ARACNIA Inc.
Web: www.aracnia.cl
Email: info@aracnia.cl
Fono: 56-2-6343524
Arturo Prat N· 1009 Of. 401

# PLAN DE NEGOCIOS

## E-BUSINESS

la factoría E-BUSINESS

Rodrigo Espinoza
Consultor

Septiembre 2002
Informe Final V2

# *I N D I C E*

## I. FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE UN BUSINESS PLAN


**1. Formulación**

**1.1 Estudio de mercado del proyecto ..... 4**
a. De la Visión de la Factoría E-Business ..... 4
b. De la misión de La Factoría E-Business ..... 4
c. El Modelo de negocios ..... 4
c.1 Tipo de Integración ..... 6
c.2 Intervención a la cadena ..... 8
c.3 Tipo de sitio ..... 9
c.4 Tipo de gestión asociada al sitio ..... 9
c.5 Imagen Corporativa ..... 9
i) Firma electrónica y emails ..... 10

**1.2 Estudio de Mercado ..... 11**
a. El Mercado publicitario ..... 11
b. El mercado B2B en Chile ..... 13
c. El Mercado del proyecto ..... 17
c.1 Digitalización y edición de archivos mediales ..... 18
c.2 Plataforma de Promoción www.filmenchile.cl ..... 21
c.3 Plataforma de Teletrabajo ..... 21
c.4 Plataforma de recursos ..... 22
c.5 Courrier Virtual ..... 22
i) Transmisión por email ..... 22
ii) Transmisión satelital ..... 22
iii) Transmisión por servidor ..... 23
c.6 Stock Footage ..... 24
i) Fotografías de Archivo ..... 24
ii) Audiovisuales de Archivo ..... 25
iii) Modelo de cálculo de precios ..... 25
iv) Plataforma de Comercio Electrónico ..... 26

**1.3 Estudio Organizacional** ..... 28
a. Estructura Organizacional ..... 30
b. Análisis y Descripción de Cargos ..... 31
c. Análisis Cuantitativo ..... 34

**1.4 Estudio de Ingeniería y Contenido** ….. 35

a. Modelo de Análisis Perfil Comunicacional sitios ….. 35
a.1 Análisis Situación deseada sitio www.filmenchile.cl ….. 37
i. Perfil Comunicacional ….. 37
ii. Situación Esperada Barra de Navegación (Lay-Out)….. 37
iii. Perfil del Sitio ….. 39
iv. Lenguaje y programación recomendada ….. 39

b Análisis Situación deseada www.factoria.cl ….. 40
i. Fuentes de Financiamiento de proyectos ….. 41
ii. Modelo de negocios ….. 42
iii. Áreas y líneas de negocios ….. 43
iv. Red de Alianzas y proveedores ….. 45
v. Estructura de Navegación del Sitio ….. 47

c. Política de Privacidad ….. 47
c.1 Privacidad Stock Footage ….. 48
c.3 Frecuency Asked Questions ….. 53
c.4 links más importantes ….. 55

**1.5 Estudio de los ingresos del proyecto** ….. 56
**1.6 Estudio de los egresos del proyecto** ….. 58
**1.7 Estudio de Inversiones** ….. 60

**2. Formulación**
2.1 Cálculo de los Indicadores de Evaluación **….. 63**

**Anexo 1** **….. 64**
**Anexo 2** **….. 69**

# 1.Formulación

## 1.1 Estudio de Mercado del Proyecto

### a. De la visión del La Factoría E-Business

La Factoría e-business, es una empresa con fuerte contenido tecnológico dedicada a prestar servicios de tipo multimedial y asesoramiento a empresas del sector audiovisual chileno, y de proveer el soporte

### b. De la misión de La Factoría E-Business

"Ser la principal plataforma técnico comercial del sector audiovisual sobre la cuál se desarrollan negocios, transformarse en el ente facilitador de negocios para sus asociados y para el sector audiovisual chileno, generando óptimos desarrollos y logrando financiamientos, autofinanciarse y generar utilidades".

