



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
EMPRESARIALES ICADE (E-2)

Plan de Negocio para la creación de empresa: Talent-IT

Autor: Daniela García Rojas
Director: Antonio Núñez Partido

Madrid| Junio 2021

RESUMEN:

A lo largo del siguiente trabajo, se va a desarrollar un *business plan*, acerca del proyecto: “*Talent-IT*”; una expresión formal en la que se plantea una nueva idea de negocio centrada en un servicio, cuyo objetivo principal es el de conseguir un lanzamiento exitoso en el mercado, y así poder dar el mayor soporte al sector del Arte y Diseño, más concretamente a los artistas emergentes que no han tenido oportunidad de dedicarse a aquello que realmente les llena, teniendo los recursos necesarios para ello: buena formación y talento.

Por supuesto, que, para ello, han de haberse analizado todas las áreas de interés que se plantean a lo largo de este trabajo. En este caso, la idea de negocio trata de la creación de “*Talent-IT*”, una plataforma digital que operará dentro del sector artístico, ofreciendo formación y ofertas de empleo. Irá dirigido fundamentalmente a artistas emergentes, ya sean actuales estudiantes, o personas ya graduadas de una carrera en algún área artística concreta, tanto, más genérica (Bellas Artes o Diseño), como también más específica (Ilustración, Diseño de Moda o Gráfico.)

Este modelo de negocio digital consta de los siguientes objetivos SMART:

1. Alcanzar un (1%- 2%) del *target*, suscriptores de nuestra plataforma, que estimamos (estudiantes (21.800) que se licencian cada año en este sector) en el primer año.
2. Incrementar el número de suscriptores, hasta un 5% en los próximos tres años, para poder expandirnos en un largo plazo al extranjero (Alemania, Inglaterra e Italia).
3. Lograr a ofrecer 100 puestos de trabajo a través de nuestra plataforma el primer año.

A continuación, se explican todos y cada uno de los pasos que se han debido de seguir para poder llevar a cabo esta idea de negocio de forma exitosa.

Palabras clave: arte, talento, plataforma digital, futuro profesional, reconocimiento

ABSTRACT:

Throughout the following work, we will develop a business plan, about the project: "Talent-IT"; a formal expression in which a new business idea focused on a service is proposed, whose main objective is to achieve a successful launch in the market, and thus be able to give the greatest support to the Art and Design sector, more specifically to emerging artists who have not had the opportunity to devote themselves to what really fills them, having the necessary resources for it: good training and talent.

Of course, for this, all the areas of interest raised throughout this work must have been analyzed. In this case, the business idea deals with the creation of "Talent-IT", a digital platform that will operate within the artistic sector, offering training and job offers. It will be aimed primarily at emerging artists, whether they are current students, or people already graduated from a career in a specific artistic area, both more generic (Fine Arts or Design), as well as more specific (Illustration, Fashion or Graphic Design).

This digital business model consists of the following SMART objectives:

1. Reach a (1%- 2%) of the target, subscribers of our platform, which we estimate (students (21,800) graduating every year in this sector) in the first year.
2. Increase the number of subscribers to 5% in the next three years, in order to be able to expand abroad (Germany, England and Italy) in the long term.
3. To offer 100 jobs through our platform in the first year.

In the following, each and every one of the steps that had to be followed in order to successfully carry out this business idea are explained.

Key words: art, talent, digital platform, professional future, recognition

TABLA DE CONTENIDO:

1. INTRODUCCIÓN:	7
1.1 OBJETIVO O PROPÓSITO GENERAL DE LA IDEA DE NEGOCIO.....	7
1.2 METODOLOGÍA DEL ESTUDIO Y ESTRUCTURA GENERAL DEL TRABAJO	7
2. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA.....	9
2.1 EXPLICACIÓN/INTRODUCCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO: “TALENT-IT”	9
2.2 DEFINICIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO, ¿QUÉ ES “TALENT-IT”?	11
2.3 PROPÓSITO FUNDAMENTAL (OBJETIVO), MISIÓN, VISIÓN Y VALORES	12
3. MODELO DE NEGOCIO (ANÁLISIS DEL SECTOR)	19
3.1 CONTEXTO DE LA INDUSTRIA	19
3.2 RELACIÓN PRODUCTO/MERCADO, SINGULARIDAD	21
3.3 SEGMENTO MERCADO, CONTEXTO INDUSTRIA EN ESPAÑA	23
3.4 CONTEXTO GENERAL, DATOS ECONÓMICOS ESPAÑA. PARO EN EL SECTOR DEL ARTE Y DISEÑO, PIB	28
4. ANÁLISIS EXTERNO, INTERNO, ESTRATÉGICO:	39
4.1 ANÁLISIS EXTERNO E INTERNO:	39
4.1.1 PEST:	41
4.1.2 Análisis de la competencia:	47
4.2 ANÁLISIS ESTRATÉGICO:	50
4.2.1 CANVAS:	50
5. PLAN ECONÓMICO- FINANCIERO	56
5.1 HIPÓTESIS CUENTA DE RESULTADOS:	57
5.2 HIPÓTESIS BALANCE DE SITUACIÓN:	62
5.3 CUENTAS DEFINITIVAS, CUENTAS RESULTADOS Y BALANCE, ESCENARIOS OPTIMISTA Y PESIMISTA:	64
6. PLAN COMERCIAL Y MARKETING.....	66
6.1 ELEMENTOS DE LA MARCA:.....	67
6.1.1 Elementos de la marca: LOGO	67
6.1.2 Elementos de la marca: Funcionalidades dentro de la plataforma: .	67
6.2 PLAN DIGITAL, CANALES Y CAPTACIÓN DE CLIENTES:.....	74
6.2.1 Explicación 4P de la empresa:	75
6.2.2 Objetivos SMART:	76
6.2.3 Plan Digital:	76
.....	78
PROCEDENTE Y ELABORACIÓN DE: MEDIACLICK; ¿CUÁL ES LA EDAD DE LOS USUARIOS DE LAS REDES SOCIALES?.....	78
6.2.4 KPI's (Key Performance Indicator):	79
7. PLAN DE PERSONAL: RECURSOS HUMANOS	80

7.1 ORGANIGRAMA EMPRESA:	80
7.2 POLÍTICA RETRIBUTIVA/ DESCRIPCIÓN PUESTOS:	82
8. VISIÓN DE FUTURO Y CONCLUSIONES.....	85
8.1 VISIÓN DE FUTURO:.....	85
8.2 CONCLUSIÓN:.....	86
9. REFRENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	88
10. ANEXOS.....	91
10.1 ANEXO ENTREVISTAS	91
10.2 ANEXO PLAN ECONÓMICO/FINANCIERO	99

ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS:

Tabla 1:Tiempo que tardan estos en encontrar el primer empleo después de finalizar sus estudios.....	27
Tabla 2: Adecuación del trabajo conseguido con los estudios universitarios (aplicación de conocimientos adquiridos y/o categoría adecuada).	28
Tabla 3:Previsiones macroeconómicas para España 2020	30
Tabla 4:Evolución del paro registrado por sexo, edad y sectores económicos (febrero 2021)	32
Tabla 5: Evolución del paro registrado por comunidades autónomas febrero de 2021.	34
Tabla 6: Evolución del gasto de la Administración General del Estado en cultura en España de 2006 a 2018, en porcentaje del PIB. (Deporte- Ocio y cultura).	35
Tabla 7: CANVAS.....	55
Tabla 8:Hipótesis Cuenta de Resultados (Escenario base).....	59
Tabla 9: Hipótesis Cuenta de Resultados (Ingresos/Gastos).	60
Tabla 10: Hipótesis Balance (Escenario base).....	62
Tabla 11:Cuentas definitivas (Cuenta de resultado, escenario base).	63
Tabla 12:Cuentas definitivas (Cash Flow / Valoración Empresa, escenario base).	65
Ilustración 1:Estudiantes matriculados en grado, 1º y 2º, ciclo, máster, doctorado 2017/2018.	25
Ilustración 2: Métodos de aprendizaje informal más extendidos (25-64 años %)	26
Ilustración 3:Actividades de diseño especializado	37
Ilustración 4: Empresas que ofrecen más de una especialidad de diseño.	38
Ilustración 5:Evolución del PIB (2019-2021).....	45
Ilustración 6: Landing page (parte 1).....	69
Ilustración 7: Landing page (parte 2).....	69
Ilustración 8: Landing page (parte 3).....	70
Ilustración 9:Landing page (parte 3).....	71
Ilustración 10: Landing page (parte 4).....	72
Ilustración 11: Landing page (parte 5).....	73
Ilustración 12: Edad de usuarios en Redes Sociales.	78
Ilustración 13:Organigrama Talent-IT.....	81

1. INTRODUCCIÓN:

1.1 Objetivo o propósito general de la idea de negocio.

Como se comentará, lo que se quiere conseguir en este trabajo, es:

Primeramente, ofrecer una gran cantidad de facilidades mediante los servicios que se pueden encontrar en la plataforma digital para dar respuesta a la necesidad existente de potenciación y crecimiento de estos estudiantes de diseño y arte. Y, por otro lado, hacer crecer y servir de apoyo a la industria artística. Tanto arte como diseño o cualquier sector más específico dentro de estas dos industrias.

Por lo tanto, se podría decir, que, para poder conseguir estos objetivos, explicados también detalladamente a lo largo del trabajo, se necesita realizar un plan o propuesta de negocio lo más detallada posible, para diseñar las líneas básicas de actuación y orientación para la Start-Up. Los productos y servicios que ofrece, su análisis de competencia, como de su entorno macro y micro, plan financiero, RRHH entre otros.

En conclusión, el propósito de este trabajo es hacer una propuesta de la idea de negocio lo más detallada y viable posible, con el objetivo de lanzarla al mercado, tener éxito, poder ayudar a estos estudiantes y brindarles una oportunidad. Así como lograr a largo plazo la mejora de la economía mediante el crecimiento de esta industria.

1.2 Metodología del estudio y estructura general del trabajo

La forma en la que vamos a enfocar de primera mano el proyecto será partiendo de la base de que sabemos que el sector del arte (Bellas Artes, Diseño etc.), es un sector complicado para forjar un buen futuro profesional; y por tanto es muy necesario potenciarlo y ayudar a estos artistas a darse a conocer y enseñar su

talento. Simplemente, lograr el brindarles una oportunidad que, ellos con sus propios medios no han podido encontrar.

Por lo tanto, utilizaremos una metodología deductiva, ya que partiremos de una hipótesis o teoría inicial, y más adelante iremos recogiendo datos, artículos e informes para justificar la hipótesis y sacar una conclusión de todo el desarrollo del trabajo realizado. Procederemos a llevar a cabo un *research* o investigación, tanto cuantitativa como cualitativa sobre este sector, lo más detallada posible, para asegurar que existen suficientes datos con los que se pueda justificar los argumentos o hipótesis explicadas a lo largo del trabajo y se pueda llevar a cabo una propuesta o Plan de Negocio lo más viable y exitoso posible.

La parte cualitativa estará presente a lo largo de todo el trabajo, ya que estará basado en artículos o literatura, ya que es la que ha servido como base para desarrollar todo el trabajo. Fuentes tales como: el INE (Instituto Nacional de Estadística, SEPE, informes de la Comunidad Madrid o del Ecosistema del Diseño etc.) Además, se realizarán tres entrevistas a estudiantes o personas relacionadas con el sector. Jóvenes de 20, 21 años que hayan estado relacionados con este sector.

Además de otras herramientas que se habrán utilizado para analizar con detenimiento el sector y defender la hipótesis principal, estos son algunos como: Pest para analizar tanto el entorno micro como macro, o el CANVAS, que servirá de ayuda para analizar más detalladamente el modelo de negocio.

Por otro lado, en la parte cuantitativa, está se verá reflejada, sobre todo, en la parte financiera. En la explicación de la estructura del Plan de Negocio. La que también sirve como justificación para argumentar que es necesario ayudar a este sector y que es viable y factible lanzar esta plataforma para llevarlo a cabo.

2. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

2.1 Explicación/Introducción de la idea de negocio: “Talent-IT”

Actualmente nos encontramos en un mundo en el que el arte y la cultura cobran gran importancia en nuestras vidas. Esto mismo quiere transmitir Adrián López Bustos (Coordinador de Internacionalización de la industria y actual trabajador en la Cámara de la Industria del Calzado en Guanajuato, México) *“No todo el mundo es consciente de la importancia que el diseño posee ante la sociedad, no todos comprenden la labor que desempeña un diseñador”* (Importancia del diseño en nuestra sociedad), publicado el 17 de septiembre de 2015 en LinkedIn.

Al igual que explica María José Moreno Ramos: *“El Arte en nuestra sociedad tiene una importancia que tal vez no se la estamos concediendo. Durante los siglos vividos, hemos considerado que el arte forma parte de nuestra vida, pero sin tener en cuenta la influencia y la importancia que hoy día está adquiriendo”*. en el artículo (La importancia del arte en nuestra sociedad).

Todo esto, nos hace ver, que este sector (Arte y Diseño), tiene gran importancia y muchas veces no somos del todo conscientes de lo que nos puede aportar a cada uno de los individuos de la sociedad actual; y sobre todo del trabajo y esfuerzo que requiere. Más en concreto, para las personas que se dedican a este sector y cuyo sueño es poder dedicarse a ello profesionalmente. Esto mismo también lo argumenta Adrián Bustos López:

“Vivimos en una sociedad en la que se piensa que un logotipo, un cartel, la publicidad, el diseño de mobiliario o una página web se crean “solos”, o tal vez presionando un par de teclas del ordenador.” (Importancia del diseño en nuestra sociedad).

Estos profesionales nos muestran exactamente eso. No valoramos este sector y a todo el que se dedica a él como merece. Además de que nos. aporta numerosos beneficios a la sociedad y la mayoría no es consciente de esto tampoco.

“Estudiar Bellas Artes no te lleva a ningún lado”; “No te vas a poder ganar la vida como diseñadora”; “No tiene salidas...”; etc. Cuantas veces hemos oído hablar de esto. La “mala fama” o perjuicios que se tienen ante esta industria y el forjar una vida profesional en algo relacionado con ella.

Por ello, *“Talent-IT”*, surge para dar respuesta a la necesidad existente, de potenciar determinados sectores como es el del arte, más concretamente bellas artes y diseño y de cambiar esta mentalidad generalizada que se tiene de profesiones dentro de esta industria.

Por otro lado, frecuentemente se encuentran muchas personas que, aún teniendo los recursos necesarios (buena formación en el sector, carrera de grado, máster, posgrado o incluso algún tipo de experiencia laboral.) han tenido grandes problemas en encontrar trabajo o conocer a las personas correctas, o los contactos adecuados como para poder sacar provecho de su talento y poder desarrollarse, formarse y crecer con el objetivo de llegar a un adecuado futuro profesional.

Es decir, además de tener todos los recursos y requisitos necesarios e incluso siendo este un sector que forma gran parte de nuestra cultura, economía y educación y al que no se le aporta el suficiente reconocimiento; no se les ha brindado la oportunidad adecuada para poder desarrollar un futuro profesional en cualquier ámbito de este sector. No se les ha podido valorar su talento teniendo todos los recursos necesarios para ello. Y todo esto solamente, porque es un sector poco reconocido y complicado, con el que se necesita saber buscar la oportunidad o el contacto adecuado para poder conseguirlo.

Por todos estos motivos que se desarrollarán más detalladamente durante el trabajo, *“Talent-IT”* es una plataforma, que servirá como trampolín para darse a conocer y poder crecer profesionalmente en aquello que realmente les apasione.

Además de poder mostrar sus obras mediante exposiciones online, o ayudarles a encontrar una buena oferta de trabajo acorde con sus necesidades, “*Talent-IT*”, les ofrecerá cursos de formación, o seminarios para poder sacar el mayor provecho de sus talento, conocimientos y experiencias previas y así puedan llegar muy lejos profesionalmente.

2.2 Definición de la idea de negocio, ¿Qué es “Talent-IT”?

Aunque más adelante se desarrollará la idea de negocio de una forma mucho más detallada y precisa, esta se ha de definir previamente, de forma concisa para que se pueda entender perfectamente antes de realizar todo el análisis y desarrollo completo. Se trata de enumerar los elementos básicos que forman parte de esta idea, como descripción de lo que se quiere llevar a cabo.

Este *business plan*, se centra (como mencionado anteriormente), en un **modelo de negocio digital**. Se trata de una **plataforma online**, cuya marca comercial recibe el nombre de: “*Talent-IT*”. Se ha querido seleccionar este nombre, ya que, es el que mejor describe el objetivo y misión del proyecto. Existen numerosos artistas que tienen los recursos o el talento necesario, pero no han conseguido tener la oportunidad adecuada para crecer y ser valorados.

Por ello, “*Talent-IT*”, busca **potenciar el talento** de muchos artistas emergentes, cuyo sueño es crecer en esta industria y poder forjar un buen **futuro profesional**. Ofrecer esa oportunidad que no han podido obtener por sus propios medios (talento y formación).

Su **forma jurídica**, será constituida bajo una **Sociedad Limitada**; por lo tanto, su denominación; “*Talent-IT*; S.L.”

La actividad se iniciará en el presente año 2021 y se constituirá, en un principio bajo la forma actual, explicada a lo largo de este documento escrito.

En cuanto a los establecimientos o ubicación de la actividad de la empresa “*Talent-IT; S.L*”. De momento pensamos, que, de primera mano, no sería necesario un establecimiento físico como tal. Debido a que, es un negocio centrado en una plataforma digital y no sería lo más necesario en el momento de constitución. No obstante, en el presupuesto, dentro del Plan Financiero contaremos con una oficina de *coworking*. Para poder centralizar un poco toda la actividad y poder tener un Espacio físico cuando sea necesario.

Por otro lado, empezaremos en España, concretamente en las comunidades que se explicaran con más detalle en el modelo de negocio. Si el plan estuviese desarrollándose como esperado y con éxito, estaría en los planes internacionalizarse hacia países como Inglaterra, Italia o Alemania.

Al igual que el establecimiento no sería un requisito indispensable para realizar la actividad, tampoco lo sería una gran cantidad de **capital humano**. Por lo menos, al comienzo. Tendremos en mente principalmente empleados de IT, ya que el Core del negocio será la propia plataforma digital. Más adelante, según se vaya desarrollando se planteará la opción de añadir el personal necesario al equipo.

2.3 Propósito fundamental (objetivo), misión, visión y valores

- Objetivo proyecto (Talent-IT):

Después de haber explicado el objetivo del trabajo, también conviene expresar el **propósito fundamental** (objetivo) de este proyecto en concreto “*Talent-IT*”. Este es el de ofrecer una gran cantidad de **facilidades** mediante los servicios que se pueden encontrar dentro del producto principal, o plataforma digital “*Talent-IT*”.

Con ello, se dará respuesta a la **necesidad existente**, de crecimiento y potenciación de estos (estudiantes de diseño y arte) e industria del Arte y Diseño en general, que es en realidad la **misión** que se quiere llevar a cabo con este proyecto. Esta implica una **oportunidad de negocio**. Aunque esto se analizará más adelante,

se considera **oportunidad**, debido a que existen plataformas que ofrezcan algún tipo de servicios que ofrece “*Talent-IT*”, pero ninguna que aúne todos ellos y ofrezca exactamente lo mismo que esta plataforma digital. Además de que, esta plataforma digital ofrece estos servicios, lo hace, pero con un carácter **novedoso y diferencial** para esta industria.

Además de hacer **crecer y servir de apoyo** para la **industria artística**. Los clientes potenciales de esta plataforma van a poder recibir todo tipo de **formaciones o cursos** lo más **concretas y personalizadas** posibles para el ámbito que más interés les genere a cada uno de ellos.

También tendrán la opción de encontrar en la misma plataforma un lugar donde poder realizar **exposiciones online**, subir su **CV** y/o **portfolio**. Pudiendo mostrar su arte o diseños a un gran público o incluso personas que puedan valorar su arte y ofrecerles una buena oferta. Conseguir **empleo** y el poder **relacionarse** con personas de gran influencia y apoyo para estos artistas.

En definitiva, este proyecto pretende lanzar al mercado, una **plataforma** novedosa y sobre todo ofreciendo un **carácter diferencial**, cubriendo una **necesidad existente**, que todavía no se ha conseguido solventar con los recursos que se ofrecen actualmente.

Ofrecer bastantes más **facilidades**, de las existentes en el mercado actual, para los estudiantes o personas con gran interés en este sector que realmente lo **necesitan**. Además, con ello, se puede cumplir el **segundo propósito**; contribuir en el desarrollo y **crecimiento de este sector**, que también es parte de la sociedad y nos aporta grandes ventajas a todos los miembros de la sociedad actual, a la economía y crecimiento del país.

- Misión:

La **misión** de este proyecto, como mencionado anteriormente, es ofrecer el mayor número de facilidades, tanto artistas emergentes como la propia industria para crecer y potenciar su talento, con el objetivo de conseguir un buen futuro profesional.

- Visión:

En cuanto a la **visión** de “*Talent-IT*”, es una visión amplia, que tiene en cuenta el futuro. En otras palabras, una visión más a largo plazo del negocio. Esta es la de conseguir ser la plataforma digital más puntera, en este sector, a la que quieran recurrir el mayor número de artistas tanto de industrias más genéricas como más concretas. Lograr ser un referente para todo tipo de artistas emergentes en esta industria. Siempre estando actualizados y adaptándonos de la mejor forma posible a las nuevas necesidades que surjan. Para proporcionarles todo tipo de facilidades y hacer crecer este sector y quitar ese perjuicio de no poder llegar a un futuro profesional reconocido en esta industria.

- Valores:

Por otro lado, en lo que se refiere a los **valores**, “*Talent-IT*” busca ser una excelente plataforma digital que pueda servir como un soporte adecuado para los artistas y la industria en general. Que pueda valer realmente como una gran **ayuda**. Una ayuda que no tienen ahora mismo y que “*Talent-IT*” puede proporcionarles. En el que muchas personas puedan cumplir su sueño de trabajar en lo que realmente les gusta y apasiona.

En definitiva, los **valores** fundamentales se pueden describir como: Ser una plataforma **puntera, diferencial, no existente actualmente** en el mercado, que sirva de **ayuda** para que los artistas y la industria del Arte y Diseño puedan crecer notablemente de una forma satisfactoria en lo que les **gusta**.

Por otro lado, es muy importante nombrar otra serie de valores en los que se basa “*Talent-IT*” estos son, sobre todo, los siguientes:

- Honestidad/transparencia:

Este concepto es de gran importancia para el negocio, ya que, sin honestidad y transparencia, no habrá forma de que se fíen los clientes de esta plataforma. Justamente, transparencia y fiabilidad es lo que queremos transmitirles a estos artistas. Ya que, sabemos de ante mano, como de complicado es este sector y la ayuda que necesitan nuestros clientes para encontrar buenas oportunidades en su vida laboral.

Por ello mismo, queremos transmitirles transparencia, honestidad o como la misma RAE (Real Academia Española) lo define como: "Claro, *evidente*, que se comprende sin duda ni ambigüedad"; "Razonable, justo". Para que se sientan tranquilos y sepan que se pueden fiar de "Talent-IT" en cualquier momento. Ser transparentes, sinceros, francos decir la verdad, en todo lo que se dice y hace, en otras palabras, ganarse la confianza de nuestros clientes.

- Calidad:

Muchas empresas que entran al mercado intentan "venderse" y ganar tanto clientes, como cuota de mercado. Por supuesto, esto es algo muy significativo para la empresa. Pero una cosa es promocionarse como la empresa con el producto de mayor calidad en el mercado, y otra muy diferente, es demostrarlo y afirmarlo. Si. Por ejemplo, "Talent-IT", se promociona como la mejor herramienta para buscar trabajo y formación, pero no lo demuestra no sirve de nada. Se tiene que poder garantizar y asegurar a los clientes que lo que venden las empresas, los servicios que ofrece "Talent-IT", cumplen con lo prometido a los clientes y que se va a intentar cubrir las necesidades de nuestros clientes en todo momento de la mejor forma posible. Esto va muy ligado con la honestidad y transparencia, hay que vender algo que realmente se va a ofrecer y se va a cumplir. Esto requiere cumplir con los estándares de calidad que se hayan prometido a nuestros clientes. En el caso de "Talent-IT", poder ofrecerles esas oportunidades laborales y formación que tanto buscan.

- Pasión:

La pasión, también es un valor importante que “*Talent-IT*” quiere transmitir a sus clientes. Además, más aún en este sector, que es un sector totalmente vocacional, en el que los propios artistas buscan transmitir pasión por lo que hacen y buscan a una empresa que esto también lo tenga presente en las prácticas del propio negocio. Si esto lo cumple “*Talent-IT*”, esta se asegurará, que sea una plataforma mucho más atractiva para su *target*. Una empresa que disfruta con lo que hace, siempre va a atraer más a su público objetivo.

- Orientación al cliente:

Para “*Talent-IT*” los clientes y sus necesidades son lo primero, es parte de su propuesta de valor. Una empresa que trata de satisfacer las necesidades de los clientes en todo aquello que hacen u ofrecen, que se esfuerza en ello, demuestra que no piensan en la empresa primero, en la rentabilidad, no son egoístas. Si no, más bien al revés, demuestran que lo importante es ayudar a sus clientes. Al fin y al cabo, una empresa que piense antes en ella, que, en sus clientes, es una empresa que a largo plazo no se sostendrá y no sobrevivirá en el mercado. El cliente es un punto central, de vital importancia para lograr que una empresa logre el éxito.

Además, esto se puede demostrar también añadiendo departamentos de *Customer Success*, Servicio posventa, *Customer Experience*, o incluso, personalizar las ofertas a cada necesidad y área de interés para cada cliente como intenta hacer “*Talent-IT*”, para ofrecer empleo por su plataforma a cualquier cliente. Al final, no le interesa el ofrecer la mayor cantidad de ofertas posible, si no, que estas se adecúen de la mejor manera posible a cada uno de los artistas que la demanden y a sus necesidades en ese momento.

- Responsabilidad social:

Esta cobra cada vez más importancia en la actualidad, al fin y al cabo, las empresas, no son entidades cuyo interés sea solamente el de ser rentable y tener la mayor cuota de mercado, si no que, son entidades que de una forma u otra influyen en la sociedad y, por lo tanto, en la calidad de vida de las personas. Por lo tanto, aquí lo importante es que “*Talent-IT*” genere un impacto positivo en la sociedad, que sea socialmente responsable. Por ejemplo, que hagan la vida de sus clientes más fácil de alguna forma. “*Talent-IT*”, ofrece un año completo gratis para estos clientes, como prueba para que no paguen la cuota anual, si antes no lo han probado y no están totalmente satisfechos con ello. Por otro lado, a parte de cursos de formación, en la parte “Más”, se publicarán noticias de interés para los artistas de nuestra plataforma, además de cursos o algún tipo de taller educativo, para poder transmitir nuestro conocimiento y experiencia o resolverles dudas, por si les puede ser también de ayuda.

- Resolución de problemas:

Todas las empresas en el mercado tienen sus problemas, no existe ninguna perfecta. Por lo tanto, lo peor que puede hacer una nueva empresa que se introduce en el mercado, es, crearle la ilusión a sus clientes de que es una empresa perfecta, ya que esto no es creíble. Además, en cuanto se introducen en el mercado, existen una serie de factores externos que influirán en la actividad y desarrollo de la empresa. Competencia, crecimiento o decrecimiento del sector y de la industria. Por lo tanto, lo que intentará transmitir “*Talent-IT*” a sus clientes, es que, estará dispuesta a resolver cualquier tipo de problema que esté en sus manos. Para poder implementar esto en la empresa desde el principio, podrían realizarse reuniones semanales o mensuales, con el objetivo de ver que objetivos se han cumplido ya y cuales se están atascando más y hay que revisar. Es decir, estar atentos a los problemas existentes y plantear ideas y soluciones para ello.

