



**ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA
PRIVADA “ZEGEL IPAE”**

**PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACIÓN DE
NEGOCIOS**

PLATAFORMA AUDIOVISUAL “CITNE”

**Proyecto de innovación para optar el Grado Académico de Bachiller en Administración de
Negocios**

ANA ANAIZ SEMINARIO PANTA

(0000-0003-3299-9958)

VANESSA YSABEL MOSCOSO AYLLON

(0000-0002-2433-7578)

Piura-Perú

2022

El presente trabajo va dedicado en especial en memoria de mi hermano José quien siempre me apoyó y aconsejó. También para mis padres Rosa y Hussein, así como también mis hermanas que me entregan todo su apoyo para nunca darme por vencida y que siempre me inspiran y motivan en todos mis proyectos profesionales, todos ellos grandes personas que valen todo el sacrificio dado en todo el tiempo de mi carrera.

Anaiz Seminario

El actual trabajo tiene como dedicación muy especial a mis padres Ysabel y Marco que todos estos años, aunque no estuviéramos de acuerdo en todo, siempre velaron por mi crecimiento profesional y me brindaron todo su apoyo, al igual que mis dos pequeños hijos, los cuales me dieron, me dan y me darán la fortaleza para seguir adelante y cumplir todo lo que me proponga, pensando siempre en su bienestar y el futuro que deseo brindarles.

Vanessa Moscoso

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de innovación tiene por propósito cubrir la demanda insatisfecha del consumidor interesado en poder interactuar con familiares/amigos en margen del contenido transmitido por plataformas de streaming, restringiendo la opción compartir pantalla y no dando opción a disfrutar el contenido de manera conjunta; el proyecto se enmarca en la línea de investigación e innovación de Modelos de negocio de triple impacto y atiende a las necesidades del sector comercio;

“CITNE”, es el proyecto que nace a partir de la necesidad de aprovechar las facilidades que nos brinda la tecnología actualmente. Esto debido a que existe un segmento a partir de lo sucedido por COVID19 que vive con temor y conoció todas las facilidades que brindan las herramientas tecnológicas. El nuevo consumidor esta interesado en adquirir servicios online buscando facilidades, ahorro de tiempo, ahorro de dinero, seguridad, y por ello están dispuestos a buscar nuestro servicio.

El proyecto busca crear un sistema de conexión de cuentas de streaming permitiendo la opción de compartir el contenido en una sola pantalla participando más usuarios y simulando la experiencia de un CINE VIRTUAL apoyándose a un estilo de vida social activo y cumpliéndose de tal manera a los protocolos dados por la pandemia COVID19. El proyecto se relaciona también en aliviar las preocupaciones mejorando los estados de ánimos, visualizando contenido atractivo y de interés que lo ayuden recomendado por un especialista.

Nos enfocaremos en las plataformas de Netflix, Amazon, Disney y HBO+. Nuestro valor agregado consiste en satisfacer las carencias de estas plataformas de forma conjunta con demás usuarios, además de ayudar a mejorar el estado de ánimo de los usuarios visualizando contenido recomendado.

ÍNDICE GENERAL

RESUME EJECUTIVO	3
INTRODUCCIÓN.....	8
CAPÍTULO 1:	9
IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA U OPORTUNIDAD	9
1.1. Selección del problema o necesidad a resolver	9
1.2. Validación del problema.....	10
1.3. Descripción del cliente	13
CAPÍTULO 2:	14
DISEÑO DEL PRODUCTO O SERVICIO INNOVADOR.....	14
2.1. Aplicación de la metodología Design Thinking.....	14
2.2. Características del producto o servicio innovador validado.....	22
CAPÍTULO 3:	25
ELABORACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO	25
3.1. Definición de la propuesta de valor del negocio.	27
3.2. Elaboración del modelo de negocio.	28
3.3. Descripción del prototipo de lanzamiento.	30
CAPITULO 4:	35
VALIDACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO	35
4.1. Aplicación de la metodología Lean Startup	35
4.2. Descripción del modelo de negocio validado	39
CAPÍTULO 5:	46
ANÁLISIS DE RENTABILIDAD.....	46
5.1. Determinación del Punto de Equilibrio	46
5.2. Determinación de las necesidades de Inversión.....	51
5.3. Evaluación económica y financiera de la empresa	58
CAPITULO 6.....	64
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	64
6.1. CONCLUSIONES.....	64
6.2. RECOMENDACIONES	65

INDICE DE FIGURAS

figura 1: Prototipo de Cliente	13
figura 2: Mapa de Empatía	15
figura 3: Pantalla de Inicio de la Plataforma Citne	18
figura 4: Pantalla de Registro de reserva de la Plataforma Citne	18
figura 5: Pantalla de reserva finalizada de la Plataforma Citne	19
figura 6: Pantalla de sala de espero de la Plataforma Citne	19
figura 7: Pantalla del calendario de estrenos de la Plataforma Citne	24
figura 8: Mapa de la Propuesta de Valor	27
figura 9: Cuadro CANVAS	29
figura 10: Pantalla de Inicio de la Plataforma Citne – Prototipo de Lanzamiento	30
figura 11: Pantalla de registro de la Plataforma Citne – Prototipo de Lanzamiento.....	31
figura 12: Pantalla de ingreso de usuario en la Plataforma Citne – Prototipo de Lanzamiento.....	31
figura 13: Pantalla del calendario de estrenos de la Plataforma Citne – Prototipo de Lanzamiento..	32
figura 14: Pantalla de Registro de la Reserva en la Plataforma Citne – Prototipo de Lanzamiento ..	32
figura 15: Pantalla de Reserva finalizada de la Plataforma Citne – Prototipo de Lanzamiento	33
figura 16: Pantalla de acceso de la cuenta streaming dentro de sistema de la Plataforma Citne – Prototipo de Lanzamiento	33
figura 17: Pantalla de sala de espera de la Plataforma Citne – Prototipo de Lanzamiento.....	34
figura 18: Elaboración y fases de la Plataforma Citne	39
figura 19: Flujograma de la Plataforma Citne	40
figura 20: Pantalla de inicio de la Plataforma Citne – Modelo de Negocio Actualizado	41
figura 21: Pantalla de registro del usuario de la Plataforma Citne – Modelo de Negocio Actualizado	41
figura 22: Pantalla de ingreso del usuario dentro de la Plataforma Citne – Modelo de Negocio Actualizado	42
figura 23. Pantalla de calendario de estrenos de la Plataforma Citne – Modelo de Negocio Actualizado	42
figura 24: Pantalla de chat de soporte de la Plataforma Citne – Modelo de Negocio Actualizado ...	43
figura 25: Pantalla de Registro de reserva de la Plataforma Citne – Modelo de Negocio Actualizado	43
figura 26: Pantalla de reserva finalizada de la Plataforma Citne – Modelo de Negocio Actualizado	44

figura 27: Pantalla de ingreso del participante en la Plataforma Citne – Modelo de Negocio Actualizado	44
figura 28: Pantalla de sala de espera de la Plataforma Citne – Modelo de Negocio Actualizado	45
figura 29: Pantalla de sala participativa de la Plataforma Citne – Modelo de Negocio Actualizado	45
figura 30: Proyección de Ventas netas.....	57

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Costo Unitario	46
Tabla 2: Costo de Ventas	46
Tabla 3: Costos Fijos.....	47
Tabla 4: Gastos Administrativos	48
Tabla 5: Gasto de Ventas	48
Tabla 6: Planilla de la Empresa	49
Tabla 7: Precio del Servicio CITNE.....	50
Tabla 8: Punto de Equilibrio	50
Tabla 9: Inversión Fija Tangible –	51
Tabla 10: Inversión Fija Intangible	52
Tabla 11: Inversión Fija Tangible	52
Tabla 12: Consolidado de Inversiones.....	53
Tabla 13: Consolidado de Inversiones.....	53
Tabla 14: Consolidado de los inversionistas.....	53
Tabla 15: Posibles entidades para financiamiento	53
Tabla 16: Cuadro de Amortización de la deuda.....	54
Tabla 17: Cálculo de la demanda y Oferta	55
Tabla 18: Ventas proyectadas para el primer año en unidades	56
Tabla 19: Ventas Proyectadas para el primer año en unidades monetarias	56
Tabla 20: Ventas Proyectadas para el primer año en unidades monetarias netos sin (IGV)	56
Tabla 21: Ventas Proyectadas Anuales.....	57
Tabla 22: Estado de Situación Financiera Apertura.....	58
Tabla 23: Situación de Primer año	59
Tabla 24:Detalle del impuesto.....	60
Tabla 25: Estado de Resultados.....	60
Tabla 26: Rubro de Caja Proyectada	61
Tabla 27:Costo Promedio ponderado de capital del proyecto.....	61
Tabla 28: VAN económico y financiero.....	62
Tabla 29: TIR económico y financiero	62
Tabla 30: Beneficio/ Costo.....	62

INTRODUCCIÓN

Compartir momentos en familia y estar cerca de tus seres queridos son acciones que se fueron perdiendo debido a las medidas de prevención por contagios de la COVID19. Donde el país entero se tuvo que adaptar a estas medidas de restricciones. En consecuencia de esto, aumentaba el nivel de preocupación de las personas en cuanto a lo que podría pasar más adelante, relacionándose así a que los estados de ánimos disminuyan y que incluso, en consecuencia, las defensas del organismo bajen haciéndolos más vulnerables a diferentes enfermedades.

Las personas al caer en la preocupación y miedo a contagiarse o contagiar algún familiar, utilizaron herramientas tecnológicas para poder conectarse y comunicarse con los demás, siguiendo realizando todas sus actividades. Es por eso nace el incentivo de realizar un proyecto que se adapte antes y después de los daños emocionales u sociales ocasionados por la pandemia, ayudando a las personas a conectarse y seguir interactuado con los demás de forma segura y dinámica de manera participativa generando un aspecto social donde se desarrollen emociones.

Actualmente atravesamos la 4 ola del virus COVID19, y si bien es cierto han disminuido los casos el estado ya comunico algunas reglas que asemejan a la vida normal antes de pandemia. Esto nos deja mucho aprendizaje y ver el mundo virtual como ya parte de nuestra de actividades lo cuál muchas emprendedores y empresarios han sacado beneficio para que sus empresas no caigan en declive lo que ha inspirado a otros a crear servicios online brindando facilidades de poder adquirir servicios/productos

Un aporte de nuestro proyecto es ofrecer un servicio de cine virtual en aporte al cine terapia, así como también brindar un espacio familiar y social en donde puedas interactuar libremente ayudando así a cambiar la forma de ver que la distancia o una enfermedad puede separarte de tus seres queridos.

CAPÍTULO 1:

IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA U OPORTUNIDAD

1.1. Selección del problema o necesidad a resolver

Como se sabe, a raíz de la pandemia mundial en inicios del 2019, los lazos familiares y/o sociales se vieron sumamente afectados debido a las medidas de prevención tomadas por el gobierno como medida de seguridad ante la ola de contagios de COVID19, se generó un cambio de rutina social, la cual hasta cierto punto perjudicó la salud mental de las personas al caer en ansiedad, depresión y otros.

Analizando la problemática de la necesidad de conectar y recuperar lasos familiares o sociales descubrimos la demanda insatisfecha del consumidor interesado en poder interactuar con familiares/amigos en margen del contenido transmitido por plataformas de streaming, restringiendo la opción compartir pantalla y no dando opción a disfrutar el contenido de manera conjunta ya que las personas utilizaban con mayor frecuencia el uso de las redes sociales y/o plataformas digitales ya sea por diversión, profesión u tema personal lo que sirvió como soporte para los afectados; por ello, resaltamos entonces que efectivamente esta comunicación, intercambio de emociones y la socialización misma resulta muy importante para los seres humanos en la actualidad, lo que nos hace preguntarnos.

¿De qué manera podríamos recuperar esta ruptura en dicha conexión emocional y/o social?, es así como automáticamente evaluamos ciertas ideas para el proyecto de innovación buscando la más adecuada para resolver la pregunta principal que dio idea al proyecto, sino también para encontrar de alguna manera un sistema y/o plataforma innovadora que cumpla con la satisfacción de la necesidad de las personas en la vida diaria, que tenga aportes ambientales, tecnológicos, sociales, entre otros; ya que, actualmente consideramos que la tecnología presenta

muchas herramientas digitales claves de entretenimiento que ofrece a la sociedad canales que los permiten comunicarse entre sí.

Por consiguiente, para la detección del problema o necesidad a resolver se plantean las siguientes problemáticas que arrastran la problemática principal, las cuales son:

P1: Necesidad de comunicación/interacción con familiares/amigos.

P2: Falta de herramientas tecnológicas para disfrutar contenido en línea sin restricciones.

P3: Necesidad de conectarse y compartir momentos con familiares/amigos.

P4: Necesidad de ir al cine sin riesgo al contagio de virus/enfermedades

Se debe tomar en cuenta que las plataformas de películas elevaron sus cifras de suscriptores a consecuencia de la pandemia, pero éstas son individuales y algunas veces se vuelven aburridas no teniendo una compañía y no permite la transmisión compartida de estos videos por políticas y seguridad de la plataforma. Por consiguiente, a causa de que los casos de COVID19 han surgido nuevamente y actualmente estamos atravesando la cuarta ola de contagios, hay personas afectadas y que no se sienten seguras, esto nos conlleva a que las personas sigan adaptándose a herramientas tecnológicas y estas sigan y seguirán siendo una canal de conexión para todos.

1.2. Validación del problema

Según fuente (Bromley,2021) quien es especialista en psiquiatría y miembro del Instituto Nacional de Salud (MINSA) afirmó que, en el Perú, 7 de cada 10 peruanos indicaron haber sufrido algún tipo de ansiedad, mientras que un 28.5% sufrieron algún rasgo del trastorno depresivo debido al confinamiento obligatorio decretado por prevención a la COVID19, del 28.5% el 12.8% se refirió alguna ilación suicida, perteneciendo dentro de este grupo el 30.8% son mujeres y el 23.4% son hombres encuestados que manifestaron sufrir o haber sufrido de depresión, sobre todo la población

que rodea las edades entre 19 y 25 años de edad; por otro lado, estudios señalan también que las personas que han superado la covid-19 presentaron diferentes síntomas, en los cuales tenemos un 26% con un trastorno de sueño y 23% ansiedad o depresión; esta depresión y ansiedad finalmente no solo afectan lo mental, sino que, al mismo tiempo, se ven reflejados en el aumento de la producción de adrenalina y cortisol en los afectados, disminuyendo leucocitos o glóbulos blancos, los mismos que como sabemos, se encargan de reducir el riesgo de contraer enfermedades, es decir, los vuelve más vulnerables. Los resultados o el impacto que genera esa ruptura en la conexión que la sociedad tenía hasta antes de pandemia, como podemos ver, es realmente considerable, y en ciertos casos hasta se podría decir que irreparable; es por ello por lo que consideramos importante tanto la salud emocional como la física.

Ahora, tomando en cuenta la información últimamente brindada por (ENAPRES,2020) que es una Encuesta Nacional de Programas Presupuestales de origen peruano que forma parte de la recolección de datos investigados por INEI, que hace el conocimiento de unos datos estudiados y analizados a una muestra de aproximadamente 8.3 millones de personas, consideramos importantes algunos comportamientos o intereses de dicha población como por ejemplo la representación de aquellos que consideran importantes los paseos al aire libre (56%), salir a comer o beber en compañía de amigos (44%) e ir al cine (36%); así como también tenemos en cuenta la información sobre que, casi un tercio de los encuestados peruanos (31%) indicó que no reducirá el tiempo que dedica a ver sus series y películas favoritas, aunque se normalice por completo la actividad en exteriores, lo que nos permite fortalecer y validar un poco más el presente proyecto como un futuro resultado óptimo para que la idea de negocio siga encaminada.

Según (Irigoyen,2021) especialista de la salud explica de manera practica los distintos beneficios emocionales que se tiene al observar películas o series de interés personal, entre ellos la liberación de dopamina que es un neurotransmisor que transmite señales entre las neuronas y controla las respuestas emocionales de una manera mucho más fácil, el incremento de actividad social,

también liberación de sentimientos y expresiones. En su informe técnico Cinthia Irigoyen mencione los niveles de sensibilidad que colocan al cine terapia.

- Terapia de “cine de película palomera”. Trata de ver una película para una liberación emocional necesaria.
- Terapia de “cine evocador”. Ayuda a las personas a aprender sobre sí mismos, de maneras más profundas en función de cómo responden a diferentes personajes y escenas.
- Terapia de “cine catártico”. Su función es abrir diferentes niveles de emociones y la psique, liberando emociones o acciones de reír o llorar.

Hipótesis

Las plataformas de streaming podrían mantenerse y/o seguir incrementando suscriptores pese a que las restricciones sean retiradas, es decir, podrían continuar haciendo uso de plataformas que brinden contenidos en línea y al mismo tiempo cuenten con herramientas que permitan la interacción lo más cercana posible a la realidad, existiendo así tal vez, usuarios que presenten aún interés por la comunicación y conexión virtual o que utilizan esta herramienta como para mejorar su estado emocional.

Tipo de Estudio

Para el presente proyecto se ha seleccionado una investigación de tipo descriptiva y explicativa, es explicativa dado que, el tema establece relaciones de causa y efecto y se pretende establecer las consecuencias de un fenómeno en específico y luego, la investigación se torna de carácter descriptivo, es decir, se describe e identifica las propiedades del fenómeno en estudio.

El instrumento utilizado para nuestra investigación y recopilación de datos serán encuestas virtuales distribuidas por las diferentes redes sociales con mayor demanda y concentración de público. También reporte de estudios de expertos en psicología que validan la opción del cine virtual como una terapia, teniendo un aporte beneficioso para la contribución de

nuestro proyecto; también informes estadísticos de la alta demanda de suscriptores que ha tenido las plataformas de películas de Netflix, Amazon, Disney y HBO a consecuencia de la pandemia y posteriormente a ella.

1.3. Descripción del cliente

Actualmente se vive en un mundo que ha evolucionado a lo largo del tiempo y con él también las tendencias, modas, gustos de cada persona, si se desea poder hallar un público objetivo se debe aprender a analizar el comportamiento, actitud, accesibilidades y necesidades del usuario.