### c. El modelo de negocios.

El modelo de negocios de esta plataforma de e-commerce, es del tipo "Business to Business (B2B)".

Para el B2B, este proyecto se posiciona como una plataforma de potenciamiento de negocios del sector audiovisual nacional hacia el exterior, por tanto su mercado es:

**A nivel Local:**

- De acuerdo al modelo de negocio, los productos ofrecidos y en consecuencia, el nicho de mercado atacado, será La Factoría Film Group, la empresa matriz que agrupara a: La Factoría e-business, La Factoría Investigación y Desarrollo y La Factoría Servicios Financieros y Jurídicos.

La Factoría E-business será la encargada de dar soporte tecnológico a todas ellas.

-Asociados a La Factoría Film Group:

| NOMBRE | ESPECIALIDAD |
|---|---|
| -Andrea Films | Producción de Comerciales Publicitarios<br>Producción para Cine y TV Servicios de Producción<br>Videos Institucionales |
| -Chile Films | Servicios de Post-Producción<br>Animación y Diseño Gráfico<br>Efectos Especiales de Cine (Alta resolución)<br>Servicios de Producción de Cine y TV<br>Laboratorio Cinematográfico<br>Arriendo de Móviles de TV<br>Arriendo de Estudios<br>Arriendo de Equipos<br>Sello Discográfico (Musicavisión)<br>Publicidad en el Cine (Avicine) |
| -Cineanimadores | Estudio de Animación (Series de TV y Comerciales) |
| -Filmo | Producción de Comerciales Publicitarios<br>Producción para Cine y TV<br>Videos Institucionales<br>Servicios de Producción |
| -Lorca & Asociados | Producción de Comerciales Publicitarios<br>Producción para Cine y TV<br>Videos Institucionales |
| -Nueva Imagen | Producciones para Cine y TV<br>Servicios de Producción<br>Videos Institucionales |
| -Rivas y Rivas | Productora de Cine y Televisión. |
| -Valcine | Producciones de Cine y Comerciales Publicitarios |

-Agencias Publicitarias: En el mercado local operan alrededor de 138 agencias publicitarias, sin embargo son alrededor de 40 las que operan la mayor cantidad de negocios, estas son:

| AGENCIAS | | | |
|---|---|---|---|
| 1 | BBDO de Chile | 18 | Larrain |
| 2 | Ammirati Puris Lintas | 19 | Azocar y Luco |
| 3 | J. Walter Thompson | 20 | Paramarketing |
| 4 | Porta Publicidad S.A. | 21 | DMB & B Chile S.A.(Dárcy) |
| 5 | Zegers DDB | 22 | Northcote y Asociados |
| 6 | Frederick y Valenzuela/TBWA | 23 | Adn |
| 7 | McCann-Erickson | 24 | Tempora |
| 8 | IDB/FCB S.A. | 25 | Leo Burnett Chile |
| 9 | Otros | 26 | Publiart |
| 10 | Veritas Publicidad | 27 | Equipo cuatro |
| 11 | Grey Chile | 28 | AMW S.A. |
| 12 | Promoplan | 29 | Unitros |
| 13 | Ditborn | 30 | Diseñadores |
| 14 | Maker | 31 | WCJ |
| 15 | Publicistas | 32 | 180 grados |
| 16 | Prolam/Young & Rubicam | 33 | Sutil y Asociados |
| 17 | Bushit Publicidad Ltda. | | |

**A nivel internacional:**
-Productoras extranjeras
-Canales de TV extranjeros
-Agencias de publicidad extranjeras
-Asociados a la red internacional.

Un modelo de e-business B2B, como el propuesto en este estudio, deberá necesariamente ser de carácter vertical es decir, que provea servicios y contenidos a un sector en particular, el "audiovisual".

