a la financiación pública, podemos llegar a disponer de subvenciones y ayudas y de préstamos participativos. Por lo que respecta a la financiación privada, lo más factible sería la financiación informal y las plataformas empresariales.

En primer lugar, con la financiación pública buscaremos obtener subvenciones orientadas a proyectos emprendedores convocadas por la Dirección General de Industria y de la PYME (DGIMPYME) [2], del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. Por ejemplo, podríamos optar a ayudas para la constitución de la empresa y la realización de los trámites legales pertinentes, por valor de 1250€ en la convocatoria para Castellón de la Plana [3]

En financiación pública también encontraríamos los préstamos participativos de la Empresa Nacional de Innovación (ENISA), organismo relacionado con la DGIPYME. En este caso podríamos optar a las líneas de financiación para Jóvenes Emprendedores [3] dirigidas a PYMES y startups cuyos emprendedores sean menores de 40. Con esta financiación podríamos obtener un préstamo de entre 25000 y 75000€, teniendo que aportar entre los socios al menos el 50% del préstamo a través de capital o fondos propios. Este préstamo se podría solicitar una vez constituida la empresa y como máximo hasta los 24 meses después de su constitución, y deberíamos devolverlo en un máximo de 7 años.

Por otro lado, en cuanto a financiación privada, podremos disponer de recursos provenientes de la financiación informal. Es decir, podremos obtener recursos de familiares o amigos. Lo positivo de emplear este tipo de dinero es que suele ser a fondo perdido. Una cantidad razonable que podemos obtener de esta forma serían 15000€, es decir, 3000€ por socio. También podríamos obtener financiación de plataformas de financiación entre iguales como Prosper [5], donde podemos solicitar un préstamo de hasta 40000€ a devolver entre 3 o 5 años a un interés reducido.


También en el ámbito privado encontramos plataformas empresariales que apoyan a los emprendedores a través de concursos de ideas o programas de incubación y aceleración de proyectos, como Lanzadera [6], el cual durante 9 meses ofrece formación en áreas fundamentales para el desarrollo del proyecto, asesoramiento y financiación con plazo de devolución de 5 años y bajos intereses. Por otro lado, también perteneciente a Lanzadera, podríamos acceder al programa Garaje [7] con una duración de 11 meses, para crear la primera versión del producto. Podríamos acceder a este programa antes de la constitución de la sociedad o antes del año de actividad, y nos proporcionaría formación, asesoramiento, y una financiación de hasta 32000€.

Por último, también hay que tener en cuenta que como en primer lugar vamos a estar establecidos en Espaitec, dispondríamos de un servicio que nos ayudaría a buscar formas de financiación tanto públicas como privadas.

### 3. PROMOTORES DEL PROYECTO

En los siguientes subapartados se presentan los datos personales de los promotores del proyecto, los cuales son: Sergio Jimenez Chovares, Miguel Matey Sanz, Albert Mestre Vicente, Alberto Vallez García-Consuegra y Fidel Zapata Valenzuela.


#### 3.1. Sergio Jimenez Chovares

Datos Personales	
Fecha y lugar de nacimiento: 21/01/1990, Moncófar (Castellón)	
Teléfono de contacto:	
Email: al341933@uji.es	
Educación - Formación Técnica	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Graduado en Ciencias de la actividad física y el deporte.</li> <li>• Grado en ingeniería Informática (75%, 2015-actualidad)</li> <li>• Máster universitario en formación del profesorado de educación secundaria obligatoria y bachillerato, formación profesional y la enseñanza de idiomas</li> <li>• Certificado C1 nivel de inglés (CEFRL)</li> <li>• Certificado C1 Valenciano</li> <li>• Certificado A1 Alemán</li> <li>• Certificado Diseño de sonido y producción musical</li> </ul>	
Experiencia laboral	
Relacionado nivel Artístico: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dj (2005 - actualidad)</li> <li>• Locutor de radio y coordinador de programa (2008-2011)</li> <li>• Productor musical (2010 –actualidad)</li> </ul>	
Conocimientos en Gestión Empresarial	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asignatura de primer curso EI1009-Organización y Gestión de Empresas</li> </ul>	
Habilidades profesionales	
Implicación en el proyecto	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grado de implicación parcial proporcionado con el resto de las asignaturas</li> </ul>	
Grado de dedicación futura	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dedicación completa mínimo durante primera mitad del año 2019</li> </ul>	

## 3.2. Miguel Matey Sanz

Datos Personales	
Fecha y lugar de nacimiento: 02/04/1997, Castellón	
Teléfono de contacto: 695968097	
Email: al341802@uji.es	
Educación - Formación Técnica	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Bachillerato Científico-Técnico (2013-2015)</li> <li>Certificado de superación de Nivel Intermedio de Inglés B1 (2015)</li> <li>Grado en Ingeniería Informática (75%, 2015-actualidad)</li> <li>Programa Estudia i Investiga (2015-actualidad, Universitat Jaume I)</li> <li>Cursos ESRI Training (2016, Online)</li> <li>Curso Machine Learning by Stanford University (2017, Coursera)</li> <li>Beca de Investigación ILDUM (Indoor Location Demonstrator in the University Campus, 2017, Universitat Jaume I)               <ul style="list-style-type: none"> <li>Duración: 4 meses, 20 horas semanales</li> </ul> </li> <li>Beca de colaboración para la iniciación a la investigación. Departamento de Lenguajes y Sistemas Informáticos (2018, Universitat Jaume I)               <ul style="list-style-type: none"> <li>Duración: 2 meses, 16 horas semanales</li> </ul> </li> <li>Beca de Investigación Anytime (Apps To Improve Mental Health, 2018-actualidad, Universitat Jaume I)               <ul style="list-style-type: none"> <li>Duración: 3 meses, 15 horas semanales</li> </ul> </li> </ul>	
Experiencia laboral	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Todavía no he tenido experiencias laborales como tal, pero sí experiencias cercanas en el ámbito de la investigación</li> </ul>	
Conocimientos en Gestión Empresarial	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Asignatura de primer curso EI1009-Organización y Gestión de Empresas</li> </ul>	
Habilidades profesionales	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Java nivel avanzado, conocimiento de librerías para programación concurrente</li> <li>Python nivel medio</li> <li>C nivel medio, conocimiento en gestión de hilos, procesos y tuberías</li> <li>JavaScript y TypeScript nivel medio</li> <li>MPI nivel básico</li> <li>SQL nivel medio</li> <li>Conocimientos medios en desarrollo web con Spring Framework</li> <li>Conocimientos medios en desarrollo web con Angular JS</li> </ul>	
Implicación en el proyecto	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Grado de implicación parcial proporcionado con el resto de las asignaturas</li> </ul>	
Grado de dedicación futura	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Dedicación completa mínimo durante primera mitad del año 2019</li> </ul>	

## 3.3. Albert Mestre Vicente

Datos Personales	
<p>Fecha y lugar de nacimiento: 19/06/1997 Villafranca del Cid (Castellón)</p> <p>Teléfono de contacto:</p> <p>Email: al341803@uji.es</p>	
Educación - Formación Técnica	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Bachillerato Científico-Técnico (2013-2015)</li> <li>Grado en Ingeniería Informática (75%, 2015-actualidad)</li> <li>Taller de Introducción a la Programación de Altas Prestaciones (2017)</li> <li>Grau Mitjà de Coneixements de València</li> <li>Beca de colaboración para la iniciación a la investigación. Departamento de Biomecánica (2018, Universitat Jaume I)</li> </ul>	
Experiencia laboral	
<ul style="list-style-type: none"> <li>No he tenido experiencia laboral en el sector</li> </ul>	
Conocimientos en Gestión Empresarial	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Asignatura de primer curso EI1009-Organización y Gestión de Empresas</li> </ul>	
Habilidades profesionales	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Conocimientos de programación en Java, C, Python, PHP.</li> <li>Gestión de Bases de Datos con Oracle y MySQL.</li> <li>Scripting en Bash y Batch.</li> </ul>	
Implicación en el proyecto	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Forma parte de la actividad evaluada de la asignatura EI1035-Iniciativa Empresarial</li> </ul>	
Grado de dedicación futura	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Continuar con el proyecto en asignaturas del grado</li> </ul>	

## 3.4. Alberto Vallez García-Consuegra

Datos Personales	
Fecha y lugar de nacimiento: 22/01/1997, Castellón de la Plana	
Teléfono de contacto: 605 15 86 99	
Email: <a href="mailto:al341818@uji.es">al341818@uji.es</a>	
Educación - Formación Técnica	
<ul style="list-style-type: none"><li>Bachillerato Científico-Técnico (2013-2015)</li><li>Grado en Ingeniería Informática (75%, 2015-actualidad)</li><li>Programa Estudia e Investiga. Departamento de Lenguajes y Sistemas Informáticos (2017, Universitat Jaume I)</li></ul>	
Experiencia laboral	
<ul style="list-style-type: none"><li>No he tenido experiencia laboral en el sector</li></ul>	
Conocimientos en Gestión Empresarial	
<ul style="list-style-type: none"><li>Asignatura de primer curso EI1009 - Organización y Gestión de Empresas.</li><li>Asignatura de tercer curso EI1033 - Gestión de la Información en las Organizaciones.</li></ul>	
Habilidades profesionales	
<ul style="list-style-type: none"><li>Conocimientos de programación en Java, C, Python, PHP.</li><li>Gestión de Bases de Datos con Oracle y MySQL.</li><li>Scripting en Bash y Batch.</li></ul>	
Implicación en el proyecto	
<ul style="list-style-type: none"><li>Este proyecto forma parte de la actividad académica de un semestre. Por ello la implicación se ve mermada por la dedicación parcial a la totalidad de las asignaturas.</li></ul>	
Grado de dedicación futura	
<ul style="list-style-type: none"><li>Posibilidad de continuar el proyecto en futuras asignaturas del grado académico.</li></ul>	



## 3.5. Fidel Zapata Valenzuela

Datos Personales	
<p>Fecha y lugar de nacimiento: 31/05/1996 Castellón de la plana/Castellón</p> <p>Teléfono de contacto: 622144398</p> <p>Email: al341869@uji.es</p>	
Educación - Formación Técnica	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Bachillerato Científico-Técnico (2012-2015)</li> <li>Grado en Ingeniería Informática (75%, 2015-actualidad)</li> </ul>	
Experiencia laboral	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Dependiente en joyería</li> <li>Dependiente en una multitienda</li> <li>Trabajador como agricultor</li> </ul>	
Conocimientos en Gestión Empresarial	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Asignatura EI1009 - Organización y Gestión de Empresas.</li> </ul>	
Habilidades profesionales	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Conocimientos avanzados en Java y en C</li> <li>Conocimiento medio en JavaScript, Python, Android y PHP.</li> <li>Scripting en Bash</li> <li>Gestión de bases de datos en MySQL</li> </ul>	
Implicación en el proyecto	
<ul style="list-style-type: none"> <li>El proyecto se realiza con otras cuatro asignaturas. Por lo que se intentará compaginar con las otras asignaturas, intentado sacar el máximo rendimiento en el proyecto.</li> </ul>	
Grado de dedicación futura	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Al finalizar la carrera si el proyecto sigue en pie me incorporare, y si no han continuado, la posibilidad de retomar el proyecto en un futuro.</li> </ul>	

## 4. DESCRIPCIÓN DE LOS PRODUCTOS/SERVICIOS

En este apartado se va a realizar una completa descripción de los servicios que se quieren ofrecer en la plataforma a desarrollar, así como las características técnicas de la misma (funcionamiento, tecnologías...). También se expondrá la diferenciación entre nuestro producto y sus principales competidores, además de enumerar las posibles formas de protección legal para evitar posibles plagios o copias de nuestro producto.