Se basa en estos valores, por una sencilla razón. Al final, estos valores, no son meras palabras escritas en sus códigos éticos, en su plataforma o página web, para mejorar la reputación e imagen de la empresa. Son mucho más que eso. Son todos los principios tanto, desde el punto de vista ético, como también profesional, sobre los cuales, se basarán todas y cada una de las actividades de la empresa y con todo ello, es como se irá construyendo el espíritu e identidad propia de *"Talent-IT"*. Además, todas estas características serán los principales rasgos que ayuden a crear una adecuada cultura organizacional y responsabilidad de la empresa. Que se adapte tanto a los propósitos que esta plataforma quiere llevar a cabo, como las actitudes de los empleados y colaboradores de esta empresa. Son la expresión máxima de los otros dos conceptos explicados con anterioridad (misión y visión). Constituyen toda la personalidad de *"Talent-IT"* y se transmite desde los propios socios fundadores a toda la empresa, empleados y colaboradores.

3. MODELO DE NEGOCIO (ANÁLISIS DEL SECTOR)

- Contexto de esta industria
- Relación producto/mercado, singularidad
- Segmento mercado, contexto industria en España
- Contexto general, datos económicos España. Tasa de paro en el sector, PIB etc.
 - Razones importantes por las que queremos introducir “Talent-IT” en el mercado
 - Paro en el sector del Arte y Diseño (especialidades situación actual)

3.1 Contexto de la industria

Derivado de la misión, visión y valores, aunque más adelante se hará un análisis de la competencia y del sector tanto externo como interno, al igual que explicar la funcionalidad de los servicios que ofrece “*Talent-IT*” más en detalle; si partimos de los productos o servicios actuales, en este caso se ha analizado que para conseguir introducirse en el mercado de una forma exitosa, es importante realizar una buena investigación de la industria, teniendo en cuenta todo aquello que pueda ser de interés dentro de esta. Por ello, se ha analizado lo siguiente:

Lo primero, podemos determinar que no es un mercado nuevo, ya que este sector ha existido desde hace años, incluso bastantes décadas atrás. Por lo tanto, podríamos definirlo como mercado existente de alguna forma. Aunque, esto se verá también con más detalle en el análisis de la competencia, externo e interno.

Esta industria surgió principalmente, gracias a grandes movimientos tales como: exposiciones, movimientos artísticos que han surgido a raíz de hechos ocurridos a lo largo de la historia, o grandes escuelas de arte fundadas a lo largo de los años hasta la actualidad.

Algunos ejemplos pueden ser, por ejemplo, la fundación del “Bauhaus”. Obra arquitectónica fundada por Walter Gropius en 1919. Un reconocido arquitecto, diseñador y urbanista alemán.

Esta obra es una importante escuela de arte, arquitectura y diseño, que aún habiendo pasado 100 años desde su creación sigue siendo una gran referencia para esta industria.

Gracias a muchas creaciones de escuelas de este tipo, el diseño y arte se empezaron a valorar y a considerarse como profesiones. Otras grandes iniciativas, para apoyar este sector han sido otras como:

El Art Decó, movimiento que inició Francia después de la guerra, de 1925-1939 en París. Este se dio a conocer en grandes exposiciones, así como la *“Exposition Internationale des Arts Decoratifs et Industriels Moderns”*.

También más adelante, estudiantes del propio Bauhaus, en Suiza, empezaron a tomar otro enfoque, más científico en sus diseños.

En sus clases se concibieron algunas ideas muy representativas como el logo de Lufthansa o de Braun.

Por otro lado, si investigamos más movimientos que hayan tenido influencia podemos nombrar también a la Rusia soviética y fundaciones de escuelas que surgieron a instancias de Lenin en 1920. Escuelas de arte tales como: *“Vjutemás”* (Talleres de Enseñanza Superior del Arte y de la Técnica). Aquí obtuvieron grandes formaciones artistas y diseñadores por primera vez. Además de otras escuelas que ayudaron a dar un empujón a este auge del arte y diseño en la sociedad han sido tales como: La Escuela de arte y arquitectura de Glasgow, Buckminster Fuller en Black Mountain College. Después de la guerra, la situación vivida en la Alemania nazi y el cierre del *Bauhaus* muchos artistas huyeron de Alemania. Dos miembros reconocidos de esta escuela son, por ejemplo, el arquitecto y diseñador Charles Rennie Mackintosh. Este junto a su esposa, Margaret Macdonald, pintora y artista de vidrieras comenzaron junto con dos miembros más, un grupo conocido como *“Los cuatro”*. Un nuevo movimiento conocido como el *Art Niveau*. Del que más adelante surgió el diseño de interiores y decorativo.

Otras influencias para tener en cuenta, podrían ser algunas exposiciones y museos como; el Museo del Traje en Madrid, el Museo de Arte Moderno de Nueva York o ARCO (Una de las principales ferias de Arte Contemporáneo en Madrid dentro del círculo más internacional).

Lo que se pretende argumentar con estos rápidos ejemplos, es que, claramente este no es un mercado o sector nuevo, debido a que el Arte y Diseño siempre ha estado presente a lo largo de la historia. Lo que sí es cierto, es, que, aunque esta industria lleve existiendo bastantes años atrás, existe todavía un gran prejuicio de no ser una carrera profesional reconocida con la que se pueda llegar lejos, una necesidad existente no cubierta por los productos o servicios actuales del mercado.

Como comenta Laia Guarro, escultora y artista de profesión, en un periódico digital de noticias dedicado exclusivamente a la industria del diseño gráfico, creatividad y cultura visual (*Gráffica*). *“La falta de reconocimiento de nuestro trabajo, ha complicado nuestra visibilidad”*. Este es uno de los muchos ejemplos de artistas que desean poder dedicarse a esta profesión y ser reconocidos por ello”.

Incluso, también, la Comunidad de Madrid en su informe (Respondiendo a tus preguntas- ¿Quiero estudiar Bellas Artes...?), afirma: *“Los que eligieron esta carrera, lo hicieron conscientes de las dificultades laborales que les esperaban, pero sabiendo que se querían dedicar a algo que les gustaba”*.

3.2 Relación producto/mercado, singularidad

Por lo tanto, es un mercado ya existente, pero en el que aún se puede encontrar una necesidad insatisfecha. Por lo tanto, se necesitan desarrollar nuevos productos dentro de un mercado existente.

Así, además, se conseguirá un doble objetivo. Primeramente, conseguir mayor penetración en el mercado y más éxito en la introducción de este producto y, por otro lado, que los clientes consigan tener por fin un producto, con unos servicios

acorde a sus necesidades actuales. No obstante, esto se explicará en el epígrafe de la “Matriz de Ansoff” en la parte estratégica, con mucho más detalle.

Sin embargo, es importante nombrarlo, para poder introducirnos correctamente en la explicación del producto en sí; y los servicios que ofrece. Se trata de definir un poco la Unidades de Negocio Estratégicas (*UNES- Strategic Business Units*) y la **singularidad o diferenciación** de “*Talent-IT*” frente al resto de productos o servicios que se ofrecen en este mercado e industria.

Si explicamos más al detalle la **singularidad**. Aquello que ofrece “*Talent-IT*” frente al mercado en relación con la competencia lo que hace que esta plataforma digital se conciba como un producto único en el mercado existente, es debido a tres razones principales:

- Permite ofrecer el uso de ciertos servicios que se vean muy adaptados a sus necesidades concretas y específicas. Ofreciendo así servicios más personalizados o adaptados a lo que necesitan.
- Es una plataforma digital única, con un planteamiento novedoso y original, en el que se aúnan ofertas de trabajo, al igual que formaciones u exposiciones online.
- Una plataforma única y específica para este sector desde lo más genérico a lo más concreto. Talent-IT, se esfuerza en encontrar todo tipo de oportunidades.
- Te pone en contacto con gente de interés y sobre todo con poder de influencia en este sector. Al ser un “mundo muy movido por contactos”. En el que lo complicado es encontrar la oportunidad adecuada. Por ello, “Talent-IT” trata de solucionar esta dificultad.

Realmente, esto es una gran ventaja competitiva que ofrece “*Talent-IT*” frente a sus competidores y que debe ser apreciada por sus clientes a los que la empresa se dirige público objetivo o segmento de mercado. Ya que, aporta valor a la industria y

a sus clientes. Además, es importante, que la empresa no tenga una ventaja comparativa solo basada en el precio. Como hacen algunas compañías o nuevas Start-Ups hoy en día. Se puede ver confundida con la baja calidad además que siempre puede haber un competidor que pueda vender más barato. Por ello, la importancia en diferenciarse en el propio producto o servicio como hace “*Talent-IT*”. Además de que se intenta, que sea lo más accesible posible. Ofreciendo una suscripción gratuita o Freemium, como un periodo de prueba y ya más adelante, si los suscriptores o clientes están satisfechos con la plataforma, podrán tener acceso a la sección Premium, en la que, se les cobrará un servicio de 15 euros mensuales por suscripción.

Ahora bien, antes de adentrarnos a explicar de forma más concreta las funcionalidades o el análisis estratégico, así como también el externo e interno, es importante hacer una investigación de lo que respecta al segmento de mercado o *target* al que nos dirigimos y el contexto que este tiene en el país en el que comenzará la actividad “*Talent-IT*”. Ya que, al final, lo que más importa en el Plan de Negocio de Talent-IT, es adaptarse lo mejor posible a los clientes y necesidades que tengan. Así que, para comenzar, es necesario hacer una buena investigación, en el segmento al que se va a dirigir este proyecto y en el lugar en el que se planea lanzarlo. En este caso, serían artistas emergentes en España. Aunque, a continuación, se explicará al detalle.

3.3 Segmento mercado, contexto industria en España

Si se analiza al detalle, el público objetivo al que “*Talent-IT*” se dirige, nos damos cuenta de lo siguiente:

Lo primero, si analizamos desde lo más genérico a lo más concreto; en España hay un total de 1.633.358 estudiantes, matriculados en el Sistema Universitario Español (SUE). Este es el dato más reciente que ha publicado el Ministerio de Educación y Cultura en el curso 2019-2020. De hecho, este público representa el 80,2% de los alumnos en España. Debido a que, los de Máster representan un 14,3% y los de Doctorado un 5,5% en total.

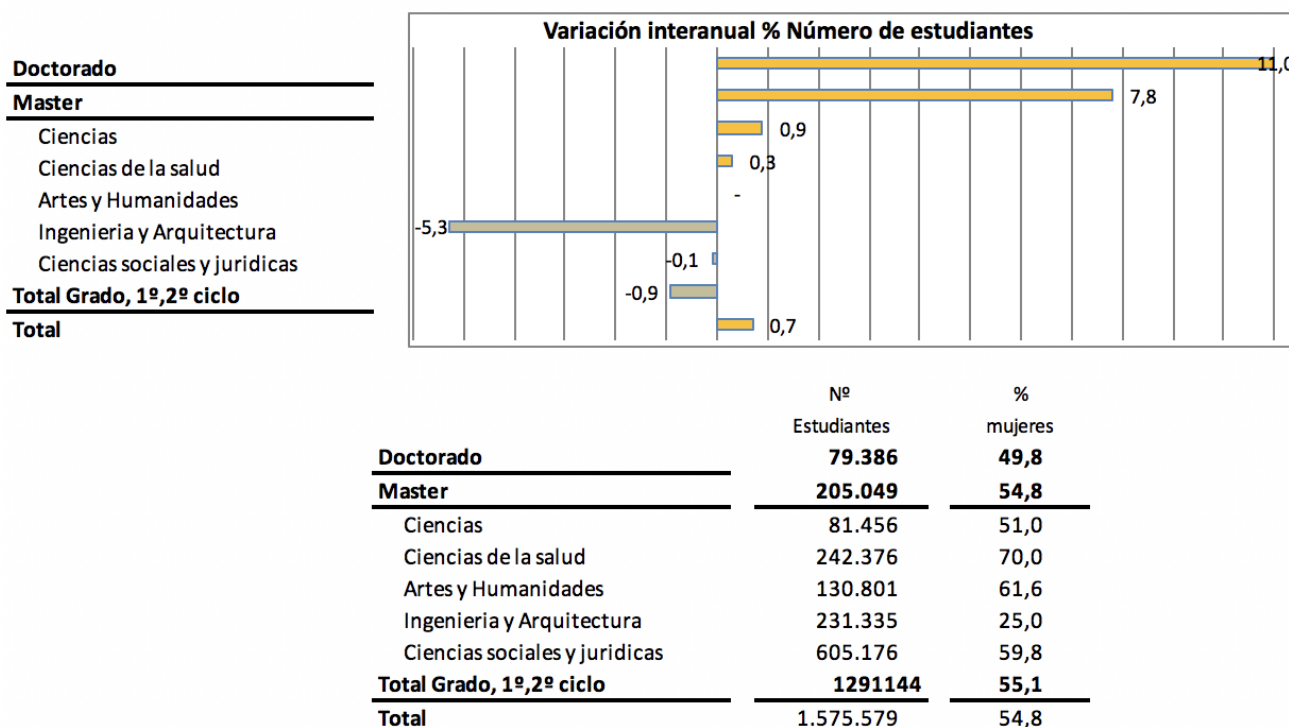
En el caso de “*Talent-IT*”, nos centramos en artistas emergentes enfocados en la industria de Arte y Diseño. Por ello, nuestro target principal dentro de estos “artistas emergentes”, son los estudiantes de grado, que hayan o estén acabando alguna carrera relacionada con esta industria. Ya sea, como por ejemplo (Bellas Artes, Diseño de Moda, Gráfico, o algo más concreto como Ilustración, Cómic etc.). Es decir, dentro de esos 1.633.358, que son el 80,2% de los alumnos de España, esta plataforma digital se centra en aquellos con cierta formación profesional o académica en alguno de estos ámbitos. Cualquiera que esté en sus estudios de grado o habiendo acabado ya estos y estén interesados en seguir formándose o buscar un buen futuro profesional en este sector, ya que tienen los recursos, pero no las oportunidades suficientes.

Se podría decir que nos centramos en un *target* o segmento de mercado bastante amplio. Ya que nos dirigimos, tanto a jóvenes como a adultos; entre los 22 hasta los 60 años.

Tanto hombres como mujeres. Aunque como dato publicado según el INE (Instituto Nacional de Estadística) en su Informe (España en Cifras 2019), también es cierto, que, de los 130.801 (estudiantes matriculados en grado, 1º y 2º ciclo, máster y doctorado, en el curso 2017-2018) en el ámbito “Artes y Humanidades”, más de la mitad (61,6%) de estudiantes eran mujeres. Además, como otra característica interesante, es que, esta misma fuente (INE) nos informa de que, en ese curso, la variación interanual (%) del número de estudiantes matriculados es del 0%. Pensamos que, al ser una carrera muy vocacional, normalmente, no suele haber mucho cambio en la matriculación del número de estudiantes durante el curso. Además, así también lo menciona la Comunidad de Madrid en su informe (Respondiendo a tus preguntas- ¿Quiero estudiar Bellas Artes...?), *“El hecho de tratarse de una carrera vocacional, unido a la necesidad de superar un examen de ingreso sobre aspectos de la misma carrera, supone, en los alumnos, unas aptitudes y actitudes muy positivas para estos estudios, por lo que no les resulta difícil. Es cierto que los talleres exigen muchas horas de dedicación. Hay alumnos que pasan hasta diez horas seguidas pintando o modelando. El arte les absorbe.”*

Esto nos da un dato interesante y es, que al no variar mucho el porcentaje de matriculados cada año, nos ayuda para saber que el número de clientes, nuestro *target* es más complicado que varíe mucho.

Ilustración 1: Estudiantes matriculados en grado, 1º y 2º, ciclo, máster, doctorado 2017/2018.

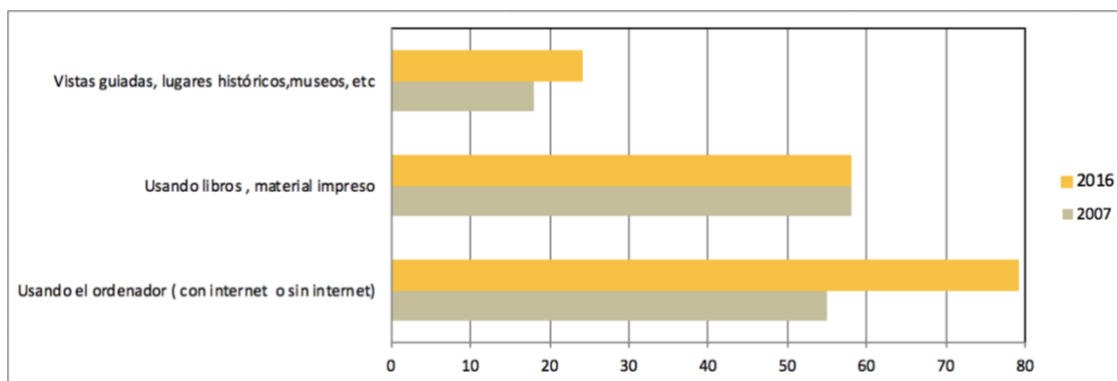


Procedente de: España en Cifras 2019; INE (Instituto Nacional de Estadística).

Elaboración propia

Según la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos), como menciona en su informe (Panorama de la Educación en 2019), que en la actualidad desde 2018 la población en este mismo rango de edad esta incrementando. Esto es así, debido a que, como muestran los datos, la población adulta con estudios superiores a los obligatorios en España son un 60,2% en 2018, frente al 51,1% en 2008. Ha mejorado durante 10 años, unos 9 puntos porcentuales. Otro dato interesante, es el que presenta el INE (Instituto Nacional de Estadística) en este gráfico de barras, en el que, el *target*, al que más o menos se dirige justamente “*Talent-IT*” (22-60 años) es justamente un publico objetivo, en el que el uso del ordenador para métodos de aprendizaje está aumentando cada vez más. Tan solo con fijarse en la variación porcentual de 55%-80%, se puede ver claramente.

Ilustración 2: Métodos de aprendizaje informal más extendidos (25-64 años %)



Procedente de (España en Cifras 2019; INE (Instituto Nacional de Estadística)).

Elaboración propia

Estos dos datos, también transmiten cierta seguridad a este negocio digital, ya que es posible que el número de potenciales clientes suba.

Por otro lado, si vamos ya más al detalle y analizamos la situación de los estudiantes de Arte y Diseño. Hemos observado lo siguiente en cuanto a su vida profesional:

En la carrera de Bellas Artes, el 64,0% de licenciados en esta área, tardan como máximo 24 meses, es decir dos años en encontrar su primer trabajo, una vez finalizada la carrera. Por otro lado, el 62,7% de artistas licenciados concretamente en Bellas Artes, tardan como máximo 18 meses. Si lo comparamos con la media total de titulaciones universitarias, observamos que la mayoría (71,9%) y un (73,9%), tardan como tiempo máximo 18 o 24 meses respectivamente.

Aunque, el (52,0%) de la media de titulaciones universitarias totales; es decir, más de la mitad tardan como máximo un año o menos en encontrar su primer trabajo a tiempo completo.

En conclusión, analizando estos datos, se puede ver, que en general (en la media total de titulaciones universitarias), se suele tardar como máximo desde un año

a dos en encontrar trabajo. Esto no es un tiempo demasiado breve. Pero, además, en lo que respecta a los licenciados en Bellas Artes, la mayoría tarda desde dieciocho meses hasta dos años. Es decir, que en lo que respecta a estas carreras es aún más el tiempo que se tarda en encontrarlo.

Además, si analizamos los trabajos, encontrados por los alumnos licenciados en Bellas Artes una vez acabada su grado en este título universitario; en cuanto a la adecuación del trabajo conseguido con los estudios realizados (aplicación de conocimientos adquiridos y/o categoría profesional adecuada), nos damos cuenta de:

El 62,1% de los alumnos licenciados en Bellas Artes, es decir, más de la mitad, es baja. Lo que quiere decir, es, que la mayoría de los alumnos (62,7%) y (64,0%) de los licenciados en Bellas Artes tardan de dieciocho meses a dos años en encontrar trabajo una vez acabado su grado, pero además de tardar este tiempo en encontrar su primer trabajo fijo, más de la mitad de estos puestos de trabajo (62,1%) son de una baja categoría profesional. Solamente el (27,2%), se considera de alta categoría.

Por lo tanto, podemos concluir con estos datos, que la mayoría de los alumnos que tienen una buena formación en el área, tardan bastante tiempo en encontrar trabajo, y si lo encuentran, en su mayoría, suele ser un trabajo con baja categoría profesional.

Aún teniendo buena formación, no consiguen tener las oportunidades adecuadas, tanto por el tiempo en encontrar el puesto de trabajo, como por la categoría.

Tabla 1:Tiempo que tardan estos en encontrar el primer empleo después de finalizar sus estudios.

	< 6 meses	< 12 meses	< 18 meses	< 24 meses
Licenciado en Bellas Artes	28%	44,10%	62,70%	64%
Media Total de titulaciones universitarias	35,60%	52%	71,90%	73,80%

Procedente de: España en Cifras 2019; INE (Instituto Nacional de Estadística).

Elaboración propia

Tabla 2: Adecuación del trabajo conseguido con los estudios universitarios (aplicación de conocimientos adquiridos y/o categoría adecuada).

	Alta	Media	Baja
Licenciado en Bellas Artes	27%	10,70%	62,10%
Media Total de titulaciones universitarias	43,00%	6%	51,00%

Procedente de: *España en Cifras 2019; INE (Instituto Nacional de Estadística).*

Elaboración propia

3.4 Contexto general, datos económicos España. Paro en el sector del Arte y Diseño, PIB

- Razones importantes por la que queremos introducir “Talent-IT”

Para seguir con esta investigación del contexto en el que se adentra “Talent-IT”. Es interesante mencionar algunos datos económicos destacables para estar correctamente informados del contexto de este país y lo que nos puede influir a la hora de crear el proyecto del Plan de Negocio “Talent-IT” en este país.

Si analizamos algún indicador macroeconómico, como por ejemplo el PIB, (Producto Interior Bruto) de España, y analizamos el cambio en estos últimos meses o años se puede ver que:

Según Funcas, (centro de análisis dedicado a la investigación económica y social, institución financiada por la Confederación de las Cajas de Ahorro (CECA)), han analizado, provisionalmente, que el PIB creció un 16,7% en el tercer trimestre del año. Con ello, pudo recuperar el 59% de la producción perdida en los anteriores trimestres.

Si se compara el crecimiento de este trimestre con el del año pasado, el Producto Interior Bruto se encontraba en un 8,7% por debajo que este año.

Además, en la tabla de las previsiones de Funcas adjuntada, se puede ver la variación del PIB. Esta muestra, que desde 2019-2021, el Producto Interior Bruto, ha experimentado un gran cambio.

En 2019 se observó un PIB de un 2,0, no obstante, en 2020 este cayó de una forma bastante drástica. Decayó hasta un 12. Pero en el año actual en el que nos encontramos; 2021 se está generando un incremento de hasta un 6,7, el cual seguirá más o menos igual, ya que Funcas prevé un PIB del 6,2.

Así que, se puede afirmar, que existe una mejora de este indicador. Esto siempre es un factor macroeconómico bueno e importante para tener en cuenta, ya que, el crecimiento del PIB indica:

- Crecimiento de la producción y por consiguiente de la actividad económica.
- Aumento de la actividad económica refleja que, desempleo se reduce y que renta per cápita es muy posible que. aumente también.

Por otro lado, si nos fijamos en otro indicador importante, la tasa de paro o Encuesta de Población Activa (EPA), podemos observar, que según Funcas en 2019 era de 14,1, no obstante, si es cierto que en 2020 creció hasta 16,5 y en 2021 hasta un 17. Por ello mismo, hay que intentar mejorar esta por todos los medios.

En nuestro caso, empezando por el sector del Arte y Diseño. Que además como menciona Manuel Estrada en año *“El valor del diseño tiene un impacto tan grande en la economía de un país que puede llegar a suponer el 4% de su PIB”*. *“El diseño supone hasta el 4% del PIB de un país...y en España a nadie le importa.”* (La Información).

Esto demuestra que es un sector, que supone de una gran importancia para la economía y muchos no somos conscientes de esto.

Tabla 3: Previsiones macroeconómicas para España 2020

Cuadro 1. Previsiones macroeconómicas para España 2020-2022
(tasas de variación anuales en %, salvo indicación en contrario)

	Datos observados				Previsiones Funcas			Variación de las previsiones (a)					
	Media 1996-2007	Media 2008-2013	Media 2014-2019	2019	2020	2021	2022	2020	2021				
1. PIB y agregados, precios constantes													
PIB	3,70	-	1,30	2,60	2,00	-	12,00	6,70	6,20	1,00	-	1,20	
Consumo final hogares e ISFLSH	3,70	-	2,10	2,20	0,90	-	14,60	7,40	7,30	1,10	-	0,20	
Consumo final administraciones públicas	4,20	-	0,90	1,40	2,30	-	3,80	1,70	0,50	-	1,80	-	1,50
Formación bruta de capital fijo	6,10	-	7,60	4,50	2,70	-	14,50	7,90	9,40	3,60	-	2,00	
Construcción	5,50	-	10,70	3,90	1,60	-	16,20	7,80	5,80	0,90	-	1,80	
Equipo y otros productos	7,50	-	2,70	5,00	3,70	-	12,80	8,00	12,80	6,30	-	2,30	
Exportación bienes y servicios	6,50	-	1,80	4,00	2,30	-	19,20	11,80	7,40	4,70	-	3,90	
Importación bienes y servicios	8,70	-	4,00	4,40	0,70	-	17,00	10,10	7,50	4,70	-	2,60	
Demanda nacional (b)	4,40	-	3,10	2,60	1,40	-	10,70	5,90	6,00	0,90	-	0,90	
Saldo exterior (b)	-	0,70	1,80	-	0,60	-	1,30	0,80	0,20	0,10	-	0,30	
PIB precios corrientes: - miles de mill. de euros.	...	...	...	1.244,80	1.107,40	11.949,90	1.282,10	...	...	...	...	...	
porcentaje variación	7,30	-	0,80	3,40	3,40	-	11,00	7,90	7,30	1,00	-	1,00	
2. Inflación, empleo y paro													
Deflactor del PIB	3,50	-	0,50	0,80	1,40	-	1,10	1,10	1,00	-	0,10	-	0,20
Deflactor del consumo de los hogares	3,10	-	1,70	0,70	1,00	-	0,40	0,90	1,30	0,10	-	0,30	
Empleo total (Cont. Nac. p.t.e.t.c.)	3,30	-	3,40	2,50	2,30	-	8,70	2,60	6,00	0,70	-	1,20	
Tasa de paro (EPA)	12,50	-	20,20	18,80	14,10	-	16,50	17,00	15,50	-	0,50	-	0,20
3. Equilibrios financieros (porcentaje del PIB)													
Tasa de ahorro nacional	16,70	-	18,80	21,70	22,90	-	21,20	22,20	22,50	-	0,10	-	0,40
del cual, ahorro privado	13,30	-	22,90	23,60	23,80	-	30,40	27,80	24,30	-	0,90	-	0,60
Tasa de inversión nacional	26,70	-	21,70	19,40	20,80	-	20,20	20,30	20,90	0,10	-	-	
de la cual, inversión privada	17,90	-	17,80	17,20	18,70	-	17,80	17,70	18,20	-	-	0,30	
Saldo cta. cte. frente al resto del mundo	-	4,50	-	2,90	2,10	-	1,00	1,90	1,70	0,10	-	-	
Cap. (+) o nec. (-). de financiación de la nación	-	3,70	-	2,40	2,50	-	1,30	2,20	1,80	-	0,50	-	0,60
Sector privado	-	3,80	-	6,40	5,30	-	12,80	10,80	7,20	-	1,10	-	-
Saldo AA, PP. exc. ayudas a ent. financieras	-	0,90	-	8,10	3,90	-	11,50	8,60	5,50	0,70	-	0,60	
Deuda pública según PDE	52,20	-	67,60	98,40	95,50	-	120,60	120,80	118,40	1,00	-	0,40	
4. Otras variables													
PIB Eurozona	-	0,30	-	0,70	1,70	-	7,50	5,00	3,50	0,50	-	0,50	
Tasa de ahorro hogares (% de la RDB)	-	9,50	-	8,80	6,40	-	17,20	13,20	8,80	-	-	0,90	
Deuda bruta hogares (% de la RDB)	-	93,30	-	128,50	102,00	-	89,10	81,70	76,50	-	0,80	-	0,90
Deuda bruta sociedades no financieras (% del PIB)	-	91,50	-	133,40	103,10	-	108,50	100,60	95,60	-	1,40	-	0,40
Deuda externa bruta española (% del PIB)	-	60,60	-	162,40	168,30	-	196,10	183,30	174,80	-	1,70	-	0,60
EURIBOR 12 meses (% anual)	-	3,74	-	1,90	0,01	-	0,30	0,46	0,45	-	0,06	-	0,26
Rendimiento deuda pública 10 años (porcentaje anual)	-	5,00	-	4,74	1,58	-	0,39	0,20	0,35	-	0,01	-	0,25

(a) Variación en puntos porcentuales entre las previsiones actuales y las anteriores.