El requisito indispensable para describir a nuestro cliente es que cuente con acceso a internet, por eso importante conocer la estadística de éste; según la fuente (INEI, 2021) nos dice que en el segundo trimestre del año 2021, el 52.5% de hogares del país cuenta con conexión a internet, cifra que va en aumento un 10,9 puntos en comparación del segundo trimestre del año 2022 (41.6%), cifras que se ha presentado en el informe técnico de Estadísticas de las Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares. Entre otros datos más detallados tenemos según fuente (INEI, 2021) que el 706% de hombres tiene acceso a internet, mientras que el 71.5% son mujeres. Para la creación de nuestro cliente modelo realizamos un Buyer Persona definiendo aspectos interesantes que no ayudará a conocer el tipo de cliente al que ofreceremos nuestro servicio.

figura 1: Prototipo de Cliente

<p>PERFIL</p> <p>Egresada de Administración Trabaja en un empresa agropecuaria Independiente, vive sola y no tiene hijos.</p>		<p>IMPEDIMENTOS</p> <p>Visitar a su familia por falta de tiempo Incrementar sus ahorros, organizar su tiempo Combinar estabilidad laboral y familiar Riesgos a contagiarse de COVID-19 u otros</p>
<p>DATOS DEMOGRAFICOS</p> <p>Mujer de 22 años Vive en un Casero departamento, Arequipa-Castilla Con ingresos necesarios Clase Social B</p>		<p>FUSTRACIONES</p> <p>Pasar poco tiempo con la familia Atravesar problemas de estrés o ansiedad Preocupación de estar totalmente a salvo con las vacunas Frustración de tanta inseguridad social No poder compartir pantalla para ver películas con su mamá</p>
<p>HÁBITOS</p> <p>Le gusta ver películas de estreno en netflix Ve adelantos de series o novelas favoritas Realiza videollamadas a diario con su familia</p>	<p>INTERESES</p> <p>Va al cine en estrenos que no se encuentran en plataformas de streaming Presta cuentas de streaming para no perderse ningún estreno Abonada en Netflix Conversa con su mamá de novelas</p>	

Fuente: Elaboración Propia

CAPÍTULO 2:

DISEÑO DEL PRODUCTO O SERVICIO INNOVADOR

2.1. Aplicación de la metodología Design Thinking

Según (Thinking, 2018) es el proceso que interpone como principal protagonista al usuario para poder definir la problemática y se presente una solución innovadora, es por ello que buscamos ejecutar esta metodología para sacar un servicio alineado a la necesidad del segmento del cliente elegido para el proyecto.

Empatizar:

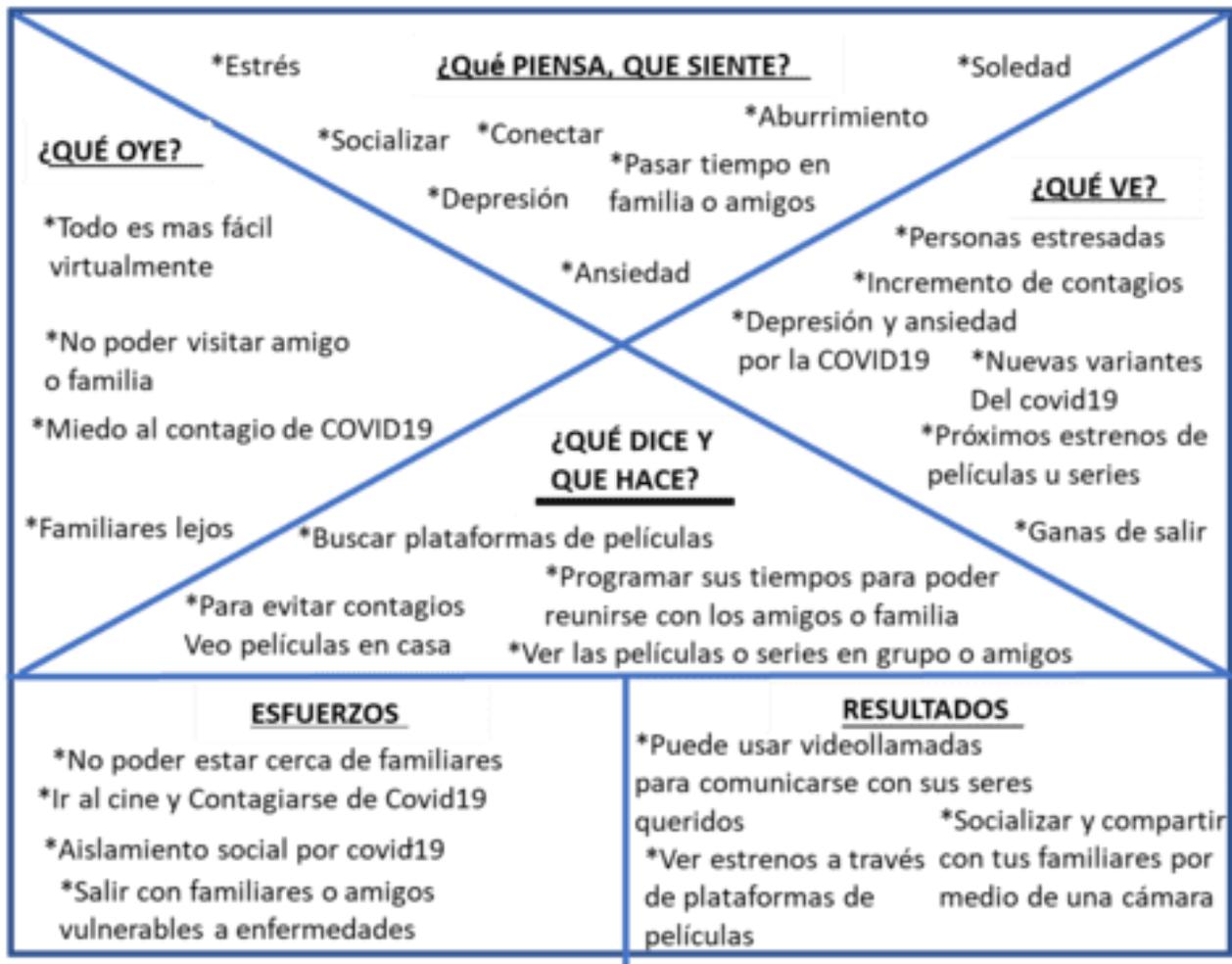
Según (López y Abad, 2018), define la empatía como una capacidad cognitiva para entender lo que piensa/sucede por la mente de las personas, le que nos ayudaría a saber lo que usuarios piensan ante la problemática o necesidad que pasan.

Es considerada la fase principal de esta metodología con el objetivo de conocer a nuestros usuarios, siendo destacada por descubrir y entender las principales necesidades del consumidor. Este proceso también se enfoca en analizar detalladamente al usuario, comprendiendo sus verdaderas motivaciones y haciéndolas propias para desarrollo del proyecto.

Dichos resultados estarán expuestos en un mapa dividido por 6 etapas con el objetivo de evidenciar factores personales, emocionales y sociales que fueron afectados a causa de la coyuntura de COVID19 y más.

CUADRO DE EMPATIA

figura 2: Mapa de Empatía



Fuente: Elaboración Propia

Definir:

Es importante dar a conocer lo que se quiere llegar a desarrollar después de ver analizado diversas necesidades del usuario en el mapa de empatía, lo que se puede reflejar es la preocupación y malestares que la pandemia ha ocasionado y desde entonces el factor social, emocional y personal se ha visto afectado.

Según el análisis de nuestro mapa de empatía definimos que:

- ✓ La necesidad de socializar con los amigos/familiares.
- ✓ La necesidad de compartir momentos con tu familia o amigos.
- ✓ La necesidad de ver a sus familiares o amigos.
- ✓ La necesidad de comunicarse
- ✓ La necesidad de poder conectarse con personas que viven lejos.
- ✓ La necesidad de estar seguros visitando espacios públicos aun estando vacunados.
- ✓ Preocupación
- ✓ La necesidad de contar con todas las medidas de prevención contra la COVID19 para disminuir y/o controlar los casos de ansiedad y depresión
- ✓ La necesidad de disfrutar de los estrenos de películas u series.

Idear:

En esta etapa damos a resaltar la imaginación como solución a las necesidades expuestas que los usuarios manifestaron en las etapas anteriores, donde presentamos posibles ideas de proyecto como solución y sugerimos mejoras a desarrollar.

- ✓ Plataforma de películas en línea
- ✓ Servicio de compartir películas en línea
- ✓ Psicólogo asesor de streaming online

- ✓ Servicio de compartir contenido derivado de plataformas de streaming
- ✓ Plataforma social de interacción con cámara

Lo que buscamos que todas estas ideas lleguen al mismo camino de solución para nuestros usuarios por lo que definimos que dicha plataforma digital:

- a) Busca devolver la conexión y emoción a los usuarios de poder planificar y programar salidas en familia y/o amigos, logrando poder enviar invitaciones previas con recordatorios de dichas citas y/o invitaciones programadas.
- b) Generar emociones antes, durante y después de observar la película o serie.
- c) Una plataforma que no sea solo utilizada para compartir películas, sino también llevarlo como ayuda para mejorar el estado de ánimo
- d) Busca ser una plataforma de ayuda o distracción a sus problemas
- e) Apoyo emocional
- f) Una herramienta tecnológica en donde las personas interactúen en grupo de manera segura, cómoda, accesible y dinámica.
- g) Reducir preocupación mediante una distracción audiovisual de despliegue de emociones
- h) Brindar seguridad y respaldo para la información financiera del usuario
- i) Lugar a la entrada de servicios de streaming de Netflix y HBO+ como primer prototipo.

Prototipo:

Luego de analizar nuestra problemática, necesidades y brindar ideas planteamos la siguiente propuesta diseñada de la siguiente manera, ya que en esta etapa iniciamos la creación del producto o servicio, con la finalidad de poder simular una solución.

Se toma en consideración que, el siguiente prototipo de la plataforma solo tendrá como acceso a las plataformas de Netflix y HBO+ solo como primer prototipo. El nombre de la Plataforma propuesta es CITNE...

1. Pantalla principal de la plataforma CITNE; el suscriptor deberá elegir la plataforma en donde tenga acceso y luego iniciar registrarse para poder realizar una reserva, de lo contrario deberá crear una una cuenta CITNE y iniciar sesión.

figura 3: Pantalla de Inicio de la Plataforma Citne



Fuente: Elaboración Propia

2. Pantalla de registra tu reserva, el anfitrión de sala programa la sala con datos importantes, lo cual termina en culminar registro.

figura 4: Pantalla de Registro de reserva de la Plataforma Citne



Fuente: Elaboración Propia

3. Reserva finaliza, el anfitrión puede entrar a sala si ya es la fecha y hora programada o tiene la opción de editar ésta misma.

figura 5: Pantalla de reserva finalizada de la Plataforma Citne



Fuente: Elaboración Propia

4. Sala de espera de dispositivos invitados a la sala.

figura 6: Pantalla de sala de espera de la Plataforma Citne



Fuente: Elaboración Propia

Para culminar la idea de nuestro prototipo cuándo todos los integrantes estén sala y se finalice el tiempo, cada uno abrirá su cuenta de Netflix o HBO+ individualmente y solo el anfitrión tendrá el control de elegir la película y cuándo ya ésta empieza el control se vuelve libre para todos los invitados.

Evaluar:

Finalmente, la última fase de la técnica Design Thinking, se realizó un Focus Group de manera virtual de no más de 10 minutos en donde presentamos la idea de presentación de la plataforma CITNE a 3 personas:

- ✓ José Seminario Panta – 32 años – Persona 1
- ✓ Jaime Lozano Rodríguez – 22 años – Persona 2
- ✓ Eduardo Gomez Gutierrez – 25 años – Persona 3

Las 3 personas aceptaron la idea de presentarles el proyecto de plataforma “CITNE” en la cual les agrado la temática y la facilidad que se tendría en cuanto se comparte el contenido audiovisual, interactuando y conectando con cada uno de los invitados de la sala. Los usuarios nos dieron sus opiniones, las cuales son tomadas todas de manera positiva para el proceso del desarrollo de la plataforma, así como también realizamos 2 preguntas cerradas necesarias de gran interés.

¿Pregunta Cerrada1- Tienes familiares que no puedes ir a visitar?

Pregunta Cerrada2- Te preocupa/miedo a vivir otra vez una pandemia mundial?

Pregunta Abierta3- Que opina sobre la propuesta de negocio...

Persona 1. Respuesta 1(SI) Respuesta 2(NO). Comento tener familia en el departamento de Chiclayo y por temas de trabajo era imposible visitarlos, también que no desearía volver a vivir una pandemia. Opina que esta plataforma ayudaría a compartir momentos agradables en familia para que halla una mejor interacción/comunicación entre ellos.

Persona 2. Respuesta 1(NO) Respuesta 2(NO). Es interesante la comunicación social vía herramientas tecnológicas, ahora que la mayoría de población esta mas actualizada y son más accesibles. Ya que se puede dar uso de estas herramientas para un fin masivo productivo para la población.

Persona 3. Respuesta 1(SI) Respuesta 2(NO). Comento tener un familiar enfermo por covid19 (50 años) y que su familia por precaución había decidido internarlo. Adicional comento parecerle muy bien como están haciendo más factible la comunicación/ interacción de las personas en ayuda de la tecnología y sobre todo que sea con la intención de ver una película o serie de interés mutuo ya que actualmente les dan mal uso a herramientas tecnológicas.

Se toma como conclusión que 2 cada 3 personas tienen familiares que no pueden visitar ya sea por diferentes motivos (enfermedad/distancia/prevención), y les parece atractivo e interesante la propuesta de negocio y sería de gran ayuda para poder unirse/conectar con la familia/amigos.

Por consiguiente, aprovechamos a unir en una misma sala a las 3 personas y vivir la experiencia del servicio para que nos comenten que les pareció, lo que les gustaría adicional que tenga el servicio en la plataforma y/o indicar que mejorar según lo expuesto y poder así evaluar críticas constructivas y sugerencias a agregar. De acuerdo a eso se definió lo siguiente

- Se incluya en el servicio el acceso a compartir contenido de las plataformas de Paramount y Star+.
- Beneficioso para las personas que no se puedan ver y poder interactuar compartiendo momentos disfrutando de una serie o película de interés.
- Se agregue contenido deportivo y educativo
- Se adapte a otras medidas de pago como YAPE y PLIN

- Modo práctico y rápido de cómo utilizar la plataforma
- Generosa capacidad de invitados a la sala
- Buena calidad de imagen
- Sonido adecuado y buena nitidez
- Agradable presentación
- Transmisión de películas en línea sin ser necesario cuenta de streaming

En análisis de todo lo comentado y conversado en el Focus Group se darán las mejoras para la siguiente fase de nuestro prototipo más detallado y completo.

2.2. Características del producto o servicio innovador validado

CITNE es un proyecto virtual orientado a brindar un servicio en donde simules la idea de vivir la experiencia de estar en un cine virtualmente, donde puedas compartir pantalla con contenido de plataformas de streaming y no te pierdas ningún último estreno; el servicio es dirigido a personas de 22 a 50 años de edad, que paguen cuenta de streaming de Netflix, Disney, Amazon y HBO+ y de esta manera tengan acceso a internet; con el fin de crear una conexión sin restricción y de manera totalmente legal.

Características/Beneficios de la Plataforma CITNE:

- a) No cobro de suscripción: No será necesaria el pago de suscripción mensual o anual, debido a que el costo para compartir el contenido audiovisual depende de cuando quieran visualizarlo, es decir, la función del costo del servicio será “paga por ver” llamado Pay Per View en donde el anfitrión según cuantos invitados quiera invitar pagará cierto monto que equivale a todos.

- b) Sala Participativa: Lo novedosa de esta plataforma es que podrás disfrutar tus película/series con una capacidad de 2 dispositivos como mínimo y 8 dispositivo como máximo dentro de una misma sala.
- c) Sin restricciones: Nos referimos que la plataforma CITNE es creada por un sistema en donde permitirá que puedas compartir pantalla de la plataforma de streaming sin restricción alguna de tal manera disfrutes el contenido de manera conjunta, Cada resaltar que el sistema no evade ninguna política de la plataforma de streaming.
- d) Estrenos Expuestos: Los usuarios CITNE contarán con un listado de estrenos por cada plataforma aliada, los cuales se dará un aviso a través de la cuenta CITNE personal del usuario.
- e) Asesor Psicológico Virtual: Cotaremos con la ayuda de un profesional quien brindara recomendaciones de películas/series según lo estados de ánimos que se encuentran los usuarios, si es que este lo desee.
- f) Único requisito: Para el desarrollo del servicio, cada participante de la sala deberá ingresar datos de la cuenta de Netflix, Amazon, Disney y HBO+ evitando de esta manera la piratería, brindando a otro contenido del que ellos no tienen acceso.
- g) Descuentos y promociones: Los usuarios pueden obtener una mayor cantidad de descuentos si la cantidad de videos visualizados incrementa. Se promocionarán sesiones participativas mientras más invitados tengas.
- h) Medio de pago: La forma de pago del servicio será mediante una plataforma de pago virtual
- i) Reserva tu sala programada: El anfitrión es quien podrá reservar previamente la sala, describiendo en su reserva nombre de la película, hora, fecha y la cantidad de participantes (dispositivos conectados). La reserva brinda un código y éste será compartido con los demás participantes, que una vez ingresado dará el pase al acceso a su cuenta de streaming.

- j) Aviso de Reserva: La plataforma enviara previa reserva un SMS con data del usuario como es el número de celular recordando fecha/hora y nombre de la película.
- k) Seguridad y Calidad: Alta calidad de imagen en las cámaras del participante cuando se esté transmitiendo el contenido audiovisual, como también mejoramientos de la calidad del video, todo esto de la mano con la seguridad tecnológica que se tiene con las plataformas de streaming y sus suscriptores.

Ventaja Competitiva:

La plataforma CITNE despertará la emoción y sentir de aquellos que no pueden verse, ni estar cerca físicamente, o simplemente las ganas de ir al cine con tus amigos a disfrutar de películas o series de interés; además de permitir compartir este tipo de contenido, CITNE tendrá a disposición un psicólogo especializado que recomendará películas/series si es que lo desee el usuario a través de una interacción por el chat de soporte CITNE el cual también servirá para asesoramiento y/o preguntas del usuario, además de ellos presentará un calendario indicando los recientes y próximos estrenos facilitando la elección de que película/serie a ver. Por consiguiente, CITNE será una herramienta de unión, que podrás utilizar cuando lo desees y tengas tiempo, dando la opción de programar tus reservas con una buena compañía. Se presenta pantalla de la presentación de estrenos por plataforma.

figura 7: Pantalla del calendario de estrenos de la Plataforma Citne



Fuente: Elaboración Propia

CAPÍTULO 3:

ELABORACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

Para la elaboración de la propuesta de valor del proyecto CITNE estamos considerando el máximo de factores posibles, logrando moldear con éxito las necesidades de nuestros usuarios. Para ello, trabajamos en la parte emocional de nuestros clientes potenciales basándonos en acciones y estrategias de fácil ejecución como son:

En el producto o servicio, la creación de una plataforma virtual de entretenimiento relacionado a mejorar los factores sociales y emocionales de interacción/comunicación de las personas.