### 4.1. Descripción de los productos/servicios

El producto propuesto sería una plataforma web para la búsqueda y contratación de diferentes artistas. El servicio consistirá en ofrecer información y contacto entre personas que necesiten de algún tipo de artista y los artistas que ofrecen sus servicios. Hipotéticamente, Un cliente principal podría ser la persona gerente de una cafetería que ha decidido añadir de forma eventual una serie de actividades en su local. Mediante el uso de Book an Artist, podría contactar artistas como bandas, cómicos, o dj's, basándose en un rango de precios, localización, valoraciones, aptitudes del artista, etc...

La plataforma creada sería la mediadora entre las partes para que estas pudieran realizar el contacto entre ellas, y la gestión del pago. Esto significa que el organizador realizaría el pago y una vez realizada la actuación este pago se desbloquearía y sería realizado al artista.

Así pues, en la plataforma se distinguirían dos tipos de usuarios. Por un lado, encontraríamos a la persona que busca a un artista para organizar cualquier tipo de evento. Por otro lado, tendríamos a artistas de todo tipo (músicos, cómicos, magos...) que buscan obtener un beneficio económico de su talento.

A los organizadores, la plataforma ofrece un servicio búsqueda y contratación de artistas. En cuanto a la búsqueda, el organizador podrá filtrar a los artistas por su tipo y habilidades, además de poder comprobar en video como sería una actuación del mismo. El organizador podrá consultar las tarifas del artista y contratarlo. En caso de que el artista acepte el contrato, el organizador realizará el pago requerido a la plataforma, y esta se lo entregará al artista una vez finalizada la actuación. Finalmente, el organizador podrá indicar en la plataforma una puntuación y comentarios sobre el artista.

A los artistas, la plataforma ofrece un servicio de exposición y contratación. Los artistas especificarán sus características y habilidades, teniendo que dar prueba de ellas mediante un video, para que estas puedan ser corroboradas por quien pudiese querer contratarle. En caso de ser contratado, al artista se le asegura que va a cobrar por su actuación ya que para cerrar el contrato el organizador deberá realizar el pago del servicio a la plataforma, y esta lo entregará al artista tras su actuación.

De forma secundaria se ofrecerán en el futuro servicios con el objetivo de aumentar la masa de usuarios, tales como servicio de cartelería a base de plantillas. Este servicio podría ser usado por cualquiera de los usuarios de la plataforma (artistas y organizadores).

El producto propuesto se asemeja a Amazon. La plataforma tiene productos a la venta (artistas), y los compradores navegan a través de ellos en busca de aquello que necesitan (organizadores de eventos).

#### 4.2. Descripción de características técnicas del producto/servicio

Las características técnicas del producto podemos clasificarlas en los ámbitos de su funcionamiento, interfaz, tecnologías, y bases de datos.

Por parte del funcionamiento del sistema, tenemos a dos tipos de usuarios. En primer lugar, los artistas, que se registran en la plataforma con el objetivo de realizar actuaciones y sacar beneficio económico. Para ello, deberán indicar sus datos, características, habilidades y tarifas, además de un archivo (o varios) multimedia donde se pongan de manifiesto dichas habilidades. A continuación, los organizadores de eventos buscan y filtran artistas con el objetivo de encontrar aquel que cubra sus necesidades. Una vez localizado, podrán proponer al artista su contratación. Si este acepta, el organizador deberá realizar el pago en la plataforma, que quedará retenido en la plataforma. Una vez realizada la actuación, el pago será liberado al artista y el organizador podrá indicar en la plataforma su puntuación y sensaciones sobre el artista.

Por parte de la interfaz, seguirá el modelo *Single-page application* (aplicación web de una sola página) para dar una experiencia fluida y gratificante a los usuarios y se emplearán colores y animaciones para mejorar la experiencia de usuario. Se distinguirá entre la interfaz de los artistas y la de los organizadores. La interfaz de los artistas se basará en su perfil y la consulta del resto de artistas de la plataforma, para compararse con ellos y poder adaptarse. La interfaz de los organizadores se basará en un buscador con filtros para encontrar artistas, acceder al perfil de los artistas y realizar ofertas de contratación a los mismos.

En cuanto a las tecnologías empleadas, se hará uso del *framework* Angular (TypeScript, HTML, CSS) para el desarrollo de la plataforma. La plataforma se alojará en la nube, haciendo uso los Amazon Web Services (AWS) para así no tener que comprar servidores físicos ni tener problemas con el mantenimiento ni la escalabilidad de los mismos. También se empleará un componente de geolocalización con el objetivo de mostrar a los organizadores los artistas más cercanos.

Finalmente, por lo que respecta a las bases de datos, al ya emplear el servicio de alojamiento de los AWS, se empleará también el servicio de almacenamiento de datos de AWS. De esta forma no tendremos que encargarnos del mantenimiento físico de las mismas ni tendremos problemas futuros de escalabilidad o bajo rendimiento por una mala optimización.

### 4.3. Características diferenciales frente a los competidores

Uno de los apartados diferenciales frente a los competidores como unAplauso [8], es que ofrecemos una interfaz atractiva y moderna, con una cuidada estética, alertas, pop-ups y diálogos divertidos propios de un ambiente distendido y cómodo, pero tratando con seriedad y eficacia, las diferentes problemáticas que puedan surgir. Además, al tener perfiles informáticos, emplearemos las últimas y más avanzadas tecnologías en el campo del desarrollo web, además de adaptar la plataforma a las últimas versiones de las herramientas de desarrollo. También incluiremos una sección con sugerencias donde los usuarios puedan solicitar cambios o nuevas funcionalidades.

En cuanto a las principales razones para utilizar nuestra plataforma, estas son las numerosas ventajas que ofrecemos. En primer lugar, y ventaja más diferenciadora es que la plataforma va dirigida a artistas noveles o desconocidos, proporcionándoles una forma de darse a conocer, a diferencia de otros competidores que se orientan a los artistas famosos, como Grupo Totalísimo [9]. Del mismo modo, el producto va dirigido para organizadores de eventos con poco presupuesto que no podrían permitirse contratar a algún artista famoso como los de la empresa anteriormente nombrada.

A nivel de ventajas para los usuarios, el modelo de negocio usado ofrece al artista garantías de cobro si realiza la actuación (uno de los principales problemas en este ecosistema), como se ha dicho en anteriores apartados. Por otra parte, al organizador del evento se le ofrece un gran abanico y oferta de artistas de diferentes indoles, al estilo de *hub* dónde encontrar todos aquellos artistas que necesita para su evento: acróbatas, escupe-fuegos, dj's, vocalistas, cómicos, monologuistas... A diferencia de otros competidores como ClickAndSound [10].

### 4.4. Protección legal (registros, patentes y marcas)

En cuanto a la protección legal, intentaremos aplicar el máximo nivel de protección a nuestro producto a nivel nacional (España), debido a los altos cargos para una protección a nivel europeo. A continuación, se analizan varias de las formas de protección a las que podríamos acoger nuestro producto: registro del nombre como marca, registro como patente, propiedad intelectual, e interfaz de usuario como diseño industrial.

En primer lugar, registraremos el nombre como marca. Con dicho registro conseguimos un derecho exclusivo sobre el nombre y el logotipo (marca mixta) de "Book an Artist". La protección costaría 420€.

En segundo lugar, por lo que respecta al registro la app como patente, no podremos realizar dicha protección, ya que nuestro producto no ofrece una solución técnica a un problema. Por otro lado, también son requisitos para dicha protección que el producto sea una novedad mundial, una actividad inventiva y una aplicación industrial (y no todos son cumplidos).

En tercer lugar, se protegerá el código informático mediante la propiedad intelectual. Con esto evitamos que alguien pueda plagiar (copia exacta) nuestro producto. El coste de la protección por propiedad intelectual costaría 400€.

En cuarto lugar, se protegerá la interfaz de usuario como diseño industrial. Con esto protegeríamos la apariencia visual de la plataforma para que nadie pueda utilizarla sin consentimiento. El coste de aplicar esta protección por diseño industrial nos costaría 400€.

Finalmente, como opción podríamos realizar un contrato de confidencialidad para evitar copias del proyecto por parte de diferentes proveedores o colaboradores del mismo. Dicho contrato tendría un coste aproximado de 1000€ siendo realizado por un estudio jurídico de calidad.

En total, el coste de aplicar la anterior protección legal descrita ascendería a 2220€ en caso de realizar los contratos de confidencialidad. En caso de no realizarlos, el coste sería de 1220€.

## 5. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

En este apartado se va a realizar una pequeña descripción sobre el modelo de negocio propuesto para el proyecto, así como una muestra del funcionamiento práctico del mismo mediante un ejemplo. Posteriormente se realizará una estimación de costes para el primer año de actividad de la empresa y se describirán los proveedores más importantes, así como las instalaciones y equipos de la empresa.

### 5.1. Descripción del modelo de negocio

El modelo de negocio de Book an Artist va a ser descrito teniendo en cuenta los clientes, las propuestas de valor, los canales de distribución, la relación con los clientes, el flujo de ingresos, los recursos, actividades, y socios clave, y la estructura de costes.