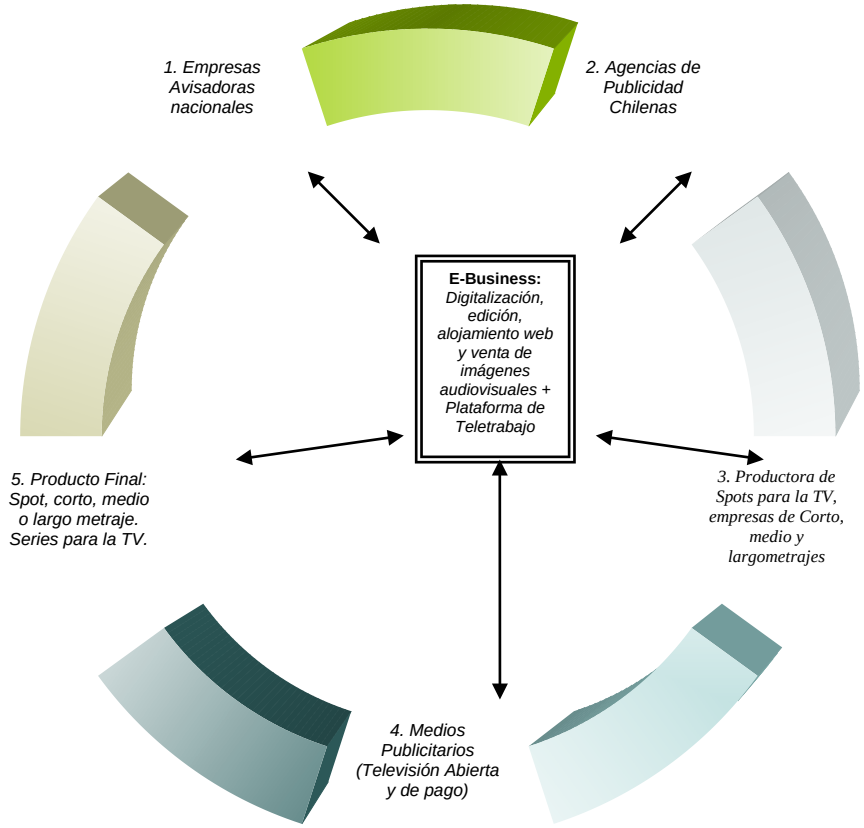
**Cuadro Nº1**
**Matriz Producto-Mercado**

| Producto | Mercado Local | Mercado Internacional |
|---|---|---|
| 1. Digitalización y edición de archivos mediales | Productoras, Agencias, Filmotecas, Canales de TV e instituciones | ------- |
| 2. Venta de imágenes en movimiento Stock Footage | Productoras, Agencias, Filmotecas, Canales de TV e instituciones | Productoras, Agencias, Filmotecas, Canales de TV e instituciones internacionales |
| 3. Courrier Virtual | Productoras, Agencias, Filmotecas, Canales de TV e instituciones | Agencias internacionales de publicidad, canales de TV extranjeros, productoras de spots publicitarios internacionales. |
| 4. Consultoría en "Red Audiovisual (Exportación no tradicional). | --------- | Instituciones internacionales Asociadas a la red "Factoria" |
| 5. Plataforma de Teletrabajo | Socios Factoría Film Group | Participantes de la red "Factoria". |
| 6. Administración y diseño de sitios web | Películas nacionales, productoras | ------- |

## c.1 Tipo de Integración

El La Factoría E-Business, viene a intervenir la cadena de valor para el mercado local, como a continuación se presenta:

## Gráfico N' 1
## Integración y Modelo de negocios



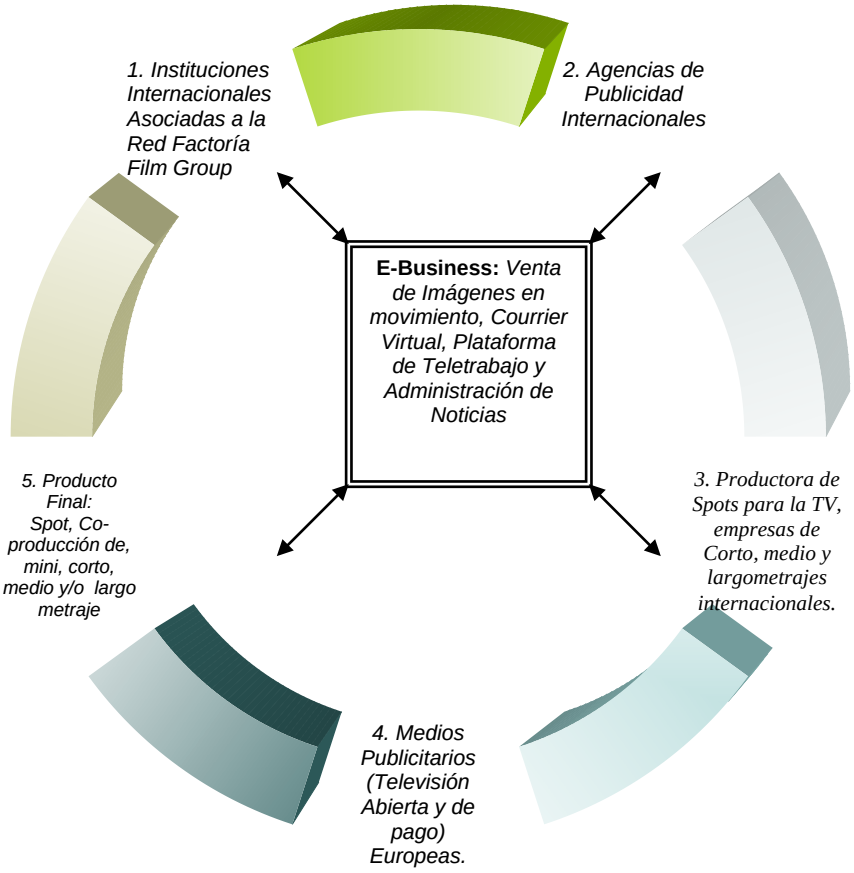

1. Empresas avisadoras nacionales: Activan el círculo de la cadena de valor publicitaria, destinando recursos que serán administrados por agencias.
2. Agencias, definen el proyecto publicitario anual. Si definen algún medio audiovisual como la TV o Internet, se subcontrata a productoras de Spots para TV o desarrolladores web respectivamente.
3. Se produce el audiovisual
4. Se exhibe el aviso en el medio correspondiente.
5. Se almacena en E-BUSINESS Factoría

**c.2 Intervención a la cadena:**

En cada una de las etapas, interviene La Factoría E-Business, en:
-En agencias: Para verificar la emisión de tandas publicitarias televisivas (Idem: www.infolder.cl )
-En productoras para digitalizar, clasificar y almacenar, para una posterior búsqueda inteligente.
-En empresa avisadora, para guardar registro de sus comerciales.

Y el mercado internacional:

**Gráfico N' 2**
**Modelo de negocios Internacional**




1. y 3. Se genera una co-producción para desarrollar un proyecto audiovisual
4. Es exhibido en medio publicitario abierto y/o pagado en medio local y/o internacional.
5. El producto final puede ser almacenada en E-BUSINESS para ser accedido por otras empresas que requieran imágenes.
2. Agencia, productora local o red podrían solicitar información a través de la plataforma web implementada.

Aquí se interviene la cadena de valor, en la etapa de negociación, acuerdo, formulación y puesta en marcha de una coproducción de una empresa local con una internacional. (Etapa 1 y 3)

En las otras etapas, más que intervenir la cadena de valor, se presta un servicio de almacenamiento de información y de apoyo tecnológico.

**c.3 Tipo de Sitio**

**"E-Market place"**, proveedor de información específica para el sector audiovisual y prestador de servicios a través de internet, cuya plataforma base es el software Media 360.

**c.4 Tipo de gestión asociada**

Existen dos tipos de gestiones asociadas a la operación normal de una empresa tecnológica como la propuesta, estas son:

Gestión Operativa: Dice relación con todas y cada una de las actividades administrativas de una empresa, debe considerar la gestión de recursos, finanzas, personal, administrativa y de ventas.

Gestión web: Dice relación, con la gestión técnica necesaria para mantener la estructura tecnológica operando eficientemente, en términos de la seguridad de la información, del envío y recibo de emails, de la optimización de la plataforma, entre otros.