(b) Aportación al crecimiento del PIB, en puntos porcentuales.

Fuentes: 1996-2019: INE y BE; Previsiones 2020-2022: Funcas

Procedente de: FUNCAS. Elaboración propia.

Por otro lado, si nos fijamos con más detalle este indicador del paro; según los datos registrados en el Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE) podemos observar lo siguiente:

El número de parados por ambos sexos (hombre y mujer) el último mes de febrero de 2021; es de un total de 4.008.789. Además, se podría decir que, este dato se mantiene bastante constante, ya que la variación no es demasiado alta. Se ha registrado una variación de 1,12 en ambos sexos. En hombre es de 0,77 y en mujeres de 1,38.

Según el Instituto Nacional de Estadística (INE), la población total en España es de 47.329.981 habitantes a 1 de enero de 2020

Si comparamos los (4.008.798) parados en España el mes de febrero con el total de la población española (47.329.981), vemos que es un 11% de toda la población.

Esto no es un porcentaje tan bajo, es una cantidad que es lo suficientemente alta como para que se vea influida en la economía y en el sector de la cultura en España. Es una cantidad lo suficientemente grande como para que no pase por desapercibida.

Por ello, es importante darle fuerza y apoyar al crecimiento de esta cantidad de artistas mediante el proyecto de (*Talent-IT*).

Dentro del segmento de mercado en el que se centra este proyecto; el rango de edad comprendido entre los 22 y 60 años; se hará más hincapié en aquellos artistas que acaben de terminar sus estudios y todavía sean lo suficiente jóvenes como para llevar una buena trayectoria profesional. Como se explica en el apartado anterior del “Segmento de mercado”. Es decir, en el rango de edad entre los 22 y 30 años. Si nos fijamos en esa muestra “Menores de 25” y “De 25 a 29” de la tabla adjuntada, podemos observar, que la cifra del paro en los datos absolutos es de 366.403 y 397.059 personas respectivamente. Esto es un total de 763.462. una cifra considerablemente alta. Sobre todo, teniendo en cuenta, que a esa edad todavía se tiene una gran trayectoria profesional por delante. Por esta misma razón, “*Talent-*

IT”, quiere apoyarles ofreciéndoles el mayor número de oportunidades y facilidades posibles.

Tabla 4: Evolución del paro registrado por sexo, edad y sectores económicos (febrero 2021)

	DATOS ABSOLUTOS MES	VARIACIONES			
		MES ANTERIOR		INTERANUAL (1)	
		ABSOLUTA	RELATIVA	ABSOLUTA	RELATIVA
SEXO					
HOMBRE	1.704.010	13.032	0,77	354.035	26,23
MUJER	2.304.779	31.404	1,38	408.707	21,56
AMBOS SEXOS	4.008.789	44.436	1,12	762.742	23,50
MENORES DE 25 AÑOS					
HOMBRE	188.420	3.990	2,16	53.599	39,76
MUJER	177.983	5.290	3,06	51.356	40,56
AMBOS SEXOS	366.403	9.280	2,60	104.955	40,14
DE 25 A 29 AÑOS					
HOMBRE	177.994	2.115	1,20	49.731	38,77
MUJER	219.065	3.441	1,60	52.730	31,70
AMBOS SEXOS	397.059	5.556	1,42	102.461	34,78
DE 30 A 44 AÑOS					
HOMBRE	514.227	2.519	0,49	120.807	30,71
MUJER	783.092	9.374	1,21	150.299	15,90
AMBOS SEXOS	1.297.319	11.893	1	271.106	26,42
>= 45 AÑOS					
HOMBRE	823.369	4.408	0,54	129.898	18,73
MUJER	1.124.639	13.299	1,20	154.299	15,90
AMBOS SEXOS	1.948.008	17.707	0,92	284.197	17,08
SECTORES					
AGRICULTURA	191.584	6.174	3,33	38.684	25,30
INDUSTRIA	317.042	629	0,20	41.557	15,09
CONSTRUCCION	312.168	5.116	1,61	52.333	20,14
SERVICIOS	2.835.917	36.877	1,32	539.578	23,50
SIN EMPLEO ANTERIOR	352.078	5.872	1,70	9.050	36,64

Procedente del Registro del Servicio Público de Empleo Estatal

Elaboración propia

Por otro lado, podemos observar en la tabla adjuntada, la evolución del paro registrado por comunidades autónomas en el mes de febrero 2021.

Como mencionado anteriormente en “La definición de la idea de negocio, ¿Qué es Talent-IT?”, la idea de lanzamiento e internacionalización de “Talent-IT” es comenzar en España y si el proyecto estuviese desarrollándose con éxito, según

los planes establecidos; se internacionalizaría más adelante a países tales como; Inglaterra, Italia o Alemania. Por ello, también es interesante estudiar el país donde comenzará este proyecto lo más detallado posible. Debido a que, si se desarrolla satisfactoriamente, se podrá expandir por diferentes partes de Europa. De esta forma no se ayudaría solamente a artistas en España, sino por diferentes partes del mundo. Haciendo que crezca el sector del Arte y Diseño fuertemente en diferentes sitios y apoyando de esta manera a cada uno de estos artistas que tanto se lo merecen.

Si entramos en detalle, en la situación donde dará comienzo esta actividad, España, podemos observar en el registro del Servicio Público de Empleo Estatal lo siguiente:

En la tabla se muestran 19 comunidades autónomas dentro de España: (Andalucía, Aragón, Principado de Asturias, Islas Baleares, Canarias, Cantabria, Castilla la Mancha, Castilla León, Cataluña, Comunidad Valenciana, Extremadura, Galicia, Comunidad de Madrid, Región de Murcia, Comunidad Foral de Navarra, País Vasco, La Rioja, Ceuta y Melilla).

Dentro de estas comunidades, donde más paro se registra, es sin duda en: Andalucía (1.002.104), Cataluña (512.290), Comunidad Valenciana (456.158) y Comunidad de Madrid (447.101). “*Talent-IT*” comenzará su actividad en estas cuatro comunidades, ya que quieres poder ofrecer sus servicios a la mayor cantidad de personas posible.

Aunque eso sí su primer lanzamiento tendrá lugar en la Comunidad de Madrid; ya que los dos socios proceden de esta comunidad y se comenzará a contratar a los primeros empleados de IT en esta Comunidad. Con el objetivo de desarrollar una exitosa Plataforma Digital, ya que esta es el Core del negocio de “*Talent-IT*”, el producto principal a través del cual se ofrecerán todas las facilidades y oportunidades a estos artistas emergentes en el sector del Arte y Diseño.

Tabla 5: Evolución del paro registrado por comunidades autónomas febrero de 2021.

	DATOS ABSOLUTOS MES	VARIACIONES			
		MES ANTERIOR		INTERANUAL (1)	
		ABSOLUTA	RELATIVA	ABSOLUTA	RELATIVA
Andalucía	1.002.104	14.418	1,46	195.340	24,21
Aragón	87.158	2.000	2,35	20.186	30,14
Principado de Asturias	85.781	1.087	1,28	12.841	17,60
Islea Baleares	84.581	1.240	1,49	27.016	46,93
Canarias	283.477	4.247	1,52	75.640	36,93
Cantabria	44.486	713	1,63	5.613	14,44
Castilla-La Mancha	194.990	2.785	1,45	19.249	10,95
Castilal León	174.752	849	0,49	31.029	21,59
Cataluña	512.290	4.209	0,83	117.076	29,62
C. Valenciana	456.158	8.363	1,87	89.896	24,54
Extremadura	113.938 -	1.517 -	1,31	8.692	8,26
Galicia	185.228 -	756 -	0,41	18.999	11,43
C. Madrid	447.101	7.417	1,69	94.205	26,69
R. Murcia	123.330	257	0,21	21.845	21,53
Navarra	42.986	1.261	3,02	9.011	26,52
País Vasco	129.028 -	1.702 -	1,30	11.789	10,06
La Rioja	20.095	450	2,29	3.641	22,13
Ceuta	12.483	84	0,68	1.180	10,44
Melilla	8.823 -	969 -	9,90 -	506 -	5,42
Total Nacional	4.008.789	44.436	1,12	762.742	23,50

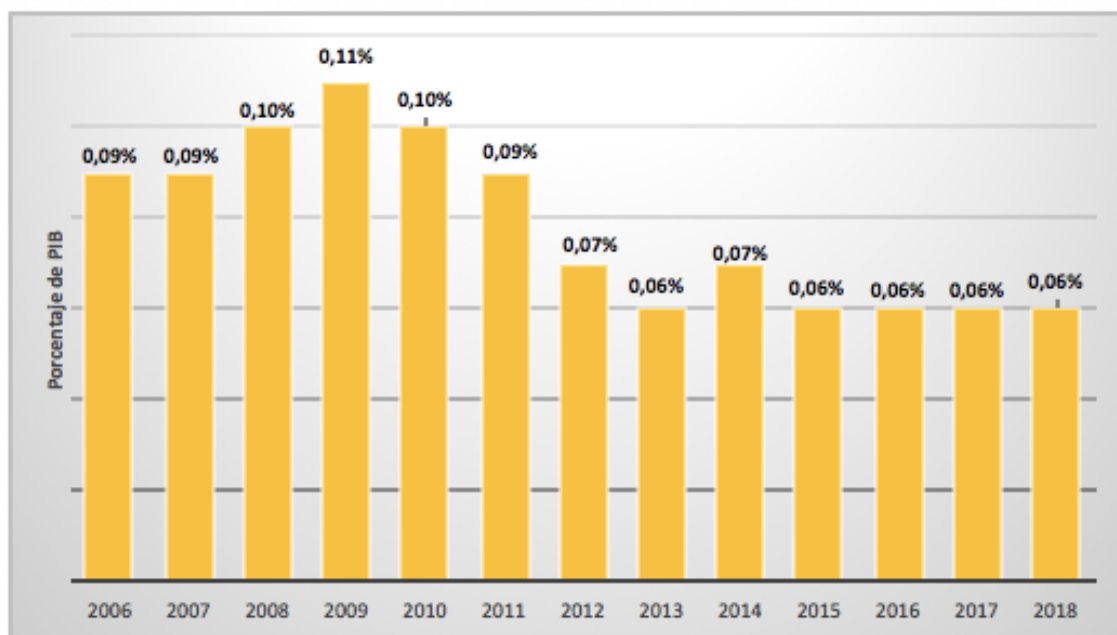
Procedente del Registro del Servicio Público de Empleo Estatal

Elaboración propia.

En términos macroeconómicos, sabemos que este sector (Arte y Diseño) forma parte de más de un 4% del PIB, como mencionado anteriormente, ya que si tenemos en cuenta solamente el sector del Diseño en España este supone un 4% del PIB español. No obstante, si tenemos en cuenta la evolución de este, concretamente los datos del gasto de la Administración General del Estado en cultura en España de 2006 a 2018 (en porcentaje de PIB, según las estadísticas del apartado de Ocio y Cultura elaborada por Statista (portal de estadísticas) podemos observar lo siguiente:

Desde 2009 hasta 2011, ha experimentado un PIB de entre 0,9 % y 0,11%, con un pico de crecimiento en 2009. No obstante, más adelante se fue reduciendo hasta mantenerse en un 0,06% los últimos años (2015- 2018). Así que, se puede intuir, que, si el diseño es un 4% del PIB español, y según la fuente del gráfico adjuntado el gasto total de cultura del último año registrado (2018) es del 0,06%, el PIB de este sector está entre el 4% y el 6%. Lo cual, no es un dato nada bajo, teniendo en cuenta a todas las personas que les influye directamente, tales como artistas o diseñadores e indirectamente a la economía española. Ya que, al fin y al cabo, cuanto más crezca el PIB. (Producto Interior Bruto), significa que existe más actividad económica, más empleo y más bienestar en la sociedad. Es un factor, que es bueno tener en consideración.

Tabla 6: Evolución del gasto de la Administración General del Estado en cultura en España de 2006 a 2018, en porcentaje del PIB. (Deporte- Ocio y cultura).



Procedente de: Statista (portal de estadísticas)

Elaboración propia.

- Paro en el sector del Arte y Diseño (especialidades situación actual)

Por otro lado, como bien se ha nombrado anteriormente; existe una gran dificultad a la hora de encontrar trabajo en este tipo de sectores. Además de la dificultad de encontrar un trabajo, que sea reconocido, en el que se valoren sus conocimientos y talento.

Para dar unos ejemplos concretos de la información anual de mercado de trabajo por ocupación, publicada en el SEPE (Servicio Público de Empleo Estatal) en el año 2020 podemos mencionar los siguientes:

1. Diseñadores de producto y prendas:

En este sector e industria concreta existen 5.624 demandantes de empleo a 31 de diciembre de los cuales 2.935 son parados. Por ello también, se han reducido los contratos registrados a lo largo del año de 1.260 a 1.148.

2. Diseñadores Gráficos y multimedia:

En este sector e industria concreta existen 24.533 demandantes de empleo a 31 de diciembre de los cuales 12.9442 son parados. Por ello también, se han reducido el número de contrataciones de 5.390 a 4.685.

3. Artistas de artes plásticas y visuales:

En este sector e industria específica existen 7.468 demandantes de empleo a 31 de diciembre de los cuales 4.819 son parados. Por ello, también, se han reducido las contrataciones casi un 32%. Desde 7.996 contratos hasta 4.383.

Con estos ejemplos vemos que diferentes especialidades dentro del sector Arte y Diseño, han disminuido sus contrataciones e incrementado el paro.

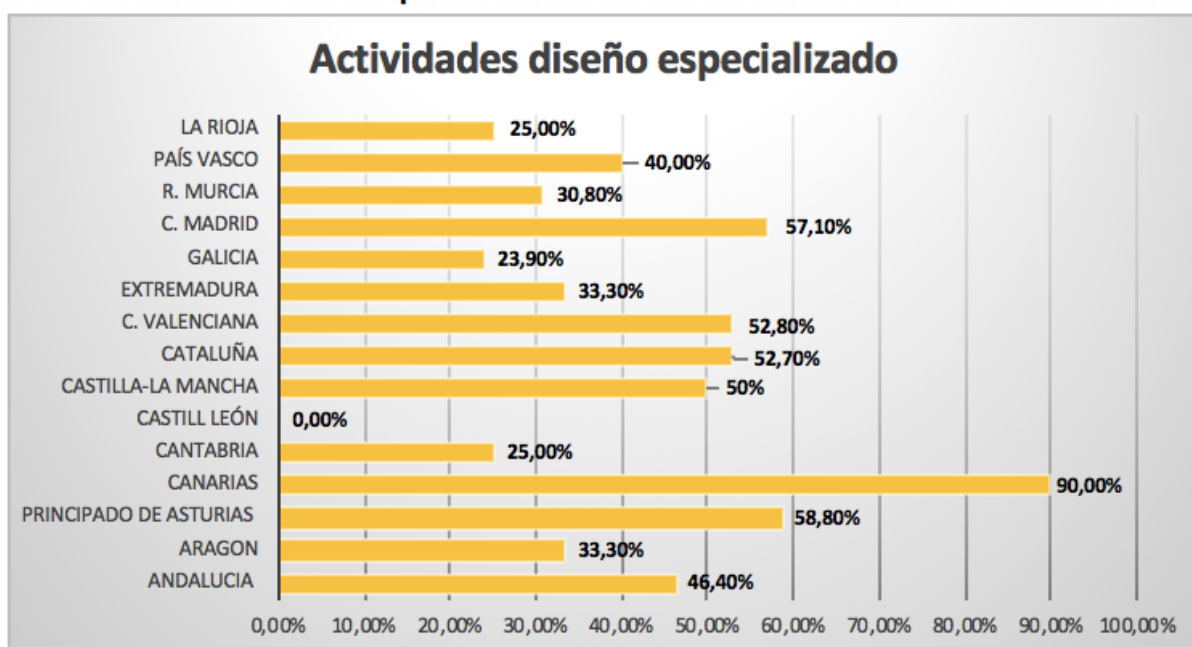
Por otro lado, según hemos analizado con la información publicada en el informe del Ecosistema del Diseño, vemos los siguientes datos interesantes:

Primeramente, las Comunidades en las que “Talent-IT”, tiene comenzado comenzar su actividad, Comunidad de Madrid, Valencia, Cataluña y Andalucía, representan un 57,1%, 52,8%, 52,7% y un 46,4% respectivamente de las zonas con actividades de diseño especializado.

Por ello, que esta plataforma se centre en cada una de las necesidades de los clientes en este sector, ya sean estas más genéricas o concretas.

Ilustración 3: Actividades de diseño especializado

Actividades de diseño especializado



Procedente de: Informe Ecosistema del Diseño Español.

Elaboración propia.

Además de estas empresas que ofrecen algún servicio de diseño especializado, el 70,5% de estas empresas ofrecen una única especialidad. Solamente, el 29,5% restante ofrece más de una especialidad. Como también muestra el gráfico adjuntado.

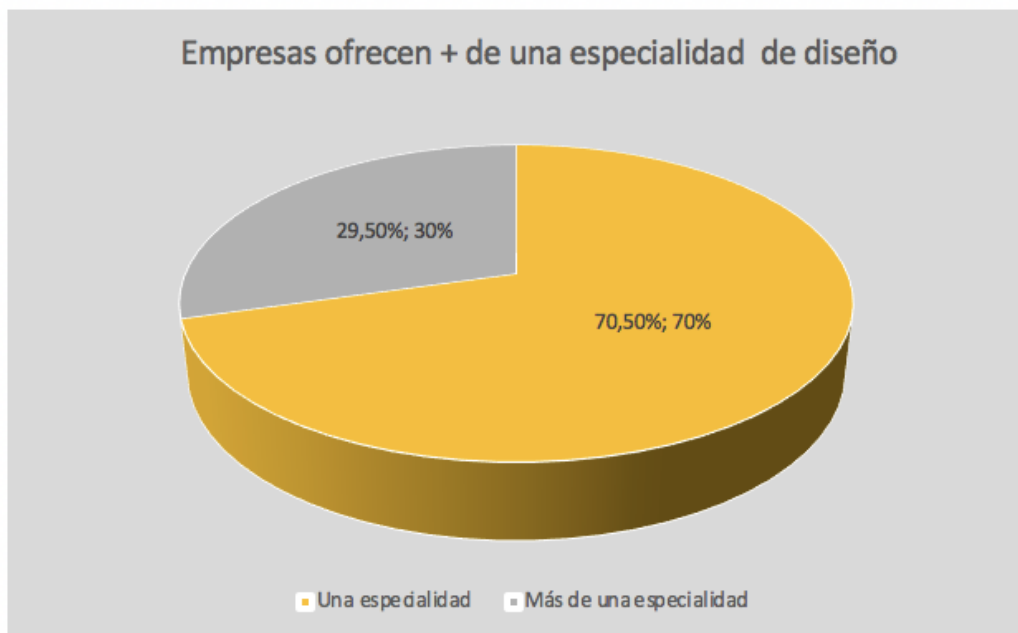
Además, según este informe, existe un sector concreto y reconocido para actividades de diseño especializado. Por ello también, la importancia que le da “Talent-IT” a todo tipo de áreas tanto genéricas como especializadas dentro del sector

del Arte y Diseño. Este sector económico es reconocido con el código CNAE 74.10 incluye la especialización dentro del sector del diseño en:

Moda textil, industrial, gráfico y de interiores. Aunque, es cierto, que hay muchos otros que todavía no incluye. Tales como: diseño y programación de páginas web, arquitectónico, ingeniería etc. Por esta misma razón, también es importante motivar a que crezcan. Actualmente existen 3.362 empresas activas registradas en el CNAE 74.10 como actividad principal. Estas facturan en principio 1.046 millones de euros y dan trabajo a 9.240 personas dentro de este sector. Según Datos de la Estadística Estructural de Empresas - Sector Servicios del INE las empresas del 74.10 a febrero de 2019 son 5.553. Por lo tanto, además de no ser muchas, estas han disminuido en los últimos años.

Ilustración 4: Empresas que ofrecen más de una especialidad de diseño.

Dos de cada tres empresas están especializadas en un único servicio de diseño.
Algo menos del 30% de las empresas del sector ofrecen más de un servicio especializado.



Procedente de: Informe Ecosistema del Diseño Español

Elaboración propia.

4. ANÁLISIS EXTERNO, INTERNO, ESTRATÉGICO:

4.1 Análisis externo e interno:

Después de haber analizado con detalle el modelo de negocio, así como la situación concreta del target al que nos dirigimos, el contexto de esa industria, la singularidad, relación producto/mercado y un poco de datos económicos de España en general y del sector del Arte y Diseño, tanto en general, como cualquier especialización derivada de este sector; Es cierto, que, para lanzar la plataforma, después de haber analizado esta parte, es necesario hacer un análisis tanto externo como interno, para tener en cuenta otros factores importantes para las líneas estratégicas y sus objetivos.

Además, antes de adentrarnos en el **análisis externo e interno** de “*Talent-IT*”, cabe mencionar, que el mercado en el que se va a realizar todo el análisis es un océano rojo. Como mencionamos al introducir el proyecto, es un mercado existente, no obstante, dentro de este “*Talent-IT*”, ha identificado una necesidad que no está aún cubierta. Lanzando así, algo diferente a lo ya existente.

Esto quiere decir, en otras palabras, que el mercado en el que se adentra este negocio es, como explica Esan Graduate School of Business (Perú): “*Es un lugar donde existe un mercado definido, con competidores definidos y una forma estandarizada de dirigir un negocio, sin importar cuál sea la industria.* (BBVA: Océano rojo y océano azul: ¿en qué se diferencian estas estrategias empresariales?).”)

Como la misma cita explica, el mercado en el que se adentra “*Talent-IT*”, es uno ya definido, ya existente. Esto es, ya que, el sector de la moda, del arte o diseño ya existe desde hace bastante, como también se ha podido analizar anteriormente en el contexto.

Por lo tanto, no es un mercado nuevo o inexistente. Ahora bien, es cierto, que, la definición de Océano Rojo también dice, que en este tipo de mercados existen unos competidores definidos. En este caso, la industria y mercado en sí, sí que es un

mercado conocido, ya existente como mencionado anteriormente, pero en el caso de los competidores, esto no está tan claro.

Aunque luego se explicará con más detenimiento, sobre todo en el análisis de la competencia, habiendo analizado el mercado detalladamente, los servicios y carácter diferencial de cada uno de ellos hemos podido llegar a la conclusión, de que, no existe una plataforma exactamente igual que “*Talent-IT*”. Según el *research* que se ha llevado a cabo, no existe una plataforma que trabaje exactamente en la misma industria que esta plataforma digital o más bien, que ofrezca algo parecido a lo que ofrece esta plataforma. No obstante, sí que es cierto, que se han detectado algunas empresas o plataformas que habría que tener en cuenta para el análisis de competencia. Puede que no sean competidores como tal, pero podrían llegar a serlo. Esto es, debido a que, alguno de los servicios que ofrecen son muy parecidos a los de “*Talent-IT*”.

Martí & Casillas (2014) describe en el libro “Cómo hacer un plan de empresa, guía práctica para su puesta en marcha”: *“El propósito de esta etapa es el detallado análisis del entorno en el que se desenvuelve la empresa, tanto en el futuro próximo para cada mercado en el que la empresa está o quiere estar presente.”*

Lo que se quiere conseguir con este análisis es, principalmente, poder identificar qué factores pueden estar presentes en el entorno de la empresa y cuales de esos pueden intervenir o influenciar la actividad que quiere llevar a cabo “*Talent-IT*”. Situación del mercado, competencia, escenario próximo etc.

Este análisis se puede realizar desde lo más general hasta profundizar en lo más detallado y concreto posible. Aunque anteriormente ya se han mencionado algunos datos más genéricos para tener en cuenta, tales como: la tasa de paro en el sector (EPA), el PIB, o el número de licenciados en cada una de las áreas de interés para esta plataforma (diseño de moda, gráfico, bellas artes etc.) entre otras.

Después de haber estudiado todo esto con detenimiento, procedemos a analizar algunos factores más sobre el entorno. Concretamente: Político, Económico, Social y Tecnológico.

Al fin y al cabo, cada uno de estos factores pueden influir y condicionar el desarrollo del negocio y su mercado. Pueden constituir tanto una amenaza, como también una oportunidad, dependiendo. Por ello, también es importante estudiarlos. Este análisis lo llevaremos a cabo con herramientas como el **PEST**, la situación del sector (mercado, clientes, competidores etc.).

4.1.1 PEST:

Comenzamos con el **PEST**, como bien dicen sus propias siglas, esto aborda factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos; que son los primeros factores que vamos a analizar para tener una visión general que pueda afectar a nuestro negocio.

Primeramente, si estudiamos el factor **político**:

Aquí debemos tener en cuenta la situación nacional e internacional. Aunque, es cierto, que en nuestro caso nos centraremos más en la parte nacional. Ya que, primero hay que probar, que esta sea buena y asegurarnos que los factores que existan en el entorno no sean un impedimento para la actividad del negocio. Concretamente en las Comunidades de: Madrid, Andalucía, Cataluña y Valencia, primeramente. Si su lanzamiento fuera satisfactorio, entonces sí que tendríamos la idea de internacionalizarnos a países como:

Inglaterra, Italia o Alemania. Como se comenta en el apartado de “*Contexto general, datos económicos España. Paro en el sector del Arte y Diseño*” dentro del Modelo de Negocio de “*Talent-IT*”. Aunque se han comentado bastantes factores importantes en este apartado del modelo de negocio, también cabe destacar lo siguiente:

Rango Internacional:

En el rango *internacional*, el contexto político ha variado mucho a lo largo de la historia. Sobre todo, en los últimos años, la estabilidad y seguridad de todo el sistema internacional dependía en gran parte de dos potencias mundiales en esos tiempos. Estados Unidos y

Rusia, concretamente la Unión Soviética (URSS). Por esto, surgieron instituciones como la OTAN (Organización del Tratado del Atlántico Norte), el Comecom (Consejo de Ayuda Económica Mutua) o los acuerdos de Bretton Woods. Aunque estos últimos no resultasen tan satisfactorios al final. Todo esto, además del derrumbe de la URSS hizo que desapareciesen las disputas entre diferentes ideologías. Generando así, cierta paz y mejora del contexto internacional. Consecuentemente, se consiguió dar pie a un mundo mucho más globalizado, en el que los negocios internacionales ya eran algo incluso necesario para el desarrollo de la situación internacional. Por ello, esto es un gran factor para cualquier tipo de negocio, que tenga interés en internacionalizarse; como el propio “*Talent-IT*”. Por ello, esto es un factor que influye en nuestro entorno político, facilitando la expansión del negocio.