Creando Alegrías, la plataforma busca en parte mejorar el estado emocional de las personas que presentan cuadro depresivo o tenso, así como también transmitir la emoción y sensación de un cine virtual, porque generará emocionales, sensaciones, lazos de amistad/familiar sin restricciones y experiencias memorables positivas.

Aliviadores de frustraciones, los amigos/familiares acceso a unirse y conectar con los demás ahorrando tiempo y dinero sabiendo que las herramientas tecnológicas son útiles y que la necesidad de no perderse ningún estreno o película de interés no será un problema con CITNE; así como también tendrá el soporte de un profesional que ayudara en la elección de la película si es que el consumidor lo desee.

Las Frustraciones que podrían presentarse y la cual CITNE ayudará son:

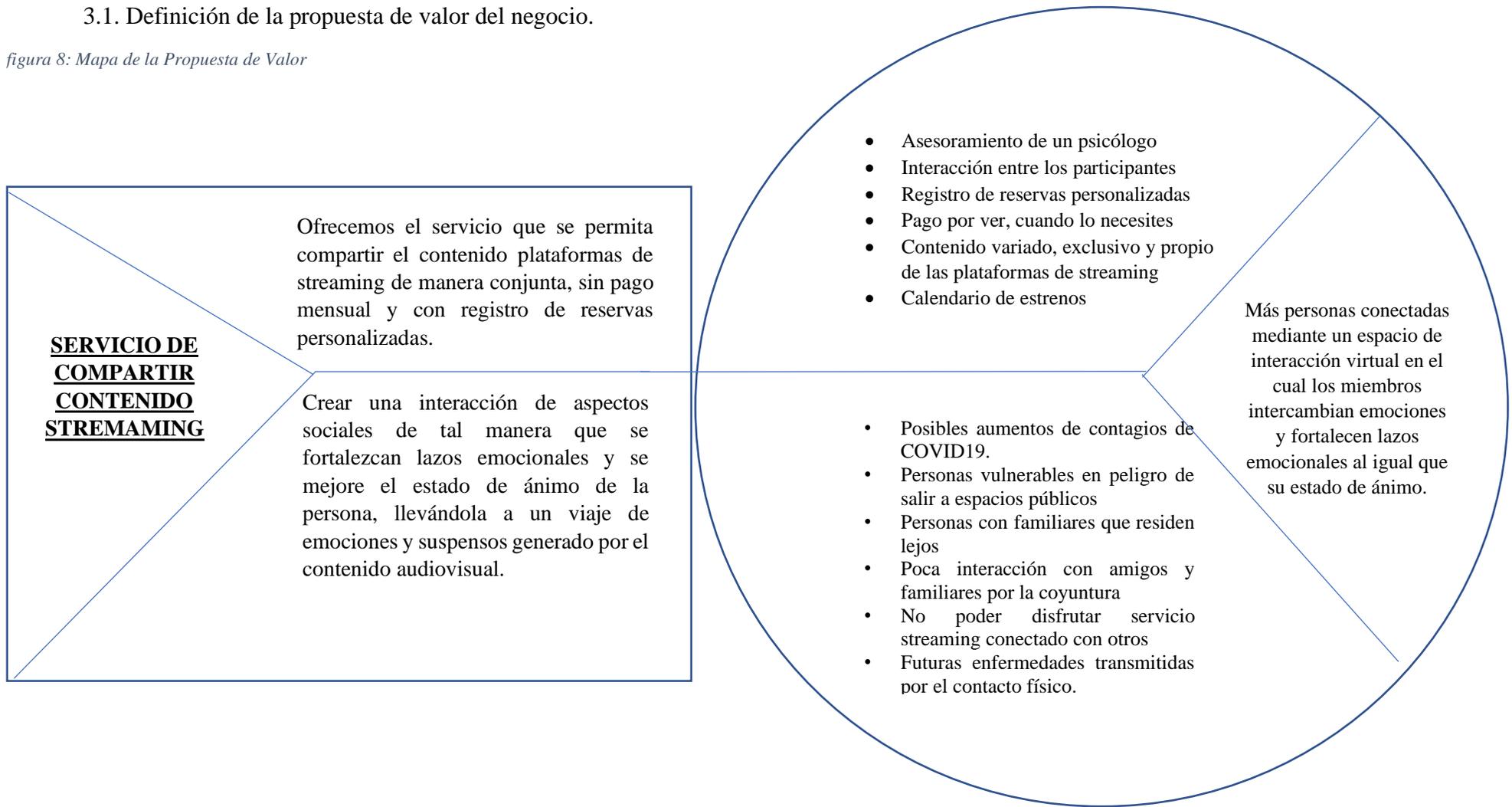
- Posibles aumentos de contagios de COVID19.
- Personas vulnerables en peligro de salir a espacios públicos
- Personas con familiares que residen lejos
- Poca interacción con amigos y familiares por la coyuntura

- No poder disfrutar servicio streaming conectado con otros
- Futuras enfermedades transmitidas por el contacto físico.

Alegrías, la principal sería más personas conectadas mediante un espacio de interacción virtual en el cual los miembros intercambian emociones y fortalecen lazos emocionales al igual que su estado de ánimo

3.1. Definición de la propuesta de valor del negocio.

figura 8: Mapa de la Propuesta de Valor



Formulación de la Propuesta de Valor

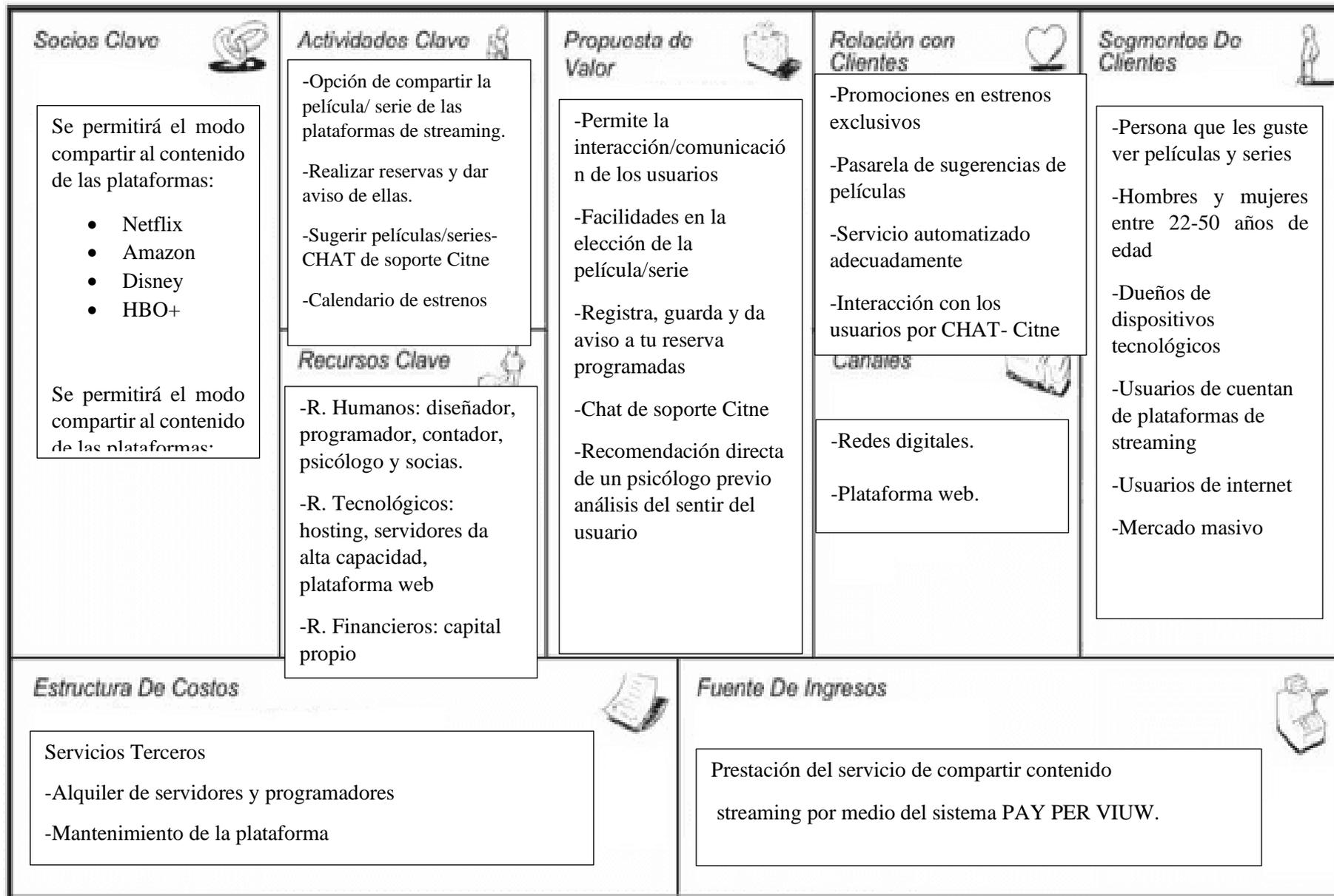
CITNE es capaz de lograr una gran evolución en el tiempo debido a que se encuentra dentro del plano digital, más llamado como el mundo online.

La plataforma CITNE será el nombre de la creación de un sistema virtual innovador donde dará opción pantalla compartiendo contenido de streaming, entrelazando cuentas para disfrutar un contenido de manera conjunta dónde se despertará la emoción y sentir de aquellos que no pueden verse, ni estar cerca físicamente, o simplemente la ganas de ir al cine con tus amigos a disfrutar de películas o series de interés. Además de eso, CITNE presentará un calendario indicando los recientes y próximos estrenos además contará con la asesoría de psicólogo especializado para la mejora del estado de ánimo en aporte al cine terapia. Por consiguiente, CITNE será una herramienta de unión, que podrás utilizar cuando lo desees y tengas tiempo, dando la opción de programar tus reservas con una buena compañía.

3.2. Elaboración del modelo de negocio.

En esta fase de nuestro proyecto emplearemos el lienzo CANVAS para poder analizar y crear un modelo de negocio con las características que adapten a lo anteriormente hemos definido.

figura 9: Cuadro CANVAS



Fuente: Elaboración Propia

3.3. Descripción del prototipo de lanzamiento.

Para lograr una mejor percepción sobre la plataforma estudiada, presentaremos una simulación y/o prototipo de como se visualizaría nuestra plataforma CITNE, con el objetivo de tener una demostración del diseño de este.

1. Pantalla principal de la plataforma CITNE; el suscriptor deberá elegir la plataforma en donde tenga acceso y luego iniciar registrarse para poder realizar una reserva, de lo contrario deberá crear una una cuenta CITNE y iniciar sesión. Consideramos el contenido de las 4 plataformas

figura 10: Pantalla de Inicio de la Plataforma Citne – Prototipo de Lanzamiento



Fuente: Elaboración Propia

2. Pantalla de registro de usuario en sistema.

figura 11: Pantalla de registro de la Plataforma Citne – Prototipo de Lanzamiento

La imagen muestra un prototipo de la pantalla de registro de usuario en la Plataforma Citne. En la parte superior, se encuentran los logos de las plataformas de streaming: NETFLIX, HBOmax, DISNEY+ y prime video. A la izquierda, el texto "Registra tus Datos" está acompañado por una serie de campos de entrada amarillos para: Nombre y Apellido, Correo Electrónico, Número, País, Departamento, Usuario y Clave. A la derecha, hay un personaje animado de una caja roja de papas fritas con gafas azules y brazos azules. En la parte inferior, hay un botón "VOLVER" a la izquierda, el logo "CITNE" en el centro y un botón "CULMINAR REGISTRO" a la derecha.

Fuente: Elaboración Propia

3. Pantalla de ingreso de usuario a la plataforma.

figura 12: Pantalla de ingreso de usuario en la Plataforma Citne – Prototipo de Lanzamiento.

La imagen muestra un prototipo de la pantalla de ingreso de usuario en la Plataforma Citne. En la parte superior, se encuentran los logos de las plataformas de streaming: NETFLIX, HBOmax, DISNEY+ y prime video. A la izquierda, hay un grupo de avatares de usuarios alrededor de un globo terráqueo, y debajo, imágenes de dispositivos electrónicos: un laptop, un smartphone y un monitor. En el centro, hay tres campos de entrada amarillos para: Nombre y Apellido, Usuario y Clave. A la derecha, el texto "Coloca tu Accesos" está acompañado por el mismo personaje animado de la caja roja de papas fritas con gafas azules y brazos azules. En la parte inferior, hay un botón "VOLVER" a la izquierda, el logo "CITNE" en el centro y un botón "INICIAR SESIÓN" a la derecha.

Fuente: Elaboración Propia

4. Pantalla del calendario de estrenos por plataforma, para la facilidad de elección de la película/serie conjunto con el CHAT de soporte CITNE para interacción con el psicólogo virtual.

figura 13: Pantalla del calendario de estrenos de la Plataforma Citne – Prototipo de Lanzamiento



Fuente: Elaboración Propia

5. Pantalla de registra tu reserva, el anfitrión de sala programa la sala con datos importantes, lo cual termina en culminar registro.

figura 14: Pantalla de Registro de la Reserva en la Plataforma Citne – Prototipo de Lanzamiento



Fuente: Elaboración Propia

6. Reserva finaliza, el anfitrión puede entrar a sala si ya es la fecha y hora programada o tiene la opción de editar ésta misma.

figura 15: Pantalla de Reserva finalizada de la Plataforma Citne – Prototipo de Lanzamiento



Fuente: Elaboración Propia

7. Pantalla del participante, cuando ingresa al código compartido por el usuario

figura 16: Pantalla de acceso de la cuenta streaming dentro de sistema de la Plataforma Citne – Prototipo de Lanzamiento



Fuente: Elaboración Propia

8. Sala de espera de los invitados a la sala.

figura 17: Pantalla de sala de espera de la Plataforma Cíne – Prototipo de Lanzamiento



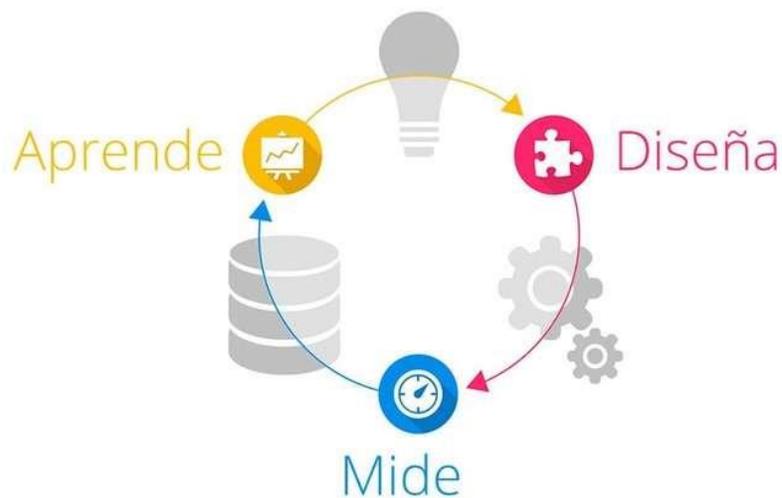
Fuente: Elaboración Propia

CAPITULO 4:

VALIDACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

4.1. Aplicación de la metodología Lean Startup

Según la fuente (Scielo, La metodología Lean StartUp, 2018) la finalidad de esta metodología es poner en ejecución el proyecto a través de un circuito ágil que cuenta con 3 pasos las cuales son Crear (Diseña), Medir y Aprender.



El desarrollo de los indicadores de gestión del proyecto de la plataforma se desarrollará a través de publicidad en las redes sociales donde se aplicarán las estrategias SEO y SEM, damos conocimientos que son herramientas que se utilizarán en diferentes etapas en el avance del proyecto, siendo la primera el SEM, ya que al lanzar nuestras campañas publicitarias sabremos en su defecto cuantos interesados en nuestro servicio nos encuentren a través de buscadores más comunes.

Por otro lado, el SEO nos ayuda a conseguir posibles usuarios, pero este se considerará con más potencia, cuando nuestra marca este en la línea de crecimiento que esperamos, dado que esta estrategia no necesita de inversión, pero puede dar resultados a largo plazo, mientras que el SEM se aplica para resultados inmediatos.

Por consiguiente, en tema de definir los KPI S que estamos considerando para el servicio virtual y con uso de herramientas virtuales son:

➤ El número de Leads, tomando este indicador nos permite conocer la cantidad de personas que mostraron interés en nuestro plataforma, este sería considerado por lo menos en los primeros meses del proyecto o hasta que se logre consolidar una comunidad de usuarios en auge.

➤ El Número de Visitas o Listas, este indicador nos da información sobre cuantos usuarios son empáticos con nuestro contenido en nuestras redes sociales, este KPI también puede permitirnos evaluar cuantas ventas se han realizado es esas visitas y ello determinaría nuestra tasa de conversión.

➤ Costo por Clic, mediante este KPI tendremos mapeado cuanto nos cuesta cada clic realizado en nuestras plataformas, para controlar la inversión.

➤ ROI, es una herramienta para analizar el rendimiento desde el punto de vista financiero y sea este probablemente el más importante, puesto que con este KPI se puede determinar la cantidad de dinero que una empresa puede generar tras haber invertido en algo.

Realizado la definición de que KPI utilizaremos, procedemos a realizar la metodología Lean Startup en donde desarrollamos sus 3 etapas.

Crear

Hipótesis - Problema

“La existencia de restricciones al uso de compartir pantalla visualizando contenido de streaming”

Hipótesis - Cliente

“El usuario está dispuesto a ver películas/series desde su dispositivo móvil.”

Medir

El equipo de trabajo luego definir las posibles hipótesis en la fase anterior, realiza la evaluación para validarlas con nuestro prototipo presentado de interfaces y lazos que se darán indirectamente con el cliente por medio de la plataforma.

La recopilación de datos en nuestras encuestas virtuales nos dará a conocer datos cualitativos, cuantitativos y características, por lo que se ha tomado como referencia la pregunta de aceptación planteada en la encuesta virtual, para saber que tan viable y original es el proyecto de la creación de la plataforma “CITNE”. Lo que nos arroja los siguientes gráficos.

¿Te gustaría que exista una plataforma unificada donde puedas visualizar películas y/u series en grupo, sin pago mensual y por medio de tu cuenta o perfil que tengas de películas?

385 respuestas



En la siguiente grafica se puede medir en base a resultados de los porcentajes arrojadas en la pregunta de aceptación. Lo que podemos definir que 98.9% acepta la creación de la plataforma es decir muy cerca del 100% de las personas que respondieron esta pregunta acepta y le gustaría que exista este tipo de plataforma para satisfacer ciertas necesidades mencionadas en la creación de hipótesis de la problemática. Luego de ello se procederá a tabular los porcentajes para tener más a detalle la cantidad de personas que aceptan el proyecto.