#### Clientes.

Encontramos dos grandes grupos claramente diferenciados. Los Artistas, que ofrecen sus servicios, y los organizadores, que necesitan o contratan los servicios de los diferentes artistas. Estos organizadores bien pueden ser empresas o bien particulares

Los artistas por su parte necesitan de actuaciones para rentabilizar sus habilidades y pasiones, mientras que los organizadores como clientes principales de la aplicación, Comprenden desde negocios que quieren dar un valor añadido a su oferta de ocio, a organizadores puntuales, como cumpleaños, bodas, fiestas de pueblo o eventuales.

#### Propuestas de valor.

La plataforma ofrece un conjunto de características que pretenden ofrecer un beneficio a ambos grupos de clientes.

Por parte de los artistas, darles una plataforma donde ofrecer sus servicios sin coste de alta, darse a conocer, conseguir trabajos y asegurar el correcto y adecuado pago de estos trabajos. Incluso ofrecer contactos entre artistas para colaboración.

Por la parte de los organizadores, les ofrece la oportunidad en una sola plataforma organizar su oferta de ocio, ver la oferta de artistas a su alrededor, rango de precios, pago seguro por mediación, plantillas para el diseño de cartelería, incluso el uso de la base de datos de usuarios para la promoción de los eventos organizados. Una plataforma con *reviews* y opiniones que permita contratar con mayor seguridad y confianza al artista.

#### Canales de distribución

Anuncios en Facebook e Instagram, sumado al boca a boca entre la comunidad de artistas y organizadores, incluso con la marca de agua en la cartelería de las plantillas ofrecidas, videos de los artistas, promoción en fiestas etc.

#### Relación con los clientes

La relación de la plataforma con los clientes se basa en la autorregulación de la comunidad antes, durante y después de las actuaciones.

Los usuarios se comunican entre sí utilizando la plataforma o bien por teléfono una vez realizada la reserva de actuación, artistas y organizadores confirman que la actuación ha tenido lugar se podrá utilizar el sistema de puntuaciones y reseñas, creando una reputación digital tanto para los artistas como para los organizadores.

### Flujo de ingresos

Los organizadores pagan al reservar la actuación, dentro del precio fijado según el artista y su caché, y una comisión entorno al 5-10 % que representaría una fuente de ingresos para el negocio.

Otras opciones son la oferta de los diferentes servicios, tales como la promoción de actividades y eventos por mail y zona, *newsletter*, promoción dentro de la plataforma o la oferta de futuros servicios anidados tales como plantillas prediseñadas para la cartelería del evento.

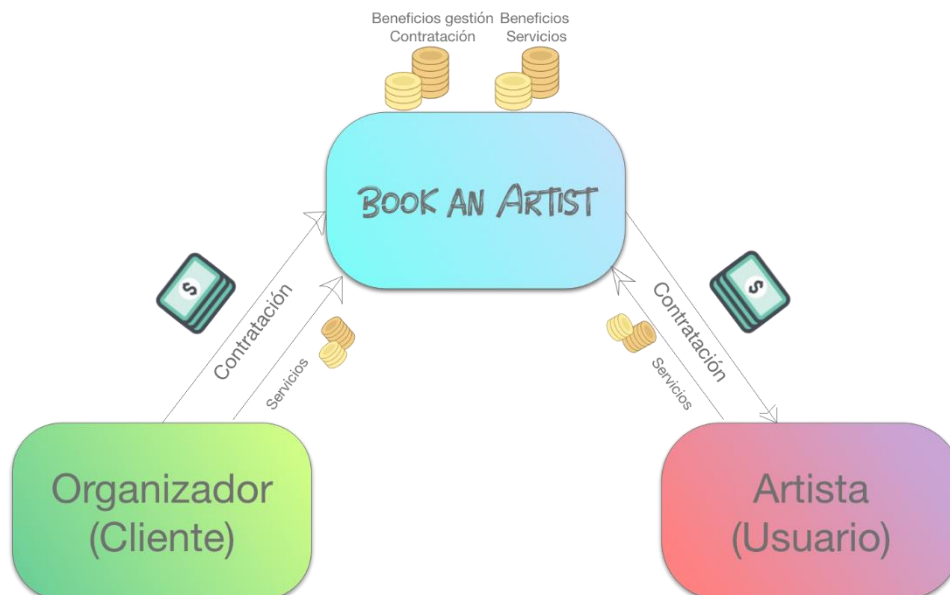


Figura 1: Flujo de ingresos, modelo de negocio.

Para la consecución de estos ingresos la plataforma necesitará de una activa comunidad de artistas y organizadores, por lo que generar una masa crítica será una prioridad.

### Recursos clave

- Como se ha comentado anteriormente uno de los recursos clave de la aplicación, será una activa comunidad de usuarios.
- También debería ser la marca Book an Artist, Para que, cuando un organizador necesite un artista para sus eventos, piense en la plataforma como el sitio al que

acudir.

- Una Plataforma atractiva moderna y segura, que haga de pasarela entre los usuarios de forma cómoda simple y eficaz.
- Seguridad y confianza en la transacción.

### Actividades Clave

La actividad clave de Book an Artist será como intermediaria entre artistas y organizadores desarrollo, mantenimiento y promoción de la plataforma.

### Socios clave

Posibles socios clave de la plataforma serían aquellos que puedan aportar fondos, servicios de hosting y arquitectura para el correcto funcionamiento, artistas u organizadores de renombre, que ayuden a dar visibilidad a la plataforma. Incluso en un futuro una compañía aseguradora que asegurara durante los eventos al artista o incluso al organizador para dar un valor añadido al servicio.

### Estructura de costes

Los costes asociados a la plataforma comprenderán gastos en personal, mantenimiento, marketing y servidores en la nube.

## 5.2. Descripción del proceso de compra

Como se ha dicho en el apartado anterior, el cliente principal de la plataforma es el modelo de persona que busca contratar a algún artista en la plataforma (organizador de eventos). Como parte del proceso de contratación se incluyen los procesos de registro en la plataforma y de búsqueda en la misma, ya que sin estos no se puede conseguir el objetivo final. Por tanto, el cliente deberá realizar una serie de pasos para poder utilizar el servicio.

Para mostrar fácilmente el uso del servicio, se va a hacer uso de una historia de usuario. Supongamos que Juan tiene una cafetería donde recurrentemente organiza eventos nocturnos, contratando a cómicos o a DJ's. Juan, cansado de tener que recurrir a terceras personas, busca en Internet para comprobar si hay alguna forma de encontrar artistas de forma sencilla. Como resultado encuentra nuestro servicio, Book an Artist.

Juan decide darle una oportunidad a esta plataforma. En primer lugar, Juan accede a la plataforma se registra. Juan ve que el proceso de registro puede llevarse a cabo mediante los servicios de Google o Facebook, pero decide hacerlo de la forma clásica, introduciendo algunos datos personales como su nombre o correo electrónico.

Juan ya está dentro de la plataforma, en una página donde puede buscar artistas clasificándolos por su tipo, disponibilidad y precio. Así pues, Juan empieza a buscar seleccionando los cómicos y los dj's que tengan disponibilidad de noche, y, además, que el coste de la actuación sea menor a 150€. Como resultado se le muestra un listado sobre los



artistas que se ajustan a sus requisitos. Juan observa que el listado puede ordenarse por diversos puntos, así que decide ordenarlo por puntuación para ver a los mejores artistas. En la Figura 3 puede verse un mockup donde se presenta la funcionalidad descrita.

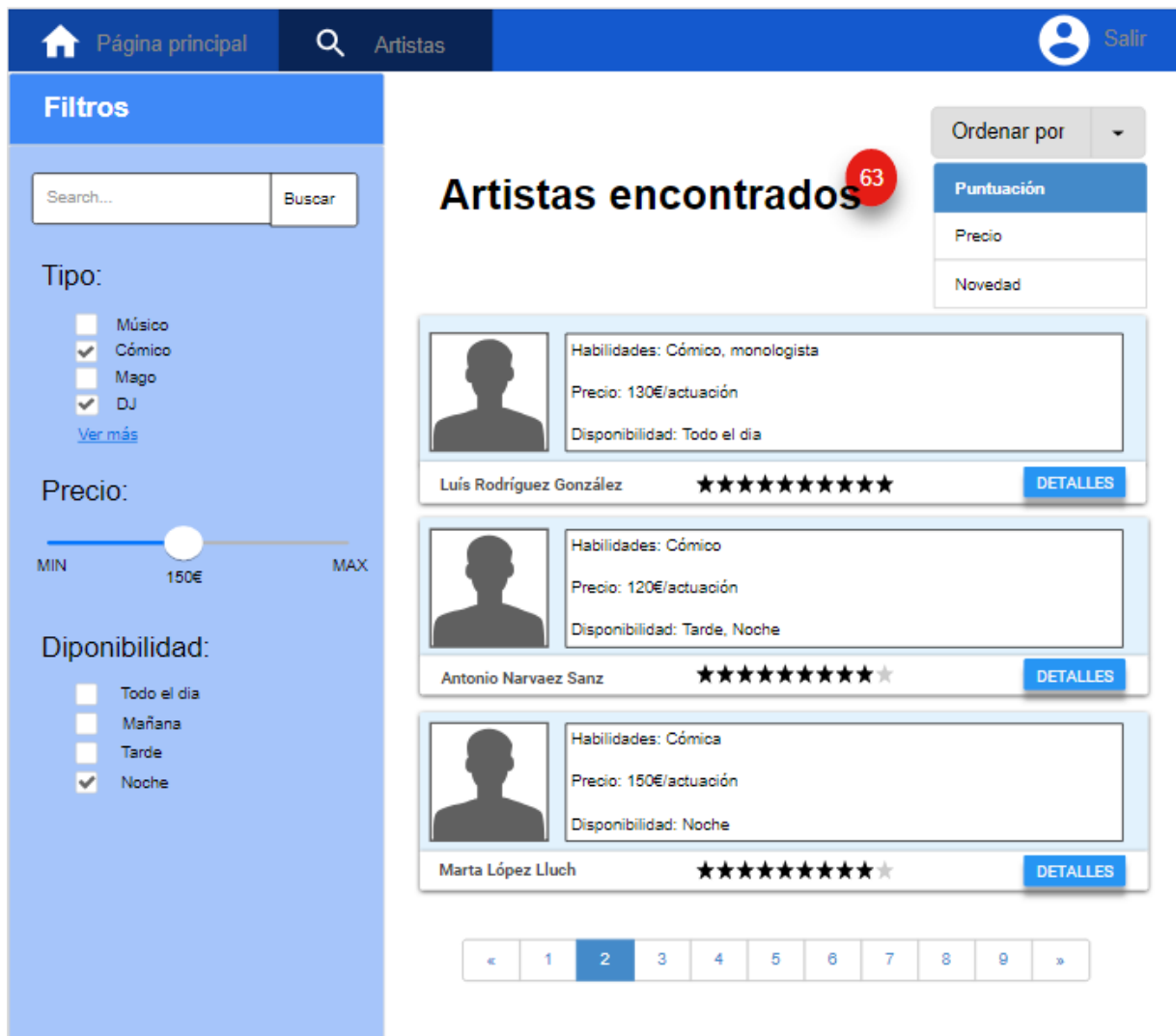


Figura 3: Página de búsqueda de artistas

En el mockup puede verse el sistema de búsqueda y filtrado en la parte derecha de la pantalla, mientras que en la parte izquierda están los artistas que se ajustan a los criterios de búsqueda. Como puede verse, del artista se presenta un resumen de su información.