En la parte nacional:

Como mencionado anteriormente, la pandemia provocada por el Covid-19, ha influido fuertemente en el sector político, al igual que en otros como el económico que veremos más adelante. El 14 de marzo de 2020, el presidente del gobierno de España, Pedro Sánchez, decretó el Estado de Alarma a través del Decreto 463/2020, aplicando diferentes medidas y restricciones. Muchos comercios tuvieron que cerrar por esto, al no haber prácticamente actividad económica, muchos negocios no pudieron llevar la situación y esto provocó muchos cierres al igual que una tasa alta de paro y ERTE. Por lo tanto, este factor no fue muy positivo para la actividad política, económica además de muchos otros sectores como comenta Elena Lazarou, Servicio de Estudios para los diputados, en el Informe Servicio de Estudios para del

Parlamento Europeo: *“La crisis provocada por la COVID-19 tiene repercusiones económicas, sociales, políticas y geopolíticas que inevitablemente afectarán a aspectos clave de la política exterior de la UE.”*

A parte de esto, el factor político es un factor cambiante, y la incertidumbre de este puede influir negativamente en este sector del Arte y Diseño. Esto puede ser, ya que, la incertidumbre puede influir negativamente en las actividades del negocio por cambios o

restricciones estructurales que se puedan implantar. Estos cambios pueden ser beneficiosos o perjudiciales, pero la incertidumbre e inquietud, seguro que no ayuda a este mercado del arte en ningún aspecto.

En los últimos años, por ejemplo; numerosos países han sufrido de inestabilidad e inquietud política. Ejemplos: la crisis provocada por el Covid-19, la pandemia mundial, algo que por supuesto ha afectado a este mercado como a muchos otros; tanto en lo nacional como internacional. Por otro lado, Brexit, la guerra comercial EE.UU. y China.

Esto se ha visto reflejado en un empeoramiento de las tres grandes potencias en 2019. Ya se previó en 2017 que la incertidumbre política es el mayor riesgo para el mercado mundial del arte contemporáneo en 2017 según las encuestas de ese año del Informe anual de ArtTactic (ArtTactic, 2017).

Si hablamos de **términos económicos**, podemos decir, que este es un factor que siempre ha estado muy relacionado con el arte. Como mencionado antes, si existe incertidumbre e inestabilidad se ve inmediatamente reflejado en este. Por el contrario, si existe crecimiento económico y estabilidad en seguida se recupera. Por ello, esto puede ser una ventaja o desventaja, dependiendo del contexto económico en el que se encuentre. Además, desde el 2000, la correlación del PIB mundial es de un 75% o más.

A parte de esto, con la crisis del Covid, lógicamente España al igual que la mayoría de los países en todo el mundo se han visto influidos por una crisis económica debido a la pandemia.

No obstante, sí que es cierto, que toda pinta a que después de todo se conseguirá llegar a un buen final. Como el propio Vicente Vives explica en su artículo: “España va a estar a la cabeza de la recuperación económica en Europa. La OCDE ha sido el último organismo internacional en presentar sus previsiones con una mejora de las expectativas de crecimiento. El PIB de España avanzará un 5,7% en 2021, solo superado por Francia en la zona euro, y un 4,8% en 2022, liderando el rebote.” (España y su poderosa recuperación económica: un espejismo en medio del desierto).

En el gráfico adjuntado más adelante, podemos ver, que, se prevé un crecimiento del PIB, tanto de España como del resto de países europeos.

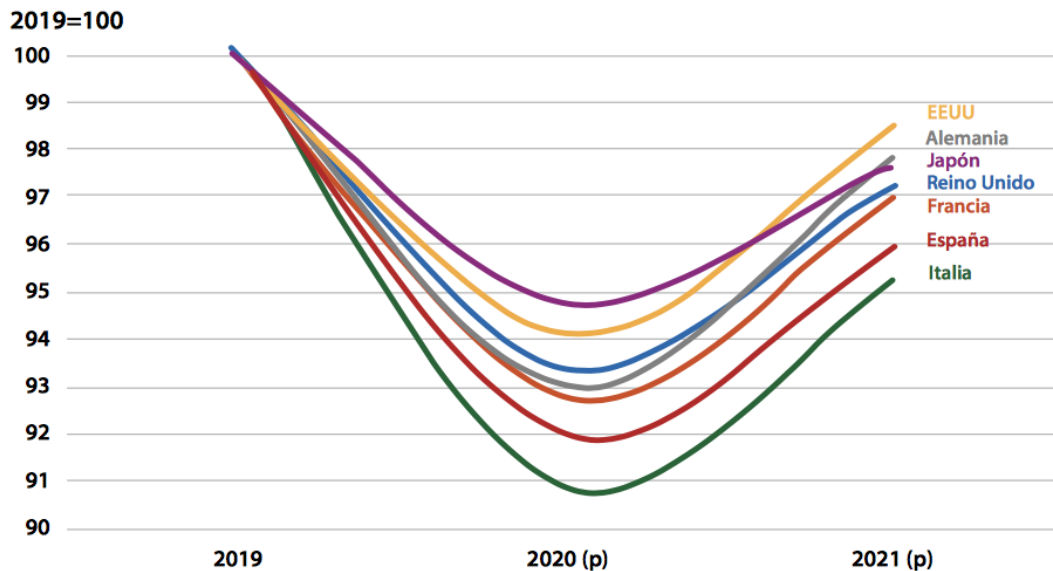
Así que, esto dentro de lo que cabe va a venir muy bien para la creación de un nuevo negocio, sobre todo uno como el de esta plataforma digital.

Además, según lo que muestra el gráfico del Fondo Monetario Internacional, este crecimiento del Producto Interior Bruto no será solamente para el ámbito nacional (España), sino también afectará al contexto internacional (Alemania, Italia, Japón, Reino Unido, EE. UU etc.). También se comenta en el artículo del Fondo Monetario Internacional (España y la crisis del coronavirus), que, para conseguir obtener este crecimiento y resurgimiento de la economía, habría que conseguir grandes cantidades de inyección de capital para financiar, tanto deuda pública española sobre el PIB, como el desajuste que se puede dar entre ingresos y gastos públicos. Además de la vulnerabilidad, pobreza o paro de muchas familias y ciudadanos, provocada por esta crisis.

Como ya se ha explicado más detenidamente en el apartado del *Modelo de Negocio* (Contexto general, datos económicos España. Paro en el sector del Arte y Diseño.), analizado datos más al detalle como: el paro de este sector o el análisis del PIB, concretamente de España y del sector como tal; se ha observado que después de los últimos años y de una drástica caída del PIB hasta 12, se generó un incremento de hasta un 6,7. Por lo tanto, según los datos se puede afirmar que existe y existirá una mejora de este indicador. Indicador importante para identificar una mejora de la economía.

Ilustración 5: Evolución del PIB (2019-2021)

Figura 9. Evolución del PIB (2019-2021)



Fuente: Fondo Monetario Internacional

Procedente de: Fondo Monetario Internacional

Si seguimos analizando el entorno, concretamente los **factores tecnológicos** que puedan influir en la actividad del negocio de “*Talent-IT*”, podemos observar lo siguiente:

Estas tratan las innovaciones tecnológicas que se desarrollan en la sociedad, su evolución, así como las nuevas necesidades que surgen a través de la evolución tecnológica que se genera en el mundo.

Lo primero, es cierto, que el mundo está cada vez más digitalizado y que la tecnología y el internet cobran cada vez más importancia en nuestras vidas. La forma de operar de muchos sectores, empresas ha cambiado y todos nos hemos tenido que adaptar a estos nuevos cambios. Esto es algo que ha ido evolucionando y seguirá en permanente cambio. Todo esto ha surgido por una sencilla razón, para mejorar el día a día de todos y cada uno de los individuos de esta sociedad, para facilitar su vida y

obtener una buena calidad de vida, evolucionando y adaptándose a las nuevas necesidades que surjan.

Pero como todo, esto tiene sus puntos positivos y negativos. El internet y la digitalización ha generado mucha dependencia, por ello, se podría decir, que la tecnología tiene dos caras de una moneda puede mejorar la calidad de vida de las personas, pero si no se utiliza de una manera consecuente, puede empeorarla.

Por otro lado, aunque los avances tecnológicos sean costosos con todos estos avances que están surgiendo, es importante que la economía e industrias se adapten a estos grandes y rápidos cambios. Por ello, han cambiado muchos procesos, formas de trabajar o comercio virtual dentro de cada uno de los sectores y empresas. Por ejemplo, cabe destacar el marketing digital. Independientemente del tipo de negocio, esto es algo necesario y que por supuesto, ha evolucionado bastante a lo largo de los últimos años. Esto ha hecho que muchos nuevos modelos de negocio tengan que adaptarse ofreciendo así contenido digital y cambiando su modelo de negocio actual. En los últimos años, este tipo de marketing, digital ha evolucionado causando un impacto muy favorable en muchas empresas. Debido, a que esta nueva era de digitalización y revolución tecnológica ha hecho que estas empresas tengan que utilizar nuevas herramientas y adaptar su estrategia empresarial a esta nueva etapa.

Aunque luego se verá con más profundidad en el plan de marketing, este es un factor tecnológico importante para tener en cuenta en el entorno e influencia del sector y más en el de un modelo de negocio que consiste, sobre todo, en una plataforma digital.

Algunas ventajas: la visibilidad de marca, ya que, en estos tiempos si una empresa no está en internet, se considera como si no. existiera. Esto ocurre debido a que, cada vez más personas están habituadas a utilizar como primer recurso para buscar o comprar cualquier producto, el Internet. Otra ventaja podría ser el bajo costo, las estrategias de empresa son de un costo mucho más bajo que la mayoría de las estrategias; y, por otro lado, es un canal con gran alcance. Con él se puede lograr

un gran impacto en el alcance y estrategia de posicionamiento de la empresa en el mercado.

Todo esto ayuda e influye en el desarrollo de la marca y por ello es un factor importante para considerar.

Por último, si analizamos los factores sociales que afectan al entorno y actividad de “*Talent-IT*”, podemos decir lo siguiente:

Es cierto, que un sector como es el del arte y diseño, se ve muy influenciado, por las tendencias o “modas”; además del contexto económico, que como mencionado anteriormente es algo que está muy correlacionado con esta industria. Por otro lado, un factor social que está muy relacionado con esta industria y sobre todo con la necesidad que cubre “*Talent-IT*”, es el paro y la formación de artistas emergentes. Este indicador, como explicado con detalle en el “Modelo de Negocio” es importante. La tasa de paro ha crecido hasta 17 en 2020, según la (EPA) tasa de paro. Por ello mismo, es tan importante poder cubrir esa necesidad y más aún si es un *target* de *leads* o futuros clientes, que no solo tienen talento, sino también la formación adecuada para poder tener un gran futuro profesional. Por ello, “*Talent-IT*” les brindará la oportunidad para ello.

4.1.2 Análisis de la competencia:

Antes de adentrarnos en el Análisis interno y estratégico de la empresa. Se va a estudiar el análisis de posibles competidores o empresas que pudiesen influir de alguna manera en el desarrollo del negocio.

Como mencionado anteriormente, a pesar de que el mercado en el que se adentra este negocio es un Océano Rojo, no pensamos que exista ninguna plataforma que ofrezca exactamente lo que ofrece “*Talent-IT*”. No obstante, si que existen empresas (páginas web, plataformas digitales u otras aplicaciones que ofrecen servicios parecidos o que, por lo menos trabajan en el mismo sector.

Un análisis de la competencia se estudia con el objetivo de realizar un *research*, lo más amplio posible par intentar prever cambios que puedan afectar a la situación competitiva del mercado en esta industria.

Tras una investigación de mercado, con ayuda de artículos, libros, noticias o entrevistas realizadas a distintas personas relacionadas con el sector, nos hemos dado cuenta de lo siguiente:

Se detectan algunos portales con características similares como: Crehana, Domestika, Talent.com, Ello, Singulart, Artstation, LinkedIn o Redes Sociales (Instagram).

Es cierto, que la mayoría de estos portales o plataformas digitales son portales que ofrecen algún servicio de los que ofrece “*Talent-IT*”; ya sea relacionado con ofertas de trabajo para artistas o formación (cursos de algo más específico o genérico, más largos, cortos etc.), pero no hay ninguna plataforma que involucre formación y ofertas de trabajo en un solo portal. No existe ninguna en el mercado que ofrezca oportunidades interesantes para este *target* (artistas, ilustradores, pintores, diseñadores etc.) por ambos lados. Que aúne cada una de las necesidades existentes en este sector.

Como mencionado en la “Descripción de la empresa (relación/singularidad)”. Al final y al cabo, “*Talent-IT*”, es una plataforma que.

Primero, unifica todos estos servicios que se pueden encontrar en cualquiera de estas plataformas; haciéndoselo más fácil a los clientes (artistas emergentes) y segundo, garantiza que se satisfaga una necesidad, que en la actualidad no está correctamente cubierta. Adaptándose así, a cada una de las necesidades específicas de cada uno de estos artistas o diseñadores, logrando conseguirles una buena oportunidad o contacto indicado para poder labrar un buen futuro profesional en aquello que realmente les interesa.

Si se explica un poco más al detalle cada una de estas plataformas o páginas web; lo que ofrecen y la diferencia que tienen respecto a “*Talent-IT*”, podemos analizar que estas se podrían dividir en **tres grandes segmentos o tipos de empresas**:

Las que están centradas únicamente en el lanzamiento de **ofertas de empleo** tales como:

Talent.com o LinkedIn. Cada una de estas se centra únicamente en lanzar las ofertas de trabajo que se encuentren actualmente en el mercado y que sean interesantes para nuestro *target*. En las que, podemos en contacto a empresa con cliente. Además, son plataformas que no van dirigidas a una industria o sector en concreto, ya que dentro de sus plataformas puedes encontrar ofertas de empleo desde agentes financieros o de real estate hasta empresas que buscan diseñadores gráficos o de moda.

Por lo tanto, es cierto, que uno de los servicios que ofrecen es similar al de “*Talent-IT*”. No obstante, “*Talent-IT*” se centra en un sector mucho más concreto, ya que, además

intenta poder satisfacer necesidades mucho más concretas y personalizadas posibles. Que eso es lo que más falta hace, y sobre todo en este tipo de sectores, donde es complicado de por si, encontrar una buena oportunidad. Por lo tanto, es cierto que son plataformas que se podrían considerar competencia, no obstante, si nuestros clientes potenciales acudieran a esa plataforma, se darían cuenta, que las probabilidades de encontrar una buena oferta en su Industria y ámbito concreto es mucho más difícil, que si recurrieran a “*Talent-IT*”.

Por otro lado, el segundo “tipo”, sería como una especie de **híbrido entre los dos sectores: formación y ofertas**. Estos serían algunos como: Ello, Singulart o cualquier tipo de Red Social, como Instagram o incluso Facebook. Estos son una especie de foros, para discutir sobre temas artísticos o plataformas en las que pueden publicar sus obras, buscar algún tipo de colaboraciones o incluso venderlas por este

tipo de plataformas. Aquí no se lanzan ofertas de trabajo en sí, pero sí que es posible obtener algún tipo de colaboración, trabajo temporal, o incluso trabajo más a largo plazo. Pero son más bien foros que ponen en contacto a todo tipo de gente interesada en el sector.

En cuanto al tercer y último “tipo”, serían, aquellas plataformas, que se centran solamente en **formación**. Estas son alguna como: Crehana o Domestika.

Estas dos plataformas son muy parecidas entre sí, las dos ofrecen cursos en categorías similares. Tales como: Ilustración, Marketing y Negocios, Fotografía y Vídeo, Diseño, Animación etc.

Es cierto, que cualquiera de las dos ofrece cursos que se adecúan bastante a las necesidades de cada uno ya que van de lo más genérico a lo más concreto. Lo que más les diferencia es la forma de pago o el tipo de negocio. En Domestika se paga por curso. Es decir, pagas individualmente por el curso que más interés te genere. En cambio, en Crehana, es un tipo de negocio *Freemium*, en el que los clientes acceden a la página de forma gratuita (*Freemium*) más adelante pagarán una suscripción con un precio fijo mensual, con el que podrán acceder a los servicios *Premium* siempre que quieran.

4.2 Análisis estratégico:

4.2.1 Canvas:

A parte de analizar el entorno externo e interno, así como analizar los posibles competidores. Es de gran importancia, el establecer un buen Plan Estratégico para llevar también toda la investigación a nuestro negocio. Para ello, vamos a apoyarnos en un modelo propuesto por: Alexander Osterwalder y Yves Pigneur, el modelo

Canvas.

Este modelo numera muy bien los puntos clave que crean valor en la empresa y aporta un mayor valor a la solución del negocio, concibiendo este con una lógica y

coherencia muy estructurada. Esta basado en la gestión de cada uno de los proyectos como unidades de negocio.

Pero, la importancia de este análisis es debido a que, nos permite saber exactamente hacia dónde queremos ir y a poner los límites a los que queremos llegar con nuestra empresa. Si no tenemos esto claro, es posible que a largo plazo nos confundamos y los proyectos no vayan como hemos planificado. Al no planificar y contemplar bien, con detenimiento las actividades clave del negocio, el modelo de negocio o tu estructura de costes y otros aspectos comerciales, puede hacer que tu empresa se pueda “perder” a lo largo del camino. Ya que, es probable, que, si no se utiliza este modelo, se improvise, y eso en un negocio es uno de los peores errores que uno puede cometer en la toma de decisiones. Por ello, **CANVAS** ayuda a orientarnos en cada una de estas decisiones y a considerar adecuadamente las opciones factibles y ayudarnos a ir en la dirección correcta.

Los puntos que considerar serían:

- 1. Recursos clave**
- 2. Actividades clave**
- 3. Alianzas clave**
- 4. Propuesta de valor**
- 5. Relación con el cliente**
- 6. Canales**
- 7. Segmento de mercado**
- 8. Fuente de Ingresos**
- 9. Estructura de costes**

Lo primero, nos centraremos en los factores clave de “Talent-IT”. **Las actividades, recursos y asociaciones o alianzas clave.**

En cuanto a los socios o asociaciones clave, son aquellos agentes o alianzas que se construyen, que puedan ayudarnos dentro de la actividad del negocio. Tales como: proveedores, canales de distribución o algún tipo de acuerdo con gobiernos,

empresas complementarias o incluso cámaras. A estos también se les puede llamar *partners*.

En el caso de nuestra plataforma, nuestros principales *partners*, se podrían clasificar en cuatro tipos principales: nuestros **proveedores**, toda **empresa que colabore con nosotros en la publicidad o anuncios**, **fundaciones** o empresas **colaboradoras** y, por último, los **gobiernos que nos proveen subvenciones**.

Los **proveedores**, en nuestro caso, serían cualquier empresa que le fuese de interés publicar sus ofertas de empleo y/o formación en nuestra plataforma, en cualquier ámbito relacionado con el que se ofrece en “*Talent-IT*”, dentro del sector del Arte y Diseño.

En el caso, **empresa que colabore con nosotros**, en una de nuestras principales fuentes de ingresos; serían tales como: escuelas de diseño gráfico, de moda o de arte, así como, museos o eventos que sean representativos de esta industria o marcas con renombre y que, por supuesto, estén relacionadas con este sector.

El tercer grupo de *partners* o proveedores, son las **fundaciones o empresas colaboradoras**. En nuestro caso, serían alguna como: La Fundación Mapfre, Santander o la Caixa. Fundaciones que nos proporcionarían algún tipo de donación o simplemente colaboran con nosotros.

Por otro lado, nuestra última pero no menos importante alianza clave, serían aquellos gobiernos que nos proporcionan subvenciones, principalmente los primeros tres años. Subvenciones o ayudas tales como: Créditos sociales, fondos estructurales o algún tipo de deducción en I+D+i.

Después de esto, destacamos las **actividades clave** de “*Talent-IT*”. Ofrecer buenas oportunidades, ofertas de trabajo, así como formación a través de la plataforma con ayuda de nuestros proveedores (empresas), atención al cliente, lo más personalizada posible, a los intereses de nuestros clientes (artistas emergentes). Otras

actividades clave serían tales como: el mantenimiento de la plataforma digital, las posibles mejoras en esta y la continua actualización a las necesidades existentes.

En cuanto a los **recursos clave** de “*Talent-IT*”, estos serían principalmente, nuestra plataforma digital, y todo el equipo de IT o mantenimiento de esta, ya que, es importante, que nunca falte el soporte y mantenimiento necesario para este recurso. Por otro lado, también contamos con el capital humano, otro recurso de gran importancia en la empresa. Aquí contamos con un equipo de Finanzas, Jurídico, Recursos Humanos, Marketing y Contabilidad y Gestoría.

El recurso principal de este negocio, la plataforma digital, que pone en la que ponemos en contacto a empresa con cliente (artista emergente), esta muy relacionada con la **propuesta de valor** que queremos ofrecer con los servicios que se muestran a través de esta vía digital. Opinamos, que es de gran importancia y necesario, ofrecerles estas oportunidades a las personas con gran interés en labrar un buen futuro profesional en aquello que no solo les gusta, sino en lo que además tienen formación y talento; así como eliminar este perjuicio de no poder construir un buen futuro en esta industria y consecuentemente hacer crecer este sector en la sociedad actual.

Además, creemos que el valor de esta plataforma es también, debido a que hemos identificado todavía una necesidad en esta industria, dentro del mercado actual, por ello, la importancia de crear este producto, que aúne todos los servicios, tanto, cursos o formación, así como ofertas de trabajo, ya que no existe una plataforma igual en esta industria, en el mercado actual y creemos que es necesaria.

Por otro lado, si comentamos la **relación con el cliente**, esta, al igual que los **canales**, van muy de la mano con la captación de clientes, estrategias de captación y suscripción, teniendo en cuenta los *buyer persona* o segmentos de interés a los que nos dirigimos. Aunque, todo esto ya se explicará más adelante, en Marketing y en el desarrollo su plan digital, lo importante en este punto (relación con el cliente), es poder ofrecer el tipo de relaciones que el cliente espera, para conseguir, sobre todo, clientes fieles. Además, si pensamos en un paso más allá, esto, consecuentemente

influirá en la reputación y recomendaciones de la propia plataforma “*Talent-IT*”. Esta debe crearse generando valor para a quien nos estamos dirigiendo.

En cuanto al segundo punto relacionado con la relación con el cliente; los **canales**, en nuestro negocio podemos decir lo siguiente:

En este apartado involucramos a los canales, tanto de distribución, como comunicación. Estos tratan de como llega la propuesta a los clientes, como prestamos nuestro servicio y difundimos nuestra propuesta de valor. Aunque, esto se explicará, como mencionado en la parte de Marketing Digital, por lo general, el objetivo será conseguir realizar una estrategia digital que funcione a través de patrocinios de diversas formas; redes sociales, colaboraciones, anuncios o incluso algún canal exterior como el correo electrónico o el “boca a boca”, entre personas de esos mismo sector.

Por otro lado, al ser una plataforma digital o página web, es importante tener en cuenta su posicionamiento. Este se da, principalmente por dos técnicas: SEO (*Search Engine Optimization*) y SEM (*Search Engine Marketinrg*), por lo tanto, para que se consiga distribuir y comunicar, hace falta herramientas que puedan optimizar y hacer más eficientes estas dos técnicas.

En cuanto a la **segmentación de los clientes**, como explicado detalladamente en el Modelo de negocio de “*Talent-IT*”, podemos decir, que nos centramos en todo artista emergente en la industria del Arte y Diseño; desde sectores más concretos (Ilustración, Diseño Gráfico) o más genéricos (Diseño de Moda o Bellas Artes), pero, sobre todo, nuestro *target* principal son aquellos artistas emergentes, que hayan o estén acabando alguna carrera relacionada con esta industria. Nos dirigimos a ellos, con el objetivo de ofrecerles ofertas de trabajo, así como una buena formación.

Pero, por otro lado, para ello, tendremos que contar con un gran número de empresas que nos ayuden a proveer esas ofertas.

Para finalizar, nos faltaría explicar los **costes de estructura**; así como las principales **fuentes de ingreso**. Aunque, esto se muestre de forma detallada en el Plan Financiero, podemos decir lo siguiente:

Nuestros principales **costes** son **fijos**, y provienen del salario de los empleados, el pago anual de nuestra oficina de coworking o del pago de nuestros principales recursos, necesarios para nuestra actividad, tales como: Equipos informáticos o el mantenimiento de nuestra web.

Por otro lado, nuestra principal **fuentes de ingresos** proviene, sobre todo, de tres principales grupos: de los anuncios, colaboraciones o publicidad en nuestra plataforma, de las colaboraciones de fundaciones y empresas que colaboren con “Talent-IT” y de las suscripciones de nuestros clientes a nuestra plataforma.

Tabla 7: CANVAS

ASOCIACIONES CLAVE 	ACTIVIDADES CLAVE 	PROPUESTA DE VALOR 	RELACIONES CON CLIENTES 	SEGMENTOS DE MERCADO 
- Proveedores - Empresas colaboradoras, anuncios, publicidad, - Fundaciones /empresas colaboradoras - Gobiernos (subvenciones)	- Oferta de oportunidades laborales - Formación - Actualización de las necesidades específicas	- Servicio vía plataforma digital - Aúna formación y ofertas laborales en una industria y sector específicos - Necesidad existente - No existe plataforma igual en el mercado	- Ofrecer relación que el cliente espera - Captar clientes fieles - Influencia en recomendaciones y reputación	- Buyer Persona- Artistas Emergentes industria Arte y Diseño. - Desde sectores más genéricos hasta más concretos - Hayan acabado o estén acabando alguna carrera relacionada con la industria
	RECURSOS CLAVE  - Plataforma digital - Equipo de IT - Mantenimiento y soporte de la plataforma - Capital humano		CANALES  - Canales distribución + comunicación - Redes Sociales, colaboraciones, anuncios - Canal exterior: Correo electrónico, boca a boca - SEO + SEM	
ESTRUCTURA DE COSTES  - Principales costes fijos: - Oficina coworking - Equipos informáticos - Mantenimiento de nuestra web		FUENTES DE INGRESOS  3 principales grupos: - Anuncios, colaboraciones, Publicidad - Suscripciones de nuestros clientes - Colaboraciones fundaciones o empresas colaboradoras		

Fuente y Evolución propia.

5. PLAN ECONÓMICO- FINANCIERO

Para determinar la viabilidad del proyecto desde la perspectiva económica (rentabilidad) y financiera nos adentramos a explicar desde ahora en adelante la planificación cuantitativa del negocio.

En esta se revierten un poco todos los planes anteriores, pero analizándolo ahora en términos monetarios. Esto se realiza por una sencilla razón; al final, toda empresa necesita ser rentable para poder sobrevivir y conseguir un desarrollo satisfactorio del negocio. No. sirve de nada tener buenos recursos o estrategia de mercado si luego no se puede sostener económica-financieramente.

Este plan consta de: tres escenarios: uno base, optimista y pesimista y cada uno de ellos contiene las siguientes cuentas:

Primeramente, dos hipótesis de la Cuenta de Resultados y del Balance respectivamente. Más adelante se encuentra la Cuenta de Resultados y el Balance, seguido del Flujo de Caja y una breve Valoración por Descuentos de Flujos de Caja.

A parte de esto, para explicar el análisis de este plan nos centraremos en el escenario base, del que parten los otros dos escenarios. Optimista y Pesimista.

Posteriormente el resto de los escenarios los tendremos en el anexo para que también puedan ser revisados.

Adentrándonos en el escenario” base”, que, como su propio término indica, es el que sirve un poco como plantilla para analizar y valorar los demás. Este está basado en lo siguiente:

Lo primero que se puede ver en el documento son las dos hipótesis (Cuenta de Resultados y Balance) aquí lo que nos encontramos es:

5.1 Hipótesis Cuenta de Resultados:

Adentrándonos en la Hipótesis de la **Cuenta de Resultados** podemos ver:

Primeramente, las cuantías provisionales de cada concepto por el que esperamos obtener nuestros principales ingresos. Por ello, lo que se cuantifica, antes de nada, son el número de estudiantes potenciales (artistas emergentes) o también lo que serían nuestros clientes potenciales (130.801). Y de esa cuantía apuntar los que sería una estimación de los clientes anuales de “*Talent-IT*”. Estos son unos (21.800). Es cierto, que esto es una mera estimación, ya que hemos cogido como referencia del número de estudiantes matriculados en grado, 1º y 2º ciclo, máster y doctorado del año 2017/2018 según el Instituto Nacional d Estadística (INE).