	ENCUESTADOS	% REPRESENTA
SI	377	98%
NO	8	2%
Total	385	100%

Lo que podemos deducir que el 98% equivale a 377 personas encuestadas que aceptan el servicio, mientras que el 2% equivale a 8 personas y no les agrado la creación de nuestra plataforma CITNE”.

Aprender

En esta última fase luego de nuestra validación de hipótesis y dar a conocer resultados de nuestras encuestas podemos modificar algunos descontentos que se han observado y hacer como finalidad que el 100% de los encuestados diga si a la creación de nuestra plataforma.

4.2. Descripción del modelo de negocio validado

- **Modelo de Negocio Actualizado**

“CITNE” se presenta a sus usuarios como una plataforma virtual que ofrece compartir contenido de plataformas de streaming de manera dinámica e interactiva simulando las emociones y experiencias que te ofrece un cine físicamente. Las películas por ofrecer previenen de plataformas de streaming, de las cuales, serán Netflix, Amazon, Disney y HBO+. Se tiene en cuenta que el contenido audiovisual es propio de las plataformas ya antes mencionadas, por lo que es una forma de contrarrestar a la piratería.

En la presente descripción del modelo de negocio se pasa a detallar de principio a fin todos los procesos que nos lleva a la creación de esta plataforma, definiendo detalles desde el proceso de creación practico (fujo grama) hasta todo el proceso del servicio de plataforma, las cuales son las expectativas visuales que se quiere brindar al usuario.

1. Proceso de elaboración y fases de la creación de la plataforma “CITNE”

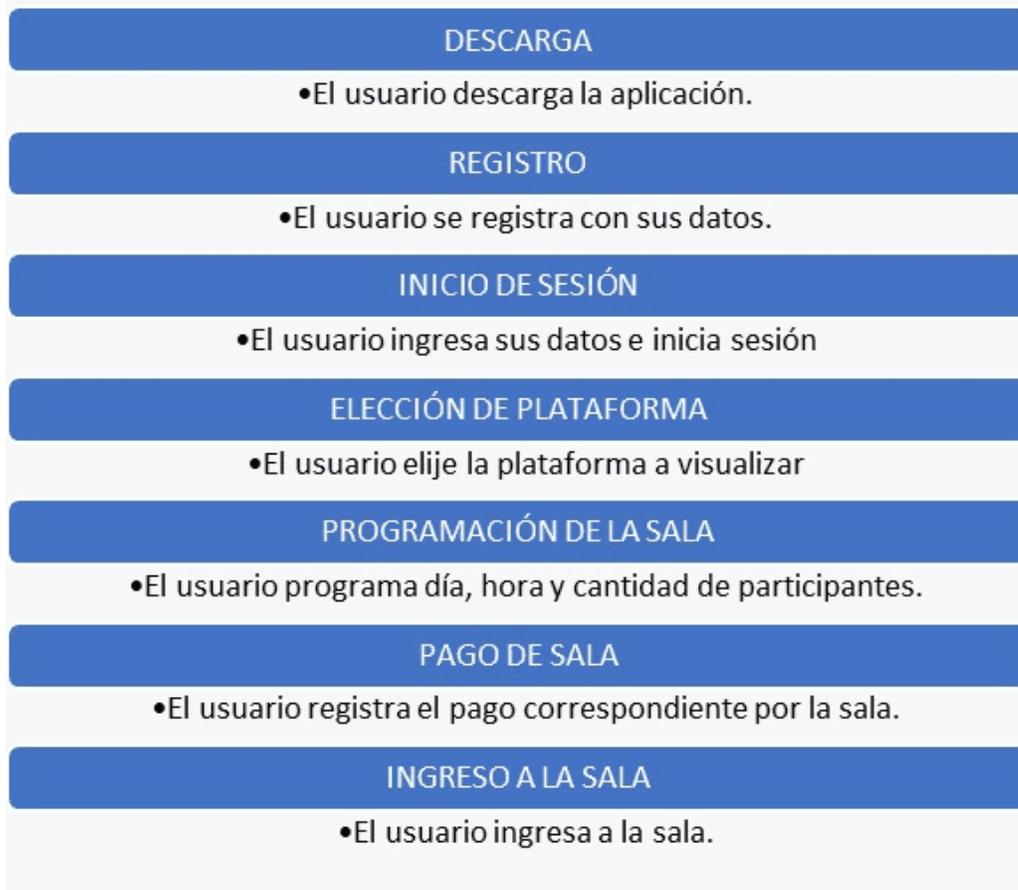
figura 18: Elaboración y fases de la Plataforma Citne



Fuente: Elaboración Propia

2. Se detalla el proceso de uso y experiencia del usuario, es decir manual de configuración de la plataforma

figura 19: Flujograma de la Plataforma Cime



Fuente: Elaboración Propia

3. Pantalla principal de la plataforma CITNE; el suscriptor deberá elegir la plataforma en donde tenga acceso y luego iniciar registrarse para poder realizar una reserva, de lo contrario deberá crear una una cuenta CITNE y iniciar sesión. Consideramos el contenido de las 4 plataformas

figura 20: Pantalla de inicio de la Plataforma Cite – Modelo de Negocio Actualizado



Fuente: Elaboración Propia

4. Pantalla de registro de usuario en sistema.

figura 21: Pantalla de registro del usuario de la Plataforma Cite – Modelo de Negocio Actualizado



Fuente: Elaboración Propia

5. Pantalla de ingreso de usuario a la plataforma

figura 22: Pantalla de ingreso del usuario dentro de la Plataforma Cite – Modelo de Negocio Actualizado



Fuente: Elaboración Propia

6. Pantalla del calendario de estrenos de películas/series de tu plataforma favorita -

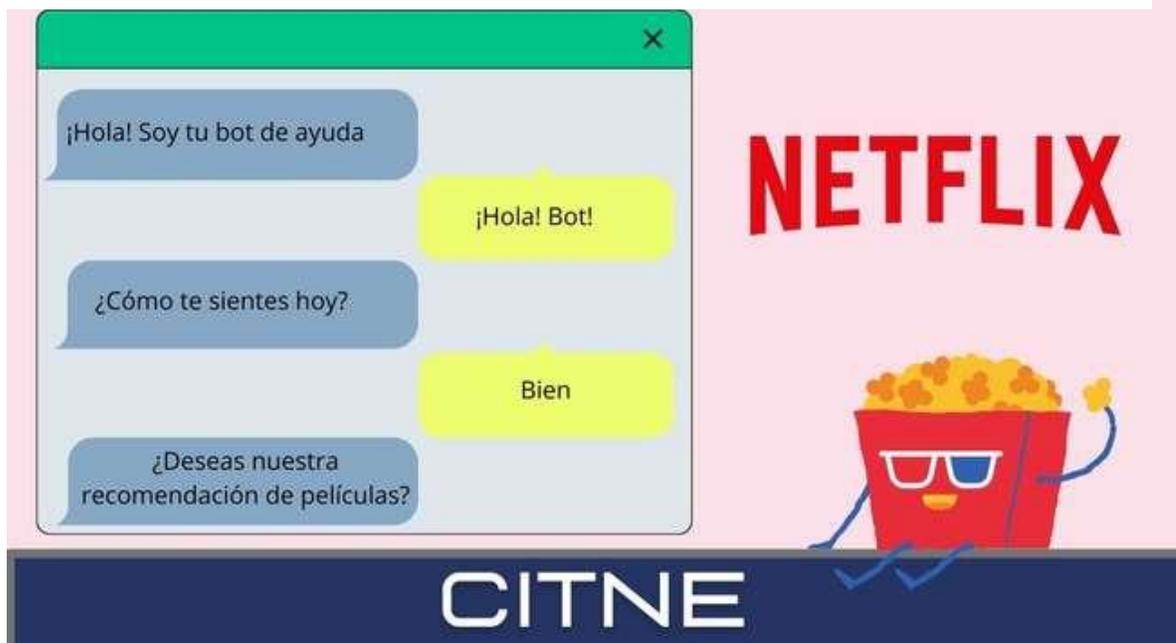
figura 23. Pantalla de calendario de estrenos de la Plataforma Cite – Modelo de Negocio Actualizado



Fuente: Elaboración Propia

7. Pantalla de interacción con los usuarios, catalogado como chat de soporte “CITNE.”

figura 24: Pantalla de chat de soporte de la Plataforma Cite – Modelo de Negocio Actualizado



Fuente: Elaboración Propia

8. Pantalla de registra tu reserva, el anfitrión de sala programa la sala con datos importantes, lo cual termina en culminar registro.

figura 25: Pantalla de Registro de reserva de la Plataforma Cite – Modelo de Negocio Actualizado



Fuente: Elaboración Propia

9. Reserva finaliza, el anfitrión puede entrar a sala si ya es la fecha y hora programada o tiene la opción de editar ésta misma.

figura 26: Pantalla de reserva finalizada de la Plataforma Cite – Modelo de Negocio Actualizado



Fuente: Elaboración Propia

10. Pantalla del participante, cuando ingresa al código participativo por el usuario

figura 27: Pantalla de ingreso del participante en la Plataforma Cite – Modelo de Negocio Actualizado



Fuente: Elaboración Propia

11. Sala de espera de los invitados a la sala.

figura 28: Pantalla de sala de espera de la Plataforma Citne – Modelo de Negocio Actualizado



Fuente: Elaboración Propia

12. Pantalla disfrutando la película, con cámaras prendidas.

figura 29: Pantalla de sala participativa de la Plataforma Citne – Modelo de Negocio Actualizado



Fuente: Elaboración Propia

CAPÍTULO 5:

ANÁLISIS DE RENTABILIDAD

5.1. Determinación del Punto de Equilibrio

Para determinar el punto de equilibrio es importante determinar los factores de: Costo Fijo, Costo Unitario y Precio de Venta; para ello, ejecutamos la formula basándonos en la información de nuestro análisis financiero el cuál se detallará en las próximas tablas:

Tabla 1: Costo Unitario

Costo de Mano de Obra Directa					
Detalle	Cantidad	Cu	Costo Mensual		Anual
Ingeniero de Programación	1	S/ 3,783	S/	3,783	S/ 45,392
Técnico Programador	1	S/ 2,329	S/	2,329	S/ 27,950
Total			S/	6,112	S/ 73,342

Fuente: Elaboración Propia 2022

Una vez considerado el Costo Unitario, este se calcula con el número de suscripciones proyectadas.

Tabla 2: Costo de Ventas

Costo de Ventas				
Detalle	Cantidad	Cu	Costo Anual	
Suscripción A Citne	32,151	S/ 2.28	S/	73,342
Total		S/ 2.28	S/	73,342

Fuente: Elaboración Propia 2022

Dentro de los costos fijos, podemos resaltar que se ha considerado la planilla, servicios, contador.

Tabla 3: Costos Fijos

Costos Fijos							
Detalle	Cantidad	Cu	Costo Mensual	Anual			
Materiales de mantenimiento y limpieza	1	S/ 300	S/ 300	S/ 3,600			
Internet	1	S/ 320	S/ 320	S/ 3,840			
Licencia web / redes sociales	1	S/ 400	S/ 400	S/ 4,800			
Pago de contador	1	S/ 300	S/ 300	S/ 3,600			
Pago de luz y agua	1	S/ 300	S/ 300	S/ 3,600			
Promociones	1	S/ 300	S/ 300	S/ 3,600			
Telefonía fija para call center y atención	1	S/ 250	S/ 250	S/ 3,000			
Gerente General	1	S/ 4,800	S/ 4,800	S/ 57,601			
Asistente de gerencia - psicólogo	1	S/ 2,329	S/ 2,329	S/ 27,950			
Atención al cliente	1	S/ 1,893	S/ 1,893	S/ 22,718			
Call center	1	S/ 1,893	S/ 1,893	S/ 22,718			
Asistente de ventas	1	S/ 2,329	S/ 2,329	S/ 27,950			
Auxiliar de ventas	1	S/ 1,893	S/ 1,893	S/ 22,718			
Otros costos	1	S/ 250	S/ 250	S/ 3,000			
Alquiler de local	1	S/ 1,200	S/ 1,200	S/ 14,400			
Total				S/ 225,095			

Fuente: Elaboración Propia 2022

Para la obtención de los Estados Financieros y Flujo de Caja, se ha calculado Gastos Operativos, estos son: Gastos Administrativos (Tabla 4) y Gastos de Ventas (Tabla 5).

Tabla 4: Gastos Administrativos

Gastos Administrativos							
Detalle	Cantidad	Cu		Costo Mensual	Anual		
Materiales de mantenimiento y limpieza	1	S/	300	S/	300	S/	3,600
Internet	1	S/	320	S/	320	S/	3,840
Pago de contador	1	S/	300	S/	300	S/	3,600
Pago de luz y agua	1	S/	300	S/	300	S/	3,600
Gerente General	1	S/	4,800	S/	4,800	S/	57,601
Asistente de gerencia - psicólogo	1	S/	2,329	S/	2,329	S/	27,950
Alquiler de local	1	S/	1,200	S/	1,200	S/	14,400
TOTAL						S/	114,591

Fuente: Elaboración Propia 2022

Tabla 5: Gasto de Ventas

GASTOS DE VENTAS							
DETALLE	CANTIDAD	CU		COSTO MENSUAL	ANUAL		
Licencia web / redes sociales	1	S/	400	S/	400	S/	4,800
Promociones	1	S/	300	S/	300	S/	3,600
Telefonía fija para call center y atención	1	S/	250	S/	250	S/	3,000
Atención al cliente	1	S/	1,893	S/	1,893	S/	22,718
Call center	1	S/	1,893	S/	1,893	S/	22,718
Asistente de ventas	1	S/	2,329	S/	2,329	S/	27,950
Auxiliar de ventas	1	S/	1,893	S/	1,893	S/	22,718
Otros costos	1	S/	250	S/	250	S/	3,000
TOTAL						S/	110,504

Fuente: Elaboración Propia 2022

La tabla 6 especifica los pagos de la planilla de la empresa, el monto anual asciende a S/ 254,997, se ha tenido en cuenta el pago de beneficios sociales como ESSALUD, Gratificación, CTS y vacaciones 30 días al año.

Tabla 6: Planilla de la Empresa

Planilla																			
Cargo	Remuneración bruta		Asignación Familiar		AFP / ONP (A cargo del trabajador)	Aporte del trabajador		Essalud		Gratificación		CTS		Vacaciones		Total mensual	Total anual		
Gerente General	S/	3,200	S/	102.50	Habitat	S/	436	S/	297	S/	600	S/	325	S/	275	S/	4,800	S/	57,601
Ingeniero de Programación	S/	2,500	S/	102.50	Profuturo	S/	350	S/	234	S/	473	S/	256	S/	217	S/	3,783	S/	45,392
Técnico programador	S/	1,500	S/	102.50	Habitat	S/	212	S/	144	S/	291	S/	158	S/	134	S/	2,329	S/	27,950
Asistente de gerencia - psicólogo	S/	1,500	S/	102.50	Habitat	S/	212	S/	144	S/	291	S/	158	S/	134	S/	2,329	S/	27,950
Atención al cliente	S/	1,200	S/	102.50	Integra	S/	173	S/	117	S/	237	S/	128	S/	109	S/	1,893	S/	22,718
Call center	S/	1,200	S/	102.50	Habitat	S/	172	S/	117	S/	237	S/	128	S/	109	S/	1,893	S/	22,718
Asistente de ventas	S/	1,500	S/	102.50	Habitat	S/	212	S/	144	S/	291	S/	158	S/	134	S/	2,329	S/	27,950
Auxiliar de ventas	S/	1,200	S/	102.50	Integra	S/	173	S/	117	S/	237	S/	128	S/	109	S/	1,893	S/	22,718
Total anual																S/	21,250	S/	254,997

Fuente: Elaboración Propia 2022

Precio Unitario

En la tabla N°3 se muestra el precio de los servicios de la empresa, la fuente de ingresos proviene principalmente de las suscripciones, este asciende a S/ 14.90

Tabla 7: Precio del Servicio CITNE

Producto	Precio con IGV	Valor de Venta
Suscripción a Citne	S/. 14.90	S/. 12.63

Fuente: Elaboración Propia 2022

Formula del Punto de Equilibrio

En la tabla 8 se muestra el cálculo del punto de equilibrio en unidades y monto, la empresa como mínimo debe vender en acumulado 17,838 suscripciones, y en unidades monetarias este asciende a S/ 265,786

Tabla 8: Punto de Equilibrio

Punto De Equilibrio									
Punto de equilibrio	Precio de venta	CVU	Margen de Contribución	% Participación	Margen de Contribución Ponderada	Costo Fijo	Factor	Punto de equilibrio por producto en unidades	Punto de equilibrio por producto en soles
Suscripción a Citne	S/ 14.90	S/ 2.28	S/ 12.62	100%	S/ 12.62	S/ 225,095	17,838	17,838	S/ 265,786
Total					S/ 12.62			17,838	S/ 265,786

Fuente: Elaboración Propia 2022

5.2. Determinación de las necesidades de Inversión

Las necesidades de inversión se han dividido en Inversión Intangible, Inversión Tangible y Capital de Trabajo

Tabla 9: Inversión Fija Tangible –

Concepto	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Maquinaria y equipos			S/. 28,700
Laptop Core i7	3	S/. 5,300	S/. 15,900
Laptop Core i5	3	S/. 3,100	S/. 9,300
Celulares	5	S/. 700	S/. 3,500
Muebles y Enseres			S/. 4,650
Escritorio	6	S/. 400	S/. 2,400
Sillas de espera clientes	5	S/. 310	S/. 1,550
Silla con brazos	2	S/. 350	S/. 700
Otros enseres			S/. 910
Extintor	2	S/. 100	S/. 200
Botiquín	2	S/. 60	S/. 120
Adornos de oficina	10	S/. 50	S/. 500
Tachos para basura	2	S/. 45	S/. 90
Sub Total			S/. 34,260
Imprevisto		5%	S/. 1,713
Total			S/. 35,973

Fuente: Elaboración Propia 2022

Tabla 10: Inversión Fija Intangible

Concepto	Monto	
Búsqueda de nombre SUNARP	S/	5
Garantía de local	S/	2,400
Certificación Defensa Civil	S/	250
Desarrollo de la Plataforma	S/	35,000
Elaboración de la minuta	S/	450
Inscripción de escritura Pública	S/	60
Licencia de Funcionamiento	S/	200
Licencia para un Letrero	S/	150
Registro de Marca Indecopi	S/	535
Reserva de nombre	S/	22
Servidor	S/	2,500
Software / licencia web	S/	3,800
Sub Total	S/	45,372
Imprevistos (5%)	S/	2,269
Total	S/	47,641

Fuente: Elaboración Propia 2022

Tabla 11: Inversión Fija Tangible

Capital de Trabajo							
Detalle	Mes 1		Mes 2		Mes 3		Total
Materiales de mantenimiento y limpieza	S/	300	S/	300	S/	300	S/ 900
Internet	S/	320	S/	320	S/	320	S/ 960
Licencia web / redes sociales	S/	400	S/	400	S/	400	S/ 1,200
Pago de contador	S/	300	S/	300	S/	300	S/ 900
Pago de luz y agua	S/	300	S/	300	S/	300	S/ 900
Promociones	S/	300	S/	300	S/	300	S/ 900
Telefonía fija para call center y atención	S/	250	S/	250	S/	250	S/ 750
Gerente General	S/	4,800	S/	4,800	S/	4,800	S/ 14,400
Asistente de gerencia - psicólogo	S/	2,329	S/	2,329	S/	2,329	S/ 6,988
Atención al cliente	S/	1,893	S/	1,893	S/	1,893	S/ 5,679
Call center	S/	1,893	S/	1,893	S/	1,893	S/ 5,679
Asistente de ventas	S/	2,329	S/	2,329	S/	2,329	S/ 6,988
Auxiliar de ventas	S/	1,893	S/	1,893	S/	1,893	S/ 5,679
Otros costos	S/	250	S/	250	S/	250	S/ 750
Alquiler de local	S/	1,200	S/	1,200	S/	1,200	S/ 3,600
Ingeniero de Programación	S/	3,783	S/	3,783	S/	3,783	S/ 11,348
Técnico programador	S/	2,329	S/	2,329	S/	2,329	S/ 6,988
Total						S/	74,609

Fuente: Elaboración Propia 2022

Por consiguiente, la tabla 12 muestra el total de Activos Tangibles, Activos Intangibles y Capital de trabajo

Tabla 12: Consolidado de Inversiones

Estructura de Inversión del Proyecto			
Inversión Fija Tangible	S/	35,973	22.74%
Inversión Fija Intangible	S/	47,641	30.11%
Capital de Trabajo	S/	74,609	47.15%
Inversión Total	S/	158,223	100.00%

Fuente: Elaboración Propia 2022

Por consiguiente, la tabla 13 muestra la inversión bruta que le corresponde a cada tesista en el proyecto.