**c.5 Imagen Corporativa:**

En lo relativo a Imagen Corporativa, es recomendable potenciar una marca, esta sin duda es, "La Factoría".

Dependiendo del tipo de negocio en que participe, se agregará una marca alusiva en el vértice inferior derecho del isotipo para diferenciar su ámbito de acción. A continuación se presenta:

**Cuadro Nº2 "Imagen Corporativa"**

| *Tipo de Negocio* | *Isotipo* | *Email de contacto asociado* |
|---|---|---|
| 1. La Factoría Film Group | la factoría FILM GROUP | nombre@factoria.cl |
| 2. La Factoría E-Business | la factoría E-BUSINESS | nombre@factoriaeb.cl |
| 3. La Factoría Filmenchile | la factoría FILMENCHILE | nombre@factoríafch.cl |

**i) Firma Electrónica y emails.**

La firma electrónica propuesta, dependerá del tipo de negocio, la empresa asociada y la persona que envía la información:

**********
Nombre y Apellido – Cargo -
**Empresas Asociada S.A.**
Dirección Comuna
Fono: (56-2)6695874 Fax: 3121518
www.factoria.cl **-CHILE 2002-**
**********

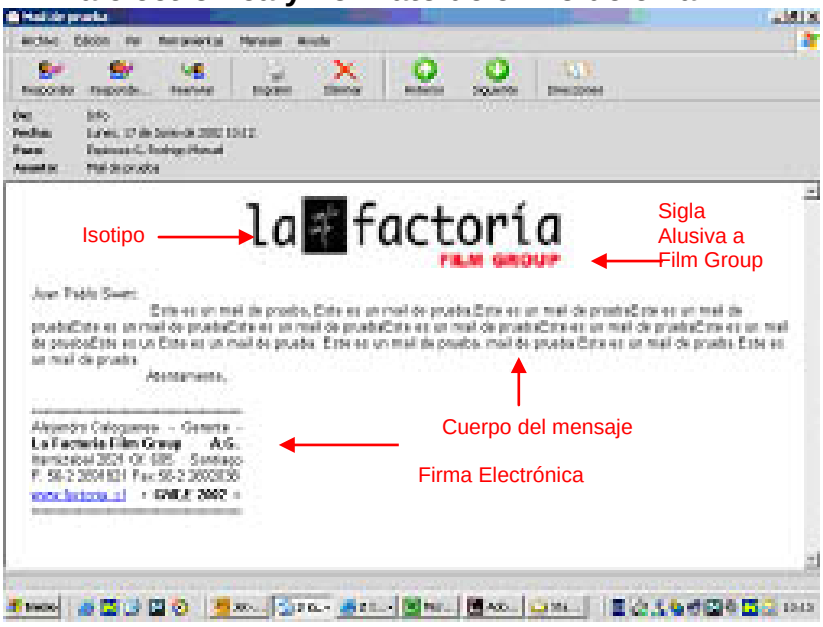
El nombre y apellido identifica el contacto y su cargo.
La empresa asociada potencia la marca factoría y a una de sus divisiones
La dirección genera en la mente del receptor del e-mail, infraestructura física e instalaciones.

El teléfono el fax y la dirección electrónica generan un canal de contacto inmediato ante cualquier duda o necesidad. El email local e internacional deberá tener el código de país y región, es decir (56-2)
La frase, **CHILE 2002**, al final de la firma, otorga el sentido de actualización y vigencia.

Todas las firmas deberán estar justificadas.

A continuación se presenta un ejemplo.

**Gráfico N' 3**
**Firma electrónica y Formato de envío de email**



## 1.2 Estudio de mercado

### a. El Mercado Publicitario

A continuación se realiza un análisis de las principales tendencias de la inversión publicitaria en Chile, desde el punto de vista vertical y horizontal, esto es, análisis histórico y del año 2001 recién pasado.