Siguiendo con la historia, Juan, se interesa por el cómico Luís Rodríguez González, por lo que pulsa en el botón *DETALLES* del mismo para ver información más completa acerca de esta persona. Juan llega a una pantalla donde se muestran datos de interés del artista, descripción del mismo, foto e incluso algunos videos de varias de sus actuaciones. Además, Juan observa que en la parte inferior hay una sección de comentarios donde se valora muy bien al artista. En la Figura 4 se muestra el mockup correspondiente a esta pantalla.

The screenshot shows a web interface for booking an artist. At the top, there is a navigation bar with a home icon and 'Página principal', a search icon and 'Artistas', and a user profile icon and 'Salir'. The main content area features a light blue background. On the left, there is a placeholder for a profile picture. To the right of the picture, the artist's name 'Luís Rodríguez González' is displayed in bold, followed by the price 'Precio:130€'. Below the name is a row of ten black stars, indicating a perfect rating. Further down, the artist's details are listed: 'Edad: 34', 'Localidad: Castellón', 'Habilidades: Cómico, monologista', and 'Descripción: ...'. A blue button labeled 'CONTRATAR' is positioned below these details. To the right of the text, there are two video player placeholders, each with a play button, a progress bar, and a volume icon. At the bottom of the profile section, there is a section titled 'Opiniones' (Reviews). It contains two review entries, each with a user profile icon and a text box. The first review says 'Magnifico cómico, muy profesional. Recomendable.' and the second says 'Muy buena relación calidad precio, perfecto para cumpleaños.'

**Luís Rodríguez González Precio:130€**

★★★★★★★★★★

Edad: 34  
Localidad: Castellón  
Habilidades: Cómico, monologista  
Descripción: ...

**CONTRATAR**

**Opiniones**

Magnifico cómico, muy profesional. Recomendable.

Muy buena relación calidad precio, perfecto para cumpleaños.

Figura 4: Detalle del artista

Tras haber revisado los datos, los videos y los comentarios, Juan decide que quiere contratar a este artista. Para ello, hace *click* en el botón *CONTRATAR*. En la Figura 5 se puede ver la pantalla flotante que aparecerá.

The screenshot shows a web interface for a contract request. The title is 'Luis Rodriguez Gonzalez - Solicitud contrato'. Below the title is a section labeled 'Comentarios' with a large text input area. To the right of the input area is a calendar for November 19, 2018. The calendar shows the days of the week (Su, Mo, Tu, We, Th, Fr, Sa) and the dates (1-30). The date 19 is highlighted. Below the calendar are two buttons: 'Aceptar' and 'Cancelar'.

Figura 5: Ventana de contratación

En esta nueva pantalla, Juan debe indicar para que contrata al artista, indicando el día o días de contratación. Cuando Juan ve que todo está correcto hace *click* en *ACEPTAR*, de forma que se le envía un mensaje al artista a través del correo electrónico, en el cual podrá aceptar o rechazar la oferta. Juan, recibirá la respuesta del artista, y en caso de ser positiva realizará el pago de la actuación en la plataforma. Una vez el artista haya realizado la actuación se le hará entrega del pago.

Todo lo anterior sería el proceso de búsqueda y contratación que los clientes deberán realizar, ejemplificado con la historia de Juan.

Por otra parte, el uso del sistema por parte del otro tipo de usuario, el artista, será más simple. Los artistas deberán realizar el proceso de registro de la misma forma que lo hacen los organizadores. Una vez registrados, deberán rellenar los datos de su perfil mediante un formulario, indicando sus datos básicos, habilidades, y una pequeña descripción. Por último, deberán subir o enlazar un video donde se pueda observar al artista realizando una actuación. Esto último será un requisito indispensable para aparecer en la plataforma. Tras haber rellenado todos los datos, el artista podrá modificarlos cuando le parezca oportuno, y cuando un organizador le haga una oferta se le enviará un correo con los datos de la misma, pudiendo aceptarla o rechazarla.

Todo este proceso se puede resumir de manera gráfica en la siguiente imagen, donde se marca la hoja de ruta que debe seguir cada tipo de usuario con el fin de hacer uso del servicio.



Figura 6: Proceso de uso de Book an Artist

### 5.3. Principales costes

Los principales costes económicos del proyecto que deberemos hacer frente durante el primer año de actividad pueden ser divididos de la siguiente forma: costes de constitución de la empresa, costes de alojamiento, costes de alquiler de servidores, coste del desarrollo de la plataforma, coste de protección legal, y coste de publicidad.

En primer lugar, se debe tener en cuenta el coste de la constitución de la empresa. En nuestro caso, se ha decidido que nos constituiremos como una sociedad limitada (SL). Se ha tomado tal decisión ya que tenemos un capital de inicio muy limitado y en caso de fracaso de la empresa tan solo deberíamos responder con los bienes de la empresa. El coste de la constitución será de 3000€.

Por otra parte, debemos tener en consideración el coste asociado al establecimiento de la empresa. Este se realizará en el espacio virtual de coworking que ofrece el Parque Científico, Tecnológico y Empresarial de la UJI en el edificio Espatec 1, tal y como se ha dicho anteriormente. En dicho entorno podremos disponer de una zona de trabajo compartida, conexión a Internet, servicios de aceleración y crecimiento empresarial. El coste asociado a este concepto sería de 163,2€ mensuales más otros gastos. Por lo tanto, podríamos estimar un total de 180€ mensuales.

Al ser nuestro producto una plataforma online, debemos tener en cuenta los costes asociados a los servidores. En este tema existen varias opciones, desde comprarlos de forma que solo se deba realizar un pago único, hasta alquilarlos mediante una determinada cuota mensual. Sopesando ambas alternativas, se ha decidido optar por la segunda opción, ya que no debemos hacernos cargo de los servidores físicamente, ni requeriremos de un espacio para desplegarlos (con el consiguiente consumo de luz, necesidades de refrigeración...), ni problemas de escalabilidad típicos de soluciones informáticas. Así pues, se alquilarán los servicios en la nube de Amazon, los Amazon Web Services, en concreto una la variante de servidores que incluyen un servicio de bases de datos. Por tanto, el coste del alquiler sería de 374,27€ mensuales (0,592\$/hora). Esta contratación se realizaría en la fase final del desarrollo de la plataforma.

Otra cosa importante a tener en cuenta es el coste del desarrollo de la plataforma, es decir, nuestra mano de obra, así como los equipos informáticos que necesitemos utilizar. Una primera etapa del desarrollo consistirá en la creación del PMV, etapa que irá desde finales de enero a principios de junio y que se realizará en dos asignaturas del segundo semestre del curso, por lo que no habrá ningún coste. Tras esta primera fase, se constituirá la empresa y se empezará a tener el coste de nuestra mano de obra para el desarrollo e integración de la completa funcionalidad del sistema. Siguiendo un proceso de estimación de esfuerzo de por casos de uso, podemos estimar que el tiempo requerido para finalizar el desarrollo en la segunda etapa sería de 6 meses. Teniendo en cuenta el salario medio de un recién graduado en Ingeniería Informática según [11] sería de 1800€ brutos al mes (percibiríamos cerca de 1400€ netos). Por otro lado, en un principio se emplearían los equipos personales de los miembros, pero por si acaso se reservarán 700€ (por unidad) por posible compra de equipos y periféricos.

Así pues, por lo que respecta al coste de desarrollo, este sería de 3500€ ( $700€ \cdot 5$ ) para posibles equipos, y 54000€ ( $1800€ \cdot 5 \cdot 6$  meses) para nuestro sueldo durante los 6 meses del desarrollo. Durante el resto de los meses hasta el cumplimiento del año, se realizarían tareas de mantenimiento y mejora del sistema, con un sueldo de 1500€ brutos al mes, sumando un total de 45000€ ( $1500€ \cdot 5 \cdot 6$  meses).

En lo referente a los costes de protección legal, se registrará la marca (420€), el código informático por la propiedad intelectual (400€), y la interfaz de usuario como diseño industrial (400€).

Por último, en cuanto a la publicidad, es necesario una gran campaña inicial de marketing para dar visibilidad a nuestro producto a causa de la masificación de aplicaciones dando como resultado una ventaja considerable sobre nuestros competidores. Nos anunciaríamos en las siguientes páginas webs:

- En YouTube debido a que tiene una gran cantidad de usuarios que utiliza su plataforma. En esta página el coste de publicidad es variable pero el coste por *click* es alrededor de los 0,15€.

- En Facebook al igual que YouTube esta página tiene también un gran tráfico de usuarios. En ella podemos encontrar como el coste por *click* es mucho más barato que YouTube, siendo este 0,05€.
- También emplearemos el software de Google Ads para anunciarnos en las páginas webs. Para llegar a una cantidad de 1.364-2.275 clics al mes y 5.057 - 8.436 impresiones de anuncios, llegando inicialmente solo a la provincia de Castellón y Valencia, tendría un coste de 690€/mes.

En la siguiente tabla puede verse el resumen de los principales costes durante el primer año de actividad.

Concepto	Coste	Duración de pago	Total
<b>Constitución de la empresa</b>	3000€	Único	<b>3000€</b>
<b>Establecimiento de la empresa</b>	180€/mes	12 meses	<b>2160€</b>
<b>Servidores</b>	374,27€/mes	9 meses	<b>3368,43€</b>
<b>Desarrollo</b>			
<b>Personal</b>	1800€/persona	6 meses	<b>54000€</b>
<b>Equipos</b>	700€/persona	Único	<b>3500€</b>
<b>Mantenimiento</b>	1500€/persona	6 meses	<b>45000€</b>
<b>Protección legal</b>	1220€	Único	<b>1220€</b>
<b>Publicidad en páginas web</b>	20000€	Único	<b>20000€</b>
<b>Publicidad Google Ads</b>	690€/mes	12 meses	<b>8280€</b>
<b>Total</b>			<b>140.528,43€</b>

Tabla 5: Costes del primer año de actividad

#### 5.4. Proveedores más importantes

Conforme se ha planteado el proyecto, los proveedores de la empresa serían el Parque Científico, Tecnológico y Empresarial de la UJI, y los Amazon.