Tabla 14: Consolidado de los inversionistas

Estructura de Financiamiento del Proyecto			
Aportes Propios			
Seminario Panta, Ana Anaiz	S/	54,111	34.20%
Moscoso Ayllon, Vanessa	S/	54,111	34.20%
Total de Aportes Propios	S/	108,223	68.40%
Aporte de Terceros			
Préstamo bancario	S/	50,000	31.60%
Total de Aportes de Terceros	S/	50,000	31.60%
Inversión Total	S/	158,223	100.00%

Fuente: Elaboración Propia 2022

Se buscó alternativas en el mercado financiero, teniendo como mejor opción la Caja Trujillo, quien ofreció una tasa por préstamo a 4 años de 28%.

Tabla 15: Posibles entidades para financiamiento

Alternativas de entidades financieras	Tasa anual
Caja Trujillo	28%
Interbank	29%
Banbif	30%
BCP	29%

Fuente: Elaboración Propia 2022

Una vez elegida la entidad financiera, con el esquema de cuotas fijas se logró calcular el cuadro de amortización de la deuda, la cuota es fija, esta asciende a S/ 1,656, el plazo es de 48 cuotas mensuales.

Tabla 16: Cuadro de Amortización de la deuda

N°	Saldo	Amortización		Cuota
		Capital	Interés	
0	S/ 50,000			28% ANUAL 2.08% MENSUAL
1	S/ 49,383	S/ 617	S/ 1,039	S/ 1,656
2	S/ 48,753	S/ 630	S/ 1,026	S/ 1,656
3	S/ 48,110	S/ 643	S/ 1,013	S/ 1,656
4	S/ 47,454	S/ 656	S/ 1,000	S/ 1,656
5	S/ 46,784	S/ 670	S/ 986	S/ 1,656
6	S/ 46,100	S/ 684	S/ 972	S/ 1,656
7	S/ 45,402	S/ 698	S/ 958	S/ 1,656
8	S/ 44,690	S/ 713	S/ 944	S/ 1,656
9	S/ 43,962	S/ 727	S/ 929	S/ 1,656
10	S/ 43,220	S/ 742	S/ 914	S/ 1,656
11	S/ 42,462	S/ 758	S/ 898	S/ 1,656
12	S/ 41,688	S/ 774	S/ 883	S/ 1,656
13	S/ 40,898	S/ 790	S/ 866	S/ 1,656
14	S/ 40,092	S/ 806	S/ 850	S/ 1,656
15	S/ 39,269	S/ 823	S/ 833	S/ 1,656
16	S/ 38,429	S/ 840	S/ 816	S/ 1,656
17	S/ 37,572	S/ 857	S/ 799	S/ 1,656
18	S/ 36,697	S/ 875	S/ 781	S/ 1,656
19	S/ 35,803	S/ 894	S/ 763	S/ 1,656
20	S/ 34,891	S/ 912	S/ 744	S/ 1,656
21	S/ 33,960	S/ 931	S/ 725	S/ 1,656
22	S/ 33,010	S/ 950	S/ 706	S/ 1,656
23	S/ 32,039	S/ 970	S/ 686	S/ 1,656
24	S/ 31,049	S/ 990	S/ 666	S/ 1,656
25	S/ 30,038	S/ 1,011	S/ 645	S/ 1,656
26	S/ 29,006	S/ 1,032	S/ 624	S/ 1,656
27	S/ 27,953	S/ 1,053	S/ 603	S/ 1,656
28	S/ 26,878	S/ 1,075	S/ 581	S/ 1,656
29	S/ 25,780	S/ 1,098	S/ 559	S/ 1,656
30	S/ 24,660	S/ 1,120	S/ 536	S/ 1,656
31	S/ 23,516	S/ 1,144	S/ 513	S/ 1,656
32	S/ 22,349	S/ 1,167	S/ 489	S/ 1,656
33	S/ 21,157	S/ 1,192	S/ 465	S/ 1,656

34	S/	19,940	S/	1,216	S/	440	S/	1,656
35	S/	18,699	S/	1,242	S/	414	S/	1,656
36	S/	17,431	S/	1,268	S/	389	S/	1,656
37	S/	16,137	S/	1,294	S/	362	S/	1,656
38	S/	14,816	S/	1,321	S/	335	S/	1,656
39	S/	13,468	S/	1,348	S/	308	S/	1,656
40	S/	12,092	S/	1,376	S/	280	S/	1,656
41	S/	10,687	S/	1,405	S/	251	S/	1,656
42	S/	9,253	S/	1,434	S/	222	S/	1,656
43	S/	7,789	S/	1,464	S/	192	S/	1,656
44	S/	6,294	S/	1,494	S/	162	S/	1,656
45	S/	4,769	S/	1,525	S/	131	S/	1,656
46	S/	3,212	S/	1,557	S/	99	S/	1,656
47	S/	1,623	S/	1,589	S/	67	S/	1,656
48	S/	0	S/	1,623	S/	34	S/	1,656
		S/	50,000	S/	29,499	S/	79,499	

Fuente: Elaboración Propia 2022

Los intereses de acuerdo al cuadro de amortización de la tabla xx, se distribuyen de la siguiente manera anualmente.

- Intereses año 1 S/ 11,562.97
- Intereses año 2 S/ 9,235.67
- Intereses año 3 S/ 6,256.73
- Intereses año 4 S/ 2,443.68

Asimismo, la amortización de capital para estos 4 años, se ubican de la siguiente manera:

- Amortización año 1 S/ 8,311.79
- Amortización año 2 S/ 10,639.09
- Amortización año 3 S/ 13,618.04
- Amortización año 4 S/ 17,431.04

Tabla 17: Cálculo de la demanda y Oferta

Criterios	%	Cálculo de ventas
Habitantes (segmentación)		1,856,809
Población con internet 52.50%	53%	974,825
Les gustaría disfrutar en familias y amigos	59%	575,147
Les gustaría adquirir plataforma	52%	299,076
Dispuesto a pagar	43%	128,603
Demanda potencial		128,603
Oferta	25%	32,151

Fuente: Elaboración Propia 2022

Tabla 18: Ventas proyectadas para el primer año en unidades

Número de productos	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Suscripción a Citne	2411	2251	2733	2251	2765	2508	3022	2765	2379	2636	3054	3376	32,151
Total en unidades	2,411	2,251	2,733	2,251	2,765	2,508	3,022	2,765	2,379	2,636	3,054	3,376	32,151

Fuente: Elaboración Propia 2022

Tabla 19: Ventas Proyectadas para el primer año en unidades monetarias

Precio de venta por cantidad	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Suscripción a Citne	35,924	33,540	40,722	33,540	41,199	37,369	45,028	41,199	35,447	39,276	45,505	50,302	479,050
Ventas con IGV	35,924	33,540	40,722	33,540	41,199	37,369	45,028	41,199	35,447	39,276	45,505	50,302	479,050

Fuente: Elaboración Propia 2022

Tabla 20: Ventas Proyectadas para el primer año en unidades monetarias netos sin (IGV)

Precio de venta por cantidad	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Suscripción a Citne	30,444	28,424	34,510	28,424	34,914	31,669	38,159	34,914	30,040	33,285	38,563	42,629	405,974
Ventas netas	30,444	28,424	34,510	28,424	34,914	31,669	38,159	34,914	30,040	33,285	38,563	42,629	405,974

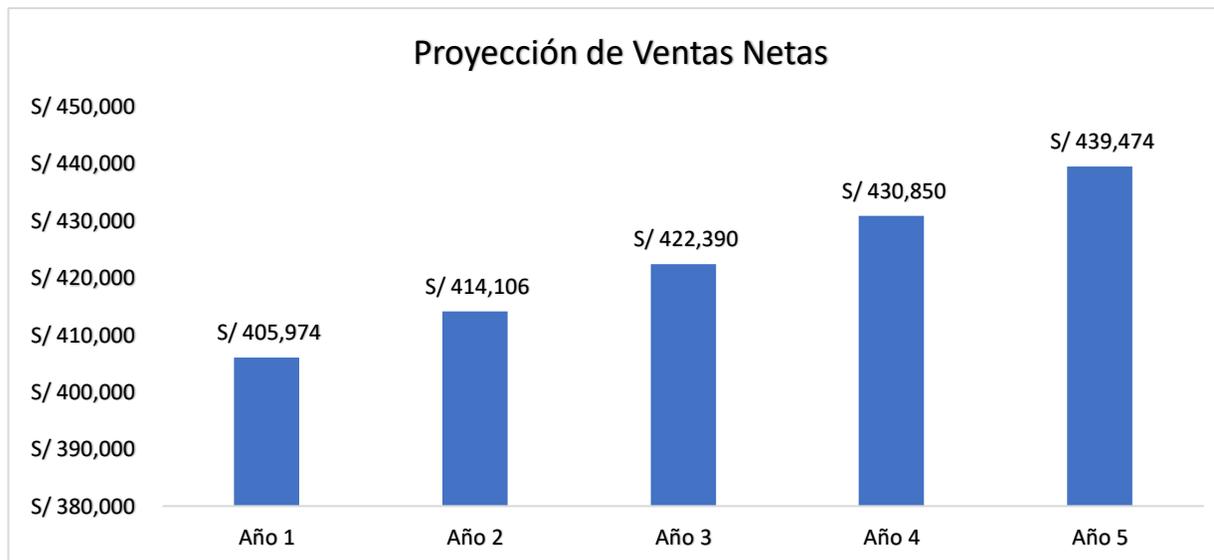
Fuente: Elaboración Propia 2022

Tabla 21: Ventas Proyectadas Anuales

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Demanda estimada	32,151	32,795	33,451	34,121	34,804
Precio promedio ponderado	S/ 14.90				
Ventas con IGV	S/ 479,050	S/ 488,646	S/ 498,420	S/ 508,403	S/ 518,580
Ventas Netas	S/ 405,974	S/ 414,106	S/ 422,390	S/ 430,850	S/ 439,474

Fuente: Elaboración Propia 2022

figura 30: Proyección de Ventas netas



Fuente: Elaboración Propia 2022

5.3. Evaluación económica y financiera de la empresa

Para la evaluación económica y financiera de la empresa, es importante formular los Estados Financieros (Estado de Situación Financiera y Estado de Resultados).

Tabla 22: Estado de Situación Financiera Apertura

Estado de Situación Financiera de Apertura			
Activos		Pasivos	
Activo Corriente		Pasivo Corriente	
Efectivo Y Equivalente De Efectivo	S/ 74,609.29	Deuda A Corto Plazo	S/ 8,311.79
Total Activo Corriente	S/ 74,609.29	Total Pasivo Corriente	S/ 8,311.79
Activo No Corriente		Pasivo No Corriente	
Inmueble, Maquinaria Y Equipo	S/ 35,973.00	Deuda A Largo Plazo	S/ 41,688.21
Activo Intangibles	S/ 47,640.60	Total Pasivo No Corriente	S/ 41,688.21
Total Activo No Corriente	S/ 83,613.60	Total Pasivo	S/ 50,000.00
		Patrimonio	
		Capital Social	S/ 108,222.89
		Total Patrimonio	S/ 108,222.89
Total Activo	S/ 158,222.89	Total Pasivo y Patrimonio	S/ 158,222.89

Fuente: Elaboración Propia 2022

Tabla 23: Situación de Primer año

Estado de Situación Financiera - Año 1				
Activos		Pasivo		
Activo Corriente		Pasivo Corriente		
Efectivo Y Equivalente De Efectivo	S/ 141,964.06	Deuda A Corto Plazo	S/	10,639.09
Total Activo Corriente	S/ 141,964.06	Total Pasivo Corriente	S/	10,639.09
Activo No Corriente		Pasivo No Corriente		
Inmueble, Maquinaria Y Equipo	S/ 28,242.00	Deuda A Largo Plazo	S/	31,049.12
Activo Intangible	S/ 47,640.60	Total Pasivo No Corriente	S/	31,049.12
Total Activo No Corriente	S/ 75,882.60	Total Pasivo	S/	41,688.21
		Patrimonio		
		Capital Social	S/	108,222.89
		Resultado Acumulado	S/	67,935.56
		Total Patrimonio	S/	176,158.45
Total Activo	S/ 217,846.66	Total Pasivo y Patrimonio	S/	217,846.66

Fuente: Elaboración Propia 2022

Tabla 24:Detalle del impuesto

Cálculo de Impuesto										
Hasta 15UIT, Impuestos es 10%	S/	6,900.00								
Excedente 29.5%	S/	5,676.79	S/	8,329.52	S/	11,210.54	S/	14,380.94	S/	19,303.42
Impuesto	S/	12,576.79	S/	15,229.52	S/	18,110.54	S/	21,280.94	S/	26,203.42

Fuente: Elaboración Propia 2022

Tabla 25: Estado de Resultados

Estado de Resultados										
Ingresos	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
Ventas	S/	405,974	S/	414,106	S/	422,390	S/	430,850	S/	439,474
Costo de Ventas	S/	73,342	S/	74,809	S/	76,305	S/	77,831	S/	79,388
Utilidad Bruta	S/	332,632	S/	339,297	S/	346,085	S/	353,019	S/	360,086
Gasto administrativo	S/	114,591								
Gastos de ventas	S/	110,504								
Depreciación	S/	7,731	S/	7,731	S/	7,731	S/	7,731	S/	556
Utilidad Operativa	S/	99,806	S/	106,471	S/	113,259	S/	120,193	S/	134,435
Gasto financiero	S/	11,563	S/	9,236	S/	6,257	S/	2,444		
U.A.I	S/	88,243	S/	97,236	S/	107,002	S/	117,749	S/	134,435
Impuesto a la Renta 10%	S/	12,577	S/	15,230	S/	18,111	S/	21,281	S/	26,203
Utilidad Neta	S/	75,667	S/	82,006	S/	88,891	S/	96,468	S/	108,232

Fuente: Elaboración Propia 2022

Tabla 26: Rubro de Caja Proyectada

RUBROS \ ANUAL	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión fija tangible	S/ 35,973					
Inversión fija intangible	S/ 47,641					
Capital de trabajo	S/ 74,609					
TOTAL DE INVERSIONES	S/ 158,223					
Proyección de Ingresos		S/ 405,974	S/ 414,106	S/ 422,390	S/ 430,850	S/ 439,474
Costos variables operativos		S/ 73,342	S/ 74,809	S/ 76,305	S/ 77,831	S/ 79,388
MC (Margen de contribución)		S/ 332,632	S/ 339,297	S/ 346,085	S/ 353,019	S/ 360,086
(-) GASTOS OPERATIVOS						
Gastos de administración		S/ 114,591				
Gastos de ventas		S/ 110,504				
Depreciación		S/ 7,731	S/ 7,731	S/ 7,731	S/ 7,731	S/ 556
Impuesto a la Renta (10%)		S/ 12,577	S/ 15,230	S/ 18,111	S/ 21,281	S/ 26,203
Flujo de Caja Económica	-S/ 158,223	S/ 87,230	S/ 91,242	S/ 95,148	S/ 98,912	S/ 108,232
Capital financiado	S/ 50,000					
Gastos financieros		S/ 11,563	S/ 9,236	S/ 6,257	S/ 2,444	S/ -
Amortización		S/ 8,312	S/ 10,639	S/ 13,618	S/ 17,431	S/ -
Flujo de Caja Financiero	-S/ 108,223	S/ 67,355	S/ 71,367	S/ 75,273	S/ 79,037	S/ 108,232

Fuente: Elaboración Propia 2022

Para realizar el cálculo de los indicadores financieros (VAN y TIR), primero se debe realizar el cálculo del costo promedio ponderado de capital, cuyo resultado fue de 25.75%

Tabla 27: Costo Promedio ponderado de capital del proyecto

WACC	Importe	Estructura A/Total	Costo Anual	Costo de Capital	D(1-t)
Préstamo Bancario	S/ 50,000	32%	28%	8.85%	7.96%
Capital Propio	S/ 108,223	68%	26%	17.78%	17.78%
Total Aportado	S/ 158,223	100%		26.63%	25.75%

Fuente: Elaboración Propia 2022

Para realizar el análisis de viabilidad, se tuvo en cuenta 3 indicadores que es Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno y Beneficio / Costo.

Tabla 28: VAN económico y financiero

Indicadores	
Valor Actual Neto Económico	S/90,685.49
Valor Actual Neto Financiero	S/94,366.53

Fuente: Elaboración Propia 2022

Como se observa en la tabla anterior, el VAN económico obtenido asciende a S/90,685.49 y el VAN financiero obtenido equivale a S/94,366.53, importes que son positivos y permiten determinar que el proyecto es viable.

Tabla 29: TIR económico y financiero

Indicadores	
Tasa Interna de Retorno Económico	51.00%
Tasa Interna de Retorno Financiero	61.62%

Fuente: Elaboración Propia 2022

La TIR económica obtenida es de 51% y la TIR financiera calculada asciende a 61.62% y al ser valores superiores al costo de oportunidad (25.75%) se puede determinar que el proyecto de implementación es rentable y viable.