**Cuadro Nº3**

**INVERSION PUBLICITARIA HISTORICA 1992 - 2001**
**En millones de pesos del año 2001**

| | 1992 | 1993 | 1994 | 1995 | 1996 | 1997 | 1998 | 1999 | 2000 | 2001 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Televisión | 111.313 | 117.195 | 145.832 | 152.198 | 161.354 | 164.010 | 146.267 | 138.829 | 138.762 | 145.974 |
| Diarios | 85.973 | 96.324 | 99.406 | 115.873 | 126.239 | 135.158 | 119.160 | 114.216 | 111.852 | 93.824 |
| Radios | 26.244 | 22.476 | 24.491 | 25.995 | 42.528 | 43.112 | 37.639 | 30.955 | 34.145 | 31.165 |
| Revistas | 11.222 | 11.238 | 12.968 | 11.634 | 20.809 | 17.215 | 15.314 | 11.403 | 16.358 | 13.828 |
| Vía Pública | 9.050 | 10.596 | 15.127 | 22.051 | 23.832 | 24.496 | 21.442 | 20.641 | 21.773 | 20.593 |
| Cine | 543 | 642 | 720 | 666 | 992 | 993 | 1.000 | 1.398 | 1.367 | 1.293 |
| **Totales** | **244.345** | **258.471** | **298.544** | **328.417** | **375.754** | **384.984** | **340.822** | **317.442** | **324.257** | **306.677** |
| **Variación Real en %** | **23,1** | **5,8** | **15,5** | **10,0** | **14,4** | **2,5** | **-11,5** | **-6,9** | **2,1** | **-5,40** |

Fuente: ACHAP

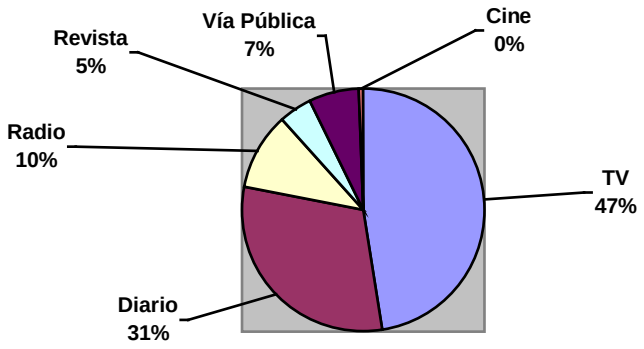
La **Inversión Publicitaria** en Televisión, ha sido, en estos diez años, el medio de mayor captación de recursos, representando en promedio un 45% de la I.P. total.

Desde el año 1998 a la fecha observamos una **I.P. oscilante** en relación a años anteriores, lo que significa que el mercado se está ajustando a los nuevos escenarios, partiendo a finales del 97 con la Crisis Asiática, pasando por el problema de las Torres Gemelas, el corralito Argentino y ahora último Brasil. Y es que en un mercado globalizado, es difícil mantenerse al margen de estos cambios, sin embargo la estabilidad de la Economía Chilena aún puede soportar estas nuevas reglas.

El año recién pasado, la publicidad destinó recursos por 306.677 millones de pesos, distribuidos según medios, como se presenta a continuación:

**Gráfico Nº 4**

**Inversión Publicitaria 2001**



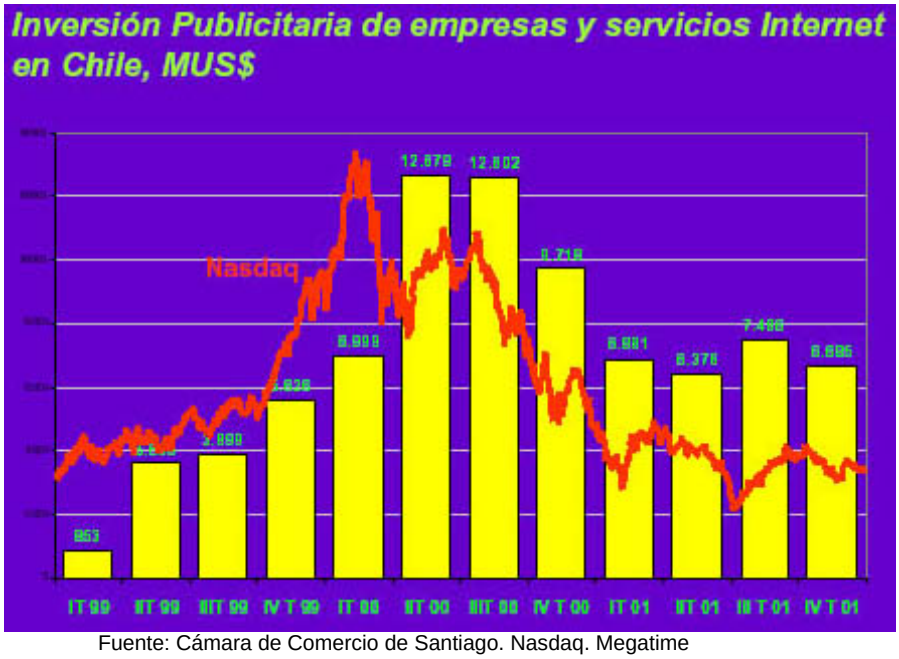

Fuente: Achap

Las cifras de I.P. presentan a un **mercado** muy **correlacionado** con el PIB, relación de 0.7, lo que indica que crecen y/o decrecen casi en igual proporción. Por tanto, estamos en presencia de un mercado en ajuste, que reducirá sus márgenes pero que también se especializará en distintos eslabones de la cadena de valor. Aparecerán empresas especializadas en determinadas áreas que bajo economías de escala, entregarán mejores productos a menores precios. Ya vemos hoy agencias especializadas en Medios, que prestan sus servicios a otras agencias, proveedores de información en línea a través de internet, empresas verificadoras de tandas publicitarias, entre otros ejemplos.

Si a estos antecedentes agregamos que **"Internet"** como medio de difusión publicitaria para los propios sitios que operan en el país, el año pasado fueron destinados US$27.4 millones, lo que representa un 5% de la Inversión Publicitaria total.

Internet, Inversión Publicitaria, Producto interno Bruto y Nasdaq poseen una correlación histórica en el sentido de que sus aumentos o disminuciones están estrechamente vinculados. Esto es, aumenta el Producto Interno Bruto (PIB), los recursos publicitarios que destinan las empresas para Marketing también aumentan. Desde el año 1999 a la fechas, la políticas macroeconómicas han tendido a una baja sostenida en la tasa de interés, lo que ha incentivado la inversión en distintos sectores de la economía no estando ajeno Internet, como propuesta innovadora en el desarrollo de nuevos negocios o mejoramiento de los ya existentes. Por lo globalizada de nuestra economía, y considerando que Chile no posee un indicador que mida la evolución de los negocios electrónicos la relación se da directamente con el Nasdaq como en el gráfico que a continuación se presenta.

**Gráfico Nº 5**



Fuente: Cámara de Comercio de Santiago. Nasdaq. Megatime

## b. El Mercado de B2B en Chile.

Considerando el proyecto tecnológico que se pretende implementar, que está directamente vinculado al B2B, a continuación se realiza un análisis de la **situación actual de este mercado en Chile** y sus proyecciones.

El mercado de **internet en Chile**, ha evolucionado tan rápido como lo ha hecho en el resto del mundo, ha traspasado fronteras, culturas, instituciones, empresas y cualquier forma de organización creada por y para el hombre. Son muchas sus aplicaciones, lo que explica que para el año 2005 se proyectan más de 4.5 millones de conectados en Chile, comprando, bajando información, transfiriendo información, buscando información, estudiando, haciendo negocios, etc.

Así, surgen empresas que **proveen de conexiones**, los **ISP´s** (Internet Services Providers), que proveen de contenidos, que diseñan sitios, que desarrollan aplicaciones, que se especializan en seguridad, que certifican, que alojan sitios, por un lado y empresas que se postulan como Portales, E-Market Places, que venden a otras empresas (B2B), a consumidores finales (B2C) o a gobierno (B2C) o se generan conexiones punto a punto (P2P ej. Kazaa).

Cada actor aporta lo suyo y así se va construyendo, este entramado de conexiones comerciales, tecnológicas, laborales y gubernamentales presentes en la red de redes.

En este escenario, La Factoría e-business, viene en transformarse en el principal brazo de **apoyo tecnológico** para que esta, La Factoría Film Group, pueda operar sus negocios locales e internacionales.

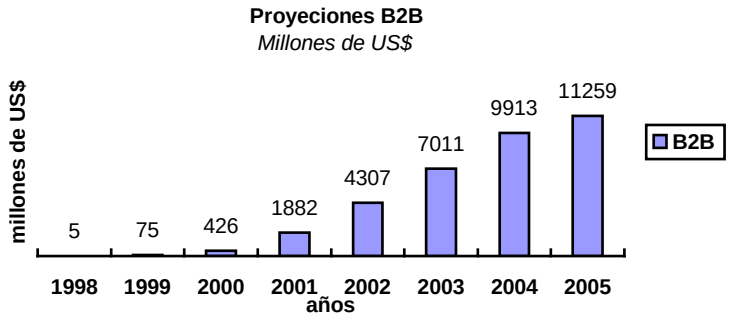
Para implementar y gestionar exitosamente estas ideas, debemos primero analizar el mercado tecnológico y sus proyecciones para establecer brechas que posteriormente se transformarán en planes de acción.

Dichos planes, han sido los ejes que han soportado las iniciativas en internet, siendo el comercio entre empresas **(B2B), el principal** motor de generación de recursos. Esto ha funcionado por que el 61% del total de empresa (Micro, pequeña, mediana, grande) está conectada a internet y al menos el 11% posee su contraparte web.

Un 6% vende en internet y un 11% compra a locales o extranjeros, sin embargo las que compran en mayor proporción son las **Microempresas**, por los costos asociados que ofrece la red. Así, el año 2000, sólo el comercio B2B alcanzó a US426 millones en Chile, crecimiento explicado por la migración de procesos de compra y adquisiciones a la red, tal como se propone es este proyecto, donde al menos seis de 10 servicios operarán en ambiente html.

Así, si consideramos el potencial de oferta local, la integración y desarrollo de plataformas transaccionales, la ley de firma digital, el tamaño de los e-market places que ya no son sólo locales (Red de Coproducciones), y las nuevas formas organizativas y de negocios, como el que Plantea La Factoría Film Group, **las transacciones en promedio se duplicarán cada año** hasta el 2005 con US11.259 millones, como a continuación se presenta.

**Gráfico N' 6**

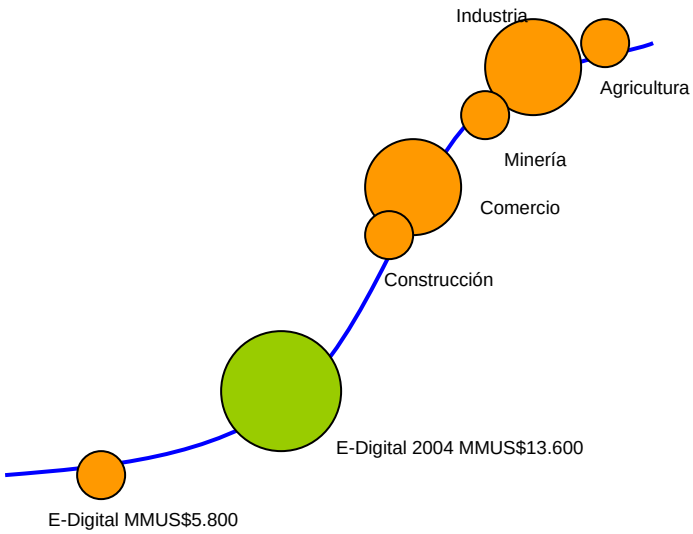



Entonces, con una economía acotada a crecer el 3% aproximadamente por año, con una Inversión Publicitaria (I.P). que ha sido irregular y decreciente, y un mercado actual y proyectado del B2B en franca expansión, presupone no otra cosa que un desplazamiento de recursos y negocios desde las áreas duras o tradicionales al área digital, y es ahí donde La Factoría E-business propone operar.