Por una parte, el parque científico de la UJI nos proveerá con un espacio virtual de coworking durante los primeros años de despegue de la empresa. Con este servicio se nos proveerá de un espacio de coworking en el edificio Espaitec 1 así como sus servicios de aceleración y crecimiento empresarial o el acceso a los servicios e infraestructuras de la universidad.

Por otra parte, Amazon nos proveerá con uno o varios (si fuese necesario) servidores en la nube, mediante sus servicios web (Amazon Web Services). Integrado con los servidores, estará la base de datos de la plataforma. Esto nos permitirá disfrutar de unos servidores fiables con una alta disponibilidad y sin problemas de escalabilidad, además de no necesitar un espacio espacialmente habilitado para los servidores ni preocuparnos por su mantenimiento. Con esto también evitamos la dependencia vital con el proveedor de Internet, es decir, los servidores nunca (o casi nunca) estarán offline.

### 5.5. Descripción de las instalaciones, equipos necesarios y régimen de uso

En cuanto a las instalaciones, como ya se ha dicho anteriormente, tendremos la posibilidad de utilizar un espacio de coworking en el edificio Espatec 1 del Parque Científico, Tecnológico y Empresarial de la UJI. Esto nos permitirá tener un lugar de trabajo común, para el desarrollo del producto o para las reuniones de equipo que tengamos que realizar. Además, nos proporcionará contacto con otras personas que pueden estar en un entorno similar al nuestro.

Otra ventaja de tener la oficina en Espatec, es que no tenemos que preocuparnos por la limpieza de la oficina ni por temas de seguridad, además de que nos proporciona una dirección de correo y un servicio de recogida de este.

Por lo que respecta a los equipos necesarios para el desarrollo, se emplearán los ordenadores personales de los miembros del equipo. En caso de no ser posible, se adquirirán hasta cinco equipos informáticos completos (ordenador y periféricos necesarios). Las características más importantes de estos equipos para la actividad a realizar serían de al menos un procesador Intel Core i5 y 8GB de memoria RAM.

Finalmente, como ya se ha dicho anteriormente, se mantendrá una relación de arrendamiento con Amazon por el uso de sus servidores y bases de datos en la nube.

## 6. ANÁLISIS DEL MERCADO

En este apartado se va a explicar, desde una perspectiva sistemática, la relación entre nuestra empresa y el entorno en el que actúa. Para ello vamos a analizar el entorno actual para identificar los distintos factores que pueden suponer una oportunidad o una amenaza. También vamos a fijarnos en los factores del entorno genérico que afectan a la actividad y desarrollo empresarial.

### 6.1. Análisis del entorno general

En esta sección se van a enumerar aquellos factores que pueden afectarnos positiva o negativamente a la hora de emprender. Este proceso se conoce como análisis PESTEL, donde estos factores que pueden afectarnos se agrupan en factores Políticos, Económicos, Socioculturales, Tecnológicos, Ecológicos y Legales.

- Factores Políticos
  - Negativo: el principal factor negativo son las políticas gubernamentales que, sin importar su orientación, exigen numerosos procesos administrativos, lo que nos puede repercutir en un exceso de costes por impuestos y regulaciones, lo que dificultará la apertura y gestión del negocio.
  - Positivo: no se aprecia ningún factor que pueda ser positivo.
- Factores Económicos
  - Negativo: el principal factor negativo es la dificultad que tendremos para poder financiarnos, debido al complejo acceso y cantidad de formas de financiación pública y privada.
  - Positivo: contradictoriamente, también encontramos una parte positiva en cuanto a la financiación, debido a la existencia de formas de financiación no convencionales como el crowdfunding.
- Factores Tecnológicos:
  - Negativo: el principal factor negativo es la alta competencia debido a la facilidad para desarrollar este tipo de sistemas.
  - Positivo: contradictoriamente, es también un beneficio la facilidad para desarrollar estos sistemas junto con nuestros conocimientos al ser Ingenieros Informáticos. Por facilidad nos referimos a la existencia de herramientas, servicios y tecnologías que hacen que desarrollar un sistema sea relativamente sencillo con los conocimientos adecuados.
- Factores Socioculturales:
  - Negativo: el principal factor negativo es la escasa formación que tenemos en emprendimiento a causa de nuestra trayectoria académica, donde no se llevan a cabo este tipo de enseñanzas.
  - Positivo: existe cierta familiaridad con este tipo de plataformas, lo que puede llegar a fomentar su uso. Por otra parte, al ser jóvenes emprendedores, este tipo de proyecto nos generan un alto nivel de motivación e implicación.



- Factores Ecológicos: no se aprecian factores que puedan complicarnos o favorecernos la actividad emprendedora debido a la naturaleza del negocio.
- Factores Legales:
  - Negativo: el principal factor negativo es el poco conocimiento sobre la legalidad vigente, así como los posibles cambios futuros con el desarrollo de normativas respecto a la protección de datos. En nuestro caso, al tener que tratar con datos personales, deberemos tratar con una normativa muy concreta, así como proporcionar determinados servicios a los propietarios de los datos. Además, en casos de alguna irregularidad, nos puede llevar a multas millonarias.
  - Positivo: la elección de la forma jurídica correcta para la empresa nos asegura que solo responderemos con el capital de la empresa en caso de fracaso (a menos que se realice una gestión fraudulenta o deficiente), lo que da mayor seguridad.

Para afrontar los diversos factores negativos identificados en este análisis PESTEL, algunas de las medidas que podemos tomar son:

- Asesoramiento legal: mediante el asesoramiento legal ya sea a través de Internet o mediante servicios de asesoramiento prestados por Aktion Legal Partners [12] podemos prepararnos y afrontar los factores políticos, económicos, y legales negativos.
- Formación: mediante la formación en temas de emprendimiento o apuntándonos en programas de emprendimiento como UJI Emprén | OnSocial [13], podemos afrontar los factores socioculturales negativos.
- Perfeccionismo: proporcionando un servicio inmejorable haciendo uso de nuestros conocimientos y más recursos podemos afrontar los factores tecnológicos negativos.

## 6.2. Análisis del competitivo y evolución previsible de factores

En este apartado se va a realizar un análisis del entorno competitivo de la empresa teniendo en cuenta sus principales proveedores, clientes, competidores y productos sustitutos.

En primer lugar, nuestros principales proveedores de nuestro entorno van a ser inicialmente los proveedores de equipos informáticos en caso de necesitarlos, los servicios de publicidad y finalmente los proveedores de servidores (AWS). Estos proveedores no están concentrados y están bien diferenciados. También cabe decir de ellos que son realmente importantes para el sector, ya que sin servidores y sin visibilidad, esto último por parte del marketing, no podremos avanzar en la venta de servicios debido a que no tendremos capacidad de captar clientes. Además, estos proveedores no van a ser una amenaza para nuestra aplicación, ya que estamos en sectores muy distintos, aunque si pueden serlo al depender enteramente de ellos, como es el caso del proveedor de servidores.

Por otra parte, en un futuro no tenemos pensado tener más proveedores, como mucho ampliaremos los servicios que estos nos dan o si no nos pueden ofrecer esa ampliación, contratar servicios de otros proveedores.

En cuanto a los clientes, podemos encontrar dos tipos de cliente como ya se ha dicho, los artistas (de forma mínima y puntual) y los organizadores. Estos dos pueden estar concentrados y diferenciados debido a que un artista puede ser empresario y artista a la vez. De ellos se puede decir que no se van a convertir en unos competidores, ya que nosotros les ofrecemos un servicio de visibilidad y no les quitamos mercado, si no que se lo proporcionamos.

Por la parte de los competidores, pueden encontrarse una determinada cantidad de servicios similares en Internet, como por ejemplo las páginas un “Un Aplauso” o “Click and Sound”. Todas ellas no están diferenciadas ya que ofrecen servicios similares. La principal rivalidad con ellas podría ser el hecho de competir por el mercado que algunas de ellas hayan obtenido en el tiempo que están funcionando. Por otra parte, es probable la entrada de nuevos competidores a escena debido a la facilidad de plantear este tipo de servicio, lo que hará más complejo mantener la cuota de mercado adquirida hasta el momento.

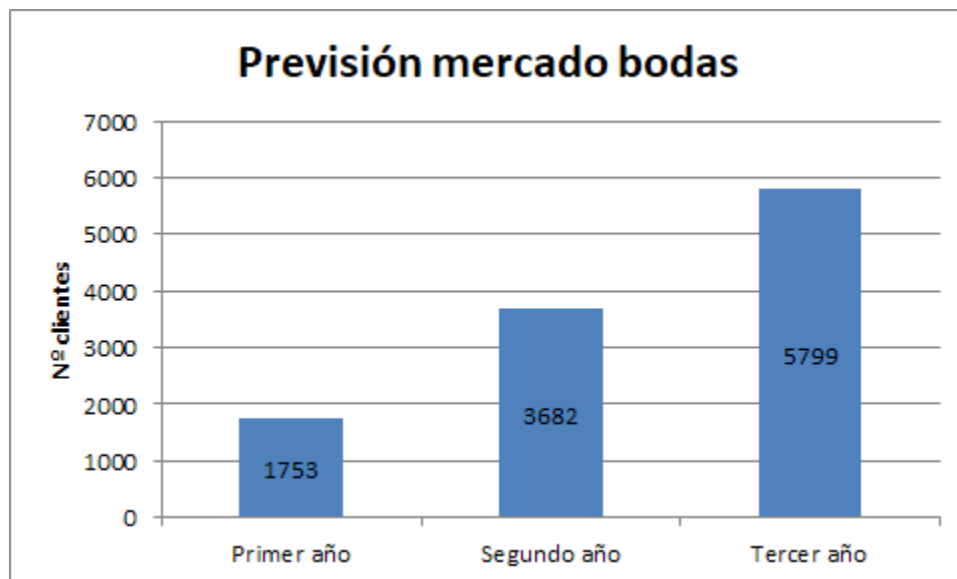
Finalmente, en cuanto a los productos sustitutos, estos pueden ser otras plataformas o servicios cuya finalidad no es la misma que la nuestra. Por ejemplo, uno de estos podría ser cualquier red social donde una persona que quisiese organizar un evento interactuase directamente con los artistas que pudiese encontrar en ella. Otro sustituto podría ser una empresa física encargada de buscar artistas a petición de los organizadores, a modo de intermediario. El primer ejemplo sería sin duda una forma más barata de realizar la contratación del artista, aunque sería más costoso realizar el proceso. En el segundo ejemplo, el cliente tendría un servicio mejor y personalizado, lo que incrementaría el precio.