Tabla 30: Beneficio/ Costo

Indicadores	
Beneficio / Costo Económico	1.57
Beneficio / Costo Financiero	1.87

Fuente: Elaboración Propia 2022

La relación Beneficio/Costo económico es igual a 1.57, y beneficio / costo financiero es 1.87, ambos al ser este mayor a 1, se demuestra que el presente proyecto es viable ya que los ingresos superan a los egresos.

CAPITULO 6.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. CONCLUSIONES

1. La presente investigación, tuvo como objetivo crear y fortalecer conexiones emocionales mediante la interacción virtual, brindando y fortaleciendo lazos y experiencias con personas a corta o larga distancia. Dicho proyecto, presenta como base un análisis con la intención de poder entender el comportamiento de las personas a raíz de la pandemia, concluyendo de esta manera en que casi el 50% de encuestados se ha encontrado emocionalmente mal con los cambios surgido y que el 93,8% considera que existe un alto impacto en la salud emocional y mental de las personas debido al mismo motivo, Covid-19.
2. Podemos recalcar que la plataforma CITNE ofrecerá un servicio donde te pueda permitir compartir contenido propio de las plataformas de streaming con las cuentas de cada participante, de tal manera que no evade ninguna política de privacidad siendo una conexión legal.
3. La investigación, ha logrado demostrar también que a medida que avanza el tiempo, la tecnología también evoluciona, por lo cual las personas deciden hacer un mayor uso de estas, lo cual hace dentro del mercado el servicio un poco más viable al encontrarse en constante evolución y crecimiento teniendo como base la tecnología.
4. CITNE ofrece despertar la sensación y el sentir de que se vive antes, durante y después de ver una película, disfrutando y compartiendo momentos agradables desde la tranquilidad y seguridad de tu hogar.

6.2. RECOMENDACIONES

1. Se necesita un poco más de investigación en cuanto a cómo funciona el sistema límbico y las consecuencias que conllevaría en la salud de las personas, ya que, en este caso, debido a la pandemia, existen ciertas fuentes de investigación y los mismos encuestados que afirman la existencia de un alto impacto negativo en la salud emocional y mental de las personas debido al Covid-19 u otra probable enfermedades que estamos expuestas, los mismos que disminuyen los leucocitos o glóbulos blancos, haciendo más vulnerables e incrementando el riesgo de estas personas a contraer enfermedades.
2. Se recomienda también considerar como principal aquellos aplicativos que resultan ser de mayor preferencia para los usuarios, para que de esta manera se logre dentro del prototipo y servicio final, una mejor propuesta con mayor interés para los usuarios, como se puede plantear contenido deportivo expandiendo nuestro mercado masivo.
3. Con base a las conclusiones anteriores, es importante considerar el porcentaje de crecimiento de la tecnología en los últimos tiempos para considerarlo como parte de la viabilidad de la idea de negocio y tanto enfocarse como apoyarse en el mismo para lograr la evolución esperada en el proyecto.
4. En cuanto al análisis financiero del proyecto, se recomienda realizarlo a mayor profundidad en cuanto a la inversión presentada del proyecto al igual que la proyección, buscando mejorar la viabilidad y crecimiento del proyecto, para lograr tener una mejor perspectiva de este al igual que temas críticos como por ejemplo la necesidad o no necesidad de contar con préstamo bancario u otro, todo ello con la finalidad general de obtener un mayor crecimiento en el menor tiempo posible.

BIBLIOGRAFIA

Vogue, (2021, 22 junio) Los Beneficios Emocionales que tiene visualizar una serie, según los psicólogos. Ana Morales. Recuperado 2022; <https://www.vogue.es/belleza/articulos/ver-una-serie-beneficios-emocionales-psicologos-netflix-amazon>

Casari, (Octubre de 2018) Cine terapia y adicciones: el cine como herramienta de la terapia en pacientes con adicciones. Un estudio piloto. Octavio Casari. Recuperado 2022:

<https://www.aesed.com/upload/files/v43n4-5-cineterapia.pdf>

Gallego Bermúdez, Alba María; Rodríguez Milla, Catalina; Román López, María; Aguilar Romero, (Febrero de 2016) Leticia. Programa de cine terapia para la autoestima de los pacientes de una comunidad terapéutica. Biblioteca Las casas, Recuperado 2022: [http://www.index-](http://www.index-f.com/lascasas/documentos/lc0893.pdf)

[f.com/lascasas/documentos/lc0893.pdf](http://www.index-f.com/lascasas/documentos/lc0893.pdf)

Gestión, (Diciembre de 2019) El streaming supera 1000 millones de suscriptores y los cines se desplazan. Diario Gestión. Recuperado 2022: <https://gestion.pe/tendencias/el-streaming-supera-1000-millones-de-suscriptores-y-los-cines-se-desploman-noticia/?ref=gesr>

La República (Diciembre de 2020). Plataformas de streaming ya alcanzaron 25% del mercado televisivo a nivel mundial. Diario Gestión. Recuperado 2022: <https://www.larepublica.co/internet-economy/plataformas-de-streaming-ya-alcanzaron-25-del-mercado-televisivo-a-nivel-mundial-3135530>

Peruano, (Diciembre 201). Mas de la mitad de los usuarios peruanos de plataformas de streaming cancelarían los servicios si suben los precios. Diario El Peruano. Recuperado 2022:

<https://peru21.pe/cheka/tecnologia/mas-de-la-mitad-de-lo-usuarios-peruanos-de-plataformas-de-streaming-cancelarian-sus-servicios-si-suben-los-precios-streaming-plataforma-peru-america-latina-noticia/>

Revista Vinculando, (Noviembre,2019). Evaluación del estudio de la Cineterapia y Biblioterapia.

Raymundo Balderas. Recuperado 2022: https://vinculando.org/psicologia_psicoterapia/genero-relaciones-pareja-cineterapia-biblioterapia.html

Revista QUIU, (Septiembre 2019). El poder de la Cine terapia. Cinthia Irigoyen. Recuperado 2022:

<https://quiurevista.com/el-poder-de-la-cineterapia/>

Perú, (INEI,2021). Estadísticas de las tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares.

Instituto Nacional de Estadística del Perú. Recuperado 2022:

<https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/02-informe-tecnico-tic-i-trimestre-2021.pdf>

ANEXOS

PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

Misión

Ofrecer el servicio de compartir contenido audiovisual que permita que las personas se conecten sin importar las circunstancias o la distancia.

Visión

Convertirse en el mejor sistema de compartir contenido de plataformas de streaming con la mejor calidad y sin restricciones.

Valores

- Buena Comunicación: Tener una buena comunicación con los usuarios nos permitirá conocer sobre los gustos y referencias que varían en estilo de cada película, por lo que pueden tener gustos muy variados y para poder darles de todo un poco una buena comunicación será nuestra solución con los usuarios.
- Calidad en el servicio: CITNE ofrecerá un servicio de calidad en la transmisión de las películas, originalidad en los contenidos y sobre todo en brindar el espacio virtual en donde los usuarios puedan sentirse cómodos en compañía de otros, compartiendo emociones e interactuando, fortaleciendo lazos sociales.
- Orientación al cliente: Ser ordenados y explícitos coherentemente en brindar la información al usuario de tal manera que el uso de la plataforma sea de manera fácil y rápida cuando sea utilizada. Orientar al usuario con pasos rápidos y sencillos los procedimientos a seleccionar cuando quiera escoger una película.
- Incluir a personas de diferentes orígenes culturales y perspectivas: Inclusión social tiene relación a responsabilidad social, conceptos que hoy en día deberían escucharse más a menudo, es por eso por lo que CITNE no tendrá preferencias por clase, sexo, residencia, entre otros. La plataforma está dispuesta al servicio de todos.

- Unión Social: Una de las razones por la cual se creó CITNE, es unir a las personas que por motivo de coyuntura por COVID19 o distancia no pueden compartir momentos e interacción social lo que lleva a caer en depresión y ansiedad, enfermedades psicológicas que, con un entretenimiento sano, seguro y sin riesgos se podrá recuperar la alegría y sentirse más cerca de tus seres queridos.

Objetivos

Objetivos Generales

Crear la simulación de un cine virtual, donde se vivan emociones que permitan la confraternidad de los usuarios mejorando el estado de ánimo de estos mismo.

Objetivos Específicos

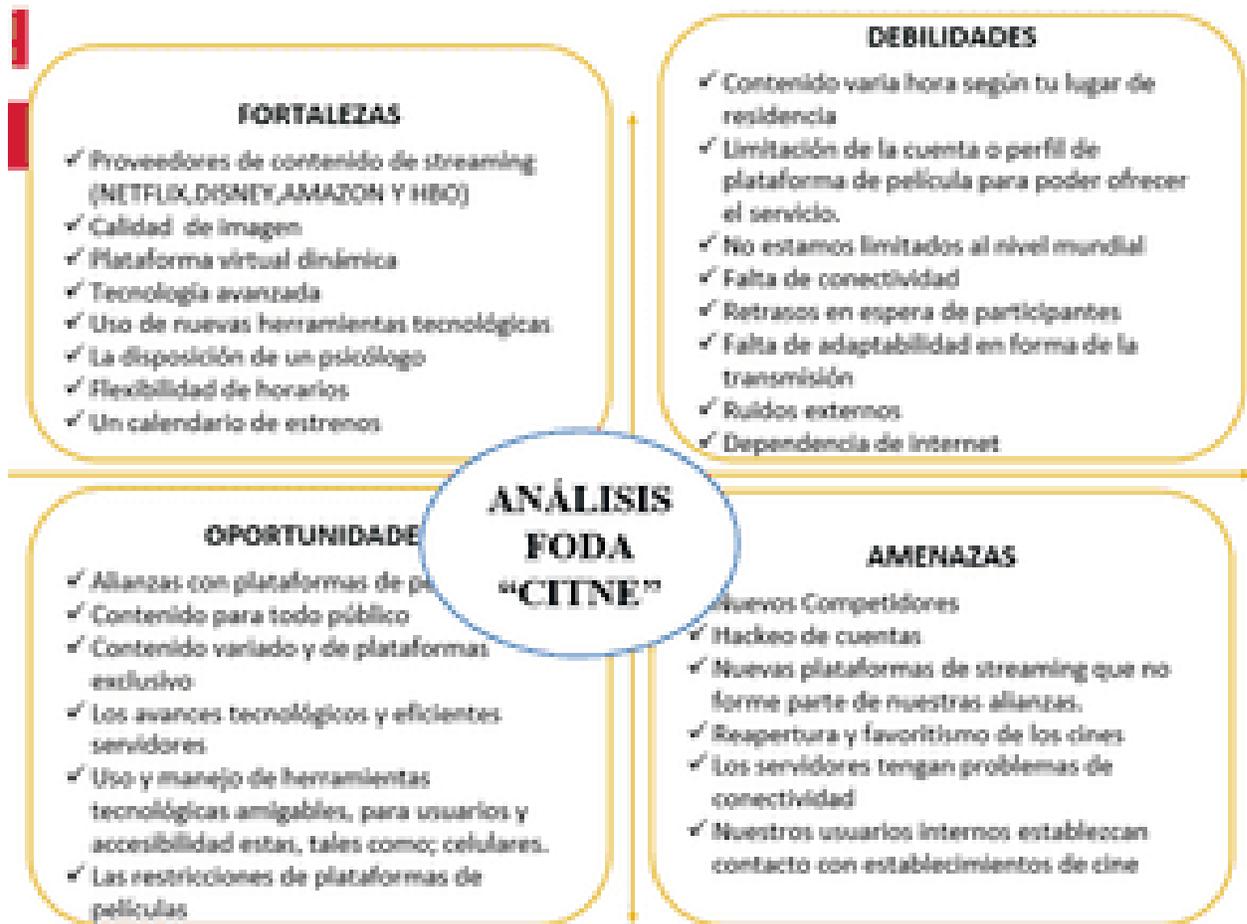
- ✓ Reducir en nuestros primeros 2 años de forma gradual el 17% de personas que sufren de ansiedad y depresión a consecuencia de la covid19.
- ✓ CITNE servirá como un canal de contenido para la Cine terapia a quien lo necesite en todos los 5 años pronosticados en la actual investigación.
- ✓ Posicionar la marca de plataforma CITNE a fines del 2023 y se logre fidelizar con el suscriptor como una herramienta para ver películas en grupo sin restricciones.
- ✓ Lograr tener 300 mil suscriptores en nuestra plataforma CITNE el primer año en el mercado.
- ✓ Lograr en el 2024 la expansión de nuestra cartera de proveedores que brindan el servicio de streaming como pueden ser las plataformas Paramount y Prime Video y aumentar en un 7% los suscriptores que pueden beneficiarse de nuestro servicio.
- ✓ Lograr aumentar un 40% nuestras suscripciones en los primeros 12 meses brindando un contenido exclusivo
- ✓ Aumentar las visitas de nuestra plataforma en un 25% en los primeros 5 meses, al publicar contenido exclusivo o brindando promociones u ofertas.

Matriz FODA – Matriz FODA Cruzado

FODA

Según (Redalyc, 2007) dice que la matriz Foda esta dividido en 4 partes que intentan evaluar la situación interna y externa de la organización cómo primero tenemos a las Fortalezas considerado cómo los recursos valiosos con los que cuenta la empresa , debilidades que concierne a la vulnerabilidad de la organización ante la competencia oportunidades aquellas fuerzas no controlables de carácter externo a favor de la empresa y amenazas que son fuerzas tambien que no se pueden controlar por la organización las cuales representan puntos negativos y problemas potenciales, lo que nos lleva a definir hipótesis temporales que podrían poner en riesgo el desarrollo y viabilidad de la idea de nuestra “Plataforma”, para así realizar estrategias que nos permitan llevar a cabo el proyecto de manera correcta, teniendo siempre en cuenta que cada elemento podría ser temporal, que no siempre una amenaza será un amenaza, ni una oportunidad será siempre aprovechable.

Ilustración 1: Cuadro FODA – Elaboración Propia (2022)



FODA CRUZADO

La técnica de FODA CRUZADO nos permite combinar las fortalezas con las oportunidades y amenazas, las debilidades con oportunidades y amenazas con la finalidad de que cada elemento sea clave y complementario para el desarrollo de la plataforma. De lo consiguiente a través de dicho estudio se han implementado estrategias analizando cada riesgo o beneficio que hemos definido.

Ilustración 2: Mapa de FODA CRUZADO – Elaboración Propia (2022)

<p style="text-align: center;">ANÁLISIS</p> <p style="text-align: center;">DOFA</p>	<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> 1-Alianzas con plataformas de películas 2-Contenido para todo público 3-Contenido variado y en algunas plataformas exclusivo 	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> 1-Hackeo de cuentas 2-Creación de nuevas plataformas de entretenimiento de películas que no forme parte de nuestras alianzas. 3-Reapertura de los cines
	<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> 1- Acceso a compartir contenido de (NETFLIX, DISNEY, AMAZON Y HBO) 2-Programar tus reservas de películas 3-Permite conectar 8 dispositivos 	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIAS FO</p> <ul style="list-style-type: none"> 1- Captar la mayor cantidad de suscriptores 2- Analizar el contenido de interés y programar fechas de salas 3- Sugerir el contenido a cada usuario 4- Captar la mayor cantidad de
<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> 1-Dependiente de internet 2-Contenido varía fechas de estreno según lugar de residencia 3- Desconfianza de los usuarios como nueva plataforma. 	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIAS DO</p> <ul style="list-style-type: none"> 1- Mantenimiento de plataforma, para su manejo rápido y practico. 2- Programar reservas a tu disponibilidad. 3- Ofrecer seguridad y calidad en el servicio. 4- Mantenimiento de plataforma, para su 	<p style="text-align: center;">ESTRATEGIAS DA</p> <ul style="list-style-type: none"> 1- Supervisión y seguimiento de la seguridad brindada en la información de nuestros usuarios 2- Incluir mas plataformas de streaming, tal vez con contenido de deportes. 3- Validar la seguridad y compromiso de nuestra plataforma.

Análisis del Macroentorno

Es una de las mejores técnicas para evaluar el macroentorno y lograr analizar e identificar oportunidades y amenazas; comprende un conjunto de factores tales como Político, Económico, Social, Tecnológico, Ecológico y Legal, los mismos denominados factores independientes interrelacionados el uno con el dentro del rubro de nuestro proyecto, tomando en cuenta la situación actual en que la estamos expuestos y las futuras que pueden llegar a pasar.

Análisis PESTEL

Factor Político

En los últimos años la política ha dado mucho que hablar por su inestabilidad, sobre todo desde que el presidente Pedro Castillo tomo el cargo, puesto que perjudica a las diversas empresas extranjeras y nacionales que quieren invertir en nuestro país, actualmente existe una incertidumbre política que preocupa el desempeño de su actividad económica, debido a los continuos escándalos de corrupción y desacuerdos entre los gabinetes representantes. En relación a nuestra idea de negocio estos sucesos desagradables políticos nos llevan a la conclusión de que el Perú es un país inestable y que las personas tendrán que residir en otros países buscando sus propios logros económico.

Por otro lado, el Gobierno ha dispuesto una serie de medidas y recomendaciones a nivel nacional para enfrentar la pandemia por la COVID-19 en el Perú, que aún no está 100% controlada. En el caso de la entrada a locales públicos se dará solo el ingreso a personas que certifiquen su esquema de vacunación contra la COVID19 para mayores de 18 años y para mayores de 40 deberán presentar su carnet de vacunación incluyendo en ella su dosis de refuerzo; de esta manera nuestro proyecto amerita el no tener que ingresar a lugares públicos y que por el contrario el servicio es ofrecido desde la comodidad y seguridad de su hogar.

Actualmente o desde que empezó la vacunación en el Perú se han escuchado y visto reacciones de la población en desacuerdo contra la vacunación lo cual sea por miedo, creencia o el desinterés de hacerlo ha llevado que aun exista un leve aumento en los casos de covid19, lo que ha llevado a las personas no sentirse seguras aún estando vacunadas es por eso que nuestro proyecto busca de alguna manera ofrecer un servicio que puede ser visto desde casa sin tener que estar expuesto a enfermedades como el COVID19 o contagiarse contra este mismo.

Otras de las medidas en la reducción de casos de COVID19 con respecto a las reuniones y concentración de persona es la suspensión de los desfiles, fiestas patronales y actividades civiles, así como todo tipo de reunión, evento social, político u otros que impliquen concentración o aglomeración de personas y que pongan en riesgo la salud pública. En todos estos casos esta presente la interacción social que la gente tiene para con los demás, lo que ha sido a causa de la covid19, como sabemos compartir momentos públicos lleva a correr riesgos de contraer este virus, es por eso que nuestra plataforma ayudará a que las personas sigan estando conectadas en un ambiente seguro, que a través de la cámara de cada integrante se siente y observe las emociones como si fuera real, que la distancia no sea un impedimento para compartir momentos.