Es decir, esto es solamente una referencia más o menos lógica para poder partir de una base que tenga sentido en nuestro caso. Ahora bien, está claro, que estos datos son bastante genéricos al ser estos de los alumnos matriculados en “artes y humanidades”, un sector muy grande; dado que, “*Talent-IT*” “se centrará solamente en personas interesadas en labrar una buena carrera profesional en el sector del Arte y Diseño. Además, podrían ser alumnos, que hayan acabado su carrea recientemente, estén estudiando un máster o gente. Adulta con formación, pero en busca de una buena oportunidad.

Claro que, también, todo depende del número de suscriptores que obtengamos cada año en la plataforma digital, ya que esto es lo que realmente nos interesa. Esto es debido a que, gran parte de los ingresos de la plataforma se hacen en referencia al número de suscriptores. Al fin y al cabo, una gran fuente de ingresos, son las suscripciones en nuestra plataforma. Para calcular estas suscripciones, cada año tomamos de referencia los ingresos de suscripciones que pensamos obtener anuales “fijos” (calculada de la multiplicación de ingresos mensuales por 12 para poder hacerlo anual).

Para obtener todos y cada uno de estos ingresos de suscripciones, hemos multiplicado el número de suscriptores que hemos estimado anuales “fijos”, por el número de suscriptores que estimamos tener cada año

Por otro lado, el número de suscriptores que necesitamos para poder obtener ese calculo, lo obtendremos de la multiplicación del número de suscriptores en porcentaje, que pensamos obtener (ya que, este varía cada año y en cada escenario base, optimista o pesimista) y las visitas diarias que creemos poder obtener (7.000). Damos por hecho, que no todos los artistas emergentes o estudiantes en España se suscribirían en esta plataforma. Por esta misma razón, estimamos el porcentaje de incremento de suscripciones que puede haber en el escenario base de un (2,50%) en el Año 1, hasta un (13,00%) en el Año 5 en la tabla.

Otra gran fuente de **ingresos** para “*Talent-IT*” son los anuncios de las promociones y colaboraciones que se mostrarán en la plataforma. Para cuantificar estos con cierta exactitud los hemos dividido según el sector al que pertenezcan (de una forma un poco genérica, ya que habrá otros sectores más concretos dentro de cada uno). Posteriormente, los hemos calculado cogiendo de base lo que ingresaríamos por un anuncio unitario y multiplicándolo por el número de visitas.

A parte de estos, hemos pensado, que podríamos conseguir ciertas subvenciones gubernamentales o fundaciones y empresas colaboradores, que nos financien parte de los proyectos.

En total, estimamos conseguir un total de 172.700 € en el Año 1 y hasta 345.400 € en el Año 5. Considerando que todo esto es parte de un escenario base. Claro, que en el escenario optimista y pesimista esto cambiará dependiendo de las variables que se modifiquen en cada uno de ellos.

Tabla 8: Hipótesis Cuenta de Resultados (Escenario base).

HIPÓTESIS CUENTA RESULTADOS					
Nº de estudiantes potenciales	130.801				
Nº de estudiantes cada año	21.800				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Nº de suscriptores anuales (%)	2,50%	4,00%	6,00%	9,50%	13,00%
1. VISITAS		Referencia	Talent-IT		
1.1 Visitas diarias		15.000	7.000		12
1.2 Visitas mensuales					
2. INGRESOS MEDIOS					
2.1 Ingresos medios x anuncio		150	100		
2.2 Ingresos anuales x anuncio		1800	1200		

INGRESOS Cuantificaciones de conceptos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Anuncios					
A.-DISEÑO					
A1. Diseño Gráfico					
1.1. Nº Escuelas de diseño gráfico publicitadas BAU (Cataluña); ESNE (Madrid); ESDIR (La Rioja) etc.	1	2	6	8	10
1.2. Nº Eventos/Museos Premios Innovación y Diseño, exposiciones, ferias etc. (MDD)	2	2	3	4	4
1.3. Nº Programas Informáticos Ej: Programas de Adobe: IllustratorPhotoshop, InDesign	2	2	2	2	2
A2. Diseño Moda					
2.1. Nº Escuelas diseño de moda. ESNE (Madrid); IED Madrid Centro Superior de Diseño (Madrid)	2	3	5	6	6
2.2. Nº Eventos/ Ferias/ Congresos/ Exposiciones Fashion Week; Exposiciones Museo del Traje, etc.	2	3	3	4	4
2.3. Nº Programas Informáticos Ej: Programas de Adobe: IllustratorPhotoshop, InDesign	2	2	2	2	2
B.-ARTE					
3.1. Nº Escuelas de arte Escuela des Arts, etc.	2	2	4	5	5
3.2. Nº Eventos/ Ferias/ Congresos/ Exposiciones. ARCO, exposiciones temporales (Banksy, Prado) etc.	2	3	6	7	8
3.3. Nº Marcas de Material Artístico Staedler, Van Gogh, Winsor & Newton etc.	2	3	3	4	4
Subvenciones gubernamentales etc.	1	1	1	0	0
Fundaciones y empresas colaboradoras Fundación Mapfre, La Mutua, La Fundación Santander, Caixa etc.	1	1	1	1	1
Nº Suscriptores	175	280	420	665	910

Tabla 9: Hipótesis Cuenta de Resultados (Ingresos/Gastos).

Ingresos	Unit/anual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Anuncios						
A.-DISEÑO						
A1. Diseño Gráfico						
1.1. Escuela de diseño gráfico	1.800 €	1.800 €	3.600 €	10.800 €	14.400 €	18.000 €
1.2 Eventos/Museos	3.600 €	7.200 €	7.200 €	10.800 €	14.400 €	14.400 €
1.3 Programas Informáticos	1.800 €	3.600 €	3.600 €	3.600 €	3.600 €	3.600 €
A2. Diseño Moda						
2.1 Escuelas diseño de moda	1.800 €	3.600 €	5.400 €	9.000 €	10.800 €	10.800 €
2.2 Eventos/Ferias/Congresos/Exposiciones	4.800 €	9.600 €	14.400 €	14.400 €	19.200 €	19.200 €
2.3 Programas Informáticos	1.800 €	3.600 €	3.600 €	3.600 €	3.600 €	3.600 €
B.-ARTE						
3.1 Escuelas de arte	1.800 €	3.600 €	3.600 €	7.200 €	9.000 €	9.000 €
3.2. Eventos/Ferias/Congresos/Exposiciones	5.400 €	10.800 €	16.200 €	32.400 €	37.800 €	43.200 €
3.3 Marcas de Material Artístico	1.200 €	2.400 €	3.600 €	3.600 €	4.800 €	4.800 €
Total Ingresos por anuncios		46.200 €	61.200 €	95.400 €	117.600 €	126.600 €
Subvenciones gubernamentales	40.000 €	40.000 €	40.000 €	40.000 €	- €	- €
scales, fondos estructurales, deducciones en I+D+i,						
Fundaciones y empresas colaboradoras	55.000 €	55.000 €	55.000 €	55.000 €	55.000 €	55.000 €
Fundación Mapfre, La Mutua, La Fundación Santander, Caixa						
Suscripciones	180 €	31.500 €	50.400 €	75.600 €	119.700 €	163.800 €
*Al ser negocio Freemium primer año gratuito y más						
Total Ingresos		172.700 €	206.600 €	266.000 €	292.300 €	345.400 €

Gastos		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Quantificaciones de conceptos						
A- Equipos informáticos		4	0	0	1	1
B- Oficina (local de coworking)		1	1	1	1	1
C- Socios		2	2	2	2	2
D- Empleados IT		2	2	2	3	3
E- Mantenimientos web		1	1	1	1	1
F- Publicidad y Marketing		1	1	1	1	1
G-Contabilidad-Gestoría		1	1	1	1	1

Gastos	Unit/anual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
A- Oficina (local de coworking)	4.800 €	4.800 €	4.800 €	4.800 €	4.800 €	4.800 €
B- Empleados (socios)	40.000 €	80.000 €	80.000 €	80.000 €	80.000 €	80.000 €
C- Empleados IT	20.000 €	40.000 €	40.000 €	40.000 €	60.000 €	60.000 €
D- Mantenimientos web	300 €	300 €	300 €	300 €	300 €	300 €
E- Publicidad y Marketing	20.000 €	20.000 €	20.000 €	20.000 €	20.000 €	20.000 €
F-Contabilidad-Gestoría	500 €	500 €	500 €	500 €	500 €	500 €
Total Gastos		145.600 €	145.600 €	145.600 €	165.600 €	165.600 €

En cuanto a los **gastos** a los que tendría que recurrir este negocio; estimamos los siguientes:

- *Equipos Informáticos:* Entendemos que al tratarse de una plataforma digital esto va a ser un recurso necesario para poder trabajar en este negocio. Primeramente, se comprarán 4 y se irán incrementando si es necesario a lo largo de los años (Año 4 y 5) se incrementan una unidad estos dos últimos años, un equipo informático más, cada año.

- *Oficina (local de coworking):* Aquí hemos pensado, que sería mejor idea poder utilizar un espacio cuando sea necesario. Pero en nuestro caso, no vemos necesario el comprar uno o alquilarlo. Si no, utilizar un espacio de coworking para cuando sea necesario reunirnos o utilizarlo para cualquier proyecto. Según la investigación de mercado que se ha llevado a cabo, estos serían como unos 4.800 € fijos cada año.
- *Socio:* En cuanto a los principales socios o fundadores estos serían dos por ahora y su salario será, en principio, de 40.000 € cada uno. Por lo tanto, esto en las cuentas se transmite en 80.000 € cada año.
- *Empleados IT:* En principio no sería necesario contratar a más personal, ya que con los empleados de IT y los socios sería suficiente por ahora. Eso sí, una vez que el negocio vaya tomando forma y creciendo se ira incrementando su número, como sea necesario. Estimamos un salario de 20.000 € anuales por cada empleado.
- *Mantenimientos web:* Esto es de gran importancia, ya que al ser la plataforma digital el Core del negocio, esta debería estar siempre en perfecto estado para funcionar correctamente. Estimamos 300 € fijos anuales.
- *Publicidad y Marketing:* Esto también nos será un recurso clave para nuestro negocio. Darlo a conocer, sobre todo a través del Marketing Digital y hacerlo crecer de forma satisfactoria entre artistas emergentes. La estimación es de unos 20.000 € anuales. Aunque, por supuesto esto dependerá de las campañas que se lleven a cabo y del Media Plan que se quiera llevar a cabo.
- *Contabilidad gestora:* Esto también nos parece un concepto importante a tener en cuenta par controlarlo todo de forma detallada. Estimamos un gasto de 500€ anuales.

Tabla 10: Hipótesis Balance (Escenario base)

HIPOTESIS BALANCE					
Inversiones	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de constitución	3.000 €	- €	- €	- €	- €
Equipos informáticos	12.000 €	- €	- €	3.000 €	3.000 €
Total Inversiones	15.000 €	- €	- €	3.000 €	3.000 €

Amortización	5 años lineal				
Importe amortización anual inmovilizado material	2.400 €	2.400 €	2.400 €	3.000 €	3.600 €
Amortización acumulada inmovilizado material	2.400 €	4.800 €	7.200 €	10.200 €	13.800 €
Importe amortización anual gastos de constitución	600 €	600 €	600 €	600 €	600 €
Amortización acumulada de gastos de constitución	600 €	1.200 €	1.800 €	2.400 €	3.000 €

Circulante					
Días de cobro	30	30	30	30	30
Días de pago	30	30	30	30	30

coste financiación					
A largo plazo	6%	6%	6%	6%	6%

5.2 Hipótesis Balance de Situación:

En cuanto a la hipótesis del **Balance de Situación**, este se divide en las siguientes partidas:

Por un lado, las inversiones que se llevarán a cabo. Estas realmente no son muchas. Lo que supondrá más inversión, en el primer año serán: Los gastos de constitución 3.000 €, solamente el primer año.

Por otro lado, hemos estimado la inversión en los equipos informáticos, ya que como mencionado anteriormente, esto es un recurso importante par el negocio. Calculamos que esta puede ser de 12.000 € (Año 1) y si lo viésemos necesario se invertiría también en algún año concreto, por ejemplo, en el Año 4 y 5 (3000 €), si fuese necesario, como hemos calculado en el Excel. Consecuentemente, también será necesario calcular a amortización. Tanto la anual como la acumulada en los dos tipos de inversiones. Equipos informáticos y gastos de constitución del negocio. Más adelante también tenemos en cuenta los días de cobro y pago (30 días). Para que se incurra en ningún problema de caja. Al igual del coste de financiación que hemos determinado que será de un 6%.

Tabla 11: Cuentas definitivas (Cuenta de resultado, escenario base).

CUENTA DE RESULTADOS		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Total ingresos por anuncios		46.200 €	61.200 €	95.400 €	117.600 €	126.600 €
Subvenciones gubernamentales		40.000 €	40.000 €	40.000 €	0 €	0 €
Fundaciones y empresas colaboradoras		55.000 €	55.000 €	55.000 €	55.000 €	55.000 €
Suscripciones		31.500 €	50.400 €	75.600 €	119.700 €	163.800 €
Total Ingresos		172.700 €	206.600 €	266.000 €	292.300 €	345.400 €
A- Oficina (local de coworking)		4.800 €	4.800 €	4.800 €	4.800 €	4.800 €
B- Empleados (socios)		80.000 €	80.000 €	80.000 €	80.000 €	80.000 €
C- Empleados IT		40.000 €	40.000 €	40.000 €	60.000 €	60.000 €
D- Mantenimientos web		300 €	300 €	300 €	300 €	300 €
E- Publicidad y Marketing		20.000 €	20.000 €	20.000 €	20.000 €	20.000 €
F-Contabilidad-Gestoría		500 €	500 €	500 €	500 €	500 €
Total Gastos		145.600 €	145.600 €	145.600 €	165.600 €	165.600 €
EBITDA		27.100 €	61.000 €	120.400 €	126.700 €	179.800 €
amortizaciones		-3.000 €	-3.000 €	-3.000 €	-3.600 €	-4.200 €
provisiones		0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
EBIT		24.100 €	58.000 €	117.400 €	123.100 €	175.600 €
50.000 € Gastos financieros		-3.000 €	-3.180 €	-3.371 €	-3.573 €	-3.787 €
extraordinarios		0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
NET INCOME		21.100 €	54.820 €	114.029 €	119.527 €	171.813 €
0,3 impuesto sociedades (30%)		-6.330 €	-16.446 €	-34.209 €	-35.858 €	-51.544 €
NET INCOME AFTER TAXES		14.770 €	38.374 €	79.820 €	83.669 €	120.269 €
BALANCE		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de constitución		3.000 €	3.000 €	3.000 €	3.000 €	3.000 €
Amortización acumulada de constitución	-	600 €	1.200 €	1.800 €	2.400 €	3.000 €
Inmovilizado material		12.000 €	12.000 €	12.000 €	15.000 €	18.000 €
Amortización acumulada inmovilizado material	-	2.400 €	4.800 €	7.200 €	10.200 €	13.800 €
ACTIVO A LARGO PLAZO		12.000 €	9.000 €	6.000 €	5.400 €	4.200 €
Existencias	-	€	€	€	€	€
deudores		14.195 €	16.981 €	21.863 €	24.025 €	28.389 €
tesorería		63.680 €	105.447 €	186.756 €	272.437 €	393.328 €
ACTIVO CIRCULANTE		77.874 €	122.428 €	208.619 €	296.461 €	421.717 €
TOTAL ACTIVO		89.874 €	131.428 €	214.619 €	301.861 €	425.917 €
Fondos Propios		34.770 €	73.144 €	152.964 €	236.633 €	356.902 €
capital		20.000 €	20.000 €	20.000 €	20.000 €	20.000 €
Prima emisión		0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
Resultado de ejercicios anteriores		0 €	14.770 €	53.144 €	132.964 €	216.633 €
Pyg		14.770 €	38.374 €	79.820 €	83.669 €	120.269 €
deuda a Largo Plazo		53.000 €	56.180 €	59.551 €	63.124 €	66.911 €
PASIVO A LARGO PLAZO		87.770 €	129.324 €	212.515 €	299.757 €	423.813 €
Acreedores a corto plazo		2.104 €	2.104 €	2.104 €	2.104 €	2.104 €
PASIVO A CORTO PLAZO		2.104 €	2.104 €	2.104 €	2.104 €	2.104 €
TOTAL PASIVO		89.874 €	131.428 €	214.619 €	301.861 €	425.917 €
fondo maniobra		12.090 €	14.877 €	19.759 €	21.921 €	26.285 €
Inversión fondo maniobra			2.786 €	4.882 €	2.162 €	4.364 €

5.3 Cuentas definitivas, Cuentas Resultados y Balance, escenarios optimista y pesimista:

Si tenemos en cuenta, las dos principales **cuentas definitivas** de nuestro escenario base, podemos determinar que:

En la **Cuenta de Resultados** podemos analizar, que nuestros principales ingresos en los primeros tres años provienen de las colaboraciones con fundaciones y subvenciones gubernamentales, ya que nuestros ingresos por suscripciones no serán todavía lo suficientemente altas como para darnos un resultado positivo.

A partir del cuarto año, nuestras principales fuentes de ingresos serán de anuncios suscripciones. El peso de estas dos cuentas (anuncios y suscripciones) supondrán el 35% y 9% del total de los ingresos en los cinco años.

Si analizamos el **Balance**, podemos decir que lo siguiente:

Nuestro Activo a largo plazo no es muy significativo, gracias la estructura del negocio. Sin embargo, mientras, nuestro Activo Corriente se va incrementando gracias a la tesorería. Además, al no ser una empresa de producción las existencias en nuestro caso son 0.

Por lo que respecta a nuestro Pasivo nuestros recursos propios (74%) en comparación con los ajenos (26%) son mucho más significativos respecto al total del Pasivo a largo plazo. La deuda a largo plazo, esta constituida solamente por un préstamo de 50.000€.

Tabla 12: Cuentas definitivas (Cash Flow / Valoración Empresa, escenario base).

CASH FLOW	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
EBITDA	27.100 €	61.000 €	120.400 €	126.700 €	179.800 €
impuestos	-6.330 €	-16.446 €	-34.209 €	-35.858 €	-51.544 €
Cash flow operativo	20.770 €	44.554 €	86.191 €	90.842 €	128.256 €
capex	- 15.000 €	- €	- €	3.000 €	3.000 €
Inversión fondo maniobra	- 12.090 €	- 2.786 €	- 4.882 €	- 2.162 €	- 4.364 €
cash flow libre	- 6.320 €	41.768 €	81.309 €	85.680 €	120.892 €
gastos financieros	-3.000 €	-3.180 €	-3.371 €	-3.573 €	-3.787 €
Incremento deuda a L/P	53.000 €	3.180 €	3.371 €	3.573 €	3.787 €
aportación capital social	20.000 €	0 €	0 €	0 €	0 €
cash flow neto	63.680 €	41.768 €	81.309 €	85.680 €	120.892 €
cash flow acumulado	63.680 €	105.447 €	186.756 €	272.437 €	393.328 €
caja balance	63.680 €	105.447 €	186.756 €	272.437 €	393.328 €
decuadre	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €

VALORACION POR DESCUENTO DE FLUJOS DE CAJA	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
NOPAT (net operating profit after taxes)	17.770 €	41.554 €	83.191 €	87.242 €	124.056 €
amortizaciones	-3.000 €	-3.000 €	-3.000 €	-3.600 €	-4.200 €
operating cash-flow	14.770 €	38.554 €	80.191 €	83.642 €	119.856 €
capex	-15.000 €	0 €	0 €	-3.000 €	-3.000 €
Inversión en Fondo de maniobra	- 12.090 €	- 2.786 €	- 4.882 €	- 2.162 €	- 4.364 €
Flujo de caja operativo libre	-12.320 €	35.768 €	75.309 €	78.480 €	112.492 €

WACC (weighted average cost of capital)	9,45%
Enterprise value	660.561 €
deuda neta	53.000 €
Equity value	607.561 €
spread deuda	5%
coste deuda=(Rf+Spread)*(1-t)	Rf= rendimiento activo libre riesgo (Bono a 5 años) 5,00%
coste capital= Rf+B(Rm-Rf)	Rm=rendimiento mercado 8%
	B=Beta activo 1,2
coste capital	9%
coste deuda	10%
estructura apalancamiento	60%
peso capital	40%

El escenario “**optimista**”, pretende visualizar una situación en la que nos podremos dar cuenta de los beneficios que podemos llegar a alcanzar con mayores volúmenes de ventas o ingresos totales y para ello, modificamos algunas variables dentro de las respectivas cuentas, tales como: Incremento en ingresos, de gasto en marketing y publicidad y de número de suscriptores. Eso hace que los ingresos totales se incrementen y mejoren los resultados de la empresa.

En cambio, el siguiente escenario, el “**pesimista**”, pretende transmitir todo lo contrario, es decir, pretende reflejar una de las peores situaciones a la que nuestra empresa se podría enfrentar. Hemos conseguido reflejarla, modificando en este caso, variables como: la cuantía de subvenciones, el gasto en IT y decrementando el número de suscriptores. Esto hace que, consecuentemente, bajen los ingresos totales y empeoren significativamente los resultados de la empresa.

6. PLAN COMERCIAL Y MARKETING

En este apartado, procederemos a desarrollar el Plan de Marketing de “*Talent-IT*”. Este es un Plan indispensable para el buen desarrollo del negocio. Sobre todo, para este Plan de Negocio concretamente, en el que es necesaria una buena estrategia de marketing, para lograr lo siguiente:

En primer lugar, conseguir dar la imagen que “*Talent-IT*” quiere reflejar en esta industria, comunicar adecuadamente el mensaje e imagen de marca que quiere llevar a cabo, sobre todo a nuestro *target* concreto.

Por otro lado, poder conseguir los objetivos marcados en la estrategia del negocio y así, consecuentemente, poder medir los resultados de las acciones que se implementan en la empresa.

Al ser nuestro Plan de Empresa, un negocio digital, basado en una plataforma online, creemos que lo más importante es: el Marketing Digital, la estrategia de captación de clientes o suscriptores, y los canales que utilizaremos, teniendo siempre en cuenta a nuestro *buyer persona* o segmentos de interés explicados anteriormente.

Por ello, la estrategia de Marketing se basará en los siguientes puntos:

- Elementos de la marca (logo y funcionalidades dentro de la plataforma digital)
- Plan Digital, Canales y captación de clientes

6.1 Elementos de la marca:

6.1.1 Elementos de la marca: LOGO

Es de gran importancia tener en cuenta cada uno de los elementos de la marca a la hora de lanzar un nuevo negocio. Empezando por el logo y lo que este pretende transmitir a nuestro *buyer persona*. Es importante tener muy clara la estrategia y lenguaje que queremos utilizar para ello.

El nombre de la marca es “*Talent-IT*” y le acompaña el eslogan “Plataforma para artistas emergentes” y el logotipo adjuntado aquí mismo.

Con ello, queremos transmitir, que queremos conseguir brindarles a nuestros artistas emergentes, la mejor oportunidad para su futuro profesional. Aprovechar, su talento, sus conocimientos y formación en este sector y demostrarles, que pueden sí que se puede llegar a un buen futuro profesional en esta industria.



6.1.2 Elementos de la marca: Funcionalidades dentro de la plataforma:

Para poder conocer el producto, lo que es la plataforma en sí, más a fondo; a parte de desarrollar un plan de comunicación y marketing acorde con la estrategia que se quiere seguir; es bueno explicar un poco la distribución y funciones que se

encontrarán dentro de la plataforma. Concretamente, dentro de la *Landing Page* (página web, en la que los visitantes aterrizaran en esta con solo clicar en el enlace)

Si observamos las muestras de la página web de “*Talent-IT*”, aquí adjuntas podemos decir lo siguiente:

La página principal constará de cinco partes principales:

- (1.) La parte de Bienvenida y presentación:

En esta encontraremos un menú arriba a la derecha con las funciones o servicios principales de la plataforma.

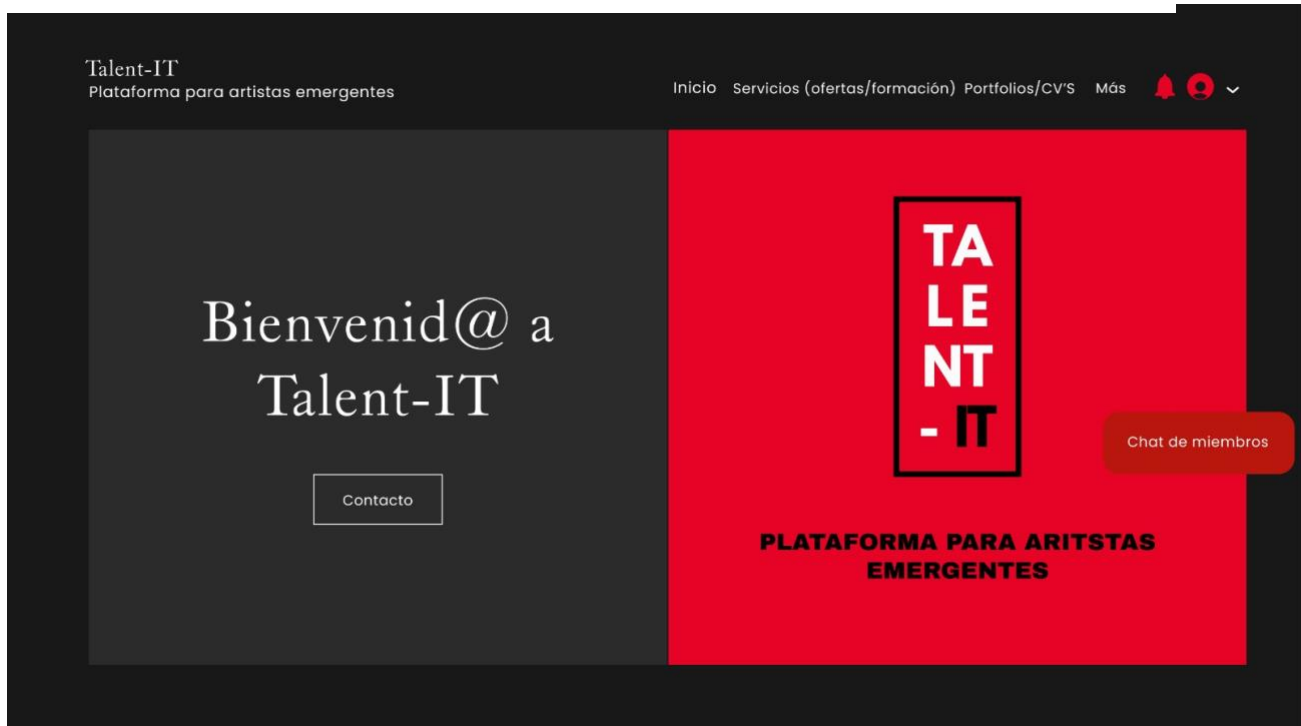
El inicio, que sería la parte equivalente a la página principal, aquí adjuntada.

Por otro lado, se encontrarán los servicios divididos en dos grupos principales: Ofertas de empleo y formación. Esta sección será la principal del “*Talent-IT*” y, por tanto, el Core del negocio. Además, esta dependerá de nuestros principales proveedores, que serían las empresas que estén dispuestas a colaborar con nosotros y que les parezca interesante anunciar los nuevos. Puestos vacantes por nuestra plataforma.