### 6.3. Clientes actuales y potenciales

El principal cliente de la plataforma son los organizadores de eventos. Estas personas responden a un perfil de mediana y avanzada edad, que buscan a artistas para que actúen en los eventos, fiestas, celebraciones, etc., que organicen por un precio justo y con la seguridad de que la actuación se realice. Por otro lado, tenemos a los artistas, usuarios de la plataforma que la utilizan con el objetivo de realizar actuaciones para ganar dinero y darse un poco a conocer.

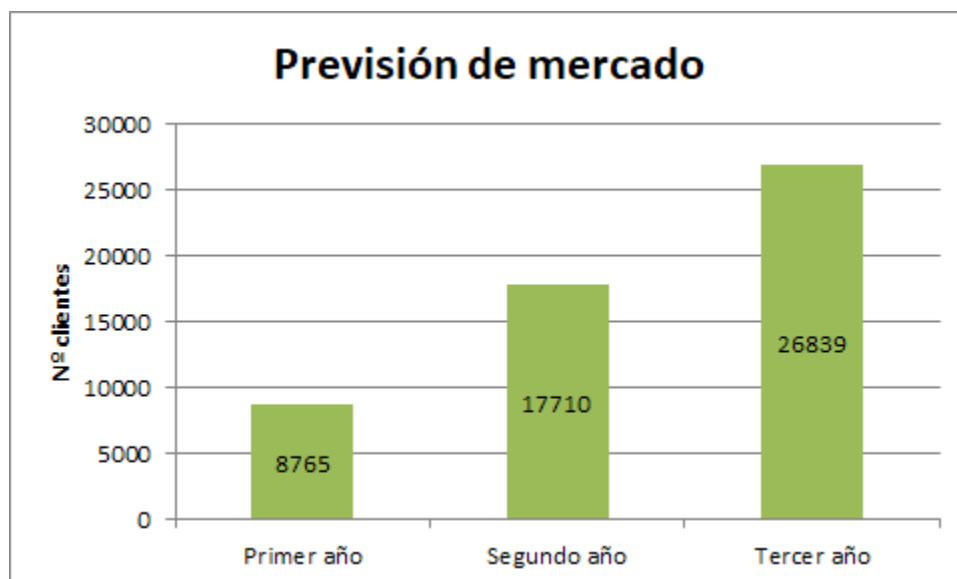
A la hora de calcular el mercado potencial, hay que tener en cuenta que es mercado variable y difícilmente medible, ya que, aunque los clientes tengan un perfil común, el tipo de eventos que estos organizan puede ser muy variada. Así pues, tomaremos de ejemplo las bodas para hacer una estimación del mercado. Según el INE, se celebraron 175.343 bodas en España en el año 2016. Debido a la competencia en el mercado y las dificultades de las nuevas empresas para hacerse con un porcentaje del mercado, supondremos de forma optimista que será posible capturar un punto porcentual en cada año de actividad. Además, asumiremos que el número de bodas continuará con un crecimiento del 5% como lo lleva haciendo estos

últimos años. En la siguiente gráfica se puede ver la previsión de una parte del mercado (bodas) para los próximos 3 años.



Gráfica 1: Previsión tamaño de mercado con bodas

Suponiendo que el número de eventos realizados de cada tipo fuese similar al de los eventos de bodas, podemos simular en la siguiente gráfica el tamaño de mercado total.



Gráfica 2: Previsión de mercado total

Así pues, el primer año podemos estimar alrededor de 8500 clientes totales, lo cual no limita a este número el número total de transacciones o contrataciones.

Por otra parte, la capacidad de negociación de nuestros clientes será muy limitada e incluso nula. Como ya se ha dicho, al cliente se le cobrará una pequeña comisión de forma totalmente transparente a la hora de contratar a un artista. Esta comisión será fija, pero en casos muy particulares esta podría reducirse debido al uso frecuente del servicio. Es decir, se

podría llegar a aplicar descuentos en este tipo de casos previa solicitud del cliente y nuestro posterior análisis de la situación.

#### 6.4. Análisis de competidores

Definimos a competidor como cualquier sociedad que pueda satisfacer las necesidades que cubrimos a nuestros usuarios y/o clientes (total o parcialmente). A lo largo del punto vamos a ir viendo cada una de estas empresas e intentar explicar qué servicio está cubriendo.

- El primer competidor es la empresa **unAplauso** [8]. Dicha empresa es un proyecto de Grupo Intercom, que en su trayectoria destacan negocios como InfoJobs (bolsa de empleo on-line en España), Softonic (*website* de descargas de software) y eMagister (directorío de formación en el mercado español).

Desde su propia página web se definen como *“un servicio GRATUITO que pone en contacto la oferta y la demanda de espectáculos en España. Se trata de un site que facilita la relación entre los artistas, que buscan un medio a través del que darse a conocer, y los demandantes, que buscan artistas y espectáculos para contratar. Por eso unAplauso.com presenta una amplia oferta de espectáculos organizada en diversas categorías para poder combinar los criterios de búsqueda y así ceñirse lo más fielmente posible a las necesidades e intereses de los demandantes.”* y definen el procedimiento para consumir su servicio como: *“El registro es totalmente GRATUITO, y una vez seas usuario registrado podrás introducir los anuncios que desees, ya sean ofertas de espectáculos o demandas.”*

- Otro competidor importante es la empresa **ClickAndSound** [10], su servicio es un tanto similar a unAplauso pero ciñéndose principalmente en artistas musicales, *“En Click and Sound ponemos en contacto a artistas y músicos con cualquier persona que esté interesada en organizar una fiesta o evento”*. Así pues, por un lado, tiene como cliente el rol de “organizadores”, quien esté interesado en organizar un evento puede registrar dicho evento especificando con detalle parámetros como el género, presupuesto y la fecha del evento; y por otro lado tiene, como cliente el artista, que personaliza su perfil y recibe notificaciones de asignaciones a eventos.
- Finalmente, la empresa **Grupo Totalísimo** [9] se sale un tanto de nuestra forma de ver el mercado, aunque también es un importante competidor a tener en cuenta. Grupo Totalísimo tiene sede en Madrid y trabaja a nivel nacional e internacional. Sus principales servicios son: *Booking* de artistas famosos (variedad de artistas, cantantes, deportistas, humoristas...), organización íntegra de eventos (cualquier tipo de evento público o privado, servicio de catering...), servicio de marketing (campañas de publicidad online y offline, realización de fotografía y video promocional...).

A continuación, se muestra el análisis comparativo de nuestro proyecto respecto a los competidores mencionados anteriormente:

	<i>unAplauso</i>	<i>ClickAndSound</i>	<i>Grupo Totalísimo</i>	<i>Book an Artist</i>
<b>Posibilidad eventos privados</b>	Sí	Sí	Sí	Sí
<b>Registro como Artista (Artista Novel)</b>	Sí	Sí	No	Sí
<b>Servicios adicionales (de pago)</b>	Sí	No	Sí	Sí
<b>Interfaz amigable y moderna</b>	No	Sí	Sí	Sí
<b>Aplicación móvil</b>	No	No	No	Sí

Tabla 6: Análisis comparativo con la competencia directa

Definamos cada una de las variables:

- **Posibilidad eventos privados:** La posibilidad de contratar un servicio sin necesidad de ser una empresa dedicada a ello (por ejemplo, contratar un artista para celebrar un cumpleaños en un local sería un evento privado, a diferencia de que el dueño de una discoteca contrate el servicio para dicha discoteca). Book An Artist ofrece para organizadores de eventos indistintamente de cuál sea el evento.
- **Registro como Artista (Artista Novel):** Posibilidad de registrarte ofreciendo un servicio como artista sin importar que seas un artista reconocido. Book An Artist apuesta por el talento desconocido.
- **Servicios adicionales (de pago):** El servicio de matching es gratuito para todos los competidores en el mercado. Por ello es una oportunidad de negocio ofrecer servicios complementarios (de pago) para facilitar la tarea de organizar un evento, o bien de darse a conocer. Book An Artist ofrece diferentes servicios adicionales tales como la posibilidad de destacar el perfil como artista (práctica que realiza Google en su buscador), o el acceso a herramientas que permiten el diseño mediante plantillas de la cartelería para la promoción de tu fiesta.
- **Interfaz amigable y moderna:** Representa cuán intuitiva y clara es tanto la página web como la app.
- **Aplicación móvil:** Además de una plataforma web, ampliar los posibles clientes y usuarios a través de una plataforma móvil. Book An Artist cuenta con plataforma tanto Android como iOS. Esta es nuestra principal ventaja respecto nuestros competidores.

Finalmente, se presenta un gráfico donde podemos observar la posición de la empresa frente a la competencia en el sector. Para ello nos basamos en dos de los parámetros analizados en la tabla anterior.



Figura 7: Posicionamiento de la competencia y de Book an Artist.

## 6.5. Análisis DAFO

Para que la aplicación consiga prosperar, hay que ser consciente de los riesgos a los que está sometida la empresa e intentar prevenirlos y/o mitigarlos. Esto es posible gracias al análisis DAFO donde se exponen las fortalezas y las debilidades de la empresa, así como las amenazas y las oportunidades del entorno, llegando a desarrollar planes de contingencia hechos a medida por si se diese una situación desfavorable.

### 6.5.1 Debilidades

<b>Necesidad de gran capital inicial</b>	Aunque una aplicación informática no requiere de un desembolso inicial tan destacado como otro tipo de negocios, sí que supone una cantidad importante para un grupo emprendedor como el nuestro. Esto puede suponer que no podamos desarrollar todo lo que deseamos por falta de presupuesto.
<b>Falta de experiencia previa como emprendedor</b>	La falta de experiencia en emprender un negocio puede provocar que cometamos errores graves que afecten a la empresa o que no sepamos aprovechar de forma adecuada posibilidades que nos ofrece nuestra empresa.
<b>Falta de propuestas de artistas inicialmente</b>	El uso adecuado de nuestra aplicación requiere de tener una buena base de artistas que ofrezcan sus

	servicios, como en un principio no tendremos muchos <i>early adopters</i> es posible que su uso se ralentice durante algún tiempo.
Falta de peticiones de artistas inicialmente	El uso adecuado de nuestra aplicación requiere de tener una buena base de cliente que busquen servicios, como en un principio no tendremos muchos <i>early adopters</i> es posible que su uso se ralentice durante algún tiempo.