Factor Económico

(Comercio, 2021), menciona que el empleo no a seguido su ritmo, el empleo informal avanzado más que el empleo formal lo cual viene afectando alrededor de 9 millones de peruanos. Se prevé que para este año 2022 los empleos disminuyan debido a la incertidumbre política en la que se vive.

El año 2020 el crecimiento del producto bruto interno (PBI) habría sido de 13%, superando el nivel que teníamos prepandemia, y se ha visto una proyección de crecimiento de PBI en este año 2022 entre 3,5% a 4%, así manifestó el ministro de Economía y Finanzas, Pedro Francke.

Sin embargo, el intento de recuperación del mercado laboral ha sido lento y el empleo de las empresas en la ciudad de Lima de más de 10 trabajadores todavía se encontraba un 20% por debajo de su nivel anterior a la pandemia en agosto último. Hombres y mujeres se han visto afectados por la pérdida de empleos formales. Por otro lado, la inflación anual alcanzó el 5,4% en setiembre, significativamente por encima del rango objetivo de 1%-3% y el aumento del precio de los alimentos y la energía y la depreciación de la moneda nacional son los principales factores que impulsan el crecimiento de la inflación.

Por otro lado, las salas cinematográficas también enfrentaron grandes crisis debido al cierre mismo debido a la pandemia de la COVID-19 y las medidas a tomar por el gobierno, viéndose reflejada negativamente no solo en lo económico sino también a la relación existente entre los usuarios y las películas mismas; por ello, varias empresas de Cinematográfica decidieron lanzar películas de estreno mediante streaming, a través de los cuales se incrementó tanto el número de suscriptores como ganancias en dichas plataformas. Lo que nos convence positivamente en la rentabilidad de nuestra idea de negocio, ya que al también brindar estrenos exclusivos las plataformas de streaming nuestras visitas a la plataforma para disfrutar de nuestro servicio aumentaría satisfactoriamente sobre todo si lo haces con una buena compañía.

Factor Social

Social y culturalmente ha cambiado la rutina diaria de la población, y la manera de compartir momentos con tus seres queridos, pues ahora tras miedo al contagio de COVID19 o vulnerabilidades destinadas de otras enfermedades ciertas actividades deben realizarse por medio de herramientas tecnológicas para mayor seguridad de la salud pública. Muchos de nosotros, principalmente los jóvenes que les guste interactuar y socializar se han visto en la obligación de adaptarse al modo virtual en determinadas actividades ocasionando que sea una de las entradas de mercado para poder llegar a ellos el rosario de las nuevas herramientas tecnológicas creadas

estratégicamente debido a la pandemia; de las cuales se han tomado como impulso para el desarrollo de la creación de esta plataforma innovadora que permita una conexión que ayudará a las personas a seguir estando unidas y teniendo sobre todo la tecnología a nuestro favor.

Dato importante es tener en cuenta que en el año 2021, año en el cual dio inicio la pandemia y que las medidas dadas por el gobierno para evitar aumentos de los casos de dicha enfermedad estaban estrictas, 70 películas de las diferentes empresas cinematográficas fueron lanzadas en plataformas de streaming. Lo cual favorece nuestro proyecto puesto que la conexión de personas a través del sistema virtual aumentase notablemente y el internet sea una herramienta que todos tengan.

Factor Tecnológico

(Pueblo, 2021) Desde inicios del 2020 el desarrollo de las actividades de forma presencial se vieron afectadas para llevarlo de manera virtual y remota, esto se vio reflejado en varias actividades para que sigan continuando tales como, telesalud , educación virtual , trabajo remoto, factor social , entre otros . se vio la importancia de la conectividad y uso de herramientas tecnológicas durante la emergencia sanitaria.

(INEI, s.f.) señala que a comienzos de la emergencia sanitaria por la propagación del COVID-19, en el primer trimestre del año 2020, el 40,1% de hogares tenía acceso a internet, pero en el área rural descende al 5,9%. En cuanto a la población, el 60,3% tenía acceso al internet (en la zona rural, el volumen era del 23,8%) y de ellos, el 30,4% tenía acceso desde el propio hogar y el 53,4% accedía únicamente a través del teléfono celular; el 16,2% restante accedía por otros medios (cabines públicas, domicilios de otras personas, trabajo, establecimiento educativo, etc.).

Es por ello que a comienzos y durante la pandemia se vio resaltado gran déficit en la parte de tecnología, lo que se recomienda garantizar el acceso al servicio del internet a todo la

población y así se establezcan medidas positivas para reducir las complicaciones digitales que existen actualmente para las personas que viven en lugares alejados (rurales) y con menor ingreso económico.

Por consiguiente la globalización hizo que no existan impedimentos en la tecnología porque ahora es más fácil ingresar a un negocio online con la inmensa cantidad de e-commerce y la actual facilidad de las redes sociales para impulsar la nueva presencia de las marcas; es por esto que la tecnología actualmente es la fácil entrada de llegar a los consumidores y ofrecer nuestros productos y servicios; razón por la cual se tuvo desde primera instancia la idea de crear una herramienta tecnológica.

Las plataformas de películas incrementaron sus suscripciones debido a la pandemia, un informe de investigación de consumo de streaming para América latina a través de la plataforma Toluna dirigida 6 países entre ellos el Perú, las cuales indica que los usuarios latinos tuvieron que escoger una sola plataforma de streaming sería Netflix (68%) y en segundo lugar Amazon Prime (12%). Un escenario repetitivo en los peruanos, entre toda la oferta de servicios de streaming, el 68% de los peruanos indicó inclinarse por Netflix, le siguen de lejos Amazon con 11%, Disney Plus con 7%, HBO Max con 6%, y Movistar Play y Claro Video reportan índices de predilección por debajo del 5%. Lo que nos ha servido de mucho para la elección de las plataformas de servicio de streaming que serán permitidas en nuestra plataforma, unificándolas para un solo objetivo pero ofreciendo mayores beneficios sin límites.

Factor Legal

Actualmente en el Perú no existe una normativa que regule los servicios prestados de las personas que laboran para plataformas digitales ni tampoco se han algún pronunciamiento judicial o administrativo que establezca alguna jurisdicción sobre la materia. Sin embargo, la consejería

ministerial presenta proyectos de ley que tienen por finalidad regular labores ejecutados por colaboradores de empresas de intermediación digital.

De acuerdo a la creación de esta plataforma digital el proyecto al cual nos relacionamos es el Proyecto de Ley N° 4144/2018-CR; el cual se presentó en abril del 2020 que pretendía crear una “nueva especie” de relación o vínculo contractual, el denominado “Trabajo Digital Dependiente” El propio proyecto indicaba que “La relación laboral que regula la presente ley es de carácter especial, al no encontrarse dentro de los alcances de las normas laborales vigentes a la fecha, a través de la cual el trabajador digital tiene una relación de dependencia con la empresa de servicio digital”. Como podemos observar, el proyecto otorgaba naturaleza laboral a dicha prestación de servicios en la medida que entendía que existía una relación de dependencia entre la plataforma y el “trabajador digital.”

Factor Ecológico

Anteriormente el factor tecnológico y ecológico eran términos muy opuestos de poca relación, hoy en día sostienen una estrecha relación, ya que combinando estas dos figuras desarrolla procesos constructivos rápidos, eficientes, eficaces, limpios y económicos, además de brindar soluciones arquitecturales más respetuosas con el medio ambiente natural. Nuestra idea de negocio manejada desde una máquina no serán instrumentos que perjudican nuestro medio ambiente, las herramientas tecnológicas nos ayudan a crear digitalmente sin perjudicar nuestra naturaleza, por el contrario, explotadas de manera correcta dan soluciones y permite la unión de personas.

Segmentación del mercado

El análisis de segmentación es un proceso empleado por muchas empresas actualmente, pero en base a nuestro proyecto se utilizará como una estrategia digital ya que el servicio se ofrecerá por medio de una plataforma virtual. Es por eso que hemos definido características e intereses en general de nuestros usuarios.

2.7.1. Análisis del segmento del mercado, zona geográfica, edades, NSE, perfil del consumidor

Zona Geográfica: CITNE dividirá a sus usuarios por su ubicación geográfica. Nuestro servicio es apto para todos quienes lo requieran en la ciudad de Piura

Demográfica: grupos de consumidores clasificados entre las edades de 22 a 50 años (hombres y mujeres), ocupación (no necesario), tipo de acceso (dispositivo tecnológico), ingreso monetario sustentable, NSE (A, B y C).

Psicográfico: Nos permite clasificar a nuestros usuarios según su estilo de vida, personas con una rutina de vida dinámica y a que por la pandemia han sufrido ansiedad y depresión levemente y se pueda corregir distrayendo su mente y unir lazos a través de la interacción de visualizar una película de manera virtual evitando contagios de la covid19, así como también personas que se encuentran lejos o tiene diferentes motivos por el cual no puedan compartir un momento agradable con alguien.

De comportamiento: Personas que sufran de ansiedad y depresión y que estén tomando como tratamiento la cine terapia, se hayan sentido solas, afligidas, depresivas, aburridas y que les guste ver películas y series en compañía de alguien, amigueras, interactivas en su momento, que quiera pasar tiempo con sus amigos, familiares o pareja.

Estudio de la oferta

- Análisis de la Competencia

Toda empresa desea el éxito y la permanencia en el mercado y se necesita estudiar a sus competidores. Lo adecuado sería contar con un sistema de información continua para identificarlos y encontrar la manera de poseer diferencias cada uno de ellos, pero el nivel de competencia que existe en el sector determina el grado en que una empresa puede alcanzar sus objetivos. Se analizarán aquellas empresas más importantes a los fines de este trabajo, tomando en cuenta factores como calidad, capacidad, público al que se dirige, entre otras posibles similitudes.

Actualmente, existe un sistema llamado “PAY PER VIEW”, conocido también como el famoso “Pagar por ver”, donde los usuarios que utilizan ciertos servicios realizan lo que es un tipo de abono en el que pagan para lograr visualizar cada uno de los contenidos que desee; es decir, lo que hace el usuario finalmente es pagar anticipadamente cierta cifra determinada para visualizar algún contenido de su interés.

Sabemos también que en el pay per view o PPV el usuario no puede elegir libremente cuándo utilizarlo y/o verlo tantas veces como desee debido a que el pago por poder visualizar los contenidos se logra emitir individualmente para cada uno de los usuarios y a que dicho contenido se logra ver simultáneamente por todos los abonados interesados en dicho contenido.

A diferencia de nuestro proyecto, PAY PER VIEW sí logra poder ser visto tanto por televisión como por internet y el usuario no recibe señal del contenido, y si termina recibéndola, lo hace distorsionada hasta que logra realizar la compra y este mismo es emitido. Entre las opciones más resaltadas en utilizar el sistema PAY PER VIEW tenemos:

Canal del deporte Olímpico: es un canal de televisión por suscripción de Chile, que transmite canales de deportes las 24 horas del día. Es el canal del Comité Olímpico de Chile.

Transmite torneos nacionales masculinos y femeninos de baloncesto, vóleybol y vóleybol playa, tenis, boxeo, esquí náutico, entre otros, así como algunas competencias internacionales, como el Mundial de Gimnasia o el Mundial de Atletismo.

DirecTV Sports: es un canal de televisión por suscripción deportivo latinoamericano. Es exclusivo de la proveedora satelital DirecTV. Los programas del canal son producidos por Torneos. Transmite y opera sus señales desde Argentina, Chile, Colombia, Ecuador, Perú, Uruguay y Venezuela. Al ser un canal propio de DirecTV.

TNT Sports: es un canal de televisión argentino que por suscripción premium argentino dedicado a la emisión del deporte y que utiliza el sistema de PAY PER VIUW.

Premiere: es un grupo de canales de televisión por suscripción brasileños que transmiten los principales campeonatos estatales de fútbol del país, como la Serie A y serie B, bajo la oferta pago por visión (PPV). Fue lanzado en 1997 y es propiedad de Canais Globo.

- Análisis de los Proveedores

Entre nuestras alianzas que son el medio que se ofrecerá el contenido audiovisual de películas se mencionarán los más resaltantes y de los cuales serán nuestros aliados. Hemos considerado las de mayor demanda según entre toda la oferta de servicios de streaming, se determina que el 68% de los peruanos indicó inclinarse por Netflix, le siguen de lejos Amazon con 11%, Disney Plus con 7%, HBO Max con 6% así detallo La agencia Sherlock Communications que realizo una encuesta en 6 países uno de ellos el Perú por medio de la plataforma Toluna.

- 1- Plataforma Netflix: es una empresa de entretenimiento y una plataforma de streaming estadounidense, la compañía fue creada en 1997. Actualmente, Netflix participa en la

producción de obras audiovisuales, desde la creación o adquisición del producto hasta su difusión mundial.

- 2- Plataforma Amazon: es una compañía estadounidense de comercio electrónico y servicios de computación en la nube. Es una de las primeras grandes compañías en vender bienes a través de Internet.
- 3- Plataforma de Disney: Es un servicio de streaming propiedad de The Walt Disney Company mediante su división Disney Media and Entertainment Distribution. El servicio ofrece películas, documentales, especiales, cortos, programas y series de televisión producidas por The Walt Disney Studios y Walt Disney Televisión.
- 4- Plataforma HBO+ : Es una plataforma en la que solo se puede ver series y películas de la misma cadena de televisión y HBO Max es un servicio de streaming en el que los usuarios podrán acceder a contenidos de HBO y de todas las cadenas que pertenecen a Warner Media.

Estudio de la demanda

- **Técnica de Investigación**

Una de las técnicas de investigación resaltantes y que demuestra mejor y transparente realidad de las opiniones de productos y/o servicios es la encuesta, la cual se eligió para conocer a detalle ciertas preferencias, gustos y opiniones de usuarios que tengan conocimiento con respecto a servicios como el cine y/o plataformas audiovisuales, la cual resulta ser una característica común y fácil de encontrar entre las personas; para ello, seleccionamos rangos de edades distribuidos de la siguiente manera:

- Entre 22-28 años
- Entre 29- 35 años
- Entre 36-42 años
- Entre 43-50 años

El objetivo de la encuesta es poder conocer a profundidad datos reales cuantitativos y cualitativos que nos ayuden a cuestionar nuestro servicio y por ende analizar mejoras que logren la satisfacción total del cliente haciendo un uso importante a la tecnología, la cual viene a ser actualmente la única alternativa de estos para tener contacto y cercanía con sus seres queridos, buscando así una mejoría en cuanto a su salud emocional que finalmente impacta también en su salud física; las mismas que se vieron en incremento debido a las restricciones dadas por el gobierno.

- **Preguntas por realizar en la encuesta**

APRECIACIÓN SOBRE EL SERVICIO DE PLATAFORMA AUDIOVISUAL

Hola amigo(a), somos estudiantes de IPAE y necesitamos tu aporte en contestar esta encuesta ya que nos ayudaría mucho para saber la viabilidad de nuestra idea de negocio que trata de “CITNE” plataforma para ver películas:

- 1) Sexo
 - a) Mujer
 - b) Hombre
 - c) No especifica
- 2) ¿Cuál es tu edad?
 - a) 22 a 28
 - b) 29 a 35
 - c) 36 a 42
 - d) 43 a 50
- 3) ¿Cómo te has sentido este tiempo con los cambios que han surgido debido a la pandemia?
 - a) Bien
 - b) Mal
 - c) Mas o menos
- 4) ¿Crees que la pandemia tuvo un impacto en la salud emocional y mental de las personas?
 - a) Si
 - b) No
 - c) Algunas
- 5) ¿Crees que ha incrementado el porcentaje del uso de redes sociales y/o aplicativos audiovisuales (plataformas de películas)?
 - a) Si
 - b) No

- 6) ¿Por qué consideras que ha surgido este incremento?
- a) Debido a la pandemia
 - b) Por depresión y ansiedad
 - c) Por aburrimiento
 - d) Otros: _____
- 7) ¿Te consideras dentro del porcentaje de incremento?
- a) Si
 - b) No
- 8) ¿Crees que las plataformas de películas aportan a la conexión emocional y mental de las personas?
- a) Si
 - b) No
 - c) Tal vez
- 9) ¿Cuentas con algún perfil o cuenta de plataformas de películas como Netflix, Amazona, Disney o HBO+?
- a) Si
 - b) No
- 10) ¿Con qué frecuencia utilizas estas plataformas de películas?
- a) +20horas semanales
 - b) 20-15 horas semanales
 - c) 15-10 horas semanales
 - d) -10 horas semanales
- 11) ¿A cuál de las siguientes plataformas estas suscripto? Puedes elegir más de una opción.
- a) Netflix
 - b) Amazon Prime
 - c) Disney
 - d) HBO+
 - e) Ninguna de las anteriores
- 12) ¿Estás de acuerdo con el sistema de pago mensual de este tipo de plataformas?
- a) Si
 - b) No

El informe anual de la Asociación de Cinematografía (Motion Picture Association) confirma el cambio en los hábitos de consumo que ha propiciado el coronavirus en todos los mercados con datos desastrosos para los cines, que apenas superaron los US\$ 12,000 millones en ingresos, muy por debajo de los US\$ 42,000 del 2019. Lo que ha deducido que la pandemia ha impulsado las suscripciones a plataformas de “streaming” de tal manera que en el 2020 superaron los 1,000 millones de abonados en todo el mundo, mientras la taquilla de los cines cayó más de 70%. (Revista Macropolis, 2019).

- **Objetivos del Estudio de mercado**

Antes de desarrollar cualquier idea de negocio apostando en conjunto con la tecnología, hay que analizar a que publico estamos dirigido, su comportamiento y que técnica de recojo de información utilizar para dicho público. Después de esto evaluar todos los objetivos de porqué y que resultados se espera conocer y definir. Teniendo en claro estos puntos será más fácil analizarla y ejecutarla para tener resultados favorables. Los objetivos de CITNE a planteado son los siguientes:

- ✓ Lanzar el servicio de plataforma de CITNE, simulando la idea del cine virtual en la ejecución de nuestro proyecto.
- ✓ Conocer a nuestros clientes y clasificarlos en nuestro primer trimestre.
- ✓ Reconocer las características, gustos, preferencias de nuestros clientes potenciales en las encuestas realizadas
- ✓ Brindar todas las necesidades que el usuario tiene por medio de la plataforma y nuestras alianzas, simulando como si estuviera en el cine presencialmente.
- ✓ Definir las consecuencias de la demanda de contar con perfiles de plataformas audiovisuales en tiempos de pandemia
- ✓ Determinar el contenido para cada rango de edades
- ✓ Saber si nuestro servicio será aceptado en el mercado

- **Muestra**

La primera técnica con el fin de determinar la aprobación de nuestro servicio a público objetivo, para ello se está considerando toma de muestra, población finita, pues nuestro público es muy específico y no hay datos de investigaciones con datos similares. Dándonos como resultado una muestra de 385 personas, las que podemos evidenciar en nuestra encuesta virtual en el punto de resultados de encuesta e interpretación.

