



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA  
DE MÉXICO

---

FACULTAD DE ECONOMÍA

**VINIDRUMLINE.COM**

**T E S I N A**

Que para obtener el título de:  
**LICENCIADO EN ECONOMÍA**

Presenta:  
**VINICIO TOLEDO ROJAS**

Asesora:  
**MTRA. MERCEDES QUIROZ GARCÍA**



CIUDAD UNIVERSITARIA, CDMX

2016



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

<b>1. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO.</b>	<b>2</b>
<b>2. ESTUDIO DE MERCADO.</b>	<b>5</b>
2.1 ANÁLISIS DE LA DEMANDA.	5
2.2 ANÁLISIS DE LA OFERTA.	13
2.3 ANÁLISIS DE PRECIOS.	18
2.4 COMERCIALIZACIÓN.	26
2.5 FODA	32
<b>3 INGENIERÍA DEL PROYECTO.</b>	<b>33</b>
3.1 LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA DEL PROYECTO.	33
3.2 PROCEDIMIENTO.	33
3.3 INFRAESTRUCTURA.	37
<b>4. ESTUDIO ECONÓMICO.</b>	<b>43</b>
4.1 COSTOS.	43
4.2 BALANCE PROFORMA.	45
<b>5. EVALUACIÓN FINANCIERA.</b>	<b>47</b>
5.1 ANÁLISIS DE FLUJOS DE EFECTIVO.	47
5.2 ANÁLISIS DE RENTABILIDAD.	53
5.3 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.	55
<b>6. EJECUCIÓN DEL PROYECTO.</b>	<b>57</b>
<b>7. CONCLUSIONES.</b>	<b>59</b>
<b>8. BIBLIOGRAFÍA.</b>	<b>60</b>

## 1. Presentación del Proyecto.

**vinidrumline.com** **VINIDRUMLINE.COM** es un sitio de Internet donde cualquier persona interesada en aprender a tocar la batería puede hacerlo desde la comodidad de su casa. La idea responde a una fuerte demanda de material educativo para batería en la red por parte de los usuarios y a las pocas opciones que hay en el mercado de habla hispana para atender las necesidades de quienes quieren aprender a tocar batería y no dominan el idioma inglés o simplemente prefieren tomar las clases en español.

La experiencia en **VINIDRUMLINE.COM** será, además, una que combine los mejores aspectos de una educación a distancia (accesibilidad, diseño de materiales, recursos didácticos, autoaprendizaje, etc.) y los de una educación altamente personalizada; no será una página donde los alumnos simplemente tengan acceso a un mar de información y después se ahoguen en ella porque no tienen la dirección apropiada para utilizarla. En un principio, la plataforma educativa de **VINIDRUMLINE.COM** atenderá a los usuarios en 3 diferentes niveles: Principiantes, Intermedios y Avanzados.

Para poder acceder al material de cada uno de los niveles el alumno tendrá que demostrar que tiene las habilidades necesarias para tomar cada curso. Además, también se ofrecerán diferentes tipos de material, cada uno de los cuales tendrá diferentes formas de acceso. El primero son las lecciones “a la carta”, método bajo el cual el usuario podrá comprar de un menú de lecciones aquella que él prefiera. En segundo lugar tendremos cursos cortos, de 6 a 10 videos, en los cuales los alumnos aprenderán sobre un tema específico a profundidad. Tercero, una suscripción al sitio de Internet en el cual se tendrá acceso a 1 clase en *live streaming* a la semana, tareas semanales, retroalimentación directa del profesor a las tareas asignadas, dirección de *e-mail @vinidrumline.com* para dudas y preguntas, y material didáctico. Para complementar esta experiencia **VINIDRUMLINE.COM** ofrecerá 1 campamento al año para cada nivel (principiante, intermedio y avanzado), donde los alumnos tendrán la

oportunidad de experimentar una semana de trabajo cara a cara y de convivir con otros miembros de la comunidad.

El éxito del proyecto se basa en integrar la comodidad de tomar clases en línea con la atención personalizada que demos a cada uno de nuestros usuarios. Hoy en día no basta con ofrecer contenido, ¿por qué alguien pagaría por una clase sobre *Funk* si en *YouTube* puede encontrar cientos de videos del tema? Por eso es muy importante llevar a cabo un seguimiento de todos nuestros alumnos y darles retroalimentación. Además de la plataforma principal de **VINIDRUMLINE.COM**, también habrá un canal de *YouTube* en el cual se cargará contenido constantemente con la idea de promover la página y generar algo de atención hacia la misma. Además, generaremos un perfil integrado en redes sociales con cuentas de *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* y *Vine*.

Otro aspecto importante a considerar es el bajo costo de operación que requiere la página de Internet. Una vez realizada la inversión inicial (renta de espacio, equipo de grabación de video, equipo de edición, etc.), los gastos operativos bajan pues solo necesitamos electricidad para trabajar. El equipo de trabajo también es pequeño: un (1) camarógrafo, un (1) staff, un (1) encargado de la página web y un (1) administrador; el resto de las actividades serán realizadas por el profesor o por personal proporcionado por el estudio rentado. Además se buscará el apoyo de diferentes marcas de equipo de audio y video para que operen como patrocinadores de **VINIDRUMLINE.COM** y así bajar el nivel de inversión necesario para mantener el sitio operando.

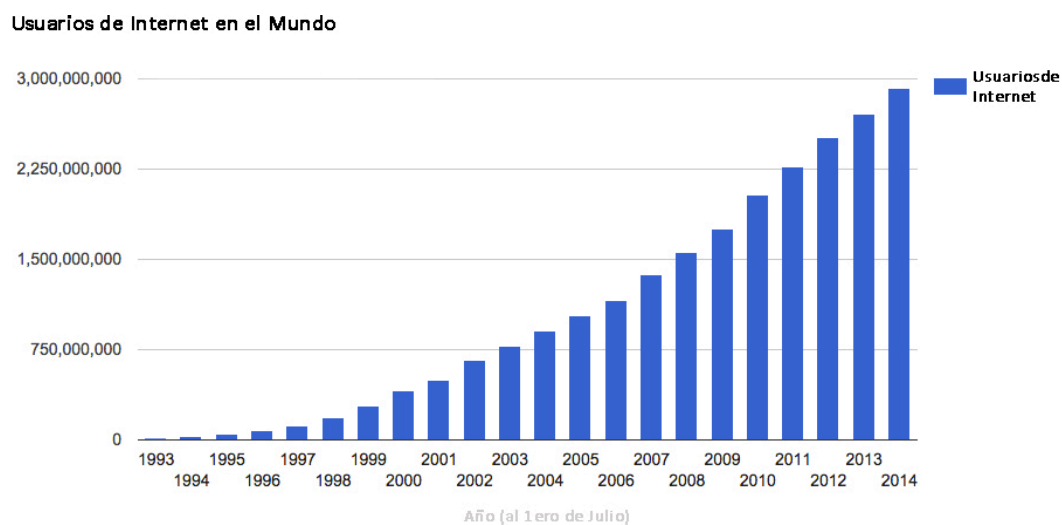
**VINIDRUMLINE.COM** responde a las necesidades de un mundo donde día a día crece el número de operaciones que se realizan a través de Internet, donde cada vez hay más egresados de programas *online* y en el cual la gente recurre todo el tiempo a sitios como *YouTube* o *Google* para aprender. La educación en línea ha dejado de ser el futuro para convertirse en algo cotidiano, ahora nos corresponde a nosotros mejorar la experiencia de los usuarios y ofrecerles un servicio educativo que despeje todas las dudas y críticas que se hacen a la educación a distancia; y para lograrlo vamos a hacer que nuestros usuarios se sientan parte de una comunidad, a facilitar el desarrollo de sus funciones mediante programas específicamente

diseñados para funcionar a distancia. Por esto es que hemos creado **VINIDRUMLINE.COM**.

## 2. Estudio de Mercado.

### 2.1 Análisis de la Demanda.

En julio del 2014 había 2,925,249,355 usuarios de los servicios de Internet<sup>1</sup>; es decir, casi 3 billones de personas, el equivalente a cerca de la mitad de la población mundial en ese momento<sup>2</sup>. Si comparamos ese número con los 14,161,570 usuarios que había en 1994<sup>3</sup>, tenemos un crecimiento de poco más del 20,600% en tan sólo 20 años, como podemos observar en la Gráfica 1.



Gráfica 1

En la Gráfica 2 podemos observar que del total de la población mundial de usuarios de internet, el 21.8% se encuentran en el continente americano<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> Internet Live Stats. (2015, 28 de Agosto). *Internet Users in the World*. Recuperado de: <http://www.internetlivestats.com/internet-users/#trend>

<sup>2</sup> 7,243,784,121 en julio de 2014 de acuerdo a *Worldometers*.

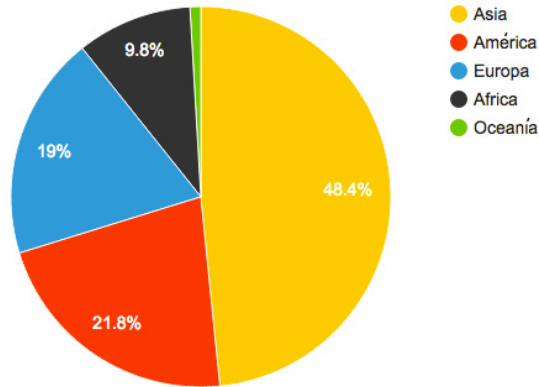
*Worldometers*. (2015, 28 de Agosto). *Population*. Recuperado de: <http://www.worldometers.info/world-population/>

<sup>3</sup> Internet Live Stats. (2015, 28 de Agosto). *Internet Users in the World*. Recuperado de: <http://www.internetlivestats.com/internet-users/#trend>

<sup>4</sup> Ibid

## Usuarios de Internet por Región

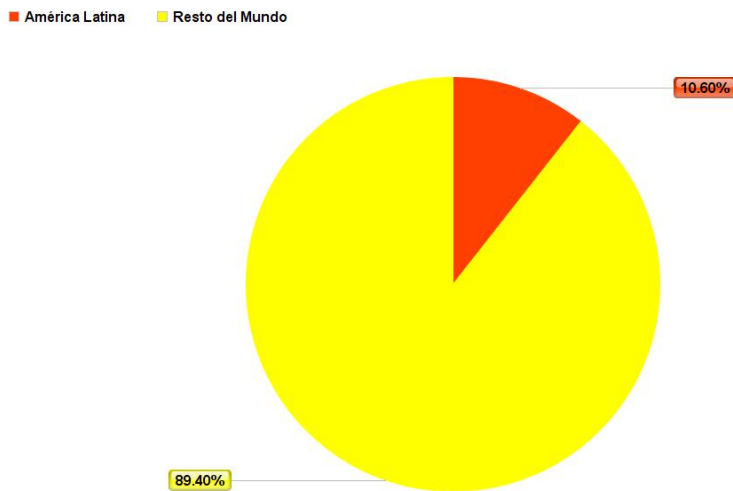
Al 1 ero de Julio de 2013:



Gráfica 2

Del número total de usuarios de Internet en el mundo, solo el 10.60% se encuentran en América Latina; es decir, menos de la mitad del total de usuarios en el continente americano<sup>5</sup>.

### Usuarios de Internet en América

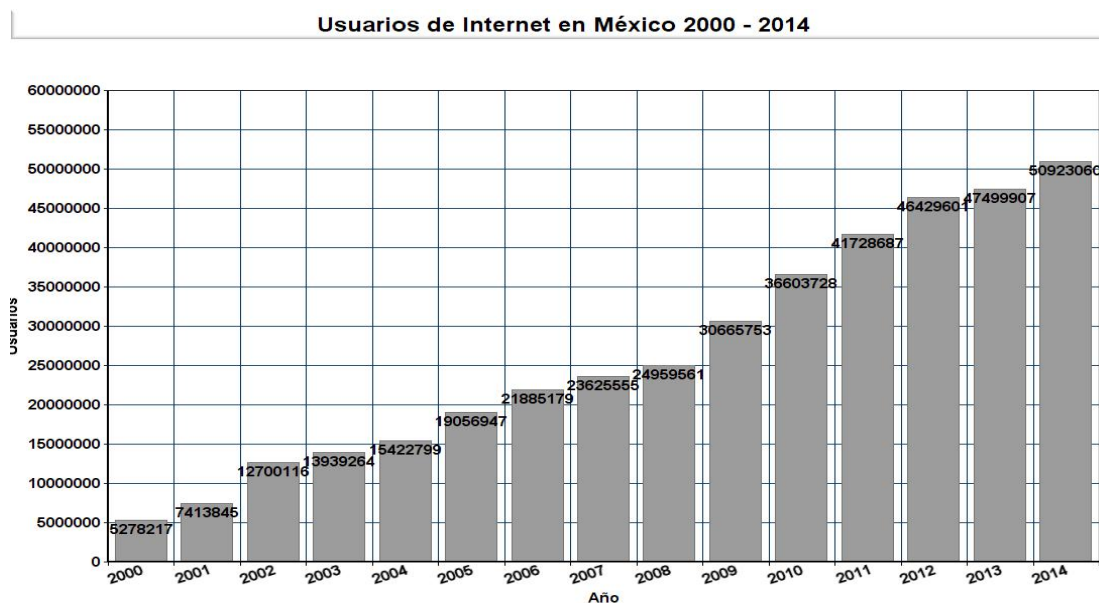


Gráfica 3

<sup>5</sup> *Internet World Stats*. (2015, 28 de Agosto). *Latin America Internet Usage Statistics*. Recuperado de: <http://www.internetworldstats.com/stats10.htm>



Por su parte, en México, los usuarios de internet han pasado de 5,278,217 en el año 2000 a 50,923,060 en el 2014, un incremento del 964% en 14 años, como se observa en la Gráfica 4, colocándose así en el lugar número 11 del *ranking* mundial de países con más usuarios de Internet<sup>6</sup>.



Gráfica 4

En la Tabla 1 vemos con mayor detalle el crecimiento del Internet en México.

Crecimiento del Internet en México									
Año (Julio 1)	Usuarios de Internet	Crecimiento de Usuarios	Nuevos Usuarios	Población del País	Cambio en la Población	Penetración (% de la población con Internet)	Porcentaje de la población mundial	Porcentaje de usuarios de Internet mundiales	Ranking Mundial
2014	50,923,060	7%	3,423,153	123,799,215	1.20%	41.13%	1.71%	1.74%	11
2013	47,499,907	2%	1,070,306	122,332,399	1.23%	38.83%	1.71%	1.75%	11
2012	46,429,601	11%	4,700,914	120,847,477	1.25%	38.42%	1.71%	1.84%	11
2011	41,728,687	14%	5,124,959	119,361,233	1.25%	34.96%	1.71%	1.83%	11
2010	36,603,728	19%	5,937,975	117,886,404	1.26%	31.05%	1.70%	1.79%	11
2009	30,665,753	23%	5,706,192	116,422,752	1.27%	26.34%	1.70%	1.74%	11
2008	24,959,561	6%	1,334,006	114,968,039	1.27%	21.71%	1.70%	1.59%	13
2007	23,625,555	8%	1,740,376	113,529,819	1.26%	20.81%	1.70%	1.72%	13
2006	21,885,179	15%	2,828,232	112,116,694	1.25%	19.52%	1.70%	1.89%	13
2005	19,056,947	24%	3,634,148	110,731,826	1.23%	17.21%	1.70%	1.85%	13
2004	15,422,799	11%	1,483,535	109,381,550	1.23%	14.10%	1.70%	1.69%	13
2003	13,939,264	10%	1,239,148	108,056,312	1.25%	12.90%	1.70%	1.79%	13
2002	12,700,116	71%	5,286,271	106,723,661	1.31%	11.90%	1.70%	1.92%	12
2001	7,413,845	40%	2,135,628	105,339,877	1.41%	7.04%	1.70%	1.48%	11
2000	5,278,217	178%	3,377,748	103,873,607	1.52%	5.08%	1.70%	1.28%	12

Tabla 1

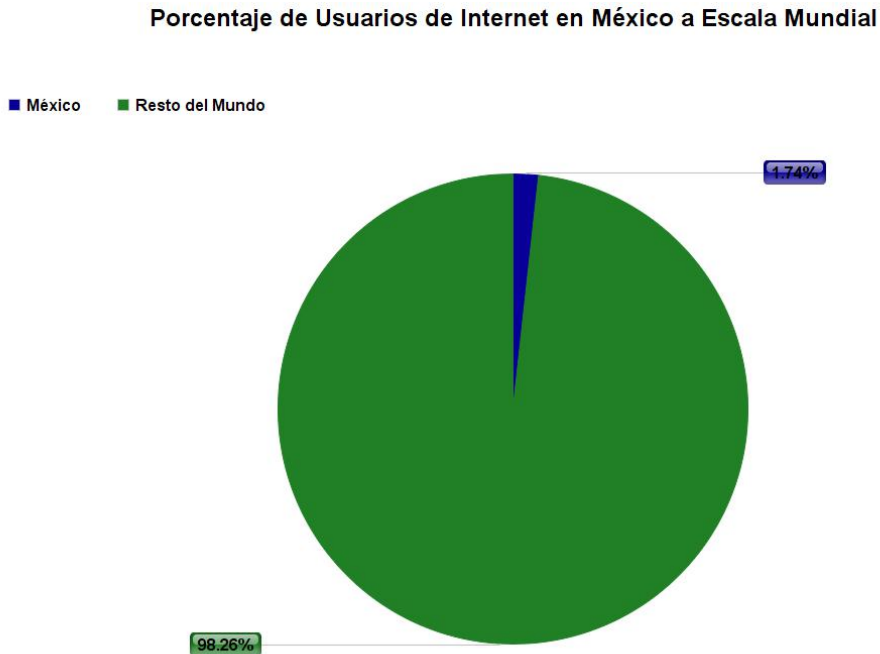
<sup>6</sup> Internet World Stats. (2015, 28 de Agosto). Mexico Internet Users. Recuperado de: <http://www.internetlivestats.com/internet-users/mexico/>

Y la Tabla 2 nos muestra la comparación del uso de Internet en México con el resto de los primeros quince lugares con usuarios en Internet en el mundo.

Crecimiento del Internet en México									
Ranking	Usuarios de Internet	Usuarios de Internet	Crecimiento el último año (%)	Crecimiento de usuarios el último año	Población Total	Crecimiento de la población el último año (%)	Porcentaje de la población con Internet	Porcentaje de la población mundial	Porcentaje de usuarios de Internet mundial
1	China	641,601,070	4%	24,021,070	1,393,783,836	0.59%	46.03%	19.24%	21.97%
2	Estados Unidos	279,834,232	7%	17,754,869	322,583,006	0.79%	86.75%	4.45%	9.58%
3	India	243,198,922	14%	28,859,598	1,267,401,849	1.22%	19.19%	17.50%	8.33%
4	Japón	109,252,912	8%	7,668,535	126,999,808	-0.11%	86.03%	1.75%	3.74%
5	Brasil	107,822,831	7%	6,884,333	202,033,670	0.83%	53.37%	2.79%	3.69%
6	Rusia	84,437,793	10%	7,494,536	142,467,651	-0.26%	59.27%	1.97%	2.89%
7	Alemania	71,727,551	2%	1,525,829	82,652,256	-0.09%	86.78%	1.14%	2.46%
8	Nigeria	67,101,452	16%	9,365,590	178,516,904	2.82%	37.59%	2.46%	2.30%
9	UK	57,075,826	3%	1,574,653	63,489,234	0.56%	89.90%	0.88%	1.95%
10	Francia	55,429,382	3%	1,521,369	64,641,279	0.54%	85.75%	0.89%	1.90%
11	México	50,923,060	7%	3,423,153	123,799,215	1.20%	41.13%	1.71%	1.74%
12	Corea del Sur	45,314,248	8%	3,440,213	49,512,026	0.51%	91.52%	0.68%	1.55%
13	Indonesia	42,258,824	9%	3,468,057	252,812,245	1.18%	16.72%	3.49%	1.45%
14	Egipto	40,311,562	10%	3,748,271	83,386,739	1.62%	48.34%	1.15%	1.38%
15	Vietnam	39,772,424	9%	3,180,007	92,547,959	0.95%	42.97%	1.28%	1.36%

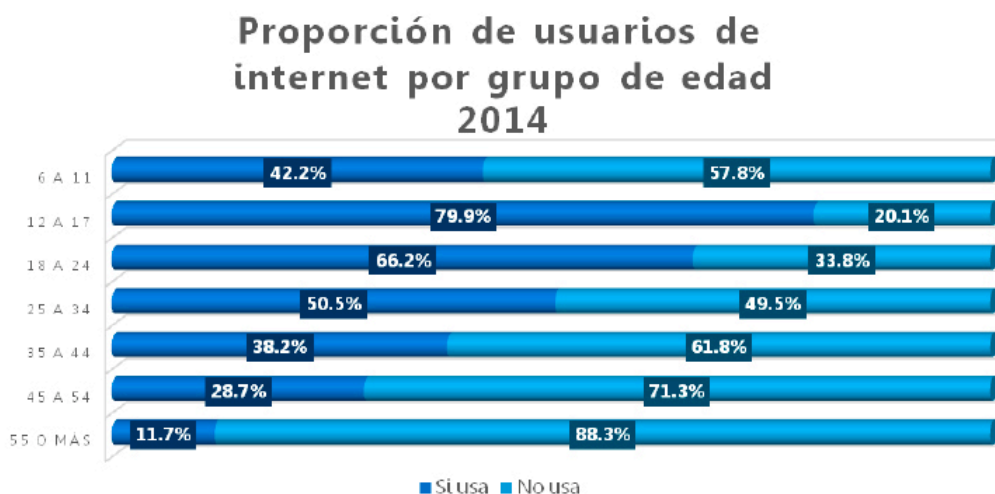
Tabla 2

En la Gráfica 5 podemos observar el porcentaje total de usuarios de Internet que tiene México en comparación con el resto del mundo.



Gráfica 5

Por su parte, de acuerdo al Módulo sobre Disponibilidad y Uso de las Tecnologías la Información en los Hogares (MODUTH) 2014, de los niños entre 6 y 11 años de edad, el 42.2% se declararon usuarios de Internet; de los jóvenes entre los 12 y los 17 años, el 80% se declararon usuarios de Internet; de los jóvenes entre los 18 y los 24 años el 66% se declararon usuarios de Internet y sólo el 50% de los adultos jóvenes entre los 25 y los 34 años disponen de las habilidades y condiciones para realizar tareas específicas en Internet.<sup>7</sup>



Fuente: MODUTH, 2014

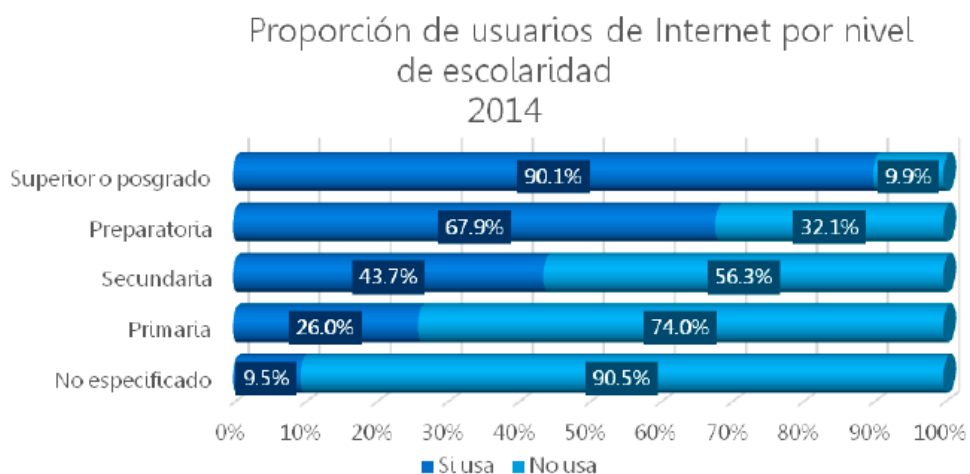
Gráfica 6

Esto significa que del 100% de los usuarios de Internet en el país, casi el 60% se encuentran entre los 6 y 24 años de edad, es decir, poco más de 30 millones de usuarios.

En lo que respecta al nivel de escolaridad, en México, el 26% de la población con un nivel de primaria utiliza Internet, el 43.7% de aquellos que cuentan con secundaria lo usan, el 67.9% de quienes cuentan con un nivel de preparatoria son usuarios del servicio y finalmente, el 90.1% de aquellos que cuentan con un nivel de

<sup>7</sup> INEGI (14 de Mayo 2015). Estadísticas a Propósito del Día Mundial del Internet (17 de Mayo). Recuperado de: <http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/aproposito/2015/internet0.pdf>

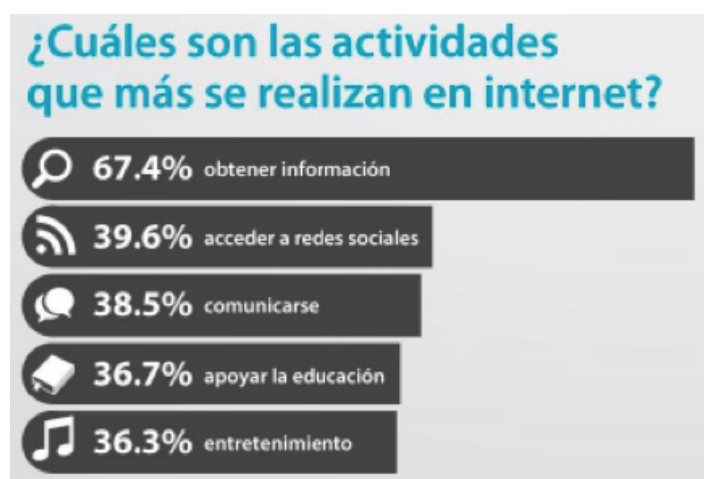
educación superior o posgrado lo utilizan.<sup>8</sup> Esto demuestra que el Internet es una herramienta que se utiliza mucho más conforme crece el nivel de escolaridad.



Fuente: MODUTIH, 2014

Gráfica 7

Y, ¿para qué se usa el Internet en México? Como podemos ver en la Gráfica 8, el 67.4% de los usuarios utilizan el Internet para obtener información, el 39.6% para acceder a redes sociales, el 38.5% para comunicarse, el 36.7% para apoyar la educación y el 36.3% para entretenimiento.<sup>9</sup> Esto quiere decir que de los 30 millones de usuarios dentro del rango de edad de nuestro mercado (de 6 a 24 años), poco más de 11 millones utilizan la red con propósitos educativos.

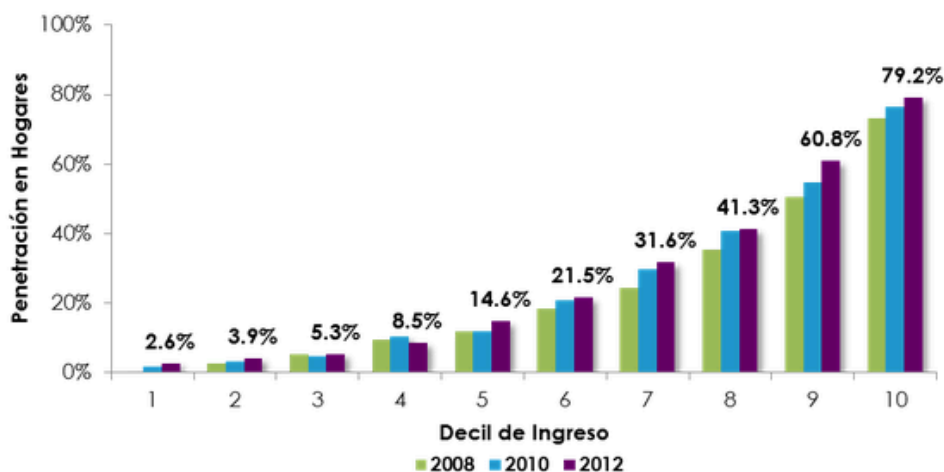


Gráfica 8

<sup>8</sup> Ibid

<sup>9</sup> Ibídem

En lo que respecta al ingreso, tomando en cuenta información de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares elaborada por el INEGI en años recientes, y dividiendo esa información por deciles de ingreso, se forman 10 grupos, cada uno con el mismo número de personas. El primer decil se compone del 10% más pobre de la población mientras que el décimo decil contiene el 10% más rico. Analizando así la disponibilidad de computadoras en los hogares a nivel nacional, la brecha es muy grande: únicamente el 30.1% de la población cuenta con computadora. A pesar de eso, casi el 80% de los hogares más ricos cuentan con una computadora, a diferencia del 2.6% de los hogares más pobres.<sup>10</sup>

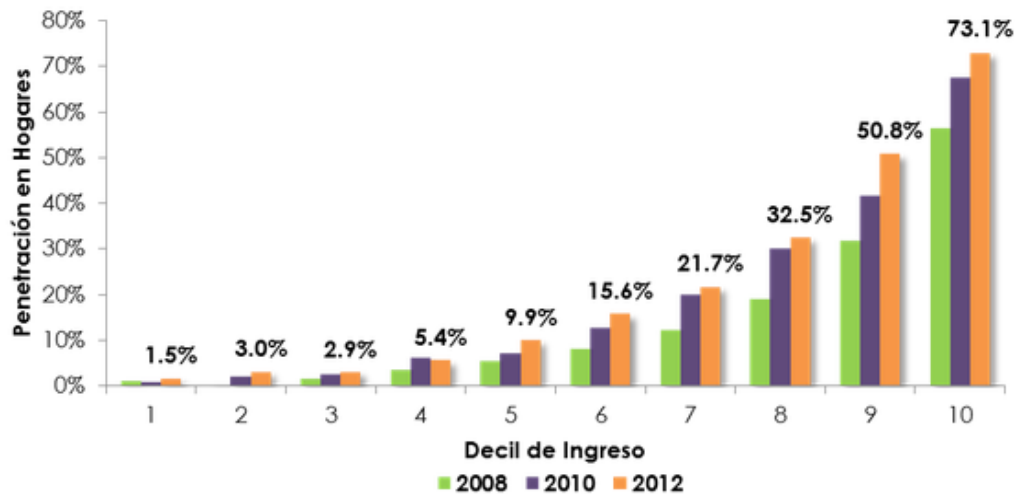


Gráfica 9

En el caso de conexiones a internet, la penetración nacional en 2012 fue de 24%. En este rubro existe una diferencia de más de 70% entre los deciles más altos y los más bajos de ingreso como se muestra en la Gráfica 10. Casi tres cuartas partes de los hogares más ricos cuentan con servicio de Internet, en comparación con 2 de cada 100 hogares entre los más pobres del país.<sup>11</sup>

<sup>10</sup> Laguna, Mariana. Inclusión Digital por Nivel de Ingreso. Recuperado de: <http://aytama.com/inclusion-digital-por-nivel-de-ingreso/>

<sup>11</sup> Ibid



Gráfica 10

Tomando en cuenta toda esta información establecemos a las personas en México entre 6 y 24 años que son usuarios de Internet y cuentan con una conexión propia y una computadora, y que le dan uso al servicio con fines educativos como nuestro principal mercado. De este modo podemos establecer la demanda de la siguiente manera: de 50,923,060 usuarios de Internet en el país, solo 30,210,498 tienen entre 6 y 24 años. De estos solo un poco más de la tercera parte (el 36.7%) utilizan el Internet con propósitos educativos, es decir 10,966,410 usuarios. De estos vamos a considerar solo los tres deciles de mayores ingresos, que cubren el 72% de la demanda de Internet en el país, y esto nos deja con 7,982,822 usuarios. Finalmente, consideremos un porcentaje conservador de 15% de personas interesadas en aprender a tocar un instrumento musical para obtener la demanda final: 1,197,423 usuarios.

Usuarios de Internet en México	<b>50,923,060</b>
Usuarios entre 6 y 24 años	<b>30,210,498</b>
Usuarios entre 6 y 24 años que utilizan la red para apoyar la educación	<b>11,087,253</b>
Usuarios entre 6 y 24 años que utilizan la red para apoyar la educación con alto nivel de ingresos y que cuentan con acceso a internet y computadora en casa.	<b>7,982,822</b>
Usuarios entre 6 y 24 años que utilizan la red para apoyar la educación, con alto nivel de ingresos, que cuentan con acceso a internet y computadora en casa y están interesados en aprender a tocar un instrumento musical.	<b>1,197,423</b>

Tabla 3

## 2.2 Análisis de la Oferta.

### 2.2.1 *Virtual Drumming*. ([www.virtualdrumming.com](http://www.virtualdrumming.com))

Descripción:

*Virtual Drumming* es un método interactivo en línea para batería, con clases de batería gratis, partituras de batería en pdf y una batería virtual que se toca en tiempo real. El baterista virtual hace los ejercicios presentados en las clases, como un maestro de música, toca a la velocidad que prefieres la clase de batería en la partitura y hace comprensible la escritura musical también para quien ha empezado desde muy poco a tocar la batería acústica o los instrumentos de percusión.

Los argumentos de las clases básicas de batería y de las partituras publicadas en el curso de batería en línea son: Rudimentos y fundamentales, Coordinación e independencia, Ritmos básicos, Estudios sobre caja (tarola), *Grooves* de batería y Transcripciones de canciones, con transcripciones de canciones y ritmos de batería de John Bonham, Phil Collins, Stewart Copeland, Steve Gadd, Ian Paice, Jeff Porcaro.

Análisis:

Los puntos más fuertes de *Virtual Drumming* son el hecho de ser un servicio gratuito y su divertida plataforma virtual para enseñar a los alumnos a tocar la batería. Su mayor debilidad radica en el hecho de que no haya un profesor para ninguna de estas lecciones, todo se hace a través de un *software* que simula una batería virtual con baquetas que tocan el ejercicio; esto puede desalentar a todas aquellas personas que no lean música o que tengan problemas con la coordinación de los ejercicios. Además, al ser un *software* que reproduce sonidos sintetizados, las dinámicas y los finos detalles de la interpretación se pierden, y esto no le permite al usuario tener una educación completa en el instrumento. Al no haber profesor tampoco hay seguimiento al alumno, no hay interacción, solución de problemas que puedan surgir durante los ejercicios o un plan de trabajo para los usuarios.

### 2.2.2 *Batería Online* ([www.bateríaonline.com](http://www.bateríaonline.com))

Descripción:

*Batería Online* es un sitio de Internet español que ofrece clases de batería privadas a través de *Skype* (un servicio de comunicación por video en tiempo real). Además tiene cuatro cursos escritos completamente gratuitos titulados: Iniciación a la Batería, Teoría Musical para Bateristas, Batería para Principiantes y Ritmos de Rock. Además la página cuenta con una sección llamada “Trucos y Consejos” donde

ofrece información en forma de *tips* y otra llamada “Novedades” en la cual publica noticias relacionadas a la batería.

Análisis:

Batería Online, a diferencia de *Virtual Drumming*, es una página que ofrece clases en un sentido más tradicional, con un maestro y en tiempo real a través de *Skype*. Las clases tienen un valor de 15 Euros y duran 45 minutos. Su fortaleza radica en el hecho de tener maestros bien preparados, como Luis Nesvara, graduado del *Berklee College of Music*. Sin embargo, la propuesta de Batería Online no es muy innovadora, ya que lo único que esta haciendo es ofrecer el equivalente a una clase particular, pero por Internet. Este modelo de negocio funciona muy bien cuando un profesor es altamente reconocido a nivel mundial, ya sea por tocar con una banda muy famosa (como Dave Elitch) o por ser un gran educador (como Benny Greb o Daniel Glass). Sin embargo, ante la falta de renombre de los maestros de Batería Online, parece difícil pensar que mucha gente pagaría por tomar una clase a través de *Skype*, con todos los problemas técnicos que pueden llegar a ocurrir.

### 2.2.3 Pentagrama. Escuela de Música Online.

(<http://pentagrama.org>)

Descripción:

“Las clases de batería de Pentagrama conjuntan temas básicos pero fundamentales como el conocimiento del instrumento y ejercicios de coordinación motriz, con temas de mayor complejidad, como la interpretación de diferentes estilos, creación de ensamble e improvisación. El curso está impartido por Sergio Pérez y tiene una duración de un año y consta de 52 lecciones en video (una por semana). Además, tendrás acceso a material didáctico, tareas, pistas de audio preparadas especialmente para tus prácticas así como asesoría continua por parte del instructor.”<sup>12</sup>

Análisis:

El curso de batería de Pentagrama utiliza el viejo modelo de las clases por video. El curso ofrece varias opciones de pago: 1 pago de \$495 USD, 2 pagos de \$299 USD (\$598 USD total), 4 pagos de \$199 USD (\$796 USD total) o 12 pagos de \$83 USD (\$996 USD). Las fortalezas del curso radican en ser un programa establecido y bien

---

<sup>12</sup> Pentagrama. Escuela de Música Online (2 de Septiembre 2015) Clases de Batería. Recuperado de: <http://pentagrama.org/escuela-de-musica-online/clases-de-bateria/>



diseñado que funciona como funcionaria una clase privada semanal, con archivos PDF, tareas y pistas en MP3 que complementan la experiencia del usuario; además de ofrecer asesorías en línea a aquellos que compren el programa. También tiene una alta calidad de audio y video, convirtiéndolo en un producto atractivo para los alumnos.

Entre sus debilidades se encuentra primero el hecho de ser una página que cobra en dólares, lo cual deja en desventaja a los usuarios mexicanos, sobre todo a aquellos que elijan la opción de compra a meses, ya que además de pagar un precio total mayor, están sujetos a un alza del precio del dólar, lo cual resultaría en un costo mayor al planeado.

Por otro lado, con todo y lo bien diseñado del programa, es un programa que tiene un principio y un fin muy marcados, con una curva de aprendizaje pre establecida que no permite al usuario tener un crecimiento personal en el instrumento, además de que un año no es tiempo suficiente para aprender a tocar un instrumento.

#### 2.2.4 Canal de *YouTube* de Felipe Arroyave Giraldo.

<https://www.youtube.com/user/FelipeDrummer87/videos>

Descripción:

Baterista centroamericano que ofrece tutoriales de batería en *YouTube* donde enseña diferentes técnicas del instrumento y diferentes estilos.

Análisis:

Al ser un canal de *YouTube* tiene la gran ventaja de ser un contenido gratuito para todos los usuarios, además de ser de los pocos que suben videos en español constantemente (por lo menos uno a la semana). Una de sus principales ventajas es la experiencia con la que cuenta haciendo los tutoriales (el primero data de hace 3 años), tiempo a través del cual ha logrado crear una manera efectiva de entregar el contenido además de una base constante de usuarios (sus videos promedian 1,000 vistas y cuenta con 25,867 suscriptores).

Su principal debilidad radica en el valor de la producción de los videos, se graban a una sola cámara y en lugares mal iluminados y poco atractivos visualmente. El sonido no es de primera calidad, pero se entiende y cumple su propósito. Tampoco vemos una gran técnica en el instrumento por parte del maestro y a su manera de explicar le falta un poco de energía, necesaria para mantener al usuario enganchado.

### 2.2.5 Zebensui Rodríguez. ([www.zebensuirodriguez.com](http://www.zebensuirodriguez.com))

#### Descripción:

Zebensui Rodríguez es un baterista madrileño que ofrece clases de batería en línea a través de *Skype*. Además, utiliza su canal de *YouTube* para promocionar su página generando contenido periódicamente.

#### Análisis:

En el aspecto de clases por Internet maneja el mismo concepto antes mencionado, siguiendo el mismo principio de la clase particular con la única diferencia de hacerla por video.

Además de este servicio también ofrece clases presenciales, siguiendo el formato tradicional. Su punto más fuerte es su canal de *YouTube* (cuenta con 22,202 suscriptores), en el cual tiene muy buen contenido, con buen valor de producción visual y de audio, un formato bien establecido con una introducción atractiva, buen discurso y esa energía y carisma que hacen la experiencia de ver el video una experiencia agradable.

Además, el canal cuenta con mucho contenido, ordenado de una manera entendible y coherente (Curso de Batería, Calentamiento, Entrevistas, *Ghost Notes*, Video Blogs, etc.). Sin embargo, creo que este alto nivel de contenido que no esta enfocado solamente en lecciones de batería y que no sigue ningún tipo de orden progresivo en el nivel de dificultad lo convierte en un sitio donde los usuarios se pueden perder fácilmente y no aprender nada al final del día.

### 2.2.6 Escuela de Batería de Marcos Parra ([www.marcosparradrum.com](http://www.marcosparradrum.com))

#### Descripción:

Página de Internet del Prof. Marcos Parra que ofrece clases en directo vía *Skype* o *Hangout*, emitidas con 3 cámaras de alta definición y sonido procesado por mesa de mezclas. En la pantalla se puede ver una mezcla de los planos más importantes que se necesitan para lo que se esté estudiando en el momento. Cuenta con cinco programas de educación: Clases Privadas Personalizadas, Programa Profesional, Programa Experto, Creación e Improvisación Rítmica y Curso de Batería Online para Niños (a partir de 10 años); además de un nuevo programa

Semipresencial, el cual consta de una clase de batería presencial de dos horas al mes y corrección, seguimiento y guía semanal en línea de todas las tareas.

#### Análisis:

La gran fortaleza de la Escuela de Batería del Prof. Marcos Parra radica en la experiencia y preparación de su fundador. Marcos Parra es graduado del Conservatorio Superior de Navarra y del programa PIT del *Musician's Institute* en Los Angeles. Además cuenta con muchos años de experiencia como docente y los planes de estudio que ofrece están muy bien diseñados y estructurados.

Aunque la página es atractiva y fácil de navegar, su debilidad radica en el hecho de ofrecer el mismo sistema que una clase particular presencial a través de *Skype*, pero sin ajustar el contenido y la dinámica al modelo educativo en línea. Además, el usuario debe tener una conexión a Internet de alta velocidad para poder llevar a cabo su clase sin contratiempos; y al ser un baterista radicado en España las clases se cobran en Euros, lo cual es desalentador para el usuario mexicano debido a la paridad de la divisa.

## 2.3 Análisis de Precios.

### 2.3.1 Videos

<b>Videos (Año 1)</b>	
<b>Total Insumos</b>	<b>\$187,075.00</b>
<b>Total Mano de Obra</b>	<b>\$94,500.00</b>
<b>Total Gastos Indirectos</b>	<b>\$219,841.59</b>
<b>Inversión Inicial</b>	<b>\$501,416.59</b>
<b>Margen de Utilidad (75%)</b>	<b>\$376,062.44</b>
<b>Total</b>	<b>\$877,479.03</b>
<b>Horas Laborales al Año</b>	
<b>Grabación</b>	<b>360</b>
<b>Mezcla</b>	<b>150</b>
<b>Edición de Video</b>	<b>240</b>
<b>Total</b>	<b>750</b>
<b>Precio por hora</b>	<b>\$1,169.97</b>
<b>Costo por hora</b>	<b>\$668.56</b>

Tabla 4

Como podemos observar en la Tabla 4, Vinidrumline.com requiere una inversión total de \$501,416.59 para la realización de los videos durante el primer año de operación. Estos videos cubrirán la parte de Lecciones, Paquetes de Lecciones y Membresías de la página. Este gasto se divide en tres principales componentes:

- a) Insumos por \$187,075.00
- b) Mano de Obra por \$94,500.00
- c) Gastos Indirectos por \$219,841.59

Con esta inversión se garantiza el primer año de funcionamiento de la página. Además, como se muestra en la Tabla 5, a partir del segundo año el costo total disminuye a \$339,341.59, ya que se ha adquirido todo el equipo necesario y no es necesario volver a realizar ese gasto. Además, este costo contempla \$25,000.00 para actualizar o reparar equipo anualmente.

Sobre el costo total de \$501,416.59 calculamos un margen de utilidad del 75%:

$$\$501,416.59 \times 0.75 = \$376,062.44$$

Sumamos el resultado al costo total para obtener la ganancia total:

$$\$501,416.59 + \$376,062.44 = \$877,479.03$$

Ahora, hemos dividido las horas laborales para la realización de videos en 3 principales actividades, que yo mismo llevaré a cabo, para poder tomar en cuenta el precio por hora de trabajo de todas las horas que labore en el proyecto. En primer lugar tenemos 360 horas de grabación, que son todas las horas que se tomaran para grabar el material didáctico de los videos y las lecciones en vivo. En segundo lugar contamos con 150 horas que se utilizarán para mezclar el audio de todas las grabaciones que se hagan. Por último están las horas de edición de video, 240 horas laborales con fines de editar los videos, empatarlos con el audio previamente mezclado y agregar cualquier otro elemento que pueda necesitarse (títulos, conteos, transcripciones, etc.). Sumamos las horas laborales:

$$360 + 150 + 240 = 750 \text{ horas laborales al año}$$

Dividiendo la suma del costo total y el margen de utilidad entre las horas laborales conseguimos el precio por hora:

$$\$877,479.03 / 750 = \$1,169.97$$

Por otro lado, nuestro costo por hora resulta de dividir nuestro costo total entre las horas laborales:

$$\$501,416.59 / 750 = \$668.56$$

Para finalizar corroboramos nuestro margen del 75% por hora multiplicando:

$$\$668.56 \times .75 = \$501.51$$

Sumamos el resultado al costo por hora:

$$\$668.56 + \$501.52 = \$1,169.97$$

Y así verificamos que nuestro precio por hora (\$1,169.97MXN) representa el 75% de nuestro costo por hora.

A continuación, realizamos el mismo desarrollo a partir del segundo año de operación, cuando el costo disminuye.

<b>Videos (Año 2 a 5)</b>	
<b>Total Insumos</b>	<b>\$25,000.00</b>
<b>Total Mano de Obra</b>	<b>\$94,500.00</b>
<b>Total Gastos Indirectos</b>	<b>\$219,841.59</b>
<b>Costo Total</b>	<b>\$339,341.59</b>
<b>Margen de Utilidad (111%)</b>	<b>\$376,669.16</b>
<b>Total</b>	<b>\$716,010.75</b>
<b>Horas Laborales al Año</b>	
<b>Grabación</b>	<b>360</b>
<b>Mezcla</b>	<b>150</b>
<b>Edición de Video</b>	<b>240</b>
<b>Total</b>	<b>750</b>
<b>Precio por hora</b>	<b>\$954.68</b>
<b>Costo por hora</b>	<b>\$452.46</b>

Tabla 5

Nuestros gastos son:

- a) Insumos por \$25,000.00
- b) Mano de Obra por \$94,500.00
- c) Gastos Indirectos por \$219,841.59

Y con la suma de estos obtenemos un costo total de \$339,341.59.

Sobre el costo total de \$339,341.59 calculamos un margen de utilidad del 111%, superior al anterior 75% para poder seguir generando el mismo ingreso.<sup>13</sup>

$$\$339,341.59 \times 1.11 = \$376,669.16$$

Sumamos el resultado al costo total para obtener la ganancia total:

$$\$339,341.59 + \$376,669.16 = \$716,010.75$$

Ahora dividimos la suma del costo total y el margen de utilidad entre las 750 horas de trabajo previamente establecidas para obtener el precio por hora:

$$\$716,010.75 / 750 = \$954.68$$

Aquí podemos observar que nuestra disminución de costos totales nos ha permitido reducir nuestro precio por hora de \$1,169.97 a \$954.68 a partir del segundo año.

Por otro lado, nuestro nuevo costo por hora resulta de dividir nuestro costo total entre las horas laborales:

$$\$339,341.59 / 750 = \$452.46$$

Para finalizar corroboramos nuestro margen de utilidad de 111% por hora multiplicando:

$$\$452.46 \times 1.11 = \$502.22$$

Sumamos el resultado al costo por hora:

$$\$452.46 + \$502.22 = \$954.68$$

---

<sup>13</sup> Este aumento se justifica porque ahora que nuestro costo total ha disminuido, si mantuviéramos un margen de utilidad del 75% nuestra ganancia se reduciría al 75% de \$339,341.59MXN, que son \$254,506.19MXN, una cantidad considerablemente menor a los \$376,062.44MXN de la utilidad calculada el primer año.

Y así verificamos que nuestro precio por hora (\$954.68) representa el 111% de nuestro costo por hora.



### 2.3.2 Campamentos.

Los campamentos se realizan con la finalidad de tener un acercamiento directo con los usuarios de VINIDRUMLINE.COM. Estos campamentos nos permitirán interactuar en persona con algunos de nuestros usuarios, conocer sus inquietudes y deseos. Además, es una forma de crear una comunidad entre nuestros miembros y motivarlos a seguir formando parte de nuestro proyecto.

<b>Campamentos (Años 1 a 5)</b>	
<b>Total Insumos</b>	<b>\$0.00</b>
<b>Total Mano de Obra</b>	<b>\$5,250.00</b>
<b>Total Gastos Indirectos</b>	<b>\$64,633.41</b>
<b>Inversión Inicial</b>	<b>\$69,883.41</b>
<b>Margen de Utilidad (75%)</b>	<b>\$52,412.56</b>
<b>Total</b>	<b>\$122,295.97</b>
<b>Horas Laborales al Año</b>	
<b>Campamento</b>	<b>120</b>
<b>Total</b>	<b>120</b>
<b>Precio por hora</b>	<b>\$1,019.13</b>
<b>Costo por hora</b>	<b>\$582.36</b>

Tabla 6

Los campamentos se llevan a cabo 3 veces al año durante el verano, tienen una duración de 40 horas divididas en 5 días y un cupo limitado a 10 estudiantes por campamento. Para llevar a cabo el campamento solo tenemos los siguientes gastos:

- a) Insumos por \$0.00.
- b) Mano de Obra por \$5,250.
- c) Gastos Indirectos por \$64,633.41.

La suma de estos tres nos da el valor del costo total de los campamentos que es de \$69,883.41.

Sobre el costo total de \$69,883.41 calculamos un margen de utilidad del 75%:

$$\$69,883.41 \times 0.75 = \$52,412.56$$

Sumamos el resultado al costo total para obtener la ganancia total:

$$\$69,883.41 + \$52,412.56 = \$122,295.97$$

Ahora dividimos la suma del costo total y el margen de utilidad entre las 120 horas de trabajo de los campamentos para obtener el precio por hora:

$$\$122,295.97 / 120 = \$1,019.13$$

Por otro lado, nuestro costo por hora resulta de dividir nuestro costo total entre las horas laborales:

$$\$69,883.41 / 120 = \$582.36$$

Para finalizar corroboramos nuestro margen de utilidad de 75% por hora multiplicando:

$$\$582.36 \times 0.75 = \$436.77$$

Sumamos el resultado al costo por hora:

$$\$582.36 + \$436.77 = \$1,019.13$$

Y así verificamos que nuestro precio por hora (\$1,019.13) representa el 75% de nuestro costo por hora.<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> En este primer análisis no se toma en cuenta el factor de incremento de precios para simplificar el análisis del precio, sin embargo, en el Análisis Financiero analizamos a detalle la inflación y el aumento que ésta representa en los costos y precios de los servicios.

### 2.3.3 Precios.

Ahora bien, debido a la naturaleza del servicio de videos, nosotros no podemos simplemente elegir cobrar \$1,169.97 ó \$954.68 por hora de clase o de uso de la plataforma; nuestro modelo de negocios nos permite utilizar el producto de esa hora de trabajo y vendérselo a un número infinito de usuarios, con lo que los precios disminuyen significativamente. De igual manera, el mismo producto no tiene fecha de caducidad y puede seguir generando utilidad mucho tiempo después de su fecha de elaboración. Tomando en cuenta esto, además de los precios de los competidores cercanos y los modelos de servicios similares en internet, los precios y servicios que ofrecemos en la página quedan como se muestra en la Tabla 6. Vale la pena mencionar que los campamentos si nos permiten utilizar este modelo de venta en el cual simplemente multiplicamos las horas que dura cada campamento (40) por el precio por hora (\$1,019.13) y dividimos el resultado entre el cupo máximo (10) para obtener el precio por persona.

<b>Producto</b>	<b>Precios</b>	
<b>Membresia mensual</b>	<b>\$249.00</b>	
<b>Membresia semestral</b>	<b>\$1,299.00</b>	
<b>Membresia anual</b>	<b>\$2,299.00</b>	
<b>Lección Individual</b>	<b>\$49.00</b>	<b>a \$79</b>
<b>Paquete de Lecciones</b>	<b>\$199.00</b>	<b>a \$299</b>
<b>Campamento</b>	<b>\$4,076.52</b>	

Tabla 7

## 2.4 Comercialización.

### 2.4.1 Marca.

El nombre del producto es vinidrumline.com. Este nombre se compone de tres elementos principales:

1. VINI. Diminutivo de Vinicio, un sobrenombre amigable y corto, fácil de recordar y que pone el nombre de nuestro principal activo (el profesor) en la mente de todos.
2. DRUM. Palabra anglosajona que identifica los tambores de una batería, elegimos el término en inglés porque consideramos que es el que mejor identifican los usuarios aún cuando la página esta planeada para el mercado de habla hispana, debido a la cercanía de nuestro país con los Estados Unidos. Además deja abierta la posibilidad de expandir nuestro mercado a los usuarios que hablan otros idiomas en el futuro ya que el inglés es el idioma de la globalización por excelencia. Esta elección no afectará a los usuarios que nos quieran buscar por internet ya que seguiremos teniendo como palabras clave de búsqueda en internet “batería”, “clases”, “en línea” e “internet”.
3. LINE. Al igual que con la palabra DRUM, hemos elegido el término LINE en inglés para hacer referencia a la experiencia ONLINE (en línea) de los usuarios. Con esto cerramos el juego de palabras que emula al nombre vinionline.com pero sustituyendo “on” por “drum” y aprovechando su fonética similar para dar con vinidrumline.com

Para causar una impresión permanente en los usuarios y algo con lo que nos identifiquen con facilidad hemos diseñado un logotipo. Dicho logotipo es simple, sencillo de leer y hace referencia a una baqueta, instrumento que se utiliza para golpear los tambores de una batería.

**vinidrumline.com**

## 2.4.2 Publicidad.

### Anuncios en Internet.

Se llevará a cabo una campaña a través del servicio de Google, *Google AdWords*, para promocionar la página de internet a través de su buscador. Según datos de *Internet Live Stats*, se realizan poco más de 3.5 millones de búsquedas todos los días en Google. Si los términos que los usuarios escriben en Google coinciden con las palabras clave del anuncio, el mismo puede aparecer encima de los resultados de la búsqueda o junto a ellos. Además, a través de la herramienta de *Google Analytics* podemos hacer el mejor esfuerzo para asegurarnos que nuestro sitio sea uno de los primeros en aparecer en los resultados cuando la gente busque “clases de batería en línea”, “clases de batería en internet”, “clases de batería”, “aprender a tocar batería” y cualquier búsqueda relacionada con estos términos.

### Anuncios en revistas.

Se colocarán anuncios en diversos medios impresos del país en dos modalidades. Los primeros serán en revistas diseñadas específicamente para profesionales y aspirantes serios de la música, específicamente *Músico Pro*, *Music Life* y *Soundcheck*. En segundo lugar, se llevará a cabo otra campaña en diversos medios impresos dirigidos hacia entusiastas de la música, específicamente *Rolling Stone México*, *Marvin*, *Indie Rocks*, *Warp* y *Filter*.

### Canal de video en *Youtube*.

Se creará un canal de *YouTube* donde se genere contenido constante para competir con el contenido gratuito que existe actualmente. Además, dicho material funcionará como promoción de las lecciones que se encuentran disponibles, las lecciones que están por venir y contará con versiones condensadas de material diseñado específicamente para atraer a los alumnos a **VINIDRUMLINE.COM** y alentarlos a que consuman el contenido de la página.

### Campaña publicitaria en *Facebook*.

Similar a la campaña en *Google Ads*, se llevará a cabo una campaña publicitaria en *Facebook* diseñada específicamente para atraer a los clientes a la página de *Facebook* donde tendrán acceso a toda la información

sobre **VINIDRUMLINE.COM**, así como a los videos gratuitos de *YouTube*, noticias sobre Vini, música y promociones especiales.

### Estrategia en redes sociales.

A la par de *Facebook* también se creará una estrategia integral para compartir contenido constante y simultáneamente a través de las diversas plataformas que ofrecen las redes sociales. Las plataformas a utilizarse serán: *Instagram, Vine, Twitter, Tumblr* y *Flickr*. Como parte de esta estrategia se utilizara el nombre *vinidrumline* para todos los sitios:

- <http://www.youtube.com/vinidrumline>
- <http://www.facebook.com/vinidrumline>
- <http://www.instagram.com/vinidrumline>
- <http://www.vine.com/vinidrumline>
- <http://www.twitter.com/vinidrumline>
- <http://www.tumblr.com/vinidrumline>
- <http://www.flickr.com/vinidrumline>

Además se promoverá el *hashtag* #*vinidrumline* y el *handle* @*vinidrumline* para atraer la mayor cantidad de usuarios posible.

### 2.4.3 Diseño de la página web.

El diseño de la página de **VINIDRUMLINE.COM** tiene que ser sencillo, fácil de utilizar, atractivo y muy claro para todos los usuarios, especialmente los de primer ingreso. Para esto vamos a dividir nuestros esfuerzos en lo que consideramos las tres partes fundamentales de la página.

En primer lugar nos enfocamos en la página de **inicio**, la cual debe contener toda la información sobre el servicio que ofrece *vinidrumline.com*, la cual será presentada al usuario en forma escrita además de con un video explicativo en el que aquellos interesados en los servicios puedan entender de qué se trata el servicio, qué ofrece, cuáles son las ventajas y beneficios así como sentirse motivados a formar parte de la experiencia.

Como en todas las páginas del sitio, habrá un Menú en la parte superior, debajo del logotipo, que le permitirá al usuario navegar fácilmente a través del sitio y encontrar lo que necesita sin complicación. También es de suma importancia incluir un botón visible y atractivo en la página de Inicio para que aquellos que lo deseen se inscriban al servicio por alguna de nuestras diferentes modalidades (mensual, semestral o anual).

BOCETO PÁGINA DE INICIO.



La siguiente página en la que haremos énfasis es la que contiene todos los videos de **lecciones** individuales, la cual comprenderá todas aquellas lecciones que se hayan grabado a lo largo de la historia de la página y que están disponibles para que los usuarios las compren. Para facilitar el uso de esta página habrá un buscador donde podrán escribir los parámetros de alguna clase específica que estén buscando (por ejemplo, si el usuario quiere aprender sobre el *Half Time Shuffle* solo tiene que escribir estas palabras en el buscador y aparecerán todas las lecciones sobre el tema, en vez de tener que buscar a través de todo el contenido); y también contara con un filtro para acomodar los videos por distintas categorías como: Precio (mayor a menor), Precio (menor a mayor), Duración (menor a mayor), Técnica de manos, Técnica de pies, Jazz, Rock, Funk, Blues, Shuffle, Pop, Rudimentos, Técnicas para solos, Tiempos compuestos, etc. El objetivo principal de esta página es hacerla fácil de usar para que los usuarios puedan encontrar el contenido que buscan rápidamente y tengan una compra satisfactoria.

## BOCETO PÁGINA DE LECCIONES.

The mockup shows the website header with the logo 'vinidrumline.com' and navigation links: Inicio, Miembros, Lecciones, Paquetes, Lección en Vivo, and Campamentos. Below the navigation is a filter option 'Filtrar por: Precio (menor a mayor)' and a search bar 'Buscar:'. The main content area displays six lesson cards, each with a video thumbnail, title, price, and description:

- APLICACIÓN DE PARADIDDLES** \$49.00: Integra este rudimento a tus ritmos y fills en la batería.
- RITMOS DE ROCK** \$49.00: Ritmos y su aplicación en el estilo de Rock & Roll.
- SWING EN 5/4** \$49.00: Aplicando un ritmo de swing en un compás de 5/4.
- FILLS LINEARES** \$49.00: Combinaciones de pies y manos para crear fills en un estilo lineal.
- INDEPENDENCIA EN EL BOMBO** \$49.00: Desarrollo de independencia en el bombo con una base en las manos.
- PARADIDDLE DIDDLE** \$49.00: Aplicación del rudimento en ritmos y fills..

Por último, la página de las lecciones en **paquetes** tendrá la misma distribución y los mismos atributos que la página de las lecciones individuales, pero aquí los usuarios encontrarán paquetes de lecciones completas, las cuales ofrecerán mejor valor por su dinero y tendrán todos los videos sobre el tema de su interés en un solo paquete.

En cuanto a las demás páginas, la sección de **miembros** registrados contará con una página personalizada donde el usuario tendrá acceso a diferentes servicios exclusivos como mensajes directos con el profesor, plataforma para subir videos, plataforma para descargar sus tareas y material didáctico, así como un chat exclusivo para todos los miembros de la comunidad donde podrán intercambiar ideas, apoyarse y estar en contacto entre ellos. A la sección de **lecciones en vivo** solo tendrán acceso los miembros que hayan iniciado su sesión y será una simple plataforma donde habrá un reproductor de video y una sección para mandar mensajes que se activará cuando el profesor de inicio a la sesión de preguntas y respuestas. Por último, la página de **campamentos** tendrá la información de los campamentos que se realizaran el año en curso (fechas, precios, niveles, lugar,



temario, etc.) y los alumnos podrán inscribirse y pedir información de dichos campamentos a través de esta sección.

BOCETO PÁGINA PAQUETES.

**vinidrumline.com**

[Inicio](#) [Miembros](#) [Lecciones](#) [Paquetes](#) [Lección en Vivo](#) [Campamentos](#)

Filtrar por: Precio (menor a mayor) Buscar:

<p><b>RUDIMENTOS APLICADOS</b> \$199.00</p> <p>10 videos enfocados en la aplicación de rudimentos a la batería.</p>	<p><b>HALF-TIME SHUFFLE</b> \$199.00</p> <p>8 videos diseñados para desarrollar independencia con el half-time shuffle.</p>	<p><b>FILLS CON TRESILLOS</b> \$199.00</p> <p>10 videos para desarrollar fills en diferentes estilos con tresillos..</p>
<p><b>ROCK 101</b> \$199.00</p> <p>7 videos enfocados en los fundamentos del Rock &amp; Roll.</p>	<p><b>SWING COMPING</b> \$199.00</p> <p>10 videos diseñados para desarrollar independencia en manos y pies en el estilo swing.</p>	<p><b>VELOCIDAD EN LOS PIES</b> \$199.00</p> <p>Serie de 8 videos para desarrollar velocidad en el bombo.</p>

## 2.5 FODA

A continuación realizamos un análisis de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA) a las que se enfrenta el proyecto. El propósito de este análisis es realizar un diagnóstico interno y externo que nos ayude a trazar cursos de acción adecuados para que eleven las posibilidades de éxito del proyecto.

<p><b><u>Fortalezas</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Más de 10 años de experiencia como educador.</li><li>- 15 años de experiencia como baterista.</li><li>- Graduado de una de los mejores programas de batería en el mundo (<i>Los Angeles College of Music</i>) y alumno de algunos de los mejores bateristas en el medio (Hernán Hecht, Ari Hoenig, Toss Panos, Mark Guiliana, Dave Elitch y Ralph Humphrey).</li><li>- Graduado de la Academia de Música Fermatta de la carrera en Ingeniería y Producción Musical.</li><li>- Graduado de la Escuela Activa de Fotografía en la carrera en Fotografía.</li><li>- Alto nivel de atención al detalle y planeación.</li><li>- Experiencia trabajando con artistas como Mon Laferte, Sofi Mayen, Ximena Sariñana y Aleks Syntek.</li></ul>	<p><b><u>Debilidades</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Virtualmente desconocido en el mundo profesional, lo que se traduce en una imagen con poco peso y en poca atención de parte de las compañías de la industria de las baterías y los posibles usuarios.</li><li>- Poca experiencia grabando videos de instrucción instrumental para bateristas.</li><li>- Falta de un espacio propio para realizar las grabaciones.</li></ul>
<p><b><u>Oportunidades</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Formar parte del equipo de trabajo de Mon Laferte, quien tiene más de 687,000 seguidores en <i>Facebook</i>, 312,000 seguidores en <i>Instagram</i> y 106,000 seguidores en <i>Twitter</i>.</li><li>- Primer sitio de Internet especializado en clases pregrabadas por Internet en español.</li><li>- Patrocinio de marcas de equipo para bateristas líderes en la industria para ayudarlos a consolidar su mercado en América Latina.</li><li>- Somos una buena alternativa para alumnos que no tienen tiempo de salir a tomar la clase o que no tienen horarios disponibles para hacerlo.</li></ul>	<p><b><u>Amenazas</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Existen otros sitios de Internet, mencionados con anterioridad, que ofrecen un servicio similar.</li><li>- Las personas que hablen inglés también pueden elegir utilizar los servicios de alguno de los sitios en dicho idioma.</li><li>- Ante el posible éxito del proyecto o incluso en su etapa inicial, podría verse imitado por algún baterista de más renombre que cuente con todo el apoyo de la industria para tener éxito rápidamente.</li><li>- El Internet es una plataforma donde la información es excesiva y es muy fácil que un servicio nunca llegue a las manos de sus posibles usuarios y se pierda entre miles de sitios que se lanzan día con día.</li><li>- Existe una gran cantidad de ofertas semi-educativas en sitios como <i>YouTube</i> donde la información es completamente gratuita, lo cual podría atraer a usuarios potenciales disuadiéndolos de gastar su dinero en el servicio.</li></ul>

## 3 Ingeniería del proyecto.

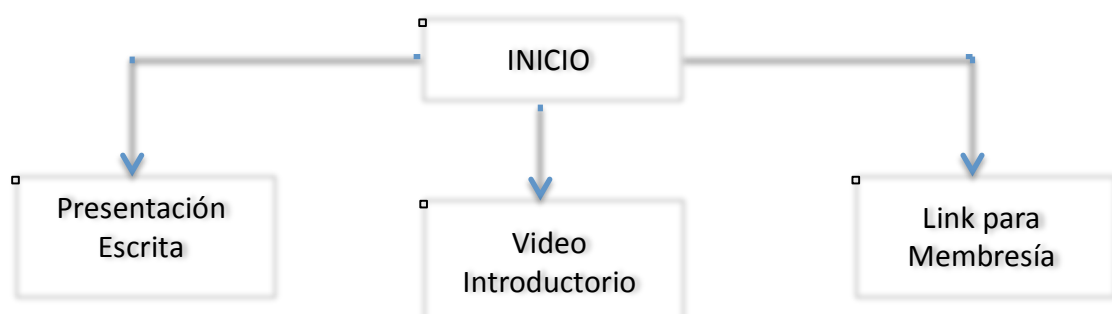
### 3.1 Localización geográfica del proyecto.

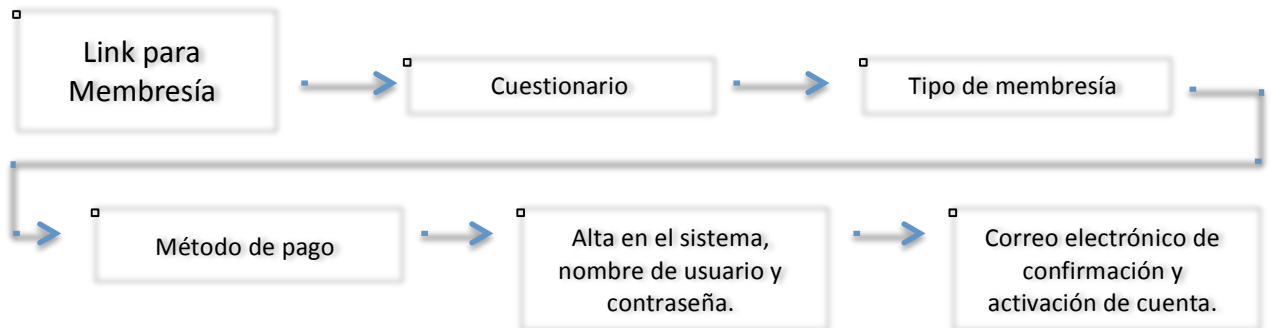
Vinidrumline.com se desarrolla en la red, por lo que no cuenta con una localización geográfica específica. Sin embargo, vale la pena mencionar un par de aspectos que si cubren un espacio físico específico. Primero, todas las grabaciones del proyecto se realizarán en algún estudio de la Zona Metropolitana del Valle de México. Segundo, todo el trabajo de post-producción se llevará a cabo en la Ciudad de México, en mi domicilio particular y más específicamente en un escritorio con una computadora y un par de monitores de audio de respuesta plana. Tercero, a pesar de que el proyecto se desarrolla en el ciberespacio, si tenemos una delimitación geográfica para nuestro mercado inicial: el territorio de los Estados Unidos Mexicanos. Si bien gracias al perfil de nuestro servicio podemos aspirar a tener usuarios en todo el mundo, con mayor presencia en los países donde se habla Español como primer idioma (México, Latinoamérica y España), empezamos centrando nuestra atención en la República Mexicana para manejar un mercado con el que somos familiares en primer lugar y crear una base sólida que nos permita crecer en el futuro.

### 3.2 Procedimiento.

#### 3.2.1 Página de Inicio.

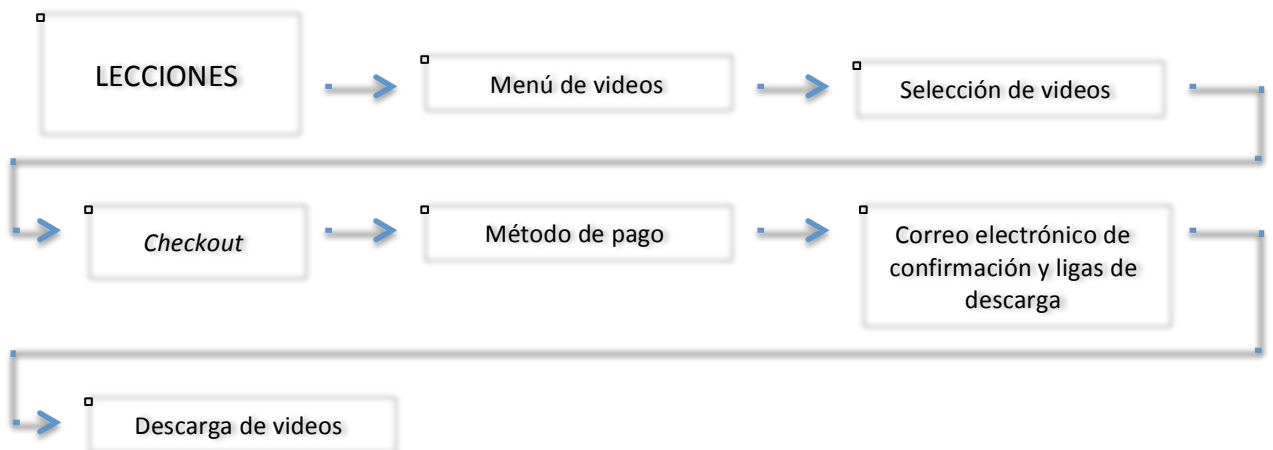
En la página de Inicio se encontrará un breve texto introductorio donde el usuario podrá leer la descripción del servicio que se ofrece. Además, contará con un video demostrando como son las lecciones, así como la calidad del material y del profesor, y por último el link donde pueden adquirir una membresía del servicio que ofrece la página.





### 3.2.2 Página de Lecciones.

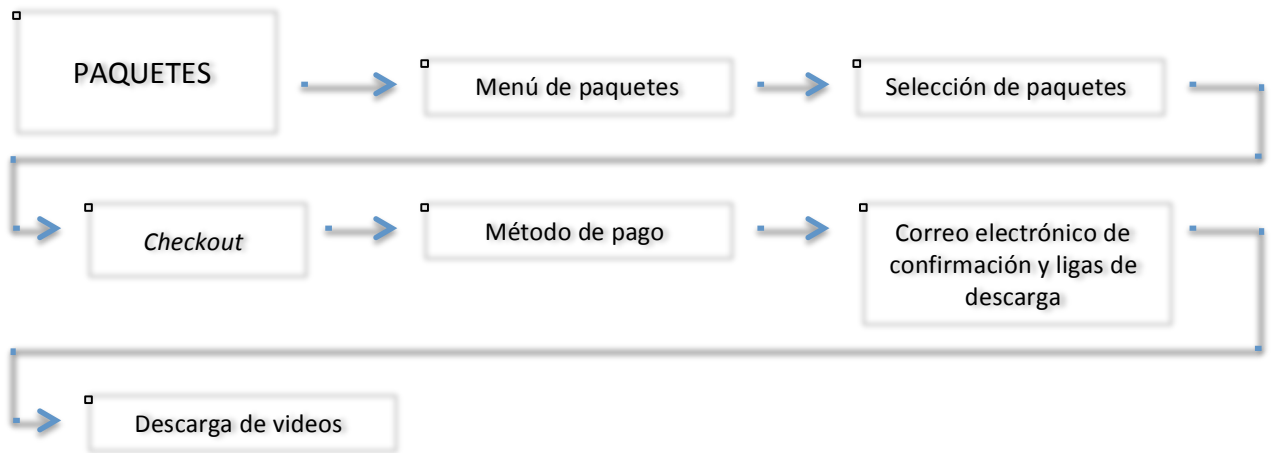
En la página de Lecciones los usuarios podrán encontrar todas las lecciones disponibles y comprar la o las que elijan. Para hacerlo no necesitan ser miembros de la página ni dar ningún tipo de información más que los datos de su método de pago y una dirección de correo electrónico donde recibirá la confirmación de su compra y los links de descarga de los videos que haya comprado.



### 3.2.3 Página de Paquetes.

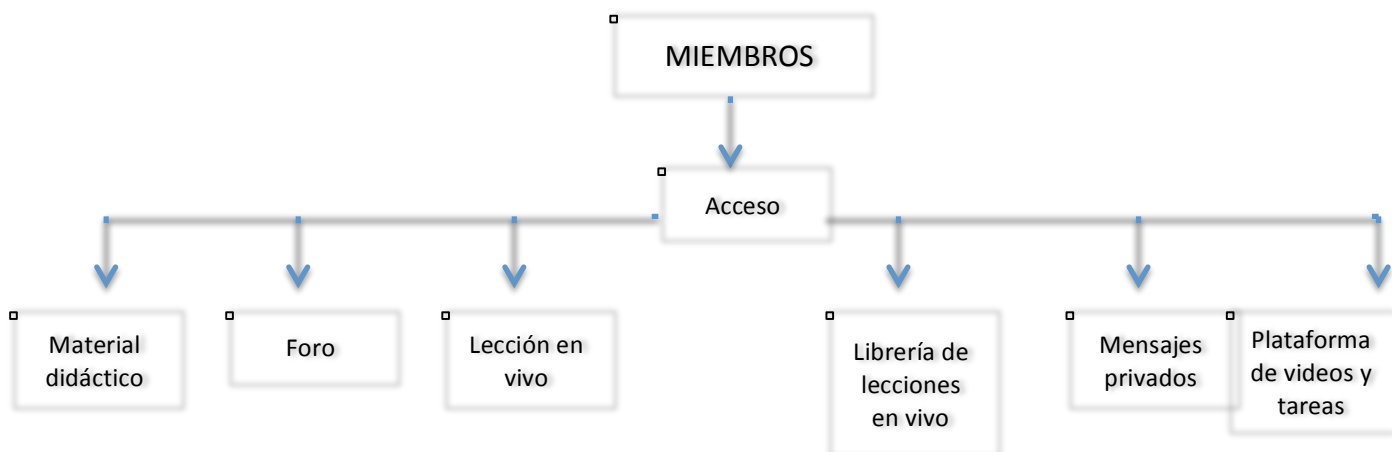
En la página de Paquetes los usuarios podrán encontrar todas las lecciones disponibles agrupadas por temas de aprendizaje o enfoques de desarrollo. Para hacerlo no necesitan ser miembros de la página ni dar ningún tipo de

información más que los datos de su método de pago y una dirección de correo electrónico donde recibirá la confirmación de su compra y los links de descarga de los videos que haya comprado.



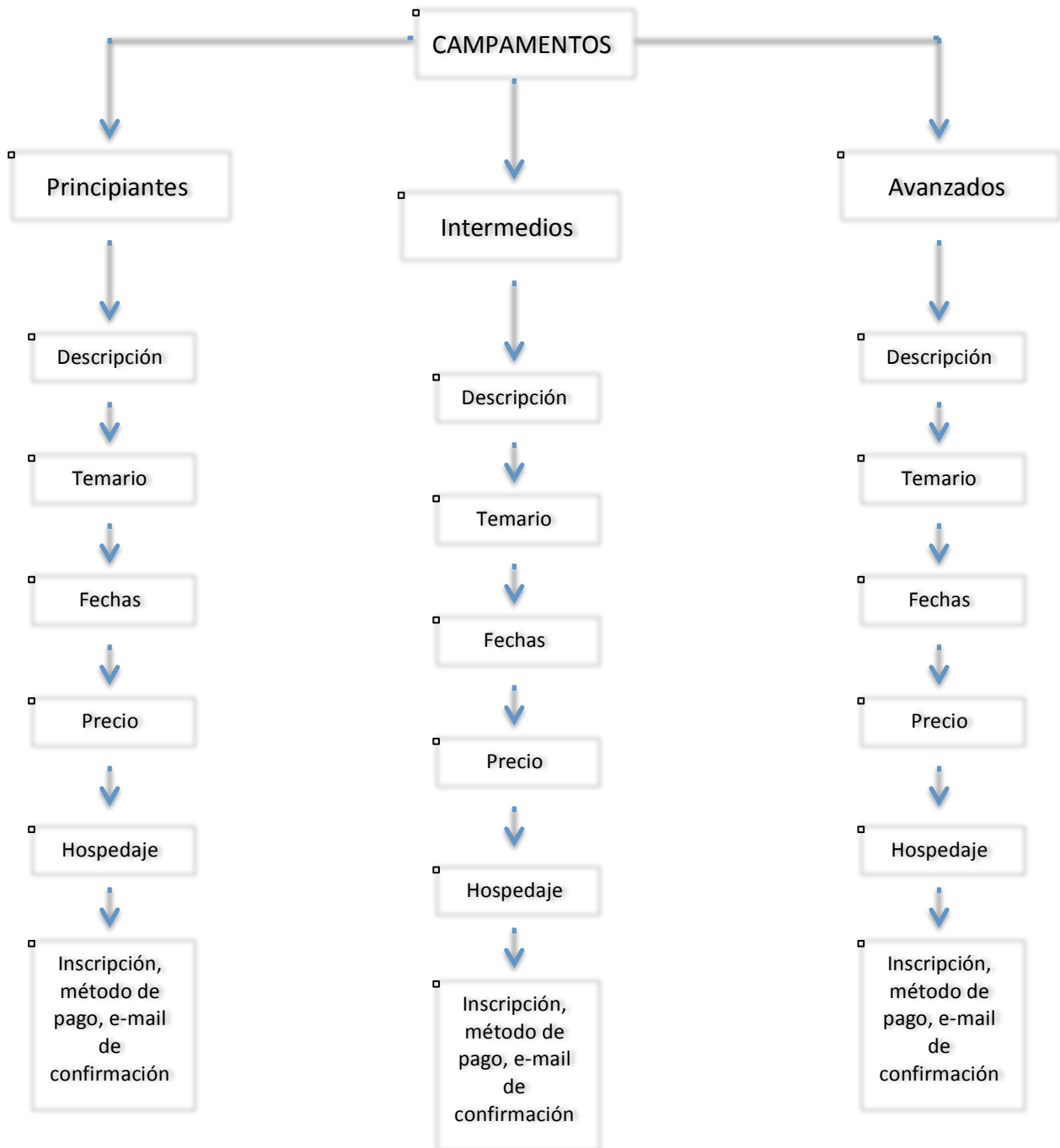
### 3.2.4 Página de Miembros.

Esta sección es exclusiva para miembros del servicio. A través de esta página tendrán acceso a material didáctico, el foro de discusión, las lecciones en vivo, la librería de todas las lecciones en vivo, el servicio de mensajes privados y la plataforma para subir videos y tareas para revisión del profesor.



### 3.2.5 Página de Campamentos.

Esta sección contiene toda la información sobre los campamentos semestrales que se realizan (tipos de campamentos, descripción y temario del campamento, fechas, precios, hospedaje e inscripción).



### 3.3 Infraestructura.

#### 3.3.1 Equipo de Trabajo.

##### **Staff (1).**

Será contratado por Vinidrumline.com. El Staff es el encargado de cargar el equipo en la camioneta en nuestro cuartel general (batería, cámaras, lentes, accesorios, luces, tripies, etc.), descargarlo en el estudio, montarlo, desmontarlo, cargarlo de nuevo en la camioneta y regresarlo al cuartel general. Además, durante la grabación asistirá con las cámaras de video revisando que estén grabando, que tengan suficiente pila y suficiente memoria. Esta persona debe tener conocimiento general del equipo de video así como de la batería, para poder montarlo y manejarlo de forma adecuada. Además, tiene que contar con conocimientos básicos de composición de video y manejo de luces para apoyar al camarógrafo.

##### **Camarógrafo (1).**

Será contratado por Vinidrumline.com. Es la persona encargada de la composición de todas las tomas, de la iluminación, de grabar todo el material de video que se necesite para la elaboración de los videos y de clasificar todo el material de una manera ordenada y adecuada para su rápida utilización en la etapa de edición de audio y video. Debe contar con amplio conocimiento del equipo de video, un dominio de la composición de la imagen visual, dominio del uso de la luz, diafragma y lentes.

##### **Ingeniero de Grabación (1).**

Será proporcionado por el estudio de grabación. Esta persona será la encargada del posicionamiento de los micrófonos en la batería para grabar el audio, deberá verificar que la señal llegue a un nivel adecuado y que todos los micrófonos suenen con claridad. Asimismo será el encargado de grabar todas las tomas que sean necesarias para asegurarnos de tener todo el material necesario para la elaboración del video y de clasificar todo el material de una manera ordenada y adecuada para su rápida utilización en la etapa de edición de audio y video. Esta persona debe contar con un amplio conocimiento del estudio de grabación, su flujo de señal, los periféricos con

los que cuenta el estudio, el programa de grabación, los micrófonos con los que cuenta el estudio, técnicas de microfoneo y procesos de señal.

#### **Asistente de Grabación (1).**

Será proporcionado por el estudio de grabación. Esta persona asistirá al Ingeniero de Grabación en lo que requiera (sacar micrófonos y bases, montar los micrófonos, cableado de micrófonos, probar el flujo de señal, etc.). Se requiere que esta persona tenga conocimientos básicos de microfonía y audio, generalmente algún estudiante de Ingeniería y Producción Musical o afín puede cumplir con los requerimientos.

#### **Profesor (1).**

El Profesor será el encargado de planear y grabar el material de todas las lecciones. Además, creará los planes de trabajos de los miembros, les asignará y revisará las tareas y dará las lecciones en vivo. El profesor es la pieza central de la operación, todo el material creado proviene de su visión y nada puede utilizarse sin su aprobación. Todas las tomas de audio serán seleccionadas por él, las tomas de video serán aprobadas por él, los diseños de la página web y la publicidad también serán aprobadas por él. Como eje central del servicio el profesor debe contar con un dominio extraordinario de la batería y de todos los géneros musicales, creatividad para generar contenido constante, vocación para enseñar y facilidad de palabra.

#### **Ingeniero de Mezcla (1).**

El Ingeniero de Mezcla es la persona encargada de editar y procesar el audio para que su calidad sea óptima y agradable. Esta será una labor que yo mismo desarrollaré. Las habilidades con las que debe contar el Ingeniero de Mezcla son amplio conocimiento de señales de audio y procesamiento del mismo (ecualización, compresión, efectos, etc.), dominio del programa de edición de audio, dominio de computadoras y plataforma Mac y conocimiento básico de técnicas de masterización.

#### **Editor de Video (1).**

Será el encargado de editar los videos grabados para crear las lecciones individuales. Como editor de video también tendrá que empatar el audio previamente mezclado por el Ingeniero de Mezcla con el video. Esta será una labor que yo mismo desarrollaré. Las habilidades con las que debe contar un Editor de Video son un dominio del programa de edición de video,



amplio conocimiento de técnicas de edición de video, dominio de computadoras y plataforma Mac, conocimiento básico de información técnica de video (formatos, conversión de video, compresión, etc.), conocimiento básico de manejo de archivos de audio y formatos de video para *render*.

#### **Administrador de la Página Web (1).**

Será contratado por Vinidrumline.com. Es la persona encargada de mantener la página funcionando, de subir el material nuevo, arreglar los problemas de los usuarios, actualizar el contenido sobre campamentos, precios, nuevo material disponible, etc. Esta persona debe tener amplio conocimiento de código de internet y diseño de páginas web.

#### **Administrador (1).**

Esta persona será la encargada de organizar las sesiones de grabación con el estudio, el camarógrafo y el staff. Además será la encargada de llevar a cabo el calendario de grabación de lecciones, lecciones en vivo y cuando se sube cada video nuevo a la página, así como la organización de los campamentos. También será la encargada de realizar los pagos al estudio, el camarógrafo, el staff, el servicio de internet, de teléfono, del dominio y la página web, la comida, la publicidad, la gasolina, la luz, etc.; y de llevar la contabilidad de los ingresos y egresos de la empresa. Esta será una labor que yo mismo desarrollaré. El Administrador debe ser una persona organizada, que sepa utilizar una agenda electrónica y una computadora, con conocimientos básicos de contabilidad y conocimiento del sistema de banca electrónica.

### **3.3.2 Estudio de Grabación.**

Todos los videos se grabaran en un estudio de grabación profesional en la Zona Metropolitana del Valle de México. Se intentara realizar siempre en el mismo estudio para mantener una consistencia en la calidad del audio así como mantener una imagen constante en el video para generar un estilo inconfundible. El estudio de grabación deberá contar con los siguientes requerimientos:

- Cuarto de grabación con tratamiento acústico profesional con un tamaño de por lo menos 20m<sup>2</sup>.
- Batería profesional de 5 piezas (bombo, tarola, 2 toms de aire y tom de piso).

- Bases para platillos, tarola y *hi hat*.
- Pedal para bombo.
- Banco de batería.
- Platillos para batería (*hi hats, ride* y *2 crashes*).
- Suficientes micrófonos profesionales para grabar una batería.
- Bases para micrófonos con *boom*.
- Cables XLR profesionales.
- Instalación eléctrica suficiente y aterrizada.
- Sistema de monitoreo de audífonos.
- Audífonos profesionales.
- Cuarto de control con un tratamiento acústico profesional.
- Interface de audio profesional de por lo menos 16 canales.
- Pre amplificadores de micrófono profesionales.
- Computadora con suficiente capacidad para realizar grabaciones de audio profesionales en alguno de los siguientes programas: Pro Tools, Logic, Cubase ó Digital Performer.
- Monitores de audio de respuesta plana.
- Ingeniero de grabación.
- Asistente de grabación.

### 3.3.3 Equipo.

#### 3.3.3.1 Batería.

El estudio proporcionara una batería de calidad profesional (Yamaha, DW, Gretsch, Sonor, Ludwig y Pearl son aceptables) con parches en buen estado y que tenga los siguientes elementos:

- 1 Bombo.
- 1 Tarola.
- 2 Toms de aire.
- 1 Tom de Piso.

Además deberá contar con los siguientes herrajes (Yamaha, DW, Gibraltar, Sonor, Ludwig y Pearl son aceptables):

- 1 Base de tarola

- 1 Base de *hi hats*.
- 3 bases de platillo con *boom*.
- 1 Pedal para bombo.

#### **3.4.3.2 Platillos.**

El estudio deberá contar con por lo menos los siguientes platillos (Zildjian, Sabian, Paiste, Istanbul Agop, Bosphorus y Dream son aceptables):

- 1 Par de *hi hats*.
- 1 *Ride*.
- 2 *Crashes*.

#### **3.4.3.3 Micrófonos.**

El estudio deberá contar con por lo menos los siguientes micrófonos (Shure, AKG, Blue, Neuman, Sennheiser, Electrovoice, Rode, Avantone y Audix son aceptables):

- 1 Micrófono para bombo.
- 2 Micrófonos para tarola.
- 2 Micrófonos *overhead*.
- 3 Micrófonos para tom.
- 1 Micrófono para *hi hat*.

### **3.3.4 Sala de mezcla y edición.**

Las sesiones de mezcla y edición de audio y video se llevarán a cabo en el domicilio particular del profesor. Los requerimientos para el espacio de trabajo son los siguientes:

- Estación de trabajo de mezcla tipo escritorio.
- Silla
- Computadora con suficiente capacidad para editar audio y video.
- Programas de edición de audio y video (Pro Tools, Logic, Cubase o Digital Performer y Adobe Premiere).
- Interface de audio profesional de 4 canales.
- Monitores de audio de respuesta plana.
- Audífonos profesionales.

### 3.3.5 Patrocinios.

Vale la pena mencionar que una vez que el proyecto esté en marcha y el número de usuarios comience a crecer, esta dentro de los planes de Vinidrumline.com solicitar patrocinadores para contar con equipo propio de trabajo y no depender del equipo que haya en el estudio, así como para disminuir los costos en actualización y reemplazo del equipo, tanto del equipo musical como el de video, además de ayudarnos a conseguir una mayor exposición. Dichos patrocinios se solicitarían del siguiente equipo y de alguna de las siguientes marcas, por orden de preferencia:

- Baterías: Gretsch, Sonor, DW, Yamaha o C&C.
- *Hardwadre* para batería: DW, Yamaha o Gibraltar.
- Platillos: Meinl, Sabian, Paiste, Zildjian, Istanbul Agop o Dream.
- Baquetas: Vater, Vic Firth o Zildjian.
- Parches: Remo, Evans o Aquarian.
- Cámaras de video: Canon, Nikon o GoPro.
- *Software*: Pro Tools, Logic o Ableton y Adobe Premiere.
- Equipo de Audio: Universal Audio, Pro Tools, M-Audio o Focusrite.
- Micrófonos: Shure, AKG, Rode, Blue o Avantone.

## 4. Estudio Económico.

### 4.1 Costos.

#### 4.1.1 Equipo.

A continuación se describe el equipo que se necesita para que **VINIDRUMLINE.COM** comience a operar y se mantenga en pie durante un año. La inversión se destinará al equipo de video y una parte muy pequeña en el equipo de edición de audio y video. No requerimos inversión en estudio, equipo de grabación o instrumentos musicales ya que todos estos vienen incluidos dentro de la renta del estudio en los gastos indirectos.

<b>EQUIPO</b>			
<b>Artículo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Total</b>
Cámara Canon EOS 60D DSLR	1	\$9,000.00	\$9,000.00
Cámara Canon EOS 6D DSLR con Lente Canon EF 24-105mm f/4L	1	\$33,600.00	\$33,600.00
Cámara Canon EOS 70D DSLR	1	\$16,795.00	\$16,795.00
Cámara Go Pro Hero 4 Black	1	\$9,999.00	\$9,999.00
Lente Sigma 10-20mm f/4-5.6 EX DC HSM	1	\$4,854.00	\$4,854.00
Lente Canon EF 50mm f/1.4 USM	1	\$5,021.00	\$5,021.00
Lente Canon EF 28-135mm f/3.5-5.6 IS USM	1	\$3,678.00	\$3,678.00
Lente Canon EF 18-135mm f/3.5-5.6 STM	1	\$3,000.00	\$3,000.00
Tarjeta de Memoria San Disk Extreme UHS-I microSDXC, 64GB	2	\$924.00	\$1,848.00
Tarjeta de Memoria San Disk Extreme Pro SDXC, 64GB	3	\$910.00	\$2,730.00
Disco Duro Externo Western Digital My Book, 4TB	2	\$2,216.00	\$4,432.00
Cargador GoPro Bower XAS-GP4 DUAL	1	\$339.00	\$339.00
Batería recargable para GoPro Hero 4	2	\$699.00	\$1,398.00
Batería recargable Canon LP-E6N	6	\$1,041.00	\$6,246.00
Tripie Manfrotto Compact Action Aluminum	3	\$1,299.00	\$3,897.00
Adaptador BOWER GoPro XAS-TMA	2	\$80.00	\$160.00
Tripie Telescópico Glide Gear JB4 4'	1	\$2,670.00	\$2,670.00
Juego de luces Elinchrom Scanlite Halogen 300/650W	2	\$14,762.00	\$29,524.00
Juego de Stands Dedolight SDST4	1	\$10,026.00	\$10,026.00
Caja de Luz Suave Impact de 50 x 70cm	4	\$840.00	\$3,360.00
Software para edición de video Adobe Premiere	1	\$566.00	\$566.00
Computadora iMac de 27" 4GB RAM, 1TB Disco Duro	1	\$10,000.00	\$10,000.00
Juego de Memorias RAM de 8GB para iMac	1	\$1,511.00	\$1,511.00
Interface de Audio Focusrite Saffire Pro 40	1	\$8,380.00	\$8,380.00
Monitor de Referencia Yamaha MSP7	2	\$6,718.00	\$13,436.00
Pro Tools 8, software para edición de audio	1	\$605.00	\$605.00
		<b>Total Equipo</b>	<b>\$187,075.00</b>

Tabla 8

#### 4.1.2 Mano de Obra.

Como lo mencionábamos en un principio, la mano de obra requerida es poca ya que la renta del estudio incluye un asistente y un ingeniero de grabación, y todo el trabajo de edición y mezcla de audio, edición de video y administración será realizado por mi y no percibiré un sueldo sino que percibiré mi ingreso de la utilidad. Solo necesitaremos un camarógrafo durante las sesiones de grabación, que serán 30 al año. De igual forma, el staff trabajará solo durante los días que haya sesiones de grabación, cargando el equipo, montándolo, ayudando durante la grabación y más finalmente regresando a descargarlo y llevarlo de regreso a el cuartel general.

Mano de Obra	Horas	Precio	Total
Ingeniero de Grabación	NA	\$0.00	\$0.00
Camarógrafo	231	\$250.00	\$57,750.00
Ingeniero de Mezcla	NA	\$0.00	\$0.00
Editor de Video	NA	\$0.00	\$0.00
Staff	420	\$100.00	\$42,000.00
Encargado de Página Web	NA	\$0.00	\$0.00
Administrador	NA	\$0.00	\$0.00
Asistente de Grabación	NA	\$0.00	\$0.00
		<b>Total Mano de Obra</b>	<b>\$99,750.00</b>

Tabla 9

#### 4.1.3 Gastos Indirectos (anuales).

Los gastos indirectos para mantener el servicio en pie durante el primer año de operación contemplan la renta del estudio, que es el gasto más fuerte que tendremos, aunque estará dividido mes a mes lo cual hará que sea un gasto menos pesado. Sin embargo, tenemos que considerar los gastos a los que incurrimos en el proceso de mezcla y edición de video (luz), el mantenimiento de la página de Internet (diseño, conexión de Internet de alta velocidad, registro y *hosting* del dominio, plan de teléfono celular y publicidad) y los gastos personales durante la grabación de los videos (gasolina y comida).

<b>GASTOS INDIRECTOS (anuales)</b>			
<b>Gastos Indirectos</b>	<b>Periodicidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Total</b>
Conexión de internet de Alta Velocidad	Mensual	\$999.00	\$11,988.00
Registro y Hosting de Dominio	Anual	\$3,999.00	\$3,999.00
Plan de Teléfono Celular	Mensual	\$499.00	\$5,988.00
Diseño de Página Web	Única	\$10,000.00	\$10,000.00
Luz	Bimestral	\$1,000.00	\$6,000.00
Gasolina	Mensual	\$2,000.00	\$24,000.00
Comida	Mensual	\$2,500.00	\$30,000.00
Publicidad	Anual	\$35,000.00	\$35,000.00
Lock Out Estudio Profesional (12 horas)	45	\$3,500.00	\$157,500.00
		<b>Total Gastos Indirectos</b>	<b>\$284,475.00</b>

Tabla 10

#### 4.1.4 Inversión Inicial.

Es así que la suma de los tres rubros anteriores resulta en una inversión inicial total de \$571,300.00. Vale la pena mencionar que dicha inversión inicial no solamente nos permite lanzar el proyecto sino que también nos garantiza el primer año de operación de la página. Además, debido a que la mayoría de los insumos comprados con esta inversión seguirán siendo utilizados en años consecuentes, la inversión necesario en años consecuentes para que el sitio se mantenga operando disminuye a \$410,000.00 (mano de obra + gastos indirectos + renta del estudio + reemplazo o reparación de equipo).

<b>Total Equipo</b>	<b>\$187,075.00</b>
<b>Total Mano de Obra</b>	<b>\$99,750.00</b>
<b>Total Gastos Indirectos</b>	<b>\$284,475.00</b>
<b>Inversión Inicial</b>	<b>\$571,300.00</b>

Tabla 11

## 4.2 Balance Proforma.

### Balance Proforma VINIDRUMLINE.COM<sup>15</sup>

2016

ACTIVO	
<b>Circulante</b>	
Efectivo	\$80,000.00
<b>Total Activo Circulante</b>	<b>\$80,000.00</b>
<b>Activo Fijo</b>	
Cámara Canon EOS 60D DSLR	\$9,000.00
Cámara Canon EOS 6D DSLR con Lente Canon EF 24-105mm f/4L	\$33,600.00
Cámara Canon EOS 70D DSLR	\$16,795.00
Cámara Go Pro Hero 4 Black	\$9,999.00
Lente Sigma 10-20mm f/4-5.6 EX DC HSM	\$4,854.00
Lente Canon EF 50mm f/1.4 USM	\$5,021.00
Lente Canon EF 28-135mm f/3.5-5.6 IS USM	\$3,678.00
Lente Canon EF 18-135mm f/3.5-5.6 STM	\$3,000.00
Tarjeta de Memoria San Disk Extreme UHS-I microSDXC, 64GB (2)	\$1,848.00
Tarjeta de Memoria San Disk Extreme Pro SDXC, 64GB (3)	\$2,730.00
Disco Duro Externo Western Digital My Book, 4TB (2)	\$4,432.00
Cargador GoPro Bower XAS-GP4 DUAL	\$339.00
Batería recargable para GoPro Hero 4 (2)	\$1,398.00
Batería recargable Canon LP-E6N (6)	\$6,246.00
Trípode Manfrotto Compact Action Aluminum (3)	\$3,897.00
Adaptador BOWER GoPro XAS-TMA (2)	\$160.00
Trípode Telescópico Glide Gear JB4 4'	\$2,670.00
Juego de luces Elinchrom Scanlite Halogen 300/650W (2)	\$29,524.00
Juego de Stands Dedolight SDST4	\$10,026.00
Caja de Luz Suave Impact de 50 x 70cm (4)	\$3,360.00
Software para edición de video Adobe Premiere	\$566.00
Computadora iMac de 27" 4GB RAM, 1TB Disco Duro	\$10,000.00
Juego de Memorias RAM de 8GB para iMac	\$1,511.00
Interface de Audio Focusrite Saffire Pro 40	\$8,380.00
Monitor de Referencia Yamaha MSP7 (2)	\$13,436.00
Pro Tools 8, software para edición de audio	\$605.00
<b>Total Activo Fijo</b>	<b>\$187,075.00</b>
<b>Total Activo</b>	<b>\$267,075.00</b>

PASIVO	
<b>Pasivo</b>	<b>\$0.00</b>
<b>Pasivo Total</b>	<b>\$0.00</b>
<b>Capital</b>	<b>\$267,075.00</b>
<b>Capital Total</b>	<b>\$267,075.00</b>
<b>Pasivo Total + Capital Total</b>	<b>\$267,075.00</b>

<sup>15</sup> Existe una diferencia entre la inversión inicial requerida y el capital en el Balance Proforma ya que en éste Balance no se contemplan más que \$80,000 de gastos indirectos para sobrellevar las operaciones durante los primeros meses, después de los cuales se espera generar una ganancia y reinvertir la misma para continuar con el proyecto.



## 5. Evaluación Financiera.

### 5.1 Análisis de Flujos de Efectivo.

#### Costos e Ingresos proyectados a 5 años.

<b>2017</b>			
	<b>Ingresos</b>	<b>Costos Totales</b>	<b>Flujo de Efectivo</b>
<b>Enero</b>	\$5,849.85	\$46,447.00	<b>-\$40,597.15</b>
<b>Febrero</b>	\$9,359.76	\$25,948.00	<b>-\$16,588.24</b>
<b>Marzo</b>	\$17,549.55	\$24,948.00	<b>-\$7,398.45</b>
<b>Abril</b>	\$24,569.37	\$25,948.00	<b>-\$1,378.63</b>
<b>Mayo</b>	\$32,759.16	\$24,948.00	<b>\$7,811.16</b>
<b>Junio</b>	\$41,533.94	\$19,298.00	<b>\$22,235.94</b>
<b>Julio</b>	\$102,681.74	\$86,898.00	<b>\$15,783.74</b>
<b>Agosto</b>	\$35,099.10	\$25,948.00	<b>\$9,151.10</b>
<b>Septiembre</b>	\$38,609.01	\$24,948.00	<b>\$13,661.01</b>
<b>Octubre</b>	\$38,609.01	\$19,298.00	<b>\$19,311.01</b>
<b>Noviembre</b>	\$42,118.92	\$18,298.00	<b>\$23,820.92</b>
<b>Diciembre</b>	\$32,174.18	\$19,298.00	<b>\$12,876.18</b>
<b>1er Semestre</b>	\$131,621.63	\$167,537.00	<b>-\$35,915.38</b>
<b>2ndo Semestre</b>	\$289,291.95	\$194,688.00	<b>\$94,603.95</b>
<b>Anual</b>	\$420,913.58	\$362,225.00	<b>\$58,688.57</b>

Tabla 12

El primer semestre incurriremos en pérdidas por **\$35,915.38** y el segundo tendremos una utilidad de \$94,603.95 para una utilidad anual de \$58,688.57. Sin embargo, la operación todavía no será capaz de recuperar la inversión inicial en equipo de **\$187.075.00** y terminaremos el año con un déficit de **\$128,386.43**. Este año proyectamos un total de 300 horas de trabajo vendidas en videos y una ocupación del 50% en los campamentos que se llevan a cabo en Julio.

<b>2018</b>			
	<b>Ingresos</b>	<b>Costos Totales</b>	<b>Flujo de Efectivo</b>
<b>Enero</b>	\$19,093.60	\$73,590.41	<b>-\$54,496.81</b>
<b>Febrero</b>	\$26,731.04	\$26,726.44	<b>\$4.60</b>
<b>Marzo</b>	\$33,413.80	\$25,696.44	<b>\$7,717.36</b>
<b>Abril</b>	\$42,960.60	\$26,726.44	<b>\$16,234.16</b>
<b>Mayo</b>	\$42,960.60	\$25,696.44	<b>\$17,264.16</b>
<b>Junio</b>	\$49,643.36	\$19,876.94	<b>\$29,766.42</b>
<b>Julio</b>	\$123,020.72	\$89,504.94	<b>\$33,515.78</b>
<b>Agosto</b>	\$38,187.20	\$26,726.44	<b>\$11,460.76</b>
<b>Septiembre</b>	\$40,096.56	\$25,696.44	<b>\$14,400.12</b>
<b>Octubre</b>	\$42,960.60	\$19,876.94	<b>\$23,083.66</b>
<b>Noviembre</b>	\$44,869.96	\$18,846.94	<b>\$26,023.02</b>
<b>Diciembre</b>	\$34,845.82	\$19,876.94	<b>\$14,968.88</b>
<b>1er Semestre</b>	\$214,803.00	\$198,313.11	<b>\$16,489.89</b>
<b>2ndo Semestre</b>	\$323,980.86	\$200,528.64	<b>\$123,452.22</b>
<b>Anual</b>	\$538,783.86	\$398,841.75	<b>\$139,942.11</b>

Tabla 13

El primer semestre tendremos una utilidad de \$16,489.89 y el segundo de \$123,452.22; para una utilidad anual de \$139,942.11. Para este punto apenas habremos generado una utilidad real al haber cubierto por completo la inversión en el equipo inicial. Al final del segundo año tendremos una utilidad del ejercicio de \$11,555.69. Este año proyectamos un total de 487.5 horas de trabajo vendidas en videos y una ocupación del 60% en los campamentos que se llevan a cabo en Julio.

<b>2019</b>			
	<b>Ingresos</b>	<b>Costos Totales</b>	<b>Flujo de Efectivo</b>
<b>Enero</b>	\$29,213.21	\$76,318.08	<b>-\$47,104.88</b>
<b>Febrero</b>	\$37,003.40	\$28,244.95	<b>\$8,758.45</b>
<b>Marzo</b>	\$43,819.81	\$27,321.28	<b>\$16,498.54</b>
<b>Abril</b>	\$48,688.68	\$28,478.65	<b>\$20,210.03</b>
<b>Mayo</b>	\$53,557.55	\$27,516.03	<b>\$26,041.52</b>
<b>Junio</b>	\$61,591.18	\$21,687.70	<b>\$39,903.48</b>
<b>Julio</b>	\$142,244.81	\$94,956.78	<b>\$47,288.04</b>
<b>Agosto</b>	\$38,950.94	\$28,283.90	<b>\$10,667.05</b>
<b>Septiembre</b>	\$43,819.81	\$27,321.28	<b>\$16,498.54</b>
<b>Octubre</b>	\$53,557.55	\$21,527.03	<b>\$32,030.52</b>
<b>Noviembre</b>	\$58,426.42	\$20,564.41	<b>\$37,862.01</b>
<b>Diciembre</b>	\$48,688.68	\$21,429.65	<b>\$27,259.03</b>
<b>1er Semestre</b>	\$273,873.83	\$209,566.70	<b>\$64,307.13</b>
<b>2ndo Semestre</b>	\$385,688.21	\$214,083.04	<b>\$171,605.17</b>
<b>Anual</b>	\$659,562.04	\$423,649.74	<b>\$235,912.30</b>

Tabla 14

El primer semestre tendremos una utilidad de \$64,307.13 y el segundo de \$171,605.17; para una utilidad anual de \$235,912.0. Al final del tercer año tendremos una utilidad del ejercicio de \$247,467.98. Este año proyectamos un total de 581.25 horas de trabajo vendidas en videos y una ocupación del 75% en los campamentos que se llevan a cabo en Julio.

<b>2020</b>			
	<b>Ingresos</b>	<b>Costos Totales</b>	<b>Flujo de Efectivo</b>
<b>Enero</b>	\$44,679.02	\$78,770.81	<b>-\$34,091.79</b>
<b>Febrero</b>	\$49,643.36	\$29,276.19	<b>\$20,367.17</b>
<b>Marzo</b>	\$51,629.09	\$28,225.90	<b>\$23,403.19</b>
<b>Abril</b>	\$54,607.70	\$29,375.47	<b>\$25,232.22</b>
<b>Mayo</b>	\$56,593.43	\$28,325.19	<b>\$28,268.24</b>
<b>Junio</b>	\$59,323.82	\$22,221.30	<b>\$37,102.52</b>
<b>Julio</b>	\$164,112.04	\$98,001.06	<b>\$66,110.98</b>
<b>Agosto</b>	\$51,629.09	\$29,315.90	<b>\$22,313.19</b>
<b>Septiembre</b>	\$59,572.03	\$28,384.76	<b>\$31,187.27</b>
<b>Octubre</b>	\$62,550.63	\$22,285.83	<b>\$40,264.80</b>
<b>Noviembre</b>	\$64,536.37	\$21,235.55	<b>\$43,300.82</b>
<b>Diciembre</b>	\$47,161.19	\$21,978.04	<b>\$25,183.15</b>
<b>1er Semestre</b>	\$316,476.42	\$216,194.86	<b>\$100,281.56</b>
<b>2ndo Semestre</b>	\$449,561.36	\$221,201.15	<b>\$228,360.21</b>
<b>Anual</b>	\$766,037.78	\$437,396.01	<b>\$328,641.78</b>

Tabla 15

El primer semestre tendremos una utilidad de \$100,281.56 y el segundo de \$228,360.21; para una utilidad anual de \$328,641.78. Al final del cuarto año tendremos una utilidad del ejercicio de \$576,109.76. Este año proyectamos un total de 656.25 horas de trabajo vendidas en videos y una ocupación del 90% en los campamentos que se llevan a cabo en Julio.

<b>2021</b>			
	<b>Ingresos</b>	<b>Costos Totales</b>	<b>Flujo de Efectivo</b>
<b>Enero</b>	\$57,681.77	\$81,174.28	<b>-\$23,492.51</b>
<b>Febrero</b>	\$60,717.65	\$30,276.11	<b>\$30,441.54</b>
<b>Marzo</b>	\$63,753.53	\$29,216.83	<b>\$34,536.70</b>
<b>Abril</b>	\$66,789.41	\$30,397.55	<b>\$36,391.86</b>
<b>Mayo</b>	\$66,789.41	\$29,277.55	<b>\$37,511.86</b>
<b>Junio</b>	\$44,779.27	\$22,509.35	<b>\$22,269.92</b>
<b>Julio</b>	\$180,231.38	\$100,930.39	<b>\$79,300.99</b>
<b>Agosto</b>	\$55,657.84	\$30,174.92	<b>\$25,482.93</b>
<b>Septiembre</b>	\$57,681.77	\$29,095.40	<b>\$28,586.37</b>
<b>Octubre</b>	\$62,741.57	\$22,868.59	<b>\$39,872.98</b>
<b>Noviembre</b>	\$71,849.22	\$21,930.74	<b>\$49,918.47</b>
<b>Diciembre</b>	\$80,956.86	\$23,232.90	<b>\$57,723.97</b>
<b>1er Semestre</b>	\$360,511.04	\$222,851.66	<b>\$137,659.37</b>
<b>2ndo Semestre</b>	\$509,118.64	\$228,232.93	<b>\$280,885.70</b>
<b>Anual</b>	\$869,629.67	\$451,084.59	<b>\$418,545.08</b>

Tabla 16

El primer semestre proyectamos una utilidad de \$137,659.37 y el segundo de \$280,885.70; para una utilidad anual de \$418,545.08. Al final del quinto año proyectamos una utilidad del ejercicio de \$994,654.84. Este año proyectamos un total de 731.25 horas de trabajo vendidas en videos y una ocupación del 100% en los campamentos que se llevan a cabo en Julio.

### 5.1.2 Resumen.

<b>Flujos de Efectivo</b>	
<b>2017-1</b>	<b>-\$35,915.38</b>
<b>2017-2</b>	<b>\$94,603.95</b>
<b>2018-1</b>	<b>\$16,489.89</b>
<b>2018-2</b>	<b>\$123,452.22</b>
<b>2019-1</b>	<b>\$64,307.13</b>
<b>2019-2</b>	<b>\$171,605.17</b>
<b>2020-1</b>	<b>\$100,281.56</b>
<b>2020-2</b>	<b>\$228,360.21</b>
<b>2021-1</b>	<b>\$137,659.37</b>
<b>2021-2</b>	<b>\$280,885.70</b>

Tabla 17  
Resumen Flujos de Efectivo

<b>Inversión Inicial</b>	<b>Flujo de Efectivo por Semestre</b>
<b>-\$187,075.00</b>	<b>-\$35,915.38</b>
	<b>\$94,603.95</b>
	<b>\$16,489.89</b>
	<b>\$123,452.22</b>
	<b>\$64,307.13</b>
	<b>\$171,605.17</b>
	<b>\$100,281.56</b>
	<b>\$228,360.21</b>
	<b>\$137,659.37</b>
	<b>\$280,885.70</b>

Tabla 18  
Inversión Inicial contra Flujos de Efectivo

## 5.2 Análisis de Rentabilidad.

### 5.2.1 Valor Presente Neto

<b>Determinación del Valor Presente Neto</b>		
Costo de capital de la empresa		15%
	Flujo de efectivo a fin de año	
Año		
0	<b>-\$187,075.00</b>	
1	\$58,688.58	
2	\$139,942.11	
3	\$235,912.30	
4	\$328,641.78	
5	\$418,545.08	
<b>VPN</b>	<b>\$520,883.93</b>	

Tabla 19

Obtenemos el Valor Presente Neto restando el valor presente de los flujos de salida de efectivo del valor presente de las entradas de efectivo con una Tasa de Interés del 15%. El VPN muestra un valor mayor que \$0.00 por lo que el proyecto ganará un rendimiento mayor que su costo de capital. La ganancia neta representada a valor actual del proyecto es de \$520,883.93.

### 5.2.2 Índice de Rentabilidad

A continuación igualamos el valor presente de las entradas de efectivo y lo dividimos entre las salidas de efectivo para obtener el Índice de Rentabilidad.

$$IR = \$520,883.93 \div \$187,075$$

$$IR = 2.78$$

De acuerdo al Índice de Rentabilidad el proyecto es aceptable porque tiene un IR mayor a 1.

### 5.2.3 Tasa Interna de Rendimiento.

<b>Determinación de la Tasa Interna de Rendimiento</b>		
	Flujo de efectivo a fin de año	
Año		
0	<b>-\$187,075.00</b>	
1	\$58,688.58	
2	\$139,942.11	
3	\$235,912.30	
4	\$328,641.78	
5	\$418,545.08	
<b>TIR</b>	<b>73.92%</b>	

Tabla 20

Ahora calculamos la Tasa Interna de Rendimiento igualando el VPN a \$0; así pues el proyecto tendría una tasa de rendimiento del 73.92% si recibe las entradas de efectivo esperadas. El proyecto se acepta ya que la Tasa Interna de Rendimiento es mayor que el costo de capital (15%).



### 5.3 Análisis de Sensibilidad.

Para nuestro análisis de sensibilidad utilizaremos la desviación estándar de rendimientos:

$$\theta_k = \sqrt{\sum_{j=1}^n (k_j - \bar{k})^2 / P k_j}$$

Bimestre	Flujo	Media		
j	k <sub>j</sub>	k	k <sub>j</sub> - k	(k <sub>j</sub> - k) <sup>2</sup>
1	-\$57,185.39	\$39,390.99	-\$96,576.38	\$9,326,998,054.47
2	-\$8,777.08	\$39,390.99	-\$48,168.07	\$2,320,162,967.52
3	\$30,047.10	\$39,390.99	-\$9,343.90	\$87,308,373.77
4	\$24,934.84	\$39,390.99	-\$14,456.16	\$208,980,417.38
5	\$32,972.02	\$39,390.99	-\$6,418.97	\$41,203,175.86
6	\$36,697.10	\$39,390.99	-\$2,693.90	\$7,257,070.27
7	-\$54,492.21	\$39,390.99	-\$93,883.20	\$8,814,055,242.24
8	\$23,951.52	\$39,390.99	-\$15,439.47	\$238,377,233.88
9	\$47,030.58	\$39,390.99	\$7,639.59	\$58,363,335.37
10	\$44,976.54	\$39,390.99	\$5,585.55	\$31,198,368.80
11	\$37,483.78	\$39,390.99	-\$1,907.21	\$3,637,449.98
12	\$40,991.90	\$39,390.99	\$1,600.91	\$2,562,912.83
13	-\$38,346.43	\$39,390.99	-\$77,737.42	\$6,043,106,047.85
14	\$36,708.56	\$39,390.99	-\$2,682.43	\$7,195,419.12
15	\$65,944.99	\$39,390.99	\$26,554.00	\$705,115,109.10
16	\$57,955.08	\$39,390.99	\$18,564.09	\$344,625,542.97
17	\$48,529.05	\$39,390.99	\$9,138.06	\$83,504,191.74
18	\$65,121.03	\$39,390.99	\$25,730.04	\$662,035,168.36
19	-\$13,724.61	\$39,390.99	-\$53,115.60	\$2,821,267,354.29
20	\$48,635.41	\$39,390.99	\$9,244.42	\$85,459,386.04
21	\$65,370.76	\$39,390.99	\$25,979.77	\$674,948,485.00
22	\$88,424.17	\$39,390.99	\$49,033.18	\$2,404,253,062.57
23	\$71,452.07	\$39,390.99	\$32,061.08	\$1,027,912,997.48
24	\$68,483.97	\$39,390.99	\$29,092.98	\$846,401,415.46
25	\$6,949.03	\$39,390.99	-\$32,441.96	\$1,052,481,071.78
26	\$70,928.56	\$39,390.99	\$31,537.57	\$994,618,595.00
27	\$59,781.78	\$39,390.99	\$20,390.79	\$415,784,505.89
28	\$104,783.92	\$39,390.99	\$65,392.93	\$4,276,234,718.53
29	\$68,459.35	\$39,390.99	\$29,068.36	\$844,969,465.65
30	\$107,642.44	\$39,390.99	\$68,251.45	\$4,658,260,315.72
			$\sum (k_j - k)^2$	\$49,088,277,454.92
			$\frac{\sum (k_j - k)^2}{30}$	\$1,636,275,915.16
			$\sqrt{\frac{\sum (k_j - k)^2}{30}}$	<b>\$40,450.91</b>

Así, obtenemos una desviación estándar de \$40,450.91. Con esta desviación tenemos 68% de posibilidades de obtener flujos que van desde -\$1,059,91 hasta \$79,841.90. Al tener una desviación estándar por encima de la media, eso significa que tenemos un proyecto de alto riesgo, ya que los flujos están demasiado abiertos.

Sin embargo, no consideramos que el proyecto sea una mala inversión ya que contamos una TIR muy por encima del costo del capital, lo cual justifica el nivel de riesgo y lo convierte en un negocio llamativo.

## 6. Ejecución del Proyecto.

Cronograma de Ejecución del Proyecto													
Concepto	Meses												Número de Semanas
	1				2				3				
Compra del dominio (vinidrumline.com)	■												1
Contrato del servicio de hospedaje	■												1
Contrato del servicio de Internet	■												1
Contrato del servicio de celular	■												1
Adquisición de Equipo	■	■	■	■	■	■							6
Planeación de Contenido Vídeos (10)	■	■	■	■	■	■							6
Diseño y creación de página web	■	■	■	■	■	■	■						8
Grabación Vídeos						■	■						2
Edición Audio								■	■				1
Edición Video										■	■		1
Cargar videos en vinidrumline.com											■	■	1
Lanzamiento de vinidrumline.com												■	1
<b>Total de semanas para la ejecución</b>													<b>30</b>

Tabla 22

Para la ejecución del proyecto se necesitaran 3 meses. La razón por la que no necesitamos tanto tiempo para arrancar es porque no estaremos acondicionando ni construyendo nuestro propio estudio de grabación, trabajaremos en uno en existencia simplemente rentándolo. La primera semana arranca la parte fuerte del proyecto, siendo las primeras tareas las más sencillas: la compra del dominio, el contrato del servicio de hospedaje, el contrato del servicio de Internet y el contrato del servicio de celular. Estas puedes hacerse todas incluso en un solo día. Por otro lado, daremos inicio a las tres labores más pesadas de esta etapa: la adquisición de equipo, la planeación de contenido de los primeros diez videos y el diseño y creación de la página web. La adquisición del equipo de audio y video no toma mucho tiempo en realidad, la mayoría puede conseguirse en un solo lugar y se encuentra en el país. La razón por la que contamos con 6 semanas para realizar este paso es porque hemos tomado en cuenta que tal vez algunas cosas haya que pedir las a Estados Unidos o no estén en existencia y tengamos que esperar a que la tienda las consiga. De otra forma, comprar el equipo sería algo que no debería tomar más de un par de días. La planeación de contenido de los videos es la parte más importante de este negocio, es lo que va a generar que los usuarios se interesen en nosotros, la calidad de la información que les ofrecemos. Por eso es que nos hemos tomado 6 semanas para planear meticulosamente las primeras 10 lecciones que estarán disponibles cuando sea el lanzamiento de **VINIDRUMLINE.COM**. El diseño y creación de la página web también son imperativos ya que esta es nuestra imagen ante los usuarios, por eso le hemos dado 8 semanas a este punto. Esta es la parte más pesada para poner en marcha **VINIDRUMLINE.COM**.

Una vez que hemos completado esto seguimos con la grabación de los primeros 10 videos (2 semanas), la edición del audio (1 semana) y la edición de video

(1 semana). Cuando los videos estén listos serán cargados a **VINIDRUMLINE.COM** (1 semana) y después haremos el lanzamiento de la página (1 semana). Con esta acción **VINIDRUMLINE.COM** habrá comenzado sus operaciones.

## 7. Conclusiones.

Hemos realizado este plan de negocios con el propósito de tener una guía confiable y un buen sustento para llevar a cabo el proyecto de **VINIDRUMLINE.COM**, un sitio de internet de clases de batería en línea a todos los niveles. Cumplimos con objetivos específicos de investigación del sitio y desarrollamos un plan de negocios que seguramente será de mucha utilidad para llevar a cabo el proyecto. Hemos podido determinar las debilidades y fortalezas del proyecto, desarrollar un modelo de plan de negocio, determinar la oferta y la demanda, los canales de comercialización, procedimientos, infraestructura, costos y una proyección financiera a 5 años. **VINIDRUMLINE.COM** busca ser el primer sitio de Internet de su clase en español. Las ventajas del proyecto son amplias: no hay nadie más haciendo esto en el mercado latinoamericano, la inversión es poca y el margen de utilidad es grande, se requiere de poco personal y el español esta dentro de los cinco idiomas que más personas hablan en el mundo, dejando un vasto mercado por explotar más allá de México. Si bien es cierto que el proyecto tiene un alto nivel de riesgo al contar con una desviación estándar de \$40,450.91 dando como resultado flujos demasiado abiertos, la Tasa Interna de Rendimiento de casi 74% y el Valor Presente Neto de \$520,883.93 nos demuestran que el riesgo esta justificado. Por todos estos elementos y debido al trabajo realizado, consideramos que **VINIDRUMLINE.COM** es un proyecto atractivo, viable, relevante y actual; con grandes posibilidades de crecimiento y amplia facilidad para adaptarse a los cambios potenciales del mercado.

## 8. Bibliografía.

- Sin Autor. (2015). Internet Users in the World. 28 de Agosto de 2015, de Internet Live Stats  
Sitio web: <http://www.internetlivestats.com/internet-users/#trend>
- Sin Autor. (2015). Population. 28 de Agosto de 2015, de Worldometers Sitio web:  
<http://www.worldometers.info/world-population/>
- Sin Autor. (2015). Latin America Internet Usage Statistics. 28 de Agosto de 2015, de Internet World Stats Sitio web: <http://www.internetworldstats.com/stats10.htm>
- Sin Autor. (2015). Mexico Internet Users. 28 de Agosto de 2015, de Internet World Stats Sitio web: <http://www.internetlivestats.com/internet-users/mexico/>
- INEGI. (2015). Estadísticas a Propósito del Día Mundial del Internet (17 de Mayo). 14 de Mayo del 2015, de INEGI Sitio web:  
<http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/aproposito/2015/internet0.pdf>
- Mariana Laguna. (ND). Inclusión Digital por Nivel de Ingreso. 18 de Septiembre de 2015, de AYTAMA Sitio web: <http://aytama.com/inclusion-digital-por-nivel-de-ingreso/>
- Sin Autor. (2015). Clases de Batería (2 de Septiembre de 2015), de Pentagrama.Escuela de Música Online Sitio Web: <http://pentagrama.org/escuela-de-musica-online/clases-de-bateria/>