

DESCRIPCIÓN COMPAÑÍA

OBJETIVOS

Esta agencia fotográfica nace con el objetivo fundamental de proveer a todos los medios de comunicación impresos de Málaga, de manera rápida, eficaz, seria, original y creativa, con fotos de todos los actos que tienen lugar cada día en cualquier rincón malagueño; ofreciendo una buena relación calidad- precio y poniendo a disposición de todos los clientes un correo electrónico para brindar un servicio con mayor personalización.

IDEA INICIAL

La idea de poner en marcha una agencia fotográfica a nivel local, parte de cinco estudiantes de periodismo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga.

Debido a las necesidades y carencias existentes en los medios de comunicación de la provincia de Málaga, María Sánchez González, Lorena Codes Romo, Daniel Gómez García, Pedro Peña Jiménez e Inmaculada Acien Fernández, se constituyen en Sociedad Limitada, para crear la empresa que en este documento se presenta. El capital social con el que se parte es de 3.000 €.

La plantilla de esta empresa se compone por las siguientes personas:

- **Pedro Peña Jiménez** ostenta el cargo de director técnico, webmaster y técnico de mantenimiento.
- **Daniel Gómez García** ocupa el puesto de director comercial de la empresa.
- **Lorena Codes Romo** detenta el cargo de directora general de comunicación, dirigiendo la comunicación interna y externa.
- **María Sánchez González** es directora de recursos humanos y fotógrafo de la capital malagueña.
- **Inmaculada Acien Fernández** trabaja como directora fotográfica y fotógrafa en la capital.

Además serán necesarios diez fotógrafos, que se contratarán como becarios, estudiantes en prácticas, así como un técnico de mantenimiento.

Todos los fotógrafos se dividirán por comarcas (hay siete comarcas, un fotógrafo en cada una), situándose tres fotógrafos en la capital y otros tres en las comarcas donde exista más demanda de imágenes o donde los actos requieran una cobertura más amplia.

Cada fotógrafo está provisto de un equipo fotográfico digital completo (Nikon Coolpix 5000) y mediante un ordenador portátil con conexión a Internet, se remiten las fotos a la oficina central donde el técnico de mantenimiento las incorpora a la página, dándolas a conocer a todos los usuarios. Todos los miembros de la plantilla estarán comunicados en todo momento mediante un teléfono móvil que provee la empresa.

Los temas informativos que se cubren son muy variados, se pretende dar respuesta a todas las necesidades fotográficas que pueda tener cualquier medio de comunicación impreso o en red, con calidad, rapidez, eficacia, seriedad, la mayor diligencia y teniendo presente en cada momento los intereses de los usuarios.

Además de imágenes informativas en esta página, también se ofrecerán enlaces a galerías de fotos artísticas y fotógrafos aficionados.

FASE ANTERIOR A LA PUESTA EN MARCHA: ANÁLISIS DEL MERCADO Y DE LA COMPETENCIA

CLIENTES: MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MÁLAGA

Como se ha comentado en el apartado de objetivos, la función principal de la que se ocupa la empresa es la de servir fotografías a los diferentes medios de comunicación malagueños, así como a otros posibles clientes que lo soliciten.

Después de haber hecho un estudio acerca de las carencias o demandas fundamentales que estos medios poseen en el campo de la fotografía, la empresa orienta sus objetivos a cubrir dichas necesidades.

Aunque estos medios tienen sus propios fotógrafos que cubren todo el área provincial, no siempre tienen una amplia cobertura fotográfica en lo que se refiere a actos, acontecimientos o personalidades que se encuentran en localidades más pequeñas de la provincia. Además las fotografías de este tipo que poseen no suelen renovarse en el archivo de forma constante, sino sólo cuando ocurren acontecimientos que se convierten en noticia.

Por ello, la agencia se dedicará a proporcionar a estos medios fotografías recientes de todo lo que se encuadre en la provincia de Málaga. Como los propios medios nos han comunicado, a veces no pueden cubrir los acontecimientos que ocurren en todas las localidades porque no hay suficientes fotógrafos; disponen de una serie de colaboradores que les suministran fotografías a cambio de una pequeña remuneración. Sin embargo, admiten que estas fotografías, al no estar realizadas por profesionales, no tienen suficiente calidad. Por ello estarían interesados en recibir este tipo de fotos de la agencia.