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

n = Tamaño de muestra buscado

N = Tamaño de la Población o Universo

z = Parámetro estadístico que depende el Nivel de Confianza (NC)

e = Error de estimación máximo aceptado

p = Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito)

q = (1 - p) = Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado

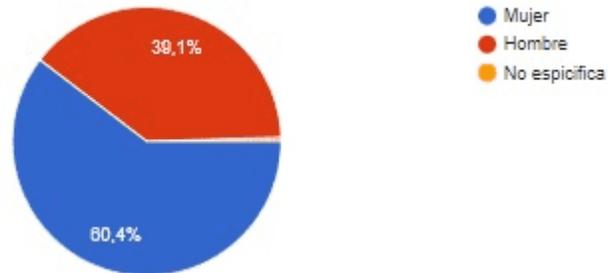
Resultados de Encuesta e interpretación

El equipo de trabajo se organiza para realiza la recopilación de datos a través de encuestas. Por lo que consta de formular preguntar que permitan conocer datos cuantitativos y cualitativos de las personas en relación al tema de nuestro proyecto y saber la variabilidad de este mismo.

Las encuestas para una mayor distribución y alcance practico de las personas se realizan de manera virtual a través de las diferentes redes sociales. Se necesita llegar a la meta de 385 encuestas según empleamos nuestra muestra de formula infinita.

Sexo

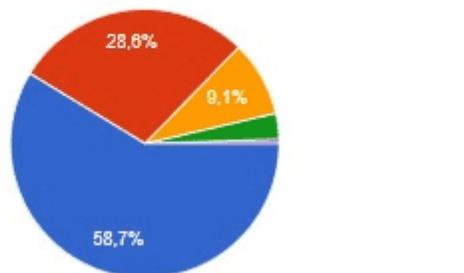
386 respuestas



De las 385 encuestas realizadas para la implementación de la plataforma CITNE, el 39.1% son hombres y el 60.4% mujeres

¿Cuál es tu edad?

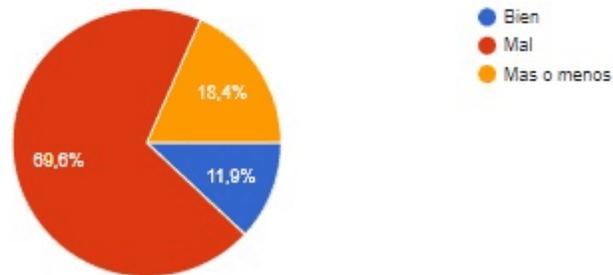
385 respuestas



De las 385 encuestas realizadas para la implementación de la plataforma CITNE, el 58.7% están entre los rangos de a 22 - 28 años.

¿Cómo te haz sentido este tiempo con los cambios que han surgido debido a la pandemia?

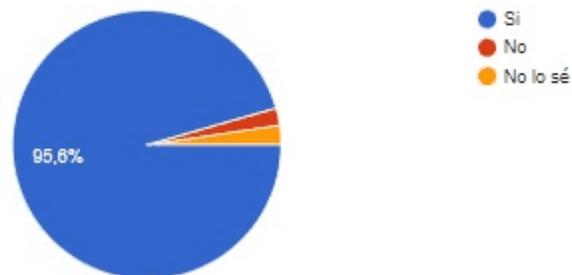
385 respuestas



De las 385 encuestas realizadas para la implementación de la plataforma CITNE, el 69.6% se ha sentido mal con los cambios que han surgido debido a la pandemia en nuestro país.

¿Crees que la pandemia tuvo un impacto en la salud emocional y mental de las personas?

385 respuestas



De las 385 encuestas realizadas para la implementación de la plataforma CITNE, el 95.6% piensa que la pandemia tuvo un impacto en la salud emocional y mental de las personas

¿Crees que ha incrementado el porcentaje del uso de redes sociales y/o aplicativos audiovisuales (plataformas de películas)?

385 respuestas



De las 385 encuestas realizadas para la implementación de la plataforma CITNE, el 98.2% cree que ha aumentado el uso de redes sociales y/o aplicativos audiovisuales

¿Por qué consideras que ha surgido este incremento?

385 respuestas



De las 385 encuestas realizadas para la implementación de la plataforma CITNE, el 36.1% considera que por depresión y ansiedad ha surgido el incremento de uso en las redes sociales y/o aplicativos audiovisuales, mientras que el 31.7% considera que es por aburrimiento.

¿Te consideras dentro del porcentaje de incremento?

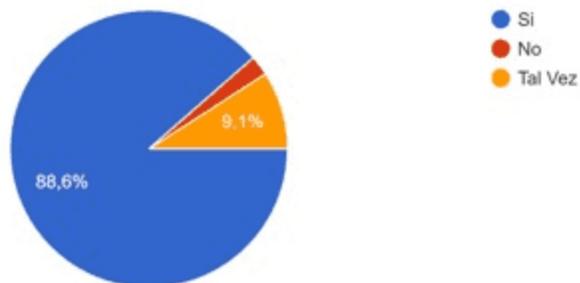
385 respuestas



De las 385 encuestas realizadas para la implementación de la plataforma CITNE, el 91.2% se considera dentro de este incremento.

¿Crees que las plataformas de películas aportan a la conexión emocional y mental de las personas?

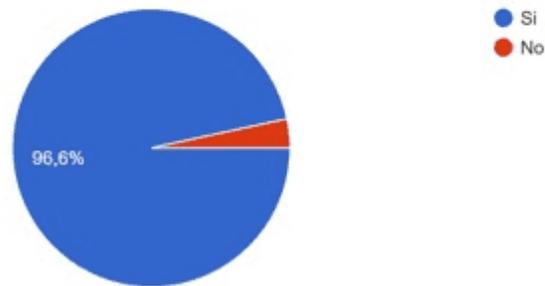
385 respuestas



De las 385 encuestas realizadas para la implementación de la plataforma CITNE, el 88.6% cree que las plataformas de películas aportan a la conexión emocional y mental de las personas

¿Cuentas con algún perfil o cuenta de plataformas de películas como Netflix, Amazon, Disney o HBO+?

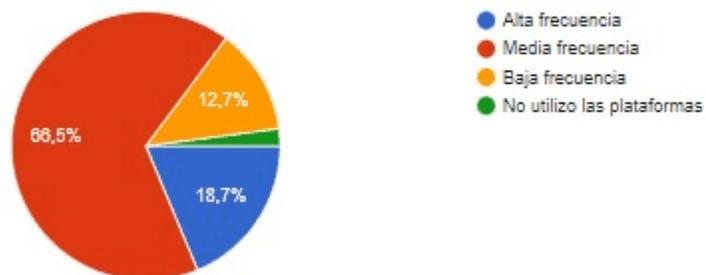
385 respuestas



De las 385 encuestas realizadas para la implementación de la plataforma CITNE, el 96.6% cuenta con perfil y/o cuenta de plataforma de Netflix, Amazon, Disney y HBO+

¿Con qué frecuencia utilizas estas plataformas de películas?

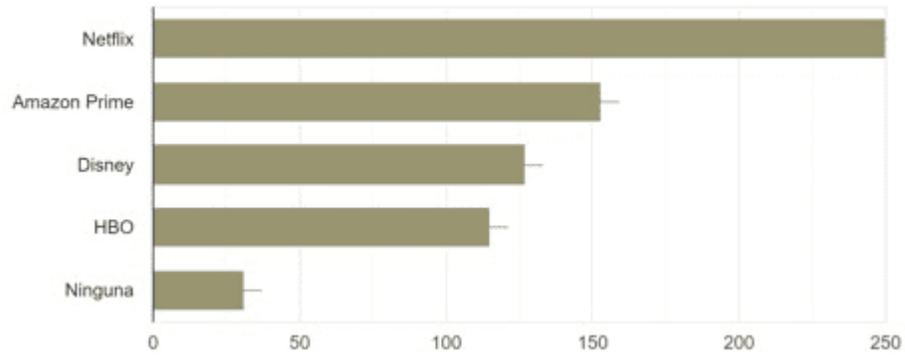
385 respuestas



De las 385 encuestas realizadas para la implementación de la plataforma CITNE, el 66.5% utiliza las plataformas de Amazon, Netflix, Disney y HBO+ con media frecuencia.

¿A cuales de las siguientes plataformas estas suscrito? Puedes escoger más de una opción.

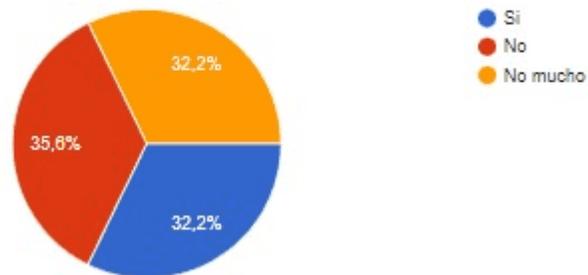
385 respuestas



De las 385 encuestas realizadas, la plataforma Netflix es la preferida y accesible de nuestros encuestados.

¿Estás de acuerdo con el pago mensual de este tipo de plataformas?

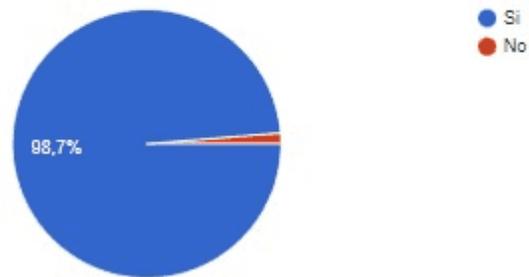
385 respuestas



De las 385 encuestas realizadas para la implementación de la plataforma CITNE, el 35.2% no está de acuerdo con el pago mensual de estas plataformas, mientras un 32.2% no está totalmente de acuerdo.

¿Te gustaría disfrutar el servicio de estas plataformas en grupo con tus amigos y/o familiares sin restricciones?

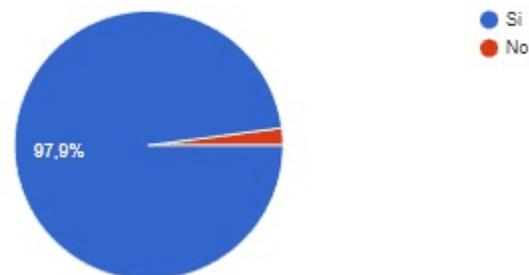
385 respuestas



De las 385 encuestas realizadas para la implementación de la plataforma CITNE, 98.7% de las personas les gustaría disfrutar del servicio de estas plataformas en familia y/o amigos sin restricciones.

¿Te gustaría que exista una plataforma unificada donde puedas visualizar películas y/u series en grupo, sin pago mensual y por medio de tu cuenta o perfil que tengas de películas?

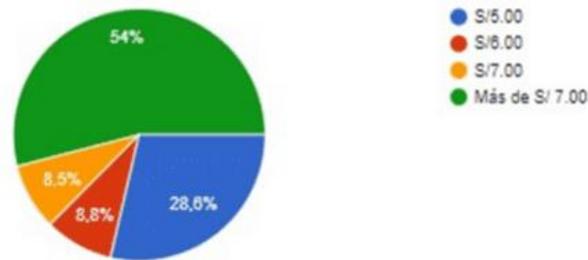
385 respuestas



De las 385 encuestas realizadas para la implementación de la plataforma CITNE, el 97.9% de las encuestados aceptaría nuestro servicio.

¿Cuánto estas dispuesto a pagar por una entrada, para poder ver una película en grupo y por tu dispositivo electrónico?

385 respuestas



De las 385 encuestas realizadas para la implementación de la plataforma CITNE, el 54% está dispuesto a pagar por nuestro servicio más de s/7.00 soles.

- **Tabulación**

Luego de haber llegado a la meta de las encuestas, el equipo de trabajo evalúa los resultados mediante un conteo, en este caso como se realizó la encuesta virtual el programa utilizado para las encuestas, brinda los resultados directamente mediante gráficos para que estos puedan ser tabulados.

1) Sexo

	# ENCUESTADOS	% REPRESENTA
MUJER	233	60,36%
HOMBRE	151	39,12%
NO ESPICIFICA	2	0,52%
TOTAL	386	100,00%

De las 386 encuestas realizadas para la implementación de la plataforma CITNE, 233 son mujeres y 151 hombres.

2) ¿Cuál es tu edad?

	#ENCUESTADOS	% REPRESENTA
22 - 28 años	226	59%
29 - 35 años	110	29%
36 - 42 años	35	9%
43 - 50 años	14	3%
TOTAL	385	100%

De las 385 encuestas realizadas para la implementación de la plataforma CITNE, 226 personas tienen un rango de edad de 22-28 años, mientras que solo 14 personas tienen de 43 -50 años.

3) ¿Cómo te has sentido este tiempo con los cambios que han surgido debido a la pandemia?

	# ENCUESTADOS	% REPRESENTA
BIEN	46	11,95%
MAL	268	69,61%
MAS O MENOS	71	18,44%
TOTAL	385	100,00%

De las 385 encuestas realizadas para la implementación de la plataforma CITNE, 268 personas se han sentido mal tras los cambios de la pandemia, mientras 71 personas manifestaron que se sintieron maso o menos.

4) ¿Crees que la pandemia tuvo un impacto en la salud emocional y mental de las personas?

	# ENCUESTADOS	% REPRESENTA
SI	368	58,70%
NO	8	28,57%
NO LO SÉ	9	9,09%
TOTAL	385	0,00%

De las 385 encuestas realizadas para la implementación de la plataforma CITNE, 368 personas creen que la pandemia si ha tenido un impacto en la salud y mental de las personas.

- 5) ¿Crees que ha incrementado el porcentaje del uso de redes sociales y/o aplicativos audiovisuales (plataformas de películas)?

	# ENCUESTADOS	% REPRESENTA
SI	378	98,18%
NO	7	1,82%
TOTAL	385	100,00%

De las 385 encuestas realizadas para la implementación de la plataforma CITNE, 378 personas creen que si ha incrementado el uso de redes sociales y aplicativos audiovisuales.

- 6) ¿Por qué consideras que ha surgido este incremento?

	# ENCUESTADOS	% REPRESENTA
DEBIDO A LA PANDEMIA	117	30,39%
POR DEPRESIÓN Y ANSIEDAD	139	36,10%
POR ABURRIMIENTO	122	31,69%
NO CONSIDERO QUE HAYA INCREMENTADO SU USO	7	1,82%
TOTAL	385	100,00%

De las 385 encuestas realizadas para la implementación de la plataforma CITNE, 139 personas consideran que surgió este incremento debido a la depresión y ansiedad, mientras que 122 personas creen que fue por aburrimiento.

- 7) ¿Te consideras dentro del porcentaje de incremento?

	# ENCUESTADOS	% REPRESENTA
SI	351	91,17%
NO	23	5,97%
NO CONSIDERO QUE HAYA INCREMENTADO SU USO	11	2,86%
TOTAL	385	100,00%

De las 385 encuestas realizadas para la implementación de la plataforma CITNE, 351 personas se consideran dentro de este incremento, mientras que 23 personas no se consideran dentro de este incremento.

- 8) ¿Crees que las plataformas de películas aportan a la conexión emocional y mental de las personas?

	# ENCUESTADOS	% REPRESENTA
SI	341	88,57%
NO	9	2,34%
TAL VEZ	35	9,09%
TOTAL	385	100,00%

De las 385 encuestas realizadas para la implementación de la plataforma CITNE, 341 creen que las plataformas de películas si aportan la conexión emocional y menta de las personas.

- 9) ¿Cuentas con algún perfil o cuenta de plataformas de películas como Netflix, Amazona, Disney o HBO+?

	# ENCUESTADOS	% REPRESENTA
SI	372	96,62%
NO	13	3,38%
TOTAL	385	100,00%

De las 385 encuestas realizadas para la implementación de la plataforma CITNE, 372 si cuenta con perfil de las plataformas Amazon, Disney, Netflix y HBO+.

- 10) ¿Con qué frecuencia utilizas estas plataformas de películas?

	# ENCUESTADOS	% REPRESENTA
MÁS DE 15 HORAS	72	14,63%
ENTRE 10 A 15 HORAS	256	52,03%
MENOS DE 10 HORAS	49	9,96%
NO UTILIZO LAS PLATAFORMAS	8	23,37%
TOTAL	385	100,00%

De las 385 encuestas realizadas para la implementación de la plataforma CITNE, 256 personas manifiestan que utilizan estas plataformas con media frecuencia (entre 10 – 15 horas), mientras que 8 no utilizan.

11) ¿A cuáles de las siguientes plataformas estas suscrito? Puedes escoger más de una opción.

	# ENCUESTADOS	% REPRESENTA
NETFLIX	250	36,98%
AMAZON PRIME	153	22,63%
DISNEY	127	18,79%
HBO	115	17,01%
NINGUNA	31	4,59%
TOTAL	676	100,00%

De las 385 encuestas, la más preferidas y accesible de las plataformas es Netflix con 250 suscriptos, mientras que 31 manifiestan no contar con ninguna cuenta de plataforma de películas.

12) ¿Estás de acuerdo con el pago mensual de este tipo de plataformas?

	ENCUESTADOS	% REPRESENTA
SI	124	32%
NO	137	36%
NO MUCHO	124	32%
Total	385	100%

De las 385 encuestas realizadas para la implementación de la plataforma CITNE, 137 personas no están de acuerdo con el pago mensual de estas plataformas, mientras que 124 manifiestan no estar muy de acuerdo.

13) ¿Te gustaría disfrutar el servicio de estas plataformas en grupo con tus amigos y/o familiares sin restricciones?

	ENCUESTADOS	% REPRESENTA
SI	381	99%
NO	4	1%
Total	385	100%

De las 385 encuestas realizadas para la implementación de la plataforma CITNE, 381 les gustaría ver películas en grupo y/o familiares

14) ¿Te gustaría que exista una plataforma unificada donde puedas visualizar películas y/u series en grupo, sin pago mensual y por medio de tu cuenta o perfil que tengas de películas?

	ENCUESTADOS	% REPRESENTA
SI	377	98%
NO	8	2%
Total	385	100%

De las 385 encuestas realizadas para la implementación de la plataforma CITNE, 377 aceptan nuestro servicio de implementación de la plataforma CITNE.

15) ¿Cuánto estas dispuesto a pagar por una entrada, para poder ver una película en grupo y por tu dispositivo electrónico?

	ENCUESTADOS	% REPRESENTA
S/5	110	29%
S/6	34	9%
S/7	33	9%
S/7 a más	208	54%
Total	385	100%

De las 385 encuestas realizadas para la implementación de la plataforma CITNE, 208 personas están dispuestos a pagar más de s/7 soles por el servicio.