También podremos encontrar una sección, que puede ser de gran interés para los artistas emergentes (Portfolio/ CV). En esta, nuestros clientes o artistas podrán publicar su portfolio con sus principales obras, al igual que su Curriculum (CV), con el objetivo de que puedan contactar con la persona indicada en su área y les puedan abrir las puertas hacia una buena oportunidad laboral.

En la siguiente y última sección Más, en principio podremos encontrar, exposiciones online, eventos o noticias importantes para nuestros clientes.

Ilustración 6: Landing page (parte 1)

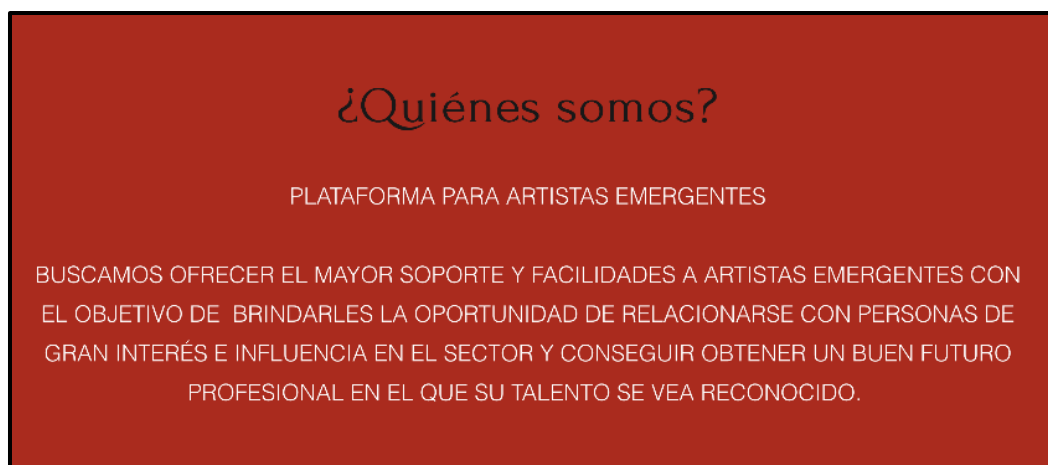


Fuente y elaboración propia.

- (2.) ¿Quiénes somos?

La segunda parte de nuestra página principal sería la de bienvenida, en la que explicamos con una breve descripción quienes somos exactamente, que es lo que ofrecemos y a quien.

Ilustración 7: Landing page (parte 2)



Fuente y elaboración propia.

- (3.) ¿Qué ofrece “Talent-IT”?

La tercera sección es la que hace referencia a los principales servicios que ofrece “*Talent-IT*”. A estos se podrán acceder en la sección de “ofertas/formación” mencionada anteriormente. Aquí hacemos especial hincapié a las necesidades de nuestros clientes, ya que esto para nosotros es lo primero. Se describen tres principales bloques:

- Ofertas de trabajo, adecuado para las necesidades e intereses de cada uno de nuestros clientes.
- Enseñar su talento, a través de: exposiciones online, o encontrando el contacto indicado a través de la nube, en la que pueden subir su portfolio o CV.
- Conseguir una buena oportunidad, consiguiendo relacionarse con el contacto indicado en el área que les sea de más interés.

Ilustración 8: Landing page (parte 3)

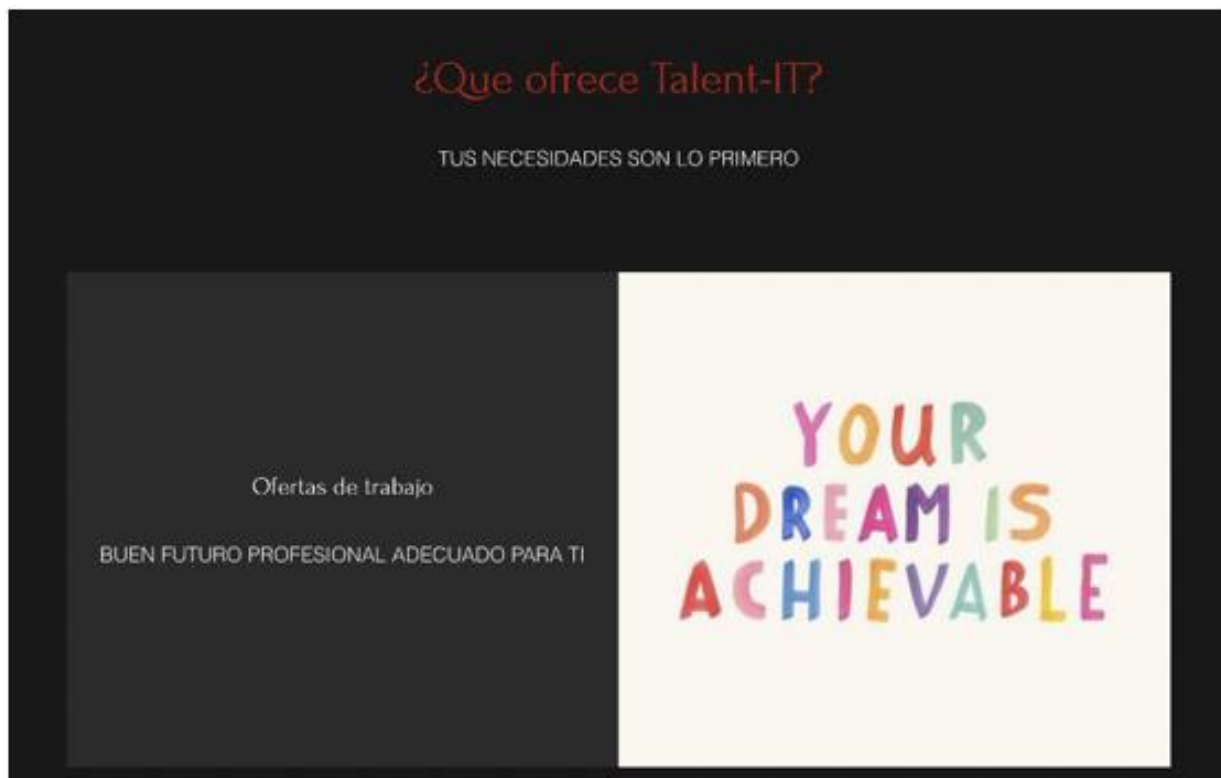
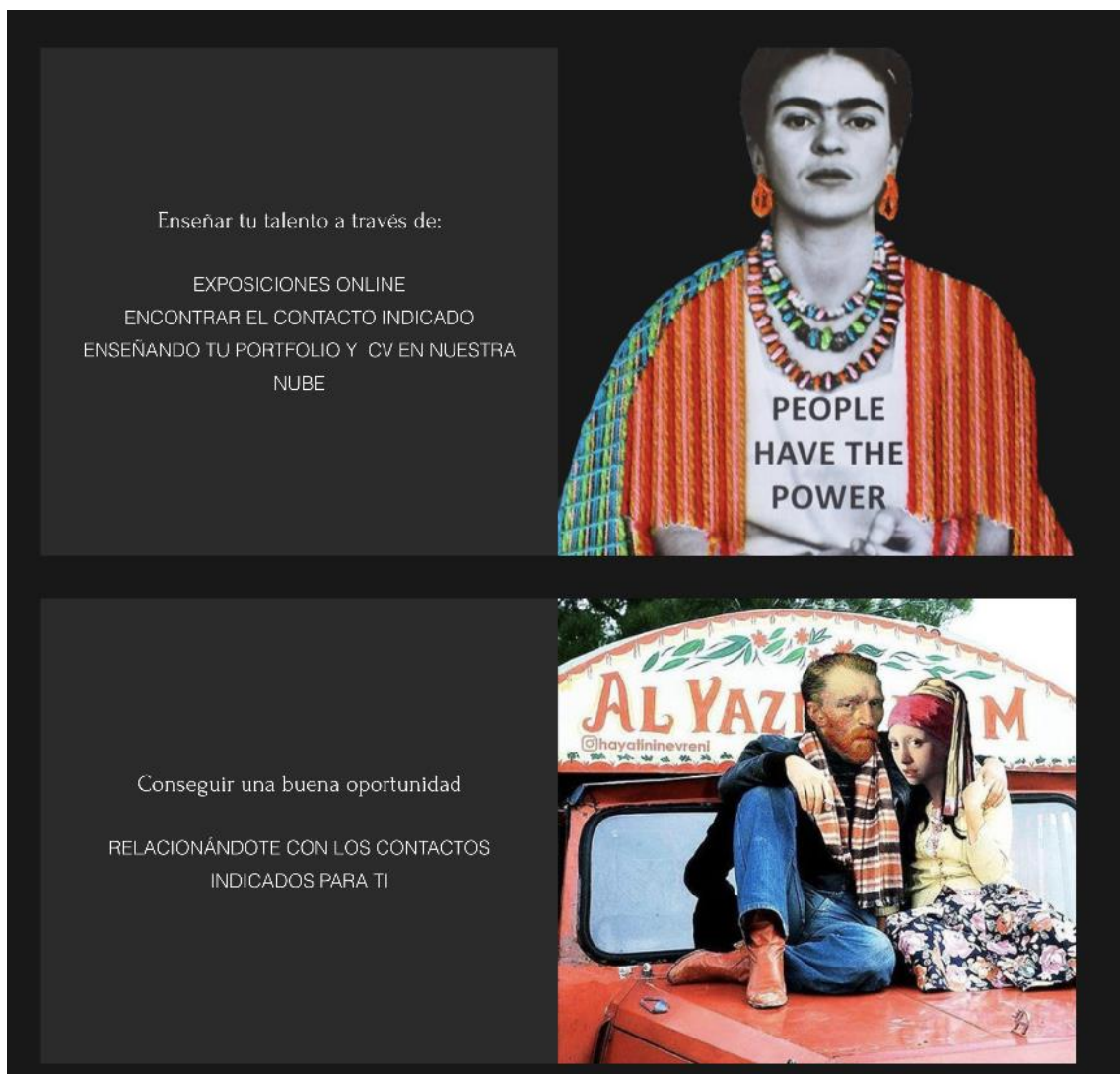


Ilustración 9: Landing page (parte 3)



Fuente y elaboración propia.

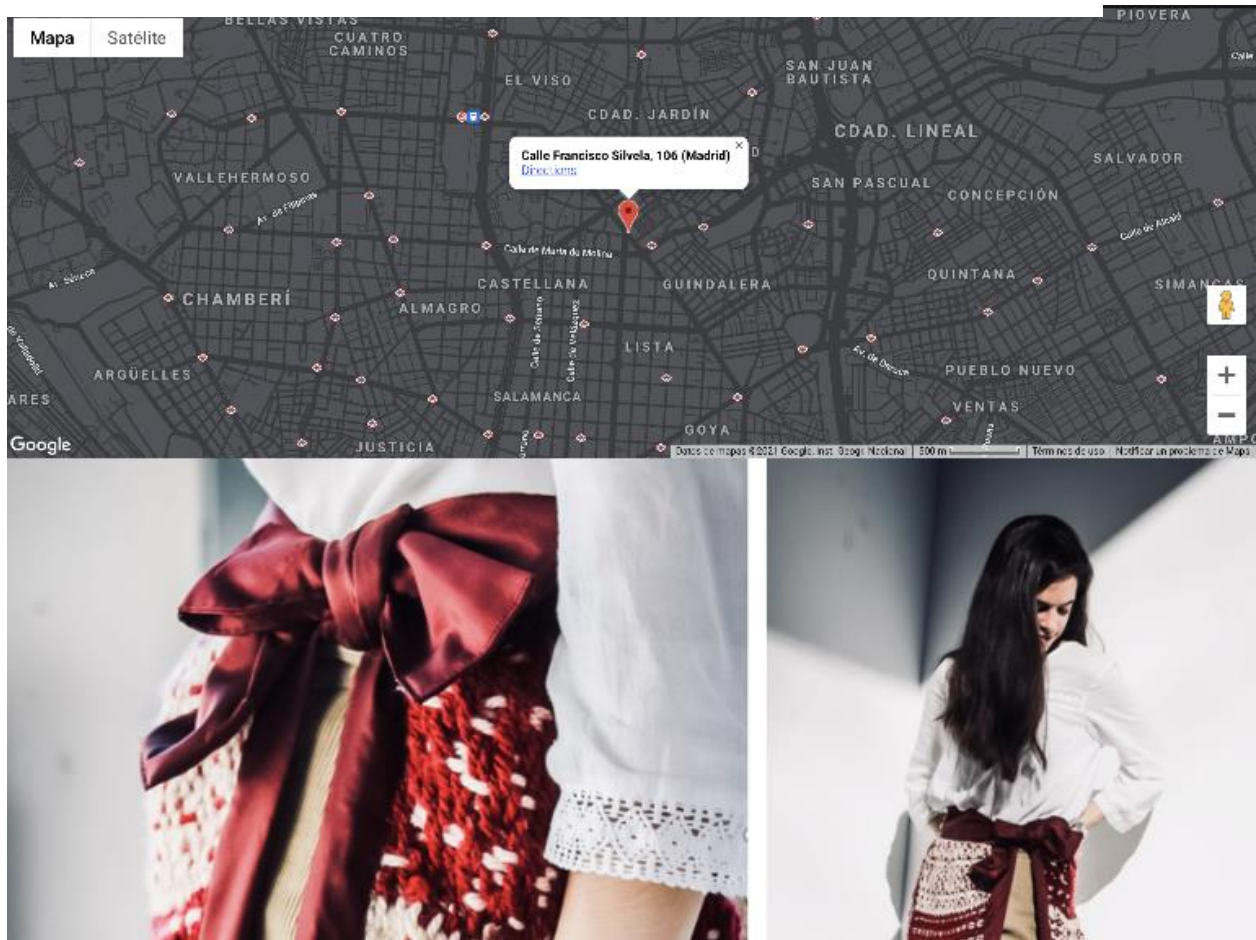
- (4.) y (5.) La cuarta y última parte de la plataforma (página principal):

Consta de un mapa donde se ubica nuestro local físico. Una oficina de coworking con la que contamos para poder unificar todas las actividades y por si fuese necesario acudir a algún lugar por información o cualquier otra cuestión.

En la última parte se muestra una cajita, con el objetivo de que nuestros clientes o cualquier persona interesada pueda contactar con nosotros para obtener información o preguntar sobre cualquier cuestión.

Debajo de esto mismo, se encuentra otro cuadro por donde se pueden suscribir nuestros clientes.

Ilustración 10: Landing page (parte 4)



Fuente y elaboración propia.

Ilustración 11: Landing page (parte 5).

Contáctanos

Locales Co-working; Calle Francisco Silvela, 106 (Madrid)

talentit@gmail.com

123-456-7890

Nombre *

Dirección

Email *

Teléfono

Asunto

Mensaje

¡Gracias por tu mensaje!

Enviar



Horario de servicio

VISÍTANOS

Lunes - Viernes: 9 a. m. - 6 p. m.
Sábado: 10 a. m. - 2 p. m.
Domingo: cerrado

Formulario de suscripción

Enviar

¡Gracias por tu mensaje!

f m in

Fuente y elaboración propia.

6.2 Plan Digital, Canales y captación de clientes:

Como mencionado anteriormente, es de vital importancia tener muy clara la estrategia de Marketing a seguir. Además, en este caso, la estrategia de Marketing Digital, en la que nos centraremos es, en explicar, sobre todo, la estrategia de captación de nuestros principales clientes, que son, nuestros suscriptores o artistas. Ya que, si logramos ganar una buena reputación, y cuota de mercado, consecuentemente, habrá muchas más empresas interesadas en colaborar con nosotros. Al fin y al cabo, nos tenemos que centrar en nuestras principales fuentes de ingresos que hacen que el negocio siga a flote no solamente en el corto plazo, sino también en el largo. Suscripciones de artistas emergentes y empresas colaboradoras, tanto para anuncios como para ofrecer empleo dentro de la plataforma.

Por ello, nos centraremos en la captación de nuestros clientes ya que, si esto se consigue de forma exitosa, las demás fuentes de ingresos incrementarán casi automáticamente.

Otras razones por las que es importante contar con un gran Plan de Comunicación en tu empresa es debido a que, esta estrategia o Plan que se decida realizar, es sobre todo, para poder informar a nuestro público objetivo o *buyer persona*, sobre nuestra plataforma, de tal manera que este, pueda incorporar la forma de comunicación, que canales se seleccionarán y los KPI's. (*Key Performance Indicator*) u objetivos SMART (específicos, medibles, alcanzables, realistas y temporalmente acotados), que ayudan a la empresa a evaluar y conseguir las acciones y estrategia lo mejor posible. Además de optimizar los procesos y conseguir ser eficientes en cada una de las decisiones de la estrategia a seguir.

El Marketing Digital, es una “mercadotecnia”, que utiliza todo tipo de nuevos canales y medios digitales con el objetivo de crear un producto lo más personalizado posible a lo que el cliente demanda. Además de intentar crear experiencias únicas para este. Este Marketing Digital que se lleve a cabo puede ser un punto diferencial, para una empresa online, hoy en día en un sector determinado.

6.2.1 Explicación 4P de la empresa:

Empezaremos definiendo, primeramente, las 4 P de nuestra empresa:

En nuestro caso, el **producto**, como explicado antes, una plataforma digital en la que se ofrecen, tanto ofertas de trabajo como formación, con el objetivo de cumplir una necesidad actualmente satisfecha en este sector e industria.

En cuanto al **precio**, como explicado también con anterioridad, ofreceremos un año de “prueba”, que será gratuito durante un año, más adelante se pagará una tasa fija para poder acceder a cada uno de los servicios que ofrece la plataforma. En un largo plazo, tenemos la idea de ofrecer una comisión, a nuestros principales *partners* o empresas colaboradoras que nos ayudan con la publicación de ofertas o anuncios en la plataforma.

El **punto de venta**, como explicado es online a través de la plataforma digital. Finalmente, la **promoción**, de nuestro servicio y plataforma será a través de canales externos u *offline* y canales digitales u *online*. Los detalles de esto, los explicaremos más adelante en el Plan Digital.

En cuanto a los objetivos SMART y el Plan Digital de “Talent-IT”, podemos desarrollar lo siguiente:

Primeramente, cabe destacar, que, este Plan o estrategia, va de la mano con la captación de nuestros principales clientes (artistas emergentes), nombrada anteriormente. Ya que, esta se realiza con el objetivo de conseguir la mayor captación de suscriptores y consecuentemente empresas colaboradoras posibles.

Nuestros objetivos SMART (Específicos, medibles, alcanzables, realistas y temporalmente acotados), los hemos seleccionado con el objetivo principal de aumentar el tráfico a nuestra plataforma o web mediante dos estrategias nombradas anteriormente. SEO y SEM, para poder seguir el mismo objetivo que seguirá nuestro Plan Digital, que es el de conseguir la mayor captación de *leads* posible.

6.2.2 Objetivos SMART:

Los objetivos SMART, que hemos establecido en “Talent -IT” por ahora son los siguientes:

1. Alcanzar un (1%- 2%) del *target*, suscriptores de nuestra plataforma, que estimamos (estudiantes (21.800) que se licencian cada año en este sector) en el primer año.
2. Incrementar el número de suscriptores, hasta un 5% en los próximos tres años, para poder expandirnos en un largo plazo al extranjero.
3. Lograr ofrecer 100 puestos de trabajo a través de nuestra plataforma el primer año.

Estos mismos son los que proponemos durante todo el proyecto, ya que son los que a corto plazo (desde el primer año al tercero como máximo) más nos interesan en el *business plan* de “*Talent-IT*”.

Una vez definidos los objetivos SMART, marcados en “*Talent-IT*”, procederemos a desarrollar el Plan Digital y estrategias definidas para la consecución de estos.

6.2.3 Plan Digital:

Utilizaremos dos tipos de canales: Canales exteriores (*offline*) y otros interiores (*online*) o unos más característicos del “*Inbound Marketing*”.

- Canales exteriores (offline):

En cuanto a los canales offline o exteriores: hemos decidido llevar una estrategia de captación a través de:

Carteles y folletos en universidades o escuelas de diseño, bellas artes o de ciclos de formación de algún sector concreto. Así como, en eventos reconocidos

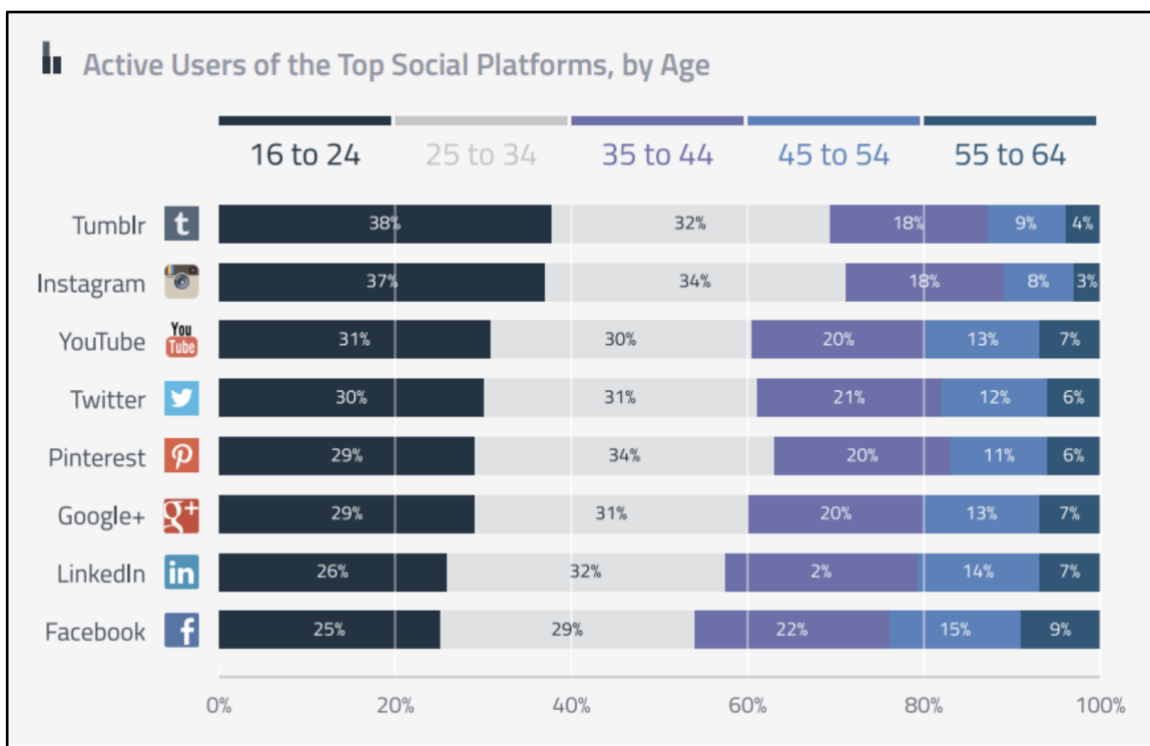
como la *Fashion Week* o *Art Decó*, donde nos podemos asegurar, de que encontraremos al target adecuado para captar *leads*. Por otro lado, más adelante se describen (KPI's), la forma de medición de estas acciones de Marketing que se llevarán a cabo. De todas formas, para asegurarnos del retorno de la inversión, cada cartel, folleto tendrá link directo a nuestra web, además de un código qr, que los interesados escanearan.

Por otro lado, como hemos oído numerosas veces, al ser un “mundo muy movido por contactos”, nos parece importante también poder diversificar y mover el nombre de “*Talent-IT*” lo máximo posible. Por ello, si a partir del quinto año nos viésemos con suficiente presupuesto, alquilaríamos una base de datos para enviar una red de e-mails masivos (Estrategia de e-mail Marketing) y un proveedor en el que podamos confiar para mayor lanzamiento de campañas. Además de calcular un Coste por Lead validado y seleccionado para “*Talent -IT*”; de todas formas, esto sería una idea a largo plazo.

- Canales interiores (online)-Inbound Marketing:

En cuanto al *Inbound Marketing*, esta estrategia, la formarán un conjunto de acciones más concretas o específicas. Tales como: Publicar 2 post diarios o instastories 3 veces por semana (vídeos de una duración máxima de 24 horas) mediante Redes Sociales que hemos seleccionado como: Instagram o Facebook.

Ilustración 12: Edad de usuarios en Redes Sociales.



Procedente y elaboración de: Mediaticlick; ¿Cuál es la edad de los usuarios de las redes sociales?

La ventaja de hacerlo a través de esta vía sería, debido a que, sabemos de antemano, que, un gran número de *leads* de nuestro *target*, (estudiantes jóvenes que estén terminando o hayan terminado hace no mucho sus estudios), se encuentran en estas redes sociales. Por lo tanto, nos aseguramos de que, podremos captar *leads* mediante este tipo de canal online. Además, si observamos, el gráfico podemos observar justamente, que más del 50% pertenece a un rango de edad en las principales Redes Sociales seleccionadas (Instagram, Tumblr y Facebook) de entre los 16 y 25 años. Además, si tenemos en cuenta la relación entre el impacto que esto genera y el coste, nos compensa indudablemente utilizar este canal.

Como explicado anteriormente, si logramos que este Plan se realice satisfactoriamente, conseguiremos, consecuentemente, más proveedores o empresas

interesadas en colaborar con nosotros y por lo tanto nuestra fuente de ingresos proveniente de anuncios en la plataforma o colaboraciones crecerá notablemente.

6.2.4 KPI's (Key Performance Indicator):

Los posibles KPI's para tener en cuenta, podrían ser, el número de suscriptores en nuestra plataforma, el número de ofertas de trabajo que ya se han seleccionado por cliente, el número de artistas que se inscribe en nuestra plataforma para contactarnos y obtener información, el tráfico y directo a nuestra web o plataforma o incluso la búsqueda de palabras o *keywords*, como "*Talent-IT*", el CRM (Customer Relationship Management) o MRR (ingresos recurrentes mensuales) o el número de visitas en la plataforma. Al fin y al cabo, esto es de gran ayuda para cuantificar y medir los resultados o impacto de estas acciones y estrategias de Marketing implementadas.

7. PLAN DE PERSONAL: RECURSOS HUMANOS

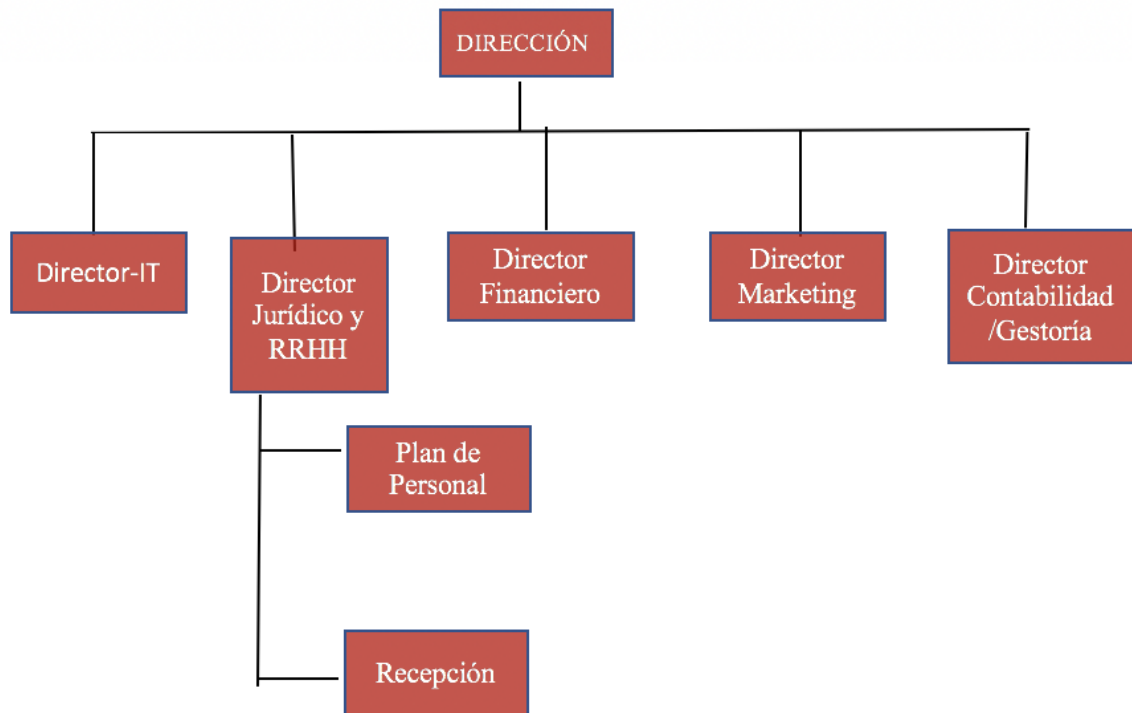
7.1 Organigrama empresa:

Para poder crear un *business plan* completo y exitoso, tenemos que considerar también el plan personal o de Recursos Humanos. Una empresa puede tener un buen plan de negocio y todos los recursos necesarios. Pero, si el Plan de Personal no está establecido, será complicado poder llegar a algo exitoso a largo plazo. Al fin y al cabo, las personas son un recurso indispensable en las compañías.