Entre otros posibles clientes, encontramos los siguientes medios de comunicación malagueños: Sur, La Opinión de Málaga, El País (Delegación malagueña), El Noticiero, El Mundo (Delegación en Málaga), El Correo de Andalucía, Diario Málaga-Costa del Sol, Diario de Andalucía, Cinco Días y ABC (Delegación Málaga).

Además de estos diarios, existen en Málaga diferentes publicaciones de carácter específico que se mantendrían como clientes esporádicos de la agencia.

DEFINICIÓN LINEAS SIMILARES EN INTERNET

También con objeto de descubrir los servicios y carencias que ofrece la red en lo que a fotografías se refiere, se ha realizado un estudio previo, por un lado, de las web dedicadas a la venta de fotografías en general, y por otro, de las agencias fotográficas digitales, sobre todo las relacionadas con la prensa, o aquéllas de ámbito local o provincial similar al nuestro. El resultado de este estudio ha sido favorable: nuestra empresa será la primera agencia de fotoperiodismo digital en la provincia de Málaga.

Una vez concluido en análisis, señalamos algunas de las páginas dedicadas a la fotografía más interesantes en la web, con sus características más destacadas:

API Photo Press

Agencia de fotografía especializada en prensa y reportajes. Dispone de banco de imágenes.

<http://persona.redesfb.es/api/>

Digital Press

Agencia fotográfica española. Información sobre su oferta de servicios fotográficos y demostraciones en la red.

<http://www.artplus.es/digitalpress/>

Queen

El Banco de Imagen Español en Internet. Autoservicio Fotográfico, 24 Horas y 365 Días/año.

Cádiz - Marta Gotor

Agencia de producciones audiovisuales especializada en fotografía y vídeo. Conozca la empresa y su archivo fotográfico.

<http://www.martagotor.com/>

Sevilla - Cien x Cien

Agencia de fotografía dedicada al interiorismo, moda, retrato y más. Conozca sus secciones.

<http://www.arrakis.es/~100x100/>

Bilbaofoto

Agencia de fotografía en la capital vizcaína. Entre sus servicios cuenta con bancos de imágenes, servicios fotográficos y formación.

<http://www.bilbaofot.com/>

Barcelona - AMB-2 Fotografis

Agencia de fotografía de tres profesionales. Vea piezas de su trabajo en secciones de retrato, publicidad, prensa y multimedia.

<http://www.arrakis.es/~jbotella/>

Zaragoza - Serviprom

Agencia de fotografía especializada en España como tema de difusión. Ojee su banco de imágenes y solicite catálogo gratuito.

<http://www.arrakis.es/~publifot/>

Mope

Agencia de fotografía dedicada a documentales, viajes, todo lo relacionado en general con lo social.

<http://www.airtel.net/hosting/00019/mriveiro/>

Shooting Photo Sports

Agencia fotográfica en internet dedicada especialmente al deporte español y a los acontecimientos deportivos que allí suceden.

<http://personal.redestb.es/shooting/>

Age Fotostock

Agencia fotográfica con cientos de imágenes clasificadas en una base de datos.

<http://www.agefotostock.com/main.htm>

Andaluza

Se realizan todo tipo de fotografía de prensa y reportajes. Máxima rapidez.

Diapress

Agencia de prensa gráfica que abarca toda la Comunidad de Madrid.

Creación de la web

El primer paso para hacer realidad nuestro proyecto es la creación de una página web. Ésta será llevada a cabo por el propio director técnico de la empresa, siguiendo las pautas establecidas por la directora artística.

Dos son los principios claves a tener en cuenta en este proceso; por un lado, la importancia de una correcta organización de los archivos de imágenes con la creación de una base de datos que permita al cliente hallar las fotografías deseadas de forma rápida y cómoda. Por otro lado, la necesaria protección de los datos para conseguir así que las imágenes sólo puedan ser obtenidas, en un formato de alta calidad, en modo de pago o de suscripción.

¹ Ver anexo especificaciones técnicas de la web

La personalización es otro de los principios que definen nuestra web. Así, en ésta se incluye un correo de atención permanente, así como las instrucciones acerca de los pasos que deben seguirse en la suscripción y compra de fotografías, bajo el nombre de *AYUDA*.

La página principal contiene un mapa de la provincia donde se distinguen siete comarcas. Cuando se pincha sobre una de ellas, inmediatamente aparece una pantalla en la que se pueden ver los nombres de todos los pueblos que componen esa comarca. Se pincha sobre el pueblo del que se desea ver las fotografías del día y aparecen todas en pequeño tamaño. Mediante un clic sobre la foto, ésta se abrirá. Si el usuario desea adquirir esa foto tendrá que pinchar sobre este icono (**COMPRA**), que aparece justo bajo la fotografía y al momento se incluirá en su carro de la compra. Si todavía no se ha registrado como usuario deberá hacerlo antes de iniciar la compra.

En el momento en el que considere que su compra ha finalizado, el cliente debe pulsar la opción comprar que se encuentra en el lado izquierdo de la pantalla en la banda que permanece móvil. Cuando pulse esta opción se le requerirá su clave de usuario y se le preguntará si desea comprar todas las fotos que previamente ha seleccionado dándosele la opción de eliminar alguna si lo desea. Pulsando la opción de aceptar las fotografías le serán enviadas por e-mail de manera inmediata.

En el lado izquierdo de la página principal de esta web existe una opción llamada archivo y que contiene imágenes pasadas, de todos los municipios de Málaga así como de la capital. Para acceder a este espacio sólo es necesario pulsar sobre esta palabra. La pantalla que aparece a continuación contiene únicamente un buscador que da posibilidad de numerosas combinaciones dependiendo de lo que desee. Puede ser que la búsqueda sea a partir de una palabra, el nombre del pueblo o del día en el que tuvo lugar el acto que deseamos encontrar, e incluso una mezcla de ambos. Tras incluir alguno de estos datos o todos y pulsar la opción de buscar, en la parte baja de la misma pantalla, aparecerán una serie de fotos que responderán a las necesidades del usuario. Si no se es usuario todavía tendrá que registrarse.

Si el cliente desea una fotografía de las que aparecen en pantalla, sólo tiene que pinchar sobre ella y cuando aparece ampliada incluirlo en icono que aparece en uno de los extremos inferiores de la fotografía, bajo el pie de foto.

Se incluye anexo el contrato de licencia con el usuario que todo el que quiera descargar una imagen deberá aceptar.

LANZAMIENTO DEL PROYECTO

Inicio de una campaña promocional

Un comercial de la empresa irá a cada periódico con el fin de mostrar, mediante un portátil, el funcionamiento de nuestra página; se pretenderá así convencer a los directores de los periódicos malagueños de que se acojan a nuestra oferta de prueba gratuita, mediante una suscripción de 15 días.

Fuente de ingresos

Las subvenciones de las que va a disfrutar esta empresa alcanza los 6000 euros. El Instituto Andaluz de la mujer concede 3000 euros por ser el proyecto de mujeres emprendedoras y la Junta de Andalucía por ser un proyecto de jóvenes emprendedores de 3 años concede otros 3000 euros.

La forma de recuperación del capital invertido será de diferentes formas. La primera será mediante la venta de fotografías informativas a medios de comunicación impresos o en red que se suscriban a la agencia de manera mensual, a los cuales se les cobrará 3000 euros al mes; los periódicos que prefieran suscribirse no de manera mensual sino por fotografía que compran, tendrán que pagar 75 euros por foto que deseen adquirir.

La segunda forma de recuperación monetaria será mediante salaces a galerías de fotos artísticas de fotógrafos malagueños, a quienes la empresa les cobrará por cederles espacio en la web o por publicidad, dependiendo el dinero de los acuerdos a los que se llegue con cada fotógrafo.

Se adjunta el presupuesto inicial y los gastos previstos.

GASTOS DE INICIO DE ACTIVIDAD

Constitución en S.L (1% del capital social)		30 €
Adobe Photoshop	1	1.158,84 €
Windows y MSOffice XP	1	400 €
Dreamweaver	1	350 €
Antivirus	1	100 €
Total programas informáticos		2.008,84 €
Acondicionamiento del local		1.000 €
Alta Teléfonos móviles (terminales gratis proporcionados por Amena)	10	100 €
Alta tlf. Fijo	1	250 €
Ordenadores portátiles con escáneres	9	18.277 €
Ordenadores sobremesa con escáneres	2	3.000 €
Total acondicionamiento		22.627,00 €
Cámaras analógicas profesionales	3	1.442,39 €
Cámaras digitales (Nikon Coolpix 5000)	7	9.700 €
Total material de trabajo		11.242,39 €
Comienzo de actividad (2 meses)		17.593 €
Reservas		8.537,61 €
TOTAL GASTOS INICIO		60.000,00 €

GASTOS FIJOS (anuales)

Nómina director F.R.I.H.	1	12.000 €
Nómina director fotografía	1	12.000 €
Nómina director técnico	1	12.000 €
Nómina director marketing	1	4.000 €
Nómina director comunicación (4h. 500 €)	1	6.000 €
Nómina técnico (8h. 1.500 €)		12.000 €
Total nóminas personal fijo		58.000,00 €
Nómina fotógrafos en prácticas (4h., 300 €)	10	22.800 €
Total nóminas personal temporal		22.800,00 €
Reserva anual para inversión		6.000 €
Electricidad		1.200 €
Teléfono		6.000 €
Acceso a Internet		1.200 €
Alquiler de local		540 €
Cartas de presentación		600 €
Registro dominio		100 €
Consumibles oficina		240 €
Impuestos anuales (IBI, IAE)		1.500 €

Contrato mantenimiento ordenador		180 €
Total otros gastos fijos		24.760,00 €
TOTAL GASTOS FIJOS ANUALES		105.560,00 €

GASTOS VARIABLES

Comisiones fotógrafos (2 € por cada foto suya vendida)		
Suscripción de prueba (50% del total del primer contrato)		
Comisiones comercial (10% de cada contrato suscripción)		
Colaboradores (10 € por cada foto suya vendida)		

INGRESOS

Concepto	Precio
Venta de fotografía unitaria	75 €
Suscripción mensual	3.000 €

El préstamo ha sido solicitado a Cajamar mediante el envío de un fax con todos los datos necesarios.² Este préstamo tendrá la duración de seis años, comenzando a pagarlo a partir del segundo año, cuando el negocio se haya recuperado de su período de prueba y comience a dar sus primeros frutos económicos.

Al ascender los gastos iniciales a 51.462,39 euros, solicitamos un préstamo de 60.000 euros, para cubrir los gastos iniciales, incluidos los gastos de los dos primeros meses de trabajo (valorados en 17.595 €), estableciendo el resto (8.537,61 euros) como reservas y gastos adicionales que puedan surgir durante este tiempo de puesta en marcha del negocio y posibles gastos posteriores a los dos meses de puesta en marcha.

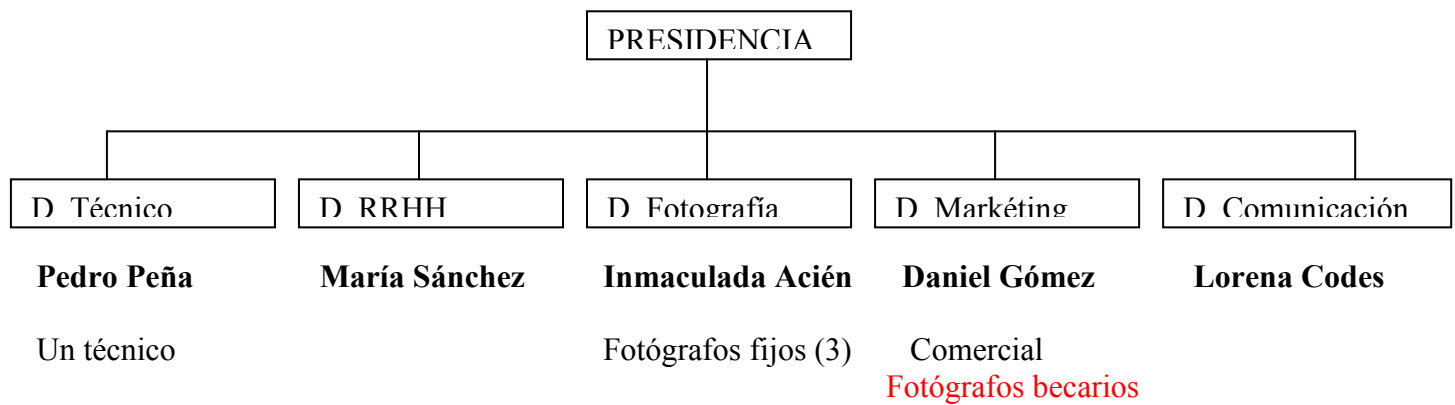
² ver anexos de solicitud de préstamo y respuesta a éste de la entidad financiera

Organización de la empresa

PRESIDENTE: Lorena Codes Romo

DEPARTAMENTOS:

- Depto. técnico
 Responsable: Pedro José Peña Ginés
 Empleados a su cargo: Técnico
 Funciones:
 - Realizar todo el trabajo con ordenadores de la oficina
 - Avisar de cualquier problema con los aparatos
 - Recoger las llamadas del teléfono en ausencia del director de comunicación y de márketing
- Depto. fotografía
 Responsable: Immaculada Acín Fernández
 Empleados a su cargo: 10 fotógrafos en prácticas
 Funciones:
 - Coordinar a los diez fotógrafos según las zonas provinciales
 - Asignar la cobertura de noticias especiales
 - Suplir a los fotógrafos en casos necesarios
- Depto. recursos humanos
 Responsable: María Sánchez González
 Funciones:
 - Contratar el personal necesario
 - Llevar la contabilidad de la empresa
- Depto. márketing
 Responsable: José Daniel Gómez García
 Empleados a su cargo: Comercial
 Funciones:
 - Buscar clientes
 - Responder a las necesidades de estos clientes
 - Idear promociones para captación de nuevos suscriptores
- Depto. comunicación
 Responsable: Lorena Codes Romo
 Funciones:
 - Establecer los canales especificados en el anexo
 - Comunicación Interna
 - Responder al teléfono



Jaws PDF Creator

EVALUATION
VALUTAZIONE
EVALUATION
EVALUACIÓN
EVALUATION

COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

En toda empresa es muy importante una comunicación interna que coordine y una a sus miembros. No es menos importante en la nuestra, ya que la comunicación dentro de ella es fundamental para un correcto funcionamiento. Por ello habilitamos los canales de comunicación tanto en sentido transversal como descendente (comunicación operativa) necesarios.

COMUNICACIÓN TRANSVERSAL

Una de las razones por las que una empresa puede perder productividad en el inicio de su actividad, sobre todo si sus empleados no son fijos, es la falta de conocimiento de la sociedad y de sus miembros. En nuestra empresa lo tenemos en cuenta, por lo que establecemos reuniones informales mensuales donde se podrá desarrollar la comunicación informal de los trabajadores y los directores de los distintos departamentos.

Estas salidas pueden consistir bien en excursiones o en comidas, y los gastos que se produzcan estarán a cargo de la cuenta de inversión y reservas.

COMUNICACIÓN OPERATIVA

Una empresa que quiera abarcar toda la provincia de Málaga tiene que ser eficaz a la hora de coordinar todos sus empleados. De nada sirve tener la mejor fotografía de Málaga si el técnico no la cuelga de la red, ni tener la mejor cámara de fotos si no se comunica al fotógrafo dónde ha de asistir a tomar la fotografía.

Esta comunicación se desarrollará sobre todo mediante el teléfono móvil. Cada empleado tendrá uno proporcionado por la empresa Amelal, con una correcta cobertura en la provincia, excepto los directores de departamentos (socios inversores) que aportará el suyo propio. Además, que tendrá una en la oficina para poder contactar con cualquiera se encuentre este donde se encuentre. Así se les podrá dar órdenes a los empleados para que vayan a fotografiar los acontecimientos que se produzcan en su zona.

No se debe descuidar la comunicación entre los fotógrafos y los técnicos. Cada fotógrafo entregará una ficha junto a la fotografía en la que constarán todos los datos de ésta (lugar, fecha, hora, tema, personaje) para una correcta indexación en la página web.

COMUNICACIÓN CON LOS CLIENTES

Se habilita un teléfono fijo para que los clientes puedan llamar para comprar sus fotografía, pedir que se asista a algún lugar o cualquier reclamación que se produjese. Será el director de comunicación, o en su defecto el de márketing o el técnico, el que se encargue de dar respuesta a las dos primeras cuestiones, o de comunicar al responsable de comunicación la reclamación para que este la solucione.

La búsqueda de clientes será llevada por el departamento de márketing que establecerá un primer contacto con los clientes. También será este departamento el que de respuesta a las peticiones de nuevos clientes.

También se podrán encargar fotografías a través de un e-mail.

Jaws PDF Creator

EVALUATION

VALUTAZIONE

EVALUATION

EVALUACIÓN

EVALUATION

FASE DE CONSOLIDACIÓN: **Proyecto de ampliación de futuro**

Como proyecto a largo plazo, la empresa contemplará la ampliación del ámbito de actuación de cobertura al resto de las provincias andaluzas. La ampliación se realizará cuando la web en Málaga estuviese consolidada y obtenga una clara rentabilidad. Para ello seguiremos una serie de pasos.

En primer lugar, se realizará un estudio similar al hecho en Málaga sobre los medios de comunicación existentes en cada provincia andaluza; investigaremos sobre sus carencias y necesidades, la competencia, el número de periódicos existente...

De entre las provincias donde la ampliación se presente como más rentable, se elegirá una para empezar. Sucesivamente se irá ampliando al resto de provincias en función de la rentabilidad obtenida.

Primera forma: ampliación de la empresa (cobertura en otras provincias)

Una vez asegurada la viabilidad y rentabilidad de la ampliación se pasará a seguir el mismo proceso que se ha llevado a cabo en la provincia de Málaga. Es decir, la empresa tendrá que contratar más personal, adquirir nuevos equipos, ordenadores, estrategia de marketing...

Se estudiará la posibilidad de establecer un convenio con alguna marca de equipos fotográficos digitales para que cediesen a la agencia estos equipos durante un periodo de prueba a cambio de patrocinios, etc. Si el negocio de ampliación obtuviera un resultado rentable, se procedería a la compra de los equipos definitivamente.

Los equipos nuevos pasarán a usarse en la provincia de Málaga, para aumentar la calidad de las fotos en una provincia donde el negocio ya está consolidado, y se trasladarán los equipos de Málaga a la otra provincia donde esté previsto ampliar. En cualquier caso, será objeto de estudio la rentabilidad de trasladar estos equipos o deshecharlos y adquirir otros nuevos en función del estado de nuestros equipos en ese tiempo, así como nuestra situación económica.

Para todo este proyecto de ampliación, por tanto, habrá que tener en cuenta la rentabilidad del negocio y la posibilidad de que la empresa afrontara un posible fracaso del mismo en las otras provincias, además de otros factores anteriormente mencionados. Si así fuera, no habría graves pérdidas ya que todo el material nuevo se destinaría a mejoras en la sede principal, Málaga, o se llevaría a otras provincias.

Posteriormente se presentará la necesidad de remodelar la página web con la entrada de sucesivas provincias; la página principal será de Málaga, y se accederá a otras provincias a través de hipervínculos.

Segunda forma: Empresas distintas pertenecientes a “El cliché” (holding)

Tal vez la ampliación a otras provincias nos interesará realizarla de otras formas que nos permitieran que el capital en cada provincia no se mezclase, para proteger así al resto frente a la posibles pérdidas de una de ellas.

Una forma interesante de realizar esto, sería colocar dentro de Málaga a una empresa o sujeto coordinador de cada empresa que se constituya en cada una de las provincias (holding). Dado que el nombre y la dirección social de cada una de estas empresas es distinta (El cliché de Málaga, El cliché de Granada...), el capital social será distinto, y en caso de la quiebra de una de ellas, el resto no se verá afectado.

En este caso, se realizaría una web de “El cliché”, y dentro de ésta, hipervínculos a cada provincia, estando Málaga colocada con la misma jerarquía que el resto.

En el caso de no ser posible la ampliación a otras provincias, contemplaríamos la posibilidad de ofrecer nuevos servicios en la web de Málaga, aumentando su interactividad, contenidos... Comenzaríamos incluyendo ofertas de cursos de fotografía, fotos de ocio, secciones de intercambio de material entre usuarios...