### 6.5.2 Amenazas

Productos sustitutos	Al no ser una idea completamente nueva ni innovadora, es posible que nuestra aplicación sea sustituida por un sistema similar o que ofrezca algún valor añadido que supere a los nuestro desde el punto de vista de los clientes.
Proveedores de datos iniciales limitados	Al principio si no tenemos gran cantidad de <i>early adopters</i> tampoco dispondremos de una cantidad de ofertas suficientes para proveer a los clientes de un buen servicio.
Desconocimiento de la aplicación	Aunque ya existen aplicaciones similares en el mercado, al ser la nuestra más enfocada al mercado móvil, es posible que la gente no entienda su funcionamiento o lo considere peor que el de la competencia
Malentendido con el objetivo o funcionamiento de la aplicación	Como la aplicación está enfocada a un funcionamiento diferente al que ahora hay en el mercado, es posible que la idea que nosotros planteamos sea entendida mal por los clientes y esto conlleve en un desuso de la aplicación

### 6.5.3 Fortalezas

Uso sencillo y simple de la aplicación	El objetivo de nuestra aplicación es ofrecer el servicio de la forma más cómoda y simple de usar posible, esto puede hacer que se destaque de la competencia para un uso más casual o para gente menos experta en temas informáticos o de alquiler de servicios online.
Escalabilidad de la aplicación	Desde un principio hemos planteado la aplicación para que sea fácil de escalar, y la programación de

	la misma seguirá esta línea, esto puede evitar que la aplicación fracase por crecer demasiado rápido o que se quede atrás de la competencia al no ser capaz de adaptarse a los cambios.
<b>Facilidad de asociar el objetivo de la aplicación con su nombre</b>	El nombre de la aplicación sirve a su vez de eslogan y para explicar su funcionamiento. Esto hace que sea fácil de entender su funcionamiento para gente con un conocimiento de inglés básico o que este metido en el mundo artístico.
<b>Una aplicación móvil lo muy sencilla de usar</b>	El objetivo de nuestra aplicación es ofrecer el servicio de la forma más cómoda y simple de usar posible, esto puede hacer que se destaque de la competencia para un uso más casual o para gente menos experta en temas informáticos o de alquiler de servicios online.

#### 6.5.4 Oportunidades

<b>Probabilidad de añadir nuevas funcionalidades o servicios</b>	Como hemos pensado la aplicación para que sea escalable, tendremos la oportunidad de añadir nueva funcionalidad para adaptarnos a los cambios de manera fácil y eficiente. Esto permitirá que las demás aplicaciones no nos dejen atrás.
<b>Tecnología más sencilla de usar</b>	Nuestro objetivo es que nuestra aplicación destaque de la competencia en ser más fácil de usar. Esto hará que los usuarios tengan más facilidades de entrar y de quedarse.
<b>Mercado de contratación de servicio online en crecimiento</b>	Como el mercado objetivo de nuestra aplicación es cada día mayor, es más fácil que haya gente interesada en usar nuestro sistema.
<b>Un cliente satisfecho con la aplicación conlleva un uso reiterado de esta</b>	Si la primera impresión que tiene el cliente de nuestra aplicación es buena, no pensará en cambiarse a otro sistema similar, esta puede ser una buena fuente para mantener a los interesados en nuestra aplicación
<b>La competencia no contempla el mercado móvil</b>	El mercado móvil está en auge hoy en día, así que lanzar nuestro sistema para estas plataformas supone una gran oportunidad de captar cliente que nuestros competidores desprecian.

#### 6.5.5 Plan de actuación



Se hará uso de un plan de actuación en el caso que la actividad de la empresa se vea comprometida por los resultados obtenidos durante su ciclo de vida. Esto nos permitirá reducir el impacto del problema y salvar parte de la empresa.

Si el problema viene dado por un factor económico, la aplicación ha de estar dispuesta a mirar hacia otras líneas de negocio donde utilizar la infraestructura desplegada, centrando más recursos hacia esta última. En el caso que el nivel de adhesión de los clientes sea elevado pero focalizado en determinadas funcionalidades, se estudiará la posibilidad de pivotar y centrarse únicamente en esas funcionalidades concretas.

Visto que la competencia no tiene mucho interés en el mercado móvil, tendremos muy presente este mercado durante el proceso de desarrollo del sistema, intentando adaptar la aplicación que desarrollemos a las características que este mercado ofrece. Como, por ejemplo, la sencillez de uso y la disponibilidad que las aplicaciones móviles necesitan.

## 7. ACCIONES DEL PLAN COMERCIAL

En este apartado se van a explicar las acciones de marketing que va a seguir el proyecto, así como las estrategias de venta y distribución que se van a seguir. En estas estrategias se incluyen acciones para captar a los posibles clientes, el precio del servicio que ofrece la aplicación basándonos en los precios de la competencia y también los medios por donde se va a distribuir.

### 7.1. Estrategia de ventas, precios y distribución

Nuestra aplicación es muy dependiente de tener una buena cantidad de usuarios para que funcione, por tanto, es muy importante poder llegar a gran cantidad de usuarios que quieran usar la aplicación. Así que el primer paso es encontrar un buen medio para captar clientes y artistas.

Hoy en día los artistas poco conocidos suelen promocionarse por Internet y a través de las redes sociales, por tanto, será en estos medios donde se intentará captar la atención de los artistas. Mas concretamente hemos pensado en hacer anuncios en las redes sociales de Instagram y Facebook. Como estas redes sociales también son usadas por los clientes de la aplicación, la misma publicidad también puede llegar a este tipo de usuarios.

Otro de los puntos dónde la aplicación puede obtener de forma dinámica y gratuita su publicidad es mediante marcas de agua en los videos e imágenes subidos a la plataforma y botones de compartir perfil, etc., puesto que el artista puede estar interesado en compartir su perfil en sus redes sociales para poder ser contactado y contratado.

Servicios como el de generación de cartelería para la promoción del evento, podrían ser de uso gratuito a cambio de contener una marca de agua sobre la plataforma, o que las plantillas la contuvieran de modo prediseñado. También podrían ser de pago, de forma que la marca de agua desapareciese. En dicho caso el precio sería reducido, entorno a 5-10€.

Por otro lado, los clientes usan actualmente otros medios para encontrar artistas, por tanto, la publicidad destinada a ellos tiene que repartirse por otros medios, eso sí, en general, se siguen usando medios web. Así pues, para la publicidad hacia el cliente usaremos los medios en redes sociales al igual que para los artistas, pero también añadiremos anuncios en buscadores online como puede ser Google.

Por otro lado, lo que refiere al precio de venta, la aplicación está pensada para poder ser usada de manera totalmente gratuita. Así cualquier usuario, ya sea cliente o artista, podrá usar toda la funcionalidad de la aplicación de manera gratuita. El único precio a pagar será un porcentaje del pago al artista. Dicho porcentaje estaría entorno a un 5% que se cobraría de forma transparente para los implicados.

## 7.2. Promoción y publicidad

En esta sección se va a profundizar en el posicionamiento para lograr ser vistos y en las campañas de publicidad que emplearemos para promocionar el lanzamiento de nuestra aplicación.

Por un lado, el posicionamiento lo dividiremos en dos aspectos importantes, Search Engine Optimization (SEO) y App Store Optimization (ASO).

El primero, para portales web, tiene el fin de lograr un mejor posicionamiento (aparecer “más arriba”) en los resultados de los motores de búsquedas, esto le proporcionará a nuestro portal web una mayor visibilidad. Para obtener un mejor SEO es importante tener en cuenta unos parámetros, como que sea visual, fácil de navegar o intuitiva, entre otros.

Por otro lado, el ASO, es similar al SEO, pero en el contexto de las aplicaciones móviles, así pues, tiene el fin de aparecer en las primeras posiciones de los resultados a las búsquedas en tiendas virtuales. Aspectos importantes para lograr un mayor ASO serían: una buena elección en el título, descripción e icono de la aplicación en la tienda, así como una buena categorización de la misma. También supone un factor importante en el posicionamiento valores como un feedback positivo del usuario (valoración) y una buena puntuación por el mismo.

Las *keywords* que emplearemos serán: “contratar”, “artista”, “asegurar” o “cobrar”. El nombre comercial que emplearemos será inicialmente “Contrata a un artista” para el caso de España, pero cuando nos expandamos será “Book and Artist”. La descripción será la siguiente: “Si tienes un evento contrata a un artista o si eres un artista promócionate para llegar a mucha más gente”.

También es muy importante para obtener un buen ASO tener una apropiada categoría en la App Store, y en nuestro caso la categoría principal sería “Negocios”.

Cabe destacar que nuestra aplicación móvil estará recogiendo datos del uso de la aplicación y analizándolos para elaborar informes y estadísticas que nos ayuden, entre otro, a realizar una buena campaña de publicidad. Para ello haremos uso de entornos como Firebase [14].

Para lograr una mayor visibilidad completaremos el posicionamiento con una serie de campañas de publicidad. Y es esta sección donde vamos a tratar en que se va a basar nuestra campaña de lanzamiento.

Haremos dos campañas de promoción diferentes: una enfocada a los usuarios artistas y otra enfocada a los usuarios que están organizando el evento.

Por un lado, realizaremos una campaña de publicidad basada en anuncios en páginas webs empleado Google Ads para ello. Esta campaña para llegar a una cantidad de 1.364-2.275 clics al mes y 5.057 - 8.436 impresiones de anuncios en páginas webs, llegando inicialmente solo a la provincia de Castellón y Valencia.

Por otro lado, el modelo de negocio de las campañas en redes online que vamos a utilizar será el siguiente:

- Por un lado, Coste Por Mil (CPM), que consiste en que el anunciante paga por cada 1000 impresiones (entendemos impresión cuando el anuncio se muestra en una página web). Este modelo será utilizado para la campaña de promoción de los usuarios artistas, debido a que nos proporciona una gran exposición a un gran abanico variado de perfiles.
- Por otro lado, el Coste Por Clic (CPC), que consiste en que el anunciante paga por cada clic en el anuncio. Este modelo será utilizado para la campaña de promoción de los organizadores de eventos, dado que promociona un servicio específico.

## 8. ORGANIZACIÓN Y PERSONAL

En esta sección se va a especificar el equipo inicial del proyecto, así como los puestos que desarrollará cada individuo y su experiencia relacionada en el puesto asignado. También se indicarán los servicios externos que serán necesarios para cubrir necesidades no cubiertas por los integrantes del equipo. Por último, se especificará la distribución de las participaciones de la sociedad entre los socios y otras cláusulas para evitar posibles conflictos futuros.

### 8.1. Equipo inicial del proyecto

El equipo inicial del proyecto, como se ha dicho anteriormente, estará formado por Sergio Jimenez, Miguel Matey, Albert Mestre, Alberto Vallez, y Fidel Zapata. Los cinco integrantes poseen un perfil técnico, por cada uno deberá especializarse dentro de su puesto de responsabilidad asignado.

Los puestos que se asignarán entre los integrantes del equipo son los de consejero delegado (CEO), director de operaciones (COO), director financiero (CFO), director de sistemas de información (CIO), y director de sistemas tecnológicos (CTO). Así pues, la distribución de los puestos es la siguiente:

- Sergio Jiménez, CEO: como consejero delegado, Sergio asumirá las funciones de liderazgo tanto dentro como fuera de la empresa, coordinar los distintos departamentos de la empresa, y motivar e incentivar al personal de la empresa. Además de las funciones propias de CEO, Sergio se encargará del desarrollo web del *front-end* haciendo uso del *framework* seleccionado.
- Miguel Matey, COO: como director de operaciones, Miguel se encargará de coordinar y optimizar los procesos y las operaciones de la empresa con los recursos disponibles, además de servir de nexo entre los distintos departamentos de la empresa. Además de desarrollar estas funciones, Miguel se encargará del análisis del sistema y del desarrollo web del *front-end*, haciendo uso del *framework* seleccionado.
- Albert Mestre, CTO: como director de sistemas tecnológicos, Albert será el responsable técnico del desarrollo y del correcto funcionamiento de los sistemas de información, implementando una determinada estrategia técnica para obtener un buen producto. Además de las funciones propias del CTO, Albert se encargará del diseño del sistema y del desarrollo web del *front-end*, haciendo uso del *framework* seleccionado.
- Alberto Vallez, CIO: como director de sistemas de información, Alberto será el responsable de los sistemas de información con el objetivo de aumentar la eficiencia de dichos sistemas, como la utilización de tecnologías novedosas en el campo de las TIC. Además de estas funciones, Alberto se encargará del desarrollo de la aplicación móvil para sistemas operativos Android.
- Fidel Zapata, CFO: como director financiero, Fidel se encargará de la planificación económica y financiera de la empresa. Junto con el CEO, se encargará de tomar las decisiones en cuestiones de inversión y de financiación para el correcto

funcionamiento de la empresa. Además de realizar las funciones de CFO, Fidel se encargará del desarrollo de la aplicación móvil para sistemas operativos iOS.

Esta anterior distribución responsabilidades dan lugar a la estructura organizativa de la siguiente figura, donde se presenta una estructura principalmente plana a excepción del puesto de mayor responsabilidad (CEO).

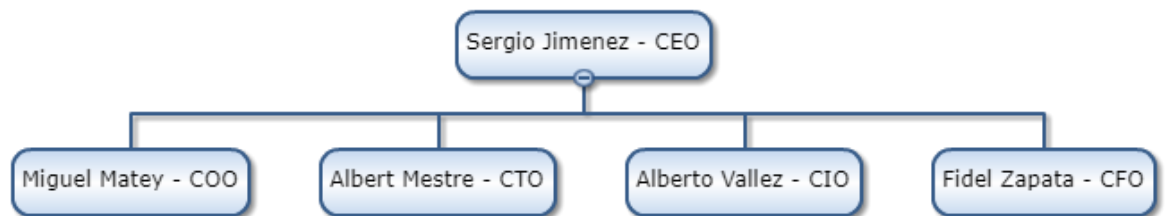


Figura 8: Estructura organizativa Book an Artist.

## 8.2. Experiencia formativa y profesional previa relacionada con el proyecto

Los puestos de responsabilidad y tareas que realizará cada miembro del equipo se han asignado conforme la experiencia de los mismos en cada determinado caso de actividades.

A Sergio Jiménez, se le han sido asignadas las tareas de CEO debido a su gran capacidad de liderazgo y de motivación de los integrantes del grupo. En cuanto a las tareas del desarrollo se le ha asignado el desarrollo del *front-end* debido a sus conocimientos de *frameworks* de desarrollo de sistemas como Spring Framework o Angular6.

A Miguel Matey, se le ha asignado las tareas de coordinación y gestión de procesos propia de un COO debido a su capacidad organizativa y experiencia en otros proyectos de desarrollo de software. Se le ha asignado la tarea del análisis del sistema debido a la formación recibida en la asignatura Análisis de Software de la intensificación de Ingeniería del Software del grado de Ingeniería Informática. Además, se le ha asignado el desarrollo del *front-end* debido a su familiaridad con *frameworks* de desarrollo como Angular6.

A Albert Mestre, se le han asignado las tareas propias de un CTO debido a su capacidad de supervisión y experiencia en el desarrollo de sistemas informáticos. En cuanto a las tareas del desarrollo se le ha asignado el diseño del sistema por la formación recibida en la asignatura Diseño de Software de la intensificación de Ingeniería de Software del grado de Ingeniería Informática, además de tareas de desarrollo *front-end* por su experiencia con diversos *frameworks* de desarrollo.

A Alberto Vallez, como estudiante de la intensificación de Tecnologías de la Información del grado de Ingeniería Informática, se le han asignado las responsabilidades del CIO, siendo responsable del mantenimiento y mejora de las tecnologías empleadas. Además, se le asigna la tarea del desarrollo de la aplicación móvil en el sistema operativo Android por la experiencia adquirida en varias asignaturas cursadas del grado.

Por último, a Fidel Zapata se le asignan las responsabilidades de un CFO debido a su experiencia en la gestión financiera de un negocio anterior. También se le asigna la tarea de

desarrollar la aplicación móvil en el sistema operativo iOS, ya que cuenta con experiencia en la programación de aplicaciones en este tipo de sistema operativo obtenida por aprendizaje autónomo.

### 8.3. Servicios externos necesarios

Como se ha dicho anteriormente, uno de los principales servicios externos que se contratarán para el funcionamiento del proyecto son los servidores y bases de datos que se alquilarán a los servicios web de Amazon, evitando así tener que gestionar y mantener los nuestros propios. También se subcontratará algún servicio de asesoramiento legal para cuando fuera necesario, como por ejemplo los de Aktion Legal Partners, así como otros servicios de asesoramiento en cuestiones de marketing.

Por otro lado, uno de los socios estratégicos para el desarrollo de nuestra actividad es Amazon, ya que como ya se ha dicho, nos proporcionará los servidores y las bases de datos en la nube. En caso de no poder recurrir a estos servicios, deberíamos buscar otro socio estratégico que nos prestase estos servicios, como por ejemplo Microsoft Azure. Otro de los socios estratégicos sería la Universitat Jaume I y el Parque Científico, Tecnológico y Empresarial de esta universidad, que nos proporcionará un espacio virtual de coworking, además de otros servicios de aceleración y crecimiento empresarial u otros servicios disponibles por parte de la universidad.

Finalmente, otros socios estratégicos podrían ser empresas cuya función es la organización de bodas, de forma que integren nuestro servicio como método para encontrar artistas que puedan actuar en bodas. Por ejemplo, algunas de estas webs, como las pertenecientes al grupo WEDDINGWIRE GROUP, que opera a nivel internacional, ofrece servicios para encontrar músicos para la boda, pero no ofrece otros, como por ejemplo cómicos, o magos para divertir a los más pequeños.

### 8.4. Bases del pacto de socios

Para el correcto funcionamiento del equipo y para evitar futuros problemas, los socios han tomado de común acuerdo un determinado conjunto de decisiones.

En primer lugar, por lo respectivo a las participaciones de la empresa, éstas serán repartidas entre los socios a partes iguales como fundadores de la misma. De la misma forma, el capital necesario para la constitución de la sociedad (3000€) será aportado a partes iguales. Puede verse un resumen en la siguiente tabla:

Socio/Miembro	Capital aportado	% de participaciones
Sergio Jimenez	600€	20%
Miguel Matey	600€	20%
Albert Mestre	600€	20%

Alberto Vallez	600€	20%
Fidel Zapata	600€	20%

Tabla 7: Distribución capital y participaciones

En segundo lugar, se han establecido un conjunto de cláusulas que servirán de directrices futuras a la hora de actuar ante determinadas situaciones:

1. **Permanencia en la empresa:** un socio que desee abandonar la empresa deberá comunicar con 3 semanas de antelación dichas intenciones.
2. **Dedicación:** los socios deberán dedicarse completamente a la empresa. En caso de que un miembro no pueda dedicarse a tiempo completo, se le reducirán las participaciones de forma que éstas residan en el miembro que desarrolle las responsabilidades que el otro no pueda realizar.
3. **Venta de participaciones:** un socio puede decidir vender el total o una parte de sus participaciones a otro socio o entidad externa a la empresa por su valor de mercado.
4. **Salida de la empresa:** en cualquier momento, cualquier socio puede tomar la decisión de abandonar la empresa. En tal caso, el socio recibirá, en caso de que sea posible, el valor de sus participaciones. Las participaciones del socio serán repartidas proporcionalmente con los socios fundadores restantes en la empresa. Así mismo, las responsabilidades del antiguo socio serán reasignadas en otro miembro de la empresa.
5. **No competencia:** tras la salida de un socio de la empresa, éste no podrá realizar ningún tipo de actividad profesional que pueda llegar a perjudicar a la empresa por temas de competencia.
6. **Confidencialidad:** ningún socio que pertenezca o haya pertenecido a la empresa podrá desvelar ningún tipo de información que pueda ser perjudicial para la empresa, ya sea a nivel de competencia o a nivel de marca.



## 9. FUENTES

- [1] - [AWS | Precios de Amazon E2](#)
- [2] - [Programas de la DGIPYME](#)
- [3] - [Convocatoria Castellón de la Plana](#)
- [4] - [ENISA | Jóvenes emprendedores](#)
- [5] - [Prosper | Personal Loans](#)
- [6] - [Lanzadera | Aceleradora e incubadora de empresas](#)
- [7] - [Lanzadera | Programa Garaje](#)
- [8] - [unAplauso](#)
- [9] - [Totalísimo | Agencia de eventos 360](#)
- [10] - [Click and Sound. Contratación de artistas y músicos para eventos](#)
- [11] - [Skylab Coders Academy | Salario de un programador en 2017](#)
- [12] - [Aktion Legal Partners | Startups](#)
- [13] - [Programa UJI Empren OnSocial](#)
- [14] - [Firebase](#)