Como mencionado a lo largo del trabajo, en el caso de “*Talent-IT*”, la plantilla no será muy amplia, por lo menos al comienzo. Ya que el Core del negocio es la plataforma digital, nos centraremos en eso. Por ello, al principio el organigrama de “*Talent-IT*” contará con los socios y empleados de IT (irán incrementando según sea necesario). Más adelante, si todo fuera como esperado, se contrataría a más plantilla, sobre todo, para los departamentos de Marketing y Publicidad, Contabilidad o gestión y a largo plazo, un director financiero, uno comercial o de ventas y jurídico o de Recursos Humanos.

De tal forma, que, si todo se desarrollase como esperado, obtendríamos un organigrama de empresa como este adjuntado:

Ilustración 13: Organigrama Talent-IT.



Fuente y Elaboración propia.

7.2 Política retributiva/ descripción puestos:

A pesar de valorar una política de retribución variable al comienzo, se ha tomado la decisión de hacerlo mejor siguiendo una fija. Al final, la variable traía consigo inconvenientes, como: difícil de medir y establecer una serie de variables que se consideren objetivas, así mismo podría generar descontento dentro de la propia plantilla etc.; al fin y al cabo, la fija, en nuestro caso generaba más ventajas y principalmente, también menos inconvenientes.

Por otro lado, sí que, hemos pensado en medir de alguna forma los incentivos o logros de los empleados, para que estos se vean motivados y den lo mejor de sí mismos en el día a día para poder satisfacer las necesidades de nuestros clientes

Tras haber realizado el Plan Financiero y calculado la retribución de cada uno de los empleados, lo que considerábamos más necesario, sobre todo para el comienzo y lanzamiento de las Start-Up eran los siguientes:

Primeramente, los **socios y fundadores** de “Talent-IT”:

Estos consideramos que cobrarían 40.000 € netos anuales cada uno de ellos. Si fuese necesario y la empresa se desarrollaría con éxito, podrían añadirse más participantes o socios. Al ser una sociedad limitada se exige un mínimo de miembros de una persona, pero no existe un máximo. Por lo tanto, la posibilidad estaría abierta para los siguientes años.

En cuanto a los **empleados de IT**:

Hemos calculado 20.000 € netos para cada uno y previsto que los primeros 3 años, serían necesarios por lo menos dos empleados que estuviesen trabajando en este departamento. Sobre todo, porque la plataforma digital estuviese totalmente controlada y actualizada por nuestros empleados de IT. Como planificación provisional, hemos contado con tres empleados en el año 4 y 5, en vez de dos.

Por otro lado, nos faltarían: Los departamentos de: **Marketing, Financiero, Jurídico y Recursos Humanos, Contabilidad o gestión**, que podrían ser bastante necesarios, una vez que la empresa incremente sus ingresos, obtenga más cuota de mercado y crezca.

En el departamento de **Marketing** hemos planificado que la retribución sea: 35.000 € netos. Como mencionado antes, este departamento, es de gran importancia; y más aún para “*Talent-IT*”. El poder darnos a conocer de la forma adecuada y promocionarnos dando la imagen que exactamente queremos transmitir, lo conseguiremos, sobre todo, gracias a este departamento. Al igual, que la publicidad o colaboraciones, que pudiésemos obtener, son para esta plataforma una gran fuente de ingresos y, por lo tanto, importante en el negocio.

En cuanto al departamento de finanzas, pensamos, que, este, no es igual o menos importante que los demás. Si no, que pensamos, que al final, si o si, tienen que cuadrar las cuentas y tenemos que poder prevenir cualquier imprevisto económico y financiero

por ello, nos parece de vital importancia para un negocio. Estimamos esta retribución, en 35.000 € netos por empleado.

En cuanto al **Jurídico y Recursos Humanos**: Estos no nos parecen tan importantes dentro del negocio. No obstante, sí es cierto, que las personas que trabajen en “*Talent-IT2*”, deben de sentirse cómodas y contentas a la hora de trabajar. Además, así mismo, podrán satisfacer las necesidades de cada uno de nuestros clientes, de la mejor forma. La retribución que hemos estimado por cada uno, serán de unos 25.000 € netos

Contabilidad o gestión: En cuanto a este departamento, hemos pensado, que, de primeras, contrataríamos a una agencia externa de la empresa, en los casos puntuales en los que necesitaríamos que nos gestionen ciertos temas. En el caso de que fuese necesario tener a personal para llevarlo bien al día y controlado, contrataríamos a más empleados internos en nuestro negocio. En este caso cada uno de ellos cobraría 20.000 € netos.

8. VISIÓN DE FUTURO Y CONCLUSIONES

8.1 Visión de futuro:

Como mencionado en uno de nuestros objetivos SMART, si visualizamos el futuro de “*Talent-IT*”, el largo plazo del negocio, si todo fuera como esperado pensamos llevar a cabo una expansión e internacionalización de esta plataforma y así conseguir aumentar no solo nuestro *target*, sino también nuestra cuota de mercado en el ámbito internacional.

Primeramente, se llevará a cabo una expansión por diferentes comunidades autónomas dentro de España, es decir, una expansión dentro del ámbito meramente nacional. Por consiguiente, si todo fuese como planeado, realizaríamos una internacionalización a otros países de Europa; tales potencias, como los nombrados anteriormente en el Modelo de Negocio, Inglaterra, Italia o incluso Alemania. En las que, según nuestro *research* e investigación de mercado, creemos que habría más probabilidades de aumentar nuestros *leads*.

Esto, hará que “*Talent-IT*”, no solo su cuota de mercado, o número de suscriptores en la plataforma, sino también, su reputación, imagen de marca, hasta tal vez, conseguir posicionarse como el referente número uno, o herramienta a la que la mayoría de las personas de esta industria acudirían para encontrara buenas oportunidades para su futuro profesional.

A parte de la expansión tanto nacional, como internacional, se tendría en mente, ampliar la herramienta con más servicios, pero eso ya en un plazo de tiempo más largo. Ya que, primeramente, nos gustaría centrarnos en la plataforma actual, con pocos servicios, pero los más importantes para crecer en la industria, y diversificarnos en el mercado nacional e internacional. Por lo tanto, se podría decir, que está en los planes del proyecto, pero en un futuro más lejano.

8.2 Conclusión:

En conclusión, el objetivo principal del trabajo era:

Primeramente, realizar una investigación, lo más completa posible, para conocer, el sector en España y el público objetivo al que nos dirigimos con esta nueva idea de negocio. Para poder satisfacer una necesidad, que creemos, que está totalmente insatisfecha con los productos y servicios que se plantean en el mercado actual.

Además de analizar numerosas áreas de interés, necesarias para tenerlas en cuenta a la hora de crear la empresa y lanzar esta nueva plataforma “*Talent-IT*” al mercado para que tenga éxito. Y poder así, cumplir con los objetivos fijados durante este trabajo.

Realizar todo este proyecto, de principio a fin, ha requerido de un gran esfuerzo, información de muchas fuentes, lecturas, ha sido un camino no del todo fácil y corto, pero a la vez, muy fascinante, e interesante.

Desde mi punto de vista, el poder crear una empresa desde cero, para formar una idea de emprendimiento inventada por mi misma, en una industria que siempre, desde niña me ha gustado, me ha generado una gran pasión no solo por la industria en sí, sino también el emprendimiento y creación de empresa.

Independientemente, de los beneficios que pueda generar, o que en la vida real pueda llegar a ser algo realmente exitoso o no, sea rentable o no, el poder aplicar todos mis conocimientos aprendidos durante la carrera de Administración de Empresas en crear una empresa con una idea inventada por mi misma me parece algo fascinante.

Además, el poder crear una empresa que pueda aportar a la sociedad y además sirva de ayuda para que estos artistas puedan alcanzar un buen futuro profesional en aquello que les gusta me parece aún más interesante.

Por otro lado, además de los objetivos presentados a lo largo del trabajo, tales como: crear empleo mediante nuestra plataforma, ofrecer formación, o hacer que estos artistas encuentren el contacto indicado para crecer en su sector; la intención es que, "*Talent-IT*", pueda servir como un soporte de referencia en esta industria, que les pueda servir para cubrir sus necesidades actuales y con ello se pueda demostrar, que el perjuicio que existe de no poder llegar lejos en esta industria como profesionales, no es cierto. Por mi parte, espero que esta industria crezca cada vez más y que poco a poco se vea más reconocido el trabajar en este tipo de sectores, ya que, es un trabajo como cualquier otro, que requiere de esfuerzo, talento y conocimientos. Espero que esto se vaya percibiendo a lo largo de los próximos años y se valore como realmente merece. Aunque, en mi opinión, todo granito de arena aporta, y con esfuerzo todo se consigue.

9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ramos, J. M. M., Lapouge, T. C. V., & de Lapouge, T. C. V. (2014). *CÓMO HACER UN PLAN DE EMPRESA*. Alianza Editorial.

Coca, M. (2021, 11 enero). *Océano rojo y océano azul: ¿en qué se diferencian estas estrategias empresariales?* BBVA NOTICIAS.
<https://www.bbva.com/es/oceano-rojo-y-oceano-azul-en-que-se-diferencian-estas-estrategias-empresariales/>

IMPORTANCIA DEL DISEÑO ANTE LA SOCIEDAD. (2015, 17 septiembre). LinkedIn.
<https://www.linkedin.com/pulse/importancia-del-dise%C3%B1o-ante-la-sociedad-victor-adrian-bustos-lopez/?originalSubdomain=es>

La importancia del arte en nuestra sociedad. (2009, octubre).
https://archivos.csif.es/archivos/andalucia/ensenanza/revistas/csicsif/revista/pdf/Numero_23/MARIA_J_MORENO_1.pdf

Estatel, S. P. D. E. (2021). *Resumen datos estadísticos*. Servicio Público de Empleo Estatal. <https://www.sepe.es/HomeSepe/que-es-el-sepe/estadisticas/datos-avance/paro.html>

Educación y cultura. (2021). *España en cifras 2021*. Published.
España y la crisis del coronavirus: Una reflexión estratégica en contexto europeo e internacional. (2020).
<http://www.realinstitutoelcano.org/wps/wcm/connect/06547cd6-3756-4c9f-b5da-a444813dd3d0/Documento-Espana-y-la-crisis-del-coronavirus.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=06547cd6-3756-4c9f-b5da-a444813dd3d0>

Nieves, V. (2021, 13 marzo). *España y su poderosa recuperación económica: un espejismo en medio del desierto*. elEconomista.es.
<https://www.eleconomista.es/economia/noticias/11099679/03/21/Espana-y-su-poderosa-recuperacion-economica-un-espejismo-en-medio-del-desierto.html>

W. (2021). *Calle de Francisco Silvela, 106 - Espacio de coworking en Chamartín*. WeWork. <https://www.wework.com/es-ES/buildings/calle-de-francisco-silvela-106--madrid>

Statista. (2019, 3 junio). *Los grados universitarios preferidos en España*. Statista Infografías. <https://es.statista.com/grafico/18239/estudiantes-matriculados-en-estudios-grado-en-espana/>

Error. (2020). *Tasas de paro por distintos grupos de edad, sexo y comunidad autónoma*. <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=4247>

Desempleo de España Tasa de desempleo 2021. (2021). datosmacro.com. <https://datosmacro.expansion.com/paro/espana?sc=LAB->

Pinto, C. (2019, 29 octubre). *Bellas Artes está de moda*. Diario Sur. <https://www.diariosur.es/cronica-universitaria/bellas-artes-moda-20191029000720-ntvo.html>

A. (2018, 22 febrero). *Historia del diseño gráfico | Contexto, movimientos y sus artistas*. Buda Marketing. <https://budamarketing.es/historia-del-diseno-grafico/>

Medinilla, M. (2021, 4 marzo). *España sigue líder en paro juvenil en la Unión Europea con un 39,9% de menores de 25 años sin empleo*. elEconomista.es. <https://www.eleconomista.es/economia/noticias/11084744/03/21/Espana-sigue->

[lider-en-paro-juvenil-en-la-Union-Europea-con-un-399-de-menores-de-25-anos-sin-empleo.html](#)

Santin, L. (2020, 21 octubre). *¿Cuál es la edad de los usuarios de las redes sociales?* Agencia Marketing Online Barcelona. <https://www.mediaticlick.es/blog/cual-es-la-edad-de-los-usuarios-de-las-redes-sociales/>

Humanidades ¿Quiero estudiar Bellas Artes? (Cuadernos de Orientación N°41). (2020). <http://www.madrid.org/cs/Satellite?blobtable=MungoBlobs&blobcol=urldata&blobkey=id&blobheadervalue1=filename=41+bellas+artes.pdf&blobwhere=1119143144193&blobheadername1=Content-Disposition&ssbinary=true&blobheader=application/pdf>

Lisboa, R. (2021, 18 mayo). *¿Qué son los valores de una empresa y cuáles son los principales?* Rock Content - ES. <https://rockcontent.com/es/blog/valores-de-una-empresa>.

10. ANEXOS

10.1 Anexo entrevistas

A continuación, encontramos adjuntas tres entrevistas realizadas a diferentes perfiles; según carrera, edades e interés en diferentes sectores relacionados con el arte y diseño.

Primera entrevista se ha realizado a una joven estudiante (20 años) de tercer año de carrera de Diseño Gráfico.

Segunda y tercera entrevista realizada a actual estudiante (20 años) de Ciclo de Formación de Grado Superior de Ilustración.

ENTREVISTAS:

Entrevista 1

Madrid, 20 Marzo, 2021

Bárbara del Pino, artista emergente (20 años) Actual estudiante de Diseño Gráfico.

1. Según tu opinión, ¿Cómo crees que está la industria del arte/diseño en España actualmente?

- Según mi opinión, la industria del diseño y más concretamente, en mi caso el diseño gráfico está bastante dejada de lado y aunque cada vez se está innovando más en el sector, como, por ejemplo, lanzando numerosas herramientas que facilitan el trabajo. Esto no es del todo beneficioso para esta industria y, sobre todo, para estudiantes que tienen pensado dedicarse a ello en un futuro. Al final, muchas empresas o compañías grandes prefieren utilizar este tipo de herramientas, en vez de tener un departamento solamente dedicado a esto o tener que contratar a nuevos empleados y pagarles un sueldo, cuando ya hay herramientas que realizan un diseño predeterminado mucho más rápido. No quieren invertir tanto en ello.
- En consecuencia, esto hace que se vea infravalorado este trabajo. Aunque sea un proyecto pequeño que puede que no requiera gran coste, muchas veces acuden a este tipo de herramientas antes que contratar a alguien nuevo, aunque sea temporalmente.
- Un ejemplo actual muy criticado, es el que sucedió con la Real Federación Española de Fútbol

EJEMPLO: Logo de la Real Federación Española de Fútbol, que se vio tan criticada. “La ley del mínimo esfuerzo”: burlas y memes por el nuevo logo de la Real Federación Española de Fútbol (adjuntada la noticia).

Fue criticada, justamente por eso. Una empresa con tanto renombre como la Real Federación Española de Fútbol, no se esforzó lo más mínimo por el nuevo logo de su compañía. Tan solo utilizó un diseño predeterminado sin acudir a ningún experto (Diseñador Gráfico) en esa área.

<https://www.lavanguardia.com/cribeo/viral/20210323/6604600/ley-minimo-esfuerzo-burlas-memes-nuevo-logo-real-federacion-espanola-futbol.html> |

2. ¿Consideras que se te proporcionan suficientes facilidades en este sector, para poder crecer y desarrollar tu talento profesionalmente?

- Ahora que todo está digitalizado, es más fácil el acceso para crecer. Es más sencillo que antes. No obstante, sí que es verdad que, tal vez, es más sencillo encontrar más facilidades en el extranjero que en España.

3. ¿Consideras que tienes el acceso suficiente a las áreas dentro de tu industria que más interés te genera, crees que actualmente, es sencillo poder formarte/ desarrollar tu talento dentro de un área de diseño o artes en concreto?

- En el caso de Diseño Gráfico, es bastante complicado. Existen cursillos de Internet; como Doméstica, Creana, pero son más de crecimiento personal y no de un área tan concreta como lo que necesito en mi caso.
- Por otro lado, sí que es verdad que las Redes Sociales ayudan mucho a crecer, en mi caso tengo un pequeño negocio para vender ilustraciones y las Redes Sociales son de gran ayuda en esto.

- Si hablamos sobre la búsqueda de trabajo, encontrar trabajo es difícil, debido también a la competencia. En Diseño Gráfico, por ejemplo, competimos mucho con el área de Publicidad (en la parte de logos, branding etc.) o en la parte de Ilustración con Bellas Artes, por ejemplo.
 - En el caso de encontrar prácticas; si que hay ofertas, pero es complicado encontrar estudios diseños como tal, en España aún más. Puede ser que cualquier tipo de empresa, por ejemplo: un Hospital; que necesite que le diseñen una señalítica o carteles los contraten por un tiempo, pero no un estudio de Diseño como tal.
- 4. ¿Cuáles crees que son o serán los mayores retos para ti en esta industria?**
- Primero, en la mayoría de las empresas no existe una sección de diseño gráfico como tal. Además de que tampoco hay estudios de diseño gráfico como tal o empresas que solo se dediquen a esto.
- 5. Me da la sensación, de que no hay tanta oferta como debería.**
- Claro que también, todo esto está muy alineado con la afición o metas que tiene cada uno. Si quieres ser el jefe de Diseño Gráfico de una gran multinacional, pues es muy complicado y más en este sector.
- 6. ¿En qué herramientas te apoyas hoy en día, para desarrollar tu carrera profesional? ¿Por qué?**
- Para mis estudios como tal, en el grado de Diseño Gráfico: utilizo el paquete de Adobe (Photoshop, Illustrator, InDesign etc.)
 - En el caso de mi búsqueda de prácticas; he utilizado, sobre todo: LinkedIn, Talent.com, Doméstica (te creas tu perfil y muchas te remiten a LinkedIn directamente).
- 7. ¿Qué echas en falta en tu vida como estudiante de diseño actualmente, en el mercado y en el entorno artístico o de diseño?**
- En mi caso, exposiciones. Existen numerosas exposiciones del ámbito del arte, o de historia del arte, también en el caso de Diseño de Moda, El Museo del Traje, o para Diseño de Interiores el Museo de Artes Decorativas, pero para Diseño Gráfico no.
- 8. ¿Para ti que, sería satisfactorio conseguir una vez acabada tu carrera de graduada en diseño?**
- Encontrar un trabajo que sea acorde a mis metas y en el que se me valore.
- 9. Relacionado con esta pregunta, ¿Que definirías como éxito a nivel de diseñadora o artista?**
- Ser una diseñadora gráfica reconocida por su trabajo en este sector
- 10. ¿Te parece complicado conseguir en esta industria relaciones con personas en este sector que te aporten y que hagan lo mismo que tú? y ¿Enterarte de oportunidades nuevas que surjan en lo que a ti te interesa?**
- Me parece bastante complicado encontrar a alguien que sea de mi mismo ámbito y que además me pueda aportar.

11. Según tu opinión; ¿sientes que hay mucho talento desperdiciado, solo porque no han conseguido encontrar las oportunidades que necesitaban para potenciarlo?

- Sí, muchísimo.

12. ¿Crees que es un mundo muy movido por contactos?

- Sí, además mucho se hace a través del boca a boca, tanto si es para trabajar en una empresa o de manera freelance (encargos ilustraciones).

13. ¿Crees que se necesita más formación en esta industria, o que vendría bien?

- Nunca viene mal, siempre aprender. Además, ahora mismo existen cada vez más, nuevas tecnologías y la aparición de nuevas aplicaciones o programas, los cuales muchas veces requieren de nuevos conocimientos.

14. Para ti, ¿qué es lo importante en esta industria?, ¿Cuándo consideras que has cumplido tu meta u objetivo?

- Cuando a través de mi trabajo, consigo comunicar y transmitir, lo que quiera o se me pida, ya que uno de los objetivos principales del diseño, es saber comunicar e informar. También que llegue a ser reconocida. Ahí consideraré, que además de conseguir comunicar lo que quería, que es en parte el objetivo, se me ha valorado el trabajo.

Entrevista 2

Madrid, 23 Marzo, 2021

Rocío Conches, (20 años) actual estudiante de Ilustración.

1. Según tu opinión, ¿Cómo crees que está la industria del arte/diseño en España actualmente?

- La industria del arte en mi caso, esta mal. Sobre todo, si lo comparas con la situación en otros países. El mercado artístico está mucho más desarrollado en otros países como en Francia, sobre todo para encontrar trabajo.

2. ¿Consideras que se te proporcionan suficientes facilidades en este sector, para poder crecer y desarrollar tu talento profesionalmente?

- Si tienes claro lo que te interesa y como llegar a ello, sí que existen facilidades suficientes para llegar a ello. Si sabes buscarlo hay opciones para hacerlo. Por ejemplo, si tienes claro qué quieres especializarte en el sector de la ilustración, existen suficientes opciones para poder labrar un futuro profesional. Esto se da también en España, por supuesto que en la capital o ciudades importantes como Barcelona sé que hay más pero tampoco es que haya escasez, es más el saber buscarlas.

3. ¿Consideras que tienes el acceso suficiente a las áreas dentro de tu industria que más interés te genera, crees que actualmente, es sencillo poder formarte/ desarrollar tu talento dentro de un área de diseño o artes en concreto?

- Creo que sí es fácil desarrollar tu talento en un área concreta, pero no si quieres hacer varias. Si estás metido en un área muy concreta, pasar luego a otra es mucho más complicado. Es posible, pero creo que no está muy bien unido o relacionado. Por ejemplo: en áreas más genéricas cambiar de Bellas Artes a Diseño, no es tan complicado. Ahora bien, la animación por ejemplo sí lo, es más. Si te especializas mucho desde el principio puede ser más complicado.

4. ¿Cuáles crees que son o serán los mayores retos para ti en esta industria?

- Primero, encontrara a la persona indicada que compre tu arte y sobre todo, estabilidad. Encontrar trabajo no es difícil siempre, pero si encontrarlo en lo que te gusta, cuando lo necesitas etc.

5. ¿En qué herramientas te apoyas hoy en día para desarrollar tu carrera profesional? ¿Por qué?

- A la hora de trabajar en mis proyectos de ilustración utilizo programas como: Procreate y para diseño InDesign.
- A la hora de encontrar trabajo o encargos: Redes Sociales. Al final hay mucha gente que contacta contigo porque ha visto obras tuyas en Instagram por ejemplo y le interesa ese mismo perfil.
- Para encontrar trabajo plataformas digitales para artistas como Artfull.

- 6. ¿Qué echas en falta en tu vida como estudiante de diseño actualmente, en el mercado y en el entorno artístico o de diseño?**
 - Hecho en falta el poder tener la oportunidad de empezar antes a trabajar. Creo que, al fin y al cabo, todo conocimiento es importante en cualquier carrera, pero en esta industria el poder practicar mucho es lo que realmente ayuda y abre puertas.
- 7. ¿Para ti que, sería satisfactorio conseguir una vez acabada tu carrera de graduada en diseño?**
 - Un trabajo estable
- 8. Relacionado con esta pregunta, ¿Que definirías como éxito a nivel de diseñadora o artista?**
 - Triunfar en la medida que puedas y en tu ámbito. Por ejemplo, si te especializas en Cómic, conseguir que el cómic que realices tenga éxito, se lea y se hable de él. Consegir que en tu ámbito se te reconozca tu talento y esfuerzo.
- 9. ¿Te parece complicado conseguir en esta industria relaciones con personas en este sector que te aporten y que hagan lo mismo que tú? y ¿Enterarte de oportunidades nuevas que surjan en lo que a ti te interesa?**
 - Creo que es fácil conocer gente y estar al día en Redes Sociales. Ahora bien, muchos son famosos y es complicado contactar con ellos, que te hagan caso y te brinden una buena oportunidad.
- 10. Según tu opinión: ¿sientes que hay mucho talento desperdiciado, solo porque no han conseguido encontrar las oportunidades que necesitaban para potenciarlo?**
 - Creo que hay talento desperdiciado, pero no por la sociedad y que no existan muchas oportunidades en sí. Sino por la gente que tiene talento, pero no se lanza a ello. Piensan que hay más futuro profesional en otro tipo de carreras.
- 11. ¿Crees que es un mundo muy movido por contactos?**
 - Es muy movido por contactos. Alguien te tiene que ofrecer
- 12. ¿Crees que se necesita más formación en esta industria, o que vendría bien?**
 - Creo que hace falta más formación concreta, más especializada. Porque veo, que en carreras como Bellas Artes o Diseño hay más másteres o cursos. Pero, por ejemplo, en cómic, la animación o el cine eso no existe.
- 13. Para ti, ¿qué es lo importante en esta industria?, ¿Cuándo consideras que has cumplido tu meta u objetivo?**
 - Creo que hay pequeñas metas, pero nunca llegas a cumplir un objetivo en sí. Siempre puedes seguir perfeccionando más el trabajo no estás completamente satisfecho, porque siempre puedes seguir aprendiendo. Es un sector de continuo cambio en el que se puede seguir aprendiendo siempre. Puede haber objetivos, pero a muy corto plazo.

ENTREVISTAS:

Entrevista 3

Madrid, 20 Marzo, 2021

Elena Martín, artista emergente (20 años) Actual estudiante de Ilustración..

1. **Según tu opinión, ¿Cómo crees que está la industria del arte/diseño en España actualmente?**
 - Creo que en España el mundo del arte se está quedando atrás con respecto al resto del mundo, y está arraigado a tendencias artísticas del pasado, no llegando a abrirse a las nuevas tendencias y necesidades de la sociedad del siglo xxi.
2. **¿Consideras que se te proporcionan suficientes facilidades en este sector, para poder crecer y desarrollar tu talento profesionalmente?**
 - Para nada, creo que es un sector muy difícil y que en general no se da ninguna facilidad o atajo a nadie.
3. **¿Consideras que tienes el acceso suficiente a las áreas dentro de tu industria que más interés te genera, crees que actualmente, es sencillo poder formarte/ desarrollar tu talento dentro de un área de diseño o artes en concreto?**
 - En España en concreto no. Casi todas las especializaciones están en escuelas y universidades privadas, mientras que en lo público encuentras grados en los que se toca casi todo sin profundizar en nada.
4. **¿Cuáles crees que son o serán los mayores retos para ti en esta industria?**
 - Entrar en ella para empezar, crearte un nombre y poder vivir de ello.
5. **¿En qué herramientas te apoyas hoy en día, para desarrollar tu carrera profesional? ¿Por qué?**
 - En redes sociales, pues actualmente es de las mejores herramientas para darse a conocer y tener un sitio propio con obras que pueden ser vistas por empresas y clientes potenciales.
6. **¿Qué echas en falta en tu vida como estudiante de diseño actualmente, en el mercado y en el entorno artístico o de diseño?**
 - Que se actualice el modo en que se enseña y se abra, en general, a nuevas propuestas en vez de excusarse en tendencias del pasado.
7. **¿Para ti que, sería satisfactorio conseguir una vez acabada tu carrera de graduada en**
 - Una entrada al mundo laboral.

8. Relacionado con esta pregunta, ¿Que definirías como éxito a nivel de diseñadora o artista?

- Poder vivir de ello.

9. ¿Te parece complicado conseguir en esta industria relaciones con personas en este sector que te aporten y que hagan lo mismo que tú? y ¿Enterarte de oportunidades nuevas que surjan en lo que a ti te interesa?

- No necesariamente.

10. Según tu opinión; ¿sientes que hay mucho talento desperdiciado, solo porque no han conseguido encontrar las oportunidades que necesitaban para potenciarlo?

- Si, muchísimo.

11. ¿Crees que es un mundo muy movido por contactos?

- Actualmente si. Es muy difícil acceder a este mundo y muchas veces se necesita contactos o un golpe de suerte.

12. ¿Crees que se necesita más formación en esta industria, o que vendría bien?

- No creo que más formación sea necesaria, pero si que todos deban tener algo de formación por lo menos.

13. Para ti, ¿qué es lo importante en esta industria?, ¿Cuándo consideras que has cumplido tu meta u objetivo?

- Cumpló mi meta cuando consigo trabajar de ello, y como deseo, de lo que más me apasiona de esta industria. En mi caso, el diseño de personajes

10.2 Anexo Plan económico/financiero

- Anexos escenario optimista y pesimista (Plan económico-financiero)
- NUBE donde se puede acceder al Plan Financiero completo:
<https://drive.google.com/file/d/1lcOjt5y62LXzEHKfeDEaIRR6igQyfWm4/view?usp=sharing>

En este anexo podremos encontrar los dos escenarios que parten del escenario base del que hemos realizado el análisis en el plan económico/financiero. El optimista y pesimista respectivamente.

Modelo Optimista:

Cambiado, subido ingresos

Aumentado gasto marketing y publicidad

Subido el número de suscriptores

HIPÓTESIS CUENTA RESULTADOS

Nº de estudiantes potenciales	130.801				
Nº de estudiantes cada año	21.800				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Nº de suscriptores anuales (%)	2,50%	5,00%	9,00%	13,00%	15,00%

1. VISITAS	Referencia	Talent-IT	
1.1 Visitas diarias	15.000	7.000	12
1.2 Visitas mensuales			
2. INGRESOS MEDIOS			
2.1 Ingresos medios x anuncio	150	100	
2.2 Ingresos anuales x anuncio	1800	1200	

INGRESOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cuantificaciones de conceptos					
Anuncios					
A.-DISEÑO					
A1. Diseño Gráfico					
1.1.1 Nº Escuelas de diseño gráfico publicitadas	1	3	7	9	12
BAU (Cataluña); ESNE (Madrid); ESDIR (La Rioja) etc.					
1.2 Nº Eventos/Museos	2	2	4	5	5
Premios Innovación y Diseño, exposiciones, ferias etc.					
1.3 Nº Programas Informáticos	2	2	2	2	2
Ej: Programas de Adobe: IllustratorPhotoshop, InDesign					
A2. Diseño Moda					
2.1 Nº Escuelas diseño de moda.	3	5	7	8	8
ESNE (Madrid); IED Madrid Centro Superior de Diseño					
2.2 Nº Eventos/Ferias/Congresos/Exposiciones	2	4	4	5	5
Fashion Week; Exposiciones Museo del Traje, etc.					
2.3 Nº Programas Informáticos	2	2	2	2	2
Ej: Programas de Adobe: IllustratorPhotoshop, InDesign					
B.-ARTE					
3.1 Nº Escuelas de arte	2	4	5	6	6
Escuela des Arts, etc.					
3.2. Nº Eventos/Ferias/Congresos/Exposiciones.	2	7	8	8	9
ARCO, exposiciones temporales (Banksy, Prado) etc.					
3.3 Nº Marcas de Material Artístico	2	4	4	5	5
Staedler, Van Gogh, Winsor & Newton etc.					
Subvenciones gubernamentales	1	1	1	0	0
AA, PP. Invertir en diseño e innovación, subvenciones, deducciones					
Fundaciones y empresas colaboradoras	1	1	1	1	1
Fundación Mapfre, La Mutua, La Fundación Santander, Caixa etc.					
Nº Suscriptores	175	350	630	910	1.050

Ingresos	Unit/anual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Anuncios						
A.-DISEÑO						
A1. Diseño Gráfico						
1.1. Escuela de diseño gráfico	1.800 €	1.800 €	5.400 €	12.600 €	16.200 €	21.600 €
1.2 Eventos/Museos	3.600 €	7.200 €	7.200 €	14.400 €	18.000 €	18.000 €
1.3 Programas Informáticos	1.800 €	3.600 €	3.600 €	3.600 €	3.600 €	3.600 €
A2. Diseño Moda						
2.1 Escuelas diseño de moda	1.800 €	5.400 €	9.000 €	12.600 €	14.400 €	14.400 €
2.2 Eventos/Ferias/Congresos/Exposiciones	4.800 €	9.600 €	19.200 €	19.200 €	24.000 €	24.000 €
2.3 Programas Informáticos	1.800 €	3.600 €	3.600 €	3.600 €	3.600 €	3.600 €
B.-ARTE						
3.1 Escuelas de arte	1.800 €	3.600 €	7.200 €	9.000 €	10.800 €	10.800 €
3.2. Eventos/Ferias/Congresos/Exposiciones	5.400 €	10.800 €	37.800 €	43.200 €	43.200 €	48.600 €
3.3 Marcas de Material Artístico	1.200 €	2.400 €	4.800 €	4.800 €	6.000 €	6.000 €
Total ingresos por anuncios		48.000 €	97.800 €	123.000 €	139.800 €	150.600 €
Subvenciones gubernamentales	40.000 €	40.000 €	40.000 €	40.000 €	- €	- €
AA.PP.Invertir en diseño con cupones de innovación , subvenciones, créditos scales, fondos estructurales, deducciones en I+D+i,						
Fundaciones y empresas colaboradoras	55.000 €	55.000 €	55.000 €	55.000 €	55.000 €	55.000 €
Fundación Mapfre, La Mutua, La Fundación Santander, Caixa						
Suscripciones	180 €	31.500 €	63.000 €	113.400 €	163.800 €	189.000 €
*Al ser negocio Freemium primer año gratuito						
Total Ingresos		174.500 €	255.800 €	331.400 €	358.600 €	394.600 €
Gastos		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cuantificaciones de conceptos						
A- Equipos informáticos		4	0	0	1	1
B- Oficina (local de coworking)		1	1	1	1	1
C- Socios		2	2	2	2	2
D- Empleados IT		2	2	2	3	3
E- Mantenimientos web		1	1	1	1	1
F- Publicidad y Marketing		1	3	3	1	1
G-Contabilidad-Gestoría		1	1	1	1	1
Gastos	Unit/anual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
A- Oficina (local de coworking)	4.800 €	4.800 €	4.800 €	4.800 €	4.800 €	4.800 €
B- Empleados (socios)	40.000 €	80.000 €	80.000 €	80.000 €	80.000 €	80.000 €
C- Empleados IT	20.000 €	40.000 €	40.000 €	40.000 €	60.000 €	60.000 €
D- Mantenimientos web	300 €	300 €	300 €	300 €	300 €	300 €
E- Publicidad y Marketing	30.000 €	30.000 €	90.000 €	90.000 €	30.000 €	30.000 €
F-Contabilidad-Gestoría	500 €	500 €	500 €	500 €	500 €	500 €
Total Gastos		155.600 €	215.600 €	215.600 €	175.600 €	175.600 €

HIPOTESIS BALANCE

Inversiones	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de constitución	3.000 €	- €	- €	- €	- €
Equipos informáticos	12.000 €	- €	- €	3.000 €	3.000 €
Total Inversiones	15.000 €	- €	- €	3.000 €	3.000 €

Amortización	5 años lineal				
Importe amortización anual inmovilizado material	2.400 €	2.400 €	2.400 €	3.000 €	3.600 €
Amortización acumulada inmovilizado material	2.400 €	4.800 €	7.200 €	10.200 €	13.800 €
Importe amortización anual gastos de constitución	600 €	600 €	600 €	600 €	600 €
Amortización acumulada de gastos de constitución	600 €	1.200 €	1.800 €	2.400 €	3.000 €

Circulante	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Días de cobro	30	30	30	30	30
Días de pago	30	30	30	30	30

coste financiación	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
A largo plazo	6%	6%	6%	6%	6%

CUENTA DE RESULTADOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Total ingresos por anuncios	48.000 €	97.800 €	123.000 €	139.800 €	150.600 €
Subvenciones gubernamentales	40.000 €	40.000 €	40.000 €	0 €	0 €
Fundaciones y empresas colaboradoras	55.000 €	55.000 €	55.000 €	55.000 €	55.000 €
Suscripciones	31.500 €	63.000 €	113.400 €	163.800 €	189.000 €
Total Ingresos	174.500 €	255.800 €	331.400 €	358.600 €	394.600 €

A- Oficina (local de coworking)	4.800 €	4.800 €	4.800 €	4.800 €	4.800 €
B- Empleados (socios)	80.000 €	80.000 €	80.000 €	80.000 €	80.000 €
C- Empleados IT	40.000 €	40.000 €	40.000 €	60.000 €	60.000 €
D- Mantenimientos web	300 €	300 €	300 €	300 €	300 €
E- Publicidad y Marketing	30.000 €	90.000 €	90.000 €	30.000 €	30.000 €
F-Contabilidad-Gestoría	500 €	500 €	500 €	500 €	500 €
Total Gastos	155.600 €	215.600 €	215.600 €	175.600 €	175.600 €

EBITDA	18.900 €	40.200 €	115.800 €	183.000 €	219.000 €
amortizaciones	-3.000 €	-3.000 €	-3.000 €	-3.600 €	-4.200 €
provisiones	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
EBIT	15.900 €	37.200 €	112.800 €	179.400 €	214.800 €
50.000 € Gastos financieros extraordinarios	-3.000 €	-3.180 €	-3.371 €	-3.573 €	-3.787 €
NET INCOME	12.900 €	34.020 €	109.429 €	175.827 €	211.013 €
0,3 impuesto sociedades (30%)	-3.870 €	-10.206 €	-32.829 €	-52.748 €	-63.304 €
NET INCOME AFTER TAXES	9.030 €	23.814 €	76.600 €	123.079 €	147.709 €

BALANCE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de constitución	3.000 €	3.000 €	3.000 €	3.000 €	3.000 €
Amortización acumulada de constitución	- 600 €	- 1.200 €	- 1.800 €	- 2.400 €	- 3.000 €
Inmovilizado material	12.000 €	12.000 €	12.000 €	15.000 €	18.000 €
Amortización acumulada inmovilizado material	- 2.400 €	- 4.800 €	- 7.200 €	- 10.200 €	- 13.800 €
ACTIVO A LARGO PLAZO	12.000 €	9.000 €	6.000 €	5.400 €	4.200 €
Existencias	- €	- €	- €	- €	- €
deudores	14.342 €	21.025 €	27.238 €	29.474 €	32.433 €
tesorería	58.614 €	86.857 €	163.614 €	283.699 €	433.437 €
ACTIVO CIRCULANTE	72.956 €	107.882 €	190.853 €	313.173 €	465.869 €
TOTAL ACTIVO	84.956 €	116.882 €	196.853 €	318.573 €	470.069 €

Fondos Propios	29.030 €	52.844 €	129.444 €	252.523 €	400.232 €
capital	20.000 €	20.000 €	20.000 €	20.000 €	20.000 €
Prima emisión	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
Resultado de ejercicios anteriores	0 €	9.030 €	32.844 €	109.444 €	232.523 €
Pyg	9.030 €	23.814 €	76.600 €	123.079 €	147.709 €
deuda a Largo Plazo	53.000 €	56.180 €	59.551 €	63.124 €	66.911 €
PASIVO A LARGO PLAZO	82.030 €	109.024 €	188.995 €	315.647 €	467.143 €
Acreeedores a corto plazo	2.926 €	7.858 €	7.858 €	2.926 €	2.926 €
PASIVO A CORTO PLAZO	2.926 €	7.858 €	7.858 €	2.926 €	2.926 €
TOTAL PASIVO	84.956 €	116.882 €	196.853 €	318.573 €	470.069 €

fondo maniobra	11.416 €	13.167 €	19.381 €	26.548 €	29.507 €
Inversión fondo maniobra	1.751 €	6.214 €	7.167 €	2.959 €	
CASH FLOW	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
EBITDA	18.900 €	40.200 €	115.800 €	183.000 €	219.000 €
impuestos	-3.870 €	-10.206 €	-32.829 €	-52.748 €	-63.304 €
Cash flow operativo	15.030 €	29.994 €	82.971 €	130.252 €	155.696 €
capex	-15.000 €	- €	- €	3.000 €	3.000 €
Inversión fondo maniobra	-11.416 €	-1.751 €	-6.214 €	-7.167 €	-2.959 €
cash flow libre	-11.386 €	28.243 €	76.758 €	120.085 €	149.737 €
gastos financieros	-3.000 €	-3.180 €	-3.371 €	-3.573 €	-3.787 €
Incremento deuda a L/P	53.000 €	3.180 €	3.371 €	3.573 €	3.787 €
aportación capital social	20.000 €	0 €	0 €	0 €	0 €
cash flow neto	58.614 €	28.243 €	76.758 €	120.085 €	149.737 €
cash flow acumulado	58.614 €	86.857 €	163.614 €	283.699 €	433.437 €
caja balance	58.614 €	86.857 €	163.614 €	283.699 €	433.437 €
decuadre	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €

VALORACION POR DESCUENTO DE FLUJOS DE CAJA	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5	V. terminal
NOPAT (net operating profit after taxes)	12.030 €	26.994 €	79.971 €	126.652 €	151.496 €	
amortizaciones	-3.000 €	-3.000 €	-3.000 €	-3.600 €	-4.200 €	
operating cash-flow	9.030 €	23.994 €	76.971 €	123.052 €	147.296 €	
capex	-15.000 €	0 €	0 €	-3.000 €	-3.000 €	
Inversión en Fondo de maniobra	-11.416 €	-1.751 €	-6.214 €	-7.167 €	-2.959 €	
Flujo de caja operativo libre	-17.386 €	22.243 €	70.758 €	112.885 €	141.337 €	989.361 €
WACC (weighted average cost of capital)	9,50%					
Enterprise value	798.630 €					
deuda neta	53.000 €					
Equity value	745.630 €					

spread deuda	5%
coste deuda=(Rf+Spread)*(1-t)	Rf= rendimiento activo libre riesgo (Bono a 5 años) 5,00%
coste capital= Rf+B(Rm-Rf)	Rm=rendimiento mercado 8%
	B=Beta activo 1,2
coste capital	9%
coste deuda	10%
estructura apalancamiento	65%
peso capital	35%

Modelo Pesimista:

Cambiado subvenciones y fundaciones
Subido la cantidad de IT
bajado el número de suscriptores

HIPÓTESIS CUENTA RESULTADOS

Nº de estudiantes potenciales	130.801				
Nº de estudiantes cada año	21.800				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Nº de suscriptores anuales (%)	1,00%	1,50%	2,50%	4,00%	5,00%

1. VISITAS		Referencia	Talent-IT	
1.1 Visitas diarias		15.000	7.000	12
1.2 Visitas mensuales				
2. INGRESOS MEDIOS				
2.1 Ingresos medios x anuncio		150	100	
2.2 Ingresos anuales x anuncio		1800	1200	

INGRESOS

Cuantificaciones de conceptos

Anuncios

A.-DISEÑO

A1. Diseño Gráfico

1.1. Nº Escuelas de diseño gráfico publicitadas

BAU (Cataluña); ESNE (Madrid); ESDIR (La Rioja) etc.

1.2 Nº Eventos/Museos

Premios Innovación y Diseño, exposiciones, ferias etc.

1.3 Nº Programas Informáticos

Ej: Programas de Adobe: IllustratorPhotoshop, InDesign

A2. Diseño Moda

2.1 Nº Escuelas diseño de moda.

ESNE (Madrid); IED Madrid Centro Superior de Diseño

2.2 Nº Eventos/Ferias/Congresos/Exposiciones

Fashion Week; Exposiciones Museo del Traje, etc.

2.3 Nº Programas Informáticos

Ej: Programas de Adobe: IllustratorPhotoshop, InDesign

B.-ARTE

3.1 Nº Escuelas de arte

Escuela des Arts, etc.

3.2. Nº Eventos/Ferias/Congresos/Exposiciones.

ARCO, exposiviones temporales (Banksy, Prado) etc.

3.3 Nº Marcas de Material Artístico

Staedler, Van Gogh, Winsor & Newton etc.

Subvenciones gubernamentales

en I+D+i etc.

Fundaciones y empresas colaboradoras

Fundación Mapfre, La Mutua, La Fundación Santander, Caixa etc.

Nº Suscriptores

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	2	6	8	10
2	2	3	4	4
2	2	2	2	2
2	3	5	6	6
2	3	3	4	4
2	2	2	2	2
2	2	4	5	5
2	3	6	7	8
2	3	3	4	4
0	1	1	0	0
0	1	1	1	1
70	105	175	280	350

Ingresos	Unit/anual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Anuncios						
A.-DISEÑO						
A1. Diseño Gráfico						
1.1. Escuela de diseño gráfico	1.800 €	1.800 €	3.600 €	10.800 €	14.400 €	18.000 €
1.2 Eventos/Museos	3.600 €	7.200 €	7.200 €	10.800 €	14.400 €	14.400 €
1.3 Programas Informáticos	1.800 €	3.600 €	3.600 €	3.600 €	3.600 €	3.600 €
A2. Diseño Moda						
2.1 Escuelas diseño de moda	1.800 €	3.600 €	5.400 €	9.000 €	10.800 €	10.800 €
2.2 Eventos/Ferias/Congresos/Exposiciones	4.800 €	9.600 €	14.400 €	14.400 €	19.200 €	19.200 €
2.3 Programas Informáticos	1.800 €	3.600 €	3.600 €	3.600 €	3.600 €	3.600 €
B.-ARTE						
3.1 Escuelas de arte	1.800 €	3.600 €	3.600 €	7.200 €	9.000 €	9.000 €
3.2. Eventos/Ferias/Congresos/Exposiciones	5.400 €	10.800 €	16.200 €	32.400 €	37.800 €	43.200 €
3.3 Marcas de Material Artístico	1.200 €	2.400 €	3.600 €	3.600 €	4.800 €	4.800 €
Total ingresos por anuncios		46.200 €	61.200 €	95.400 €	117.600 €	126.600 €
Subvenciones gubernamentales	40.000 €	- €	40.000 €	40.000 €	- €	- €
AA.PP. Invertir en diseño con cupones de innovación , subvenciones, créditos scales, fondos estructurales, deducciones en I+D+i,						
Fundaciones y empresas colaboradoras	55.000 €	- €	- €	55.000 €	55.000 €	55.000 €
Fundación Mapfre, La Mutua, La Fundación Santander, Caixa						
Suscripciones	180 €	12.600 €	18.900 €	31.500 €	50.400 €	63.000 €
*Al ser negocio Freemium primer año gratuito						
Total Ingresos		58.800 €	120.100 €	221.900 €	223.000 €	244.600 €

Gastos		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cuantificaciones de conceptos						
A- Equipos informáticos		4	0	0	1	1
B- Oficina (local de coworking)		1	1	1	1	1
C- Socios		2	2	2	2	2
D- Empleados IT		3	3	3	4	4
E- Mantenimientos web		1	1	1	1	1
F- Publicidad y Marketing		1	1	1	1	1
G-Contabilidad-Gestoría		1	1	1	1	1
Gastos	Unit/anual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
A- Oficina (local de coworking)	4.800 €	4.800 €	4.800 €	4.800 €	4.800 €	4.800 €
B- Empleados (socios)	40.000 €	80.000 €	80.000 €	80.000 €	80.000 €	80.000 €
C- Empleados IT	20.000 €	60.000 €	60.000 €	60.000 €	80.000 €	80.000 €
D- Mantenimientos web	300 €	300 €	300 €	300 €	300 €	300 €
E- Publicidad y Marketing	20.000 €	20.000 €	20.000 €	20.000 €	20.000 €	20.000 €
F-Contabilidad-Gestoría	500 €	500 €	500 €	500 €	500 €	500 €
Total Gastos		165.600 €	165.600 €	165.600 €	185.600 €	185.600 €

HIPÓTESIS BALANCE

Inversiones	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de constitución	3.000 €	- €	- €	- €	- €
Equipos informáticos	3.000 €	12.000 €	- €	3.000 €	3.000 €
Total Inversiones	15.000 €	- €	- €	3.000 €	3.000 €

Amortización	5 años lineal				
Importe amortización anual inmovilizado material	2.400 €	2.400 €	2.400 €	3.000 €	3.600 €
Amortización acumulada inmovilizado material	2.400 €	4.800 €	7.200 €	10.200 €	13.800 €
Importe amortización anual gastos de constitución	600 €	600 €	600 €	600 €	600 €
Amortización acumulada de gastos de constitución	600 €	1.200 €	1.800 €	2.400 €	3.000 €

Circulante	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Días de cobro	30	30	30	30	30
Días de pago	30	30	30	30	30

coste financiación	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
A largo plazo	6%	6%	6%	6%	6%

CUENTA DE RESULTADOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Total ingresos por anuncios	46.200 €	61.200 €	95.400 €	117.600 €	126.600 €
Subvenciones gubernamentales	0 €	40.000 €	40.000 €	0 €	0 €
Fundaciones y empresas colaboradoras	0 €	0 €	55.000 €	55.000 €	55.000 €
Suscripciones	12.600 €	18.900 €	31.500 €	50.400 €	63.000 €
Total Ingresos	58.800 €	120.100 €	221.900 €	223.000 €	244.600 €

A- Oficina (local de coworking)	4.800 €	4.800 €	4.800 €	4.800 €	4.800 €
B- Empleados (socios)	80.000 €	80.000 €	80.000 €	80.000 €	80.000 €
C- Empleados IT	60.000 €	60.000 €	60.000 €	80.000 €	80.000 €
D- Mantenimientos web	300 €	300 €	300 €	300 €	300 €
E- Publicidad y Marketing	20.000 €	20.000 €	20.000 €	20.000 €	20.000 €
F- Contabilidad-Gestoría	500 €	500 €	500 €	500 €	500 €
Total Gastos	165.600 €	165.600 €	165.600 €	185.600 €	185.600 €
EBITDA	-106.800 €	-45.500 €	56.300 €	37.400 €	59.000 €
amortizaciones	-3.000 €	-3.000 €	-3.000 €	-3.600 €	-4.200 €
provisiones	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
EBIT	-109.800 €	-48.500 €	53.300 €	33.800 €	54.800 €
50.000 € Gastos financieros	-3.000 €	-3.180 €	-3.371 €	-3.573 €	-3.787 €
extraordinarios	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
NET INCOME	-112.800 €	-51.680 €	49.929 €	30.227 €	51.013 €
0,3 impuesto sociedades (30%)	0 €	0 €	-14.979 €	-9.068 €	-15.304 €
NET INCOME AFTER TAXES	-112.800 €	-51.680 €	34.950 €	21.159 €	35.709 €

BALANCE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de constitución	3.000 €	3.000 €	3.000 €	3.000 €	3.000 €
Amortización acumulada de constitución	- 600 €	- 1.200 €	- 1.800 €	- 2.400 €	- 3.000 €
Inmovilizado material	12.000 €	12.000 €	12.000 €	15.000 €	18.000 €
Amortización acumulada inmovilizado material	- 2.400 €	- 4.800 €	- 7.200 €	- 10.200 €	- 13.800 €
ACTIVO A LARGO PLAZO	12.000 €	9.000 €	6.000 €	5.400 €	4.200 €
Existencias	- €	- €	- €	- €	- €
deudores	4.833 €	9.871 €	18.238 €	18.329 €	20.104 €
tesorería	- 54.529 €	- 105.067 €	- 72.113 €	- 46.872 €	- 7.951 €
ACTIVO CIRCULANTE	- 49.696 €	- 95.196 €	- 53.875 €	- 28.543 €	12.153 €
TOTAL ACTIVO	- 37.696 €	- 86.196 €	- 47.875 €	- 23.143 €	16.353 €

Fondos Propios	-92.800 €	-144.480 €	-109.530 €	-88.371 €	-52.662 €
capital	20.000 €	20.000 €	20.000 €	20.000 €	20.000 €
Prima emisión	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
Resultado de ejercicios anteriores	0 €	-112.800 €	-164.480 €	-129.530 €	-108.371 €
Pyg	-112.800 €	-51.680 €	34.950 €	21.159 €	35.709 €
deuda a Largo Plazo	53.000 €	56.180 €	59.551 €	63.124 €	66.911 €
PASIVO A LARGO PLAZO	- 39.800 €	- 88.300 €	- 49.979 €	- 25.247 €	14.249 €
Acreeedores a corto plazo	2.104 €	2.104 €	2.104 €	2.104 €	2.104 €
PASIVO A CORTO PLAZO	2.104 €	2.104 €	2.104 €	2.104 €	2.104 €
TOTAL PASIVO	- 37.696 €	- 86.196 €	- 47.875 €	- 23.143 €	16.353 €
fondo maniobra	2.729 €	7.767 €	16.134 €	16.225 €	18.000 €
Inversión fondo maniobra	5.038 €	8.367 €	90 €	1.775 €	
CASH FLOW	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
EBITDA	-106.800 €	-45.500 €	56.300 €	37.400 €	59.000 €
impuestos	0 €	0 €	-14.979 €	-9.068 €	-15.304 €
Cash flow operativo	-106.800 €	-45.500 €	41.321 €	28.332 €	43.696 €
capex	- 15.000 €	- €	- €	- 3.000 €	- 3.000 €
Inversión fondo maniobra	- 2.729 €	- 5.038 €	- 8.367 €	- 90 €	- 1.775 €
cash flow libre	- 124.529 €	- 50.538 €	32.954 €	25.242 €	38.921 €
gastos financieros	-3.000 €	-3.180 €	-3.371 €	-3.573 €	-3.787 €
Incremento deuda a L/P	53.000 €	3.180 €	3.371 €	3.573 €	3.787 €
aportación capital social	20.000 €	0 €	0 €	0 €	0 €
cash flow neto	- 54.529 €	- 50.538 €	32.954 €	25.242 €	38.921 €
cash flow acumulado	- 54.529 €	- 105.067 €	- 72.113 €	- 46.872 €	- 7.951 €
caja balance	-54.529 €	-105.067 €	-72.113 €	-46.872 €	-7.951 €
decuadre	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €

VALORACIÓN POR DESCUENTO DE FLUJOS DE CAJA	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
NOPAT (net operating profit after taxes)	-109.800 €	-48.500 €	38.321 €	24.732 €	39.496 €
amortizaciones	-3.000 €	-3.000 €	-3.000 €	-3.600 €	-4.200 €
operating cash-flow	-112.800 €	-51.500 €	35.321 €	21.132 €	35.296 €
capex	-15.000 €	0 €	0 €	-3.000 €	-3.000 €
Inversión en Fondo de maniobra	- 2.729 €	- 5.038 €	- 8.367 €	- 90 €	- 1.775 €
Flujo de caja operativo libre	-130.529 €	-56.538 €	26.954 €	18.042 €	30.521 €

V. terminal

213.646 €

WACC (weighted average cost of capital)	6,74%
Enterprise value	200.164 €
deuda neta	53.000 €
Equity value	147.164 €

	spread deuda	5%
coste deuda=(Rf+Spread)*(1-t)	Rf= rendimiento activo libre riesgo (Bono a 5 años)	5,00%
coste capital= Rf+B(Rm-Rf)	Rm=rendimiento mercado	8%
	B=Beta activo	1,2
coste capital	9%	
coste deuda	10%	
estructura apalancamiento	-133%	
peso capital	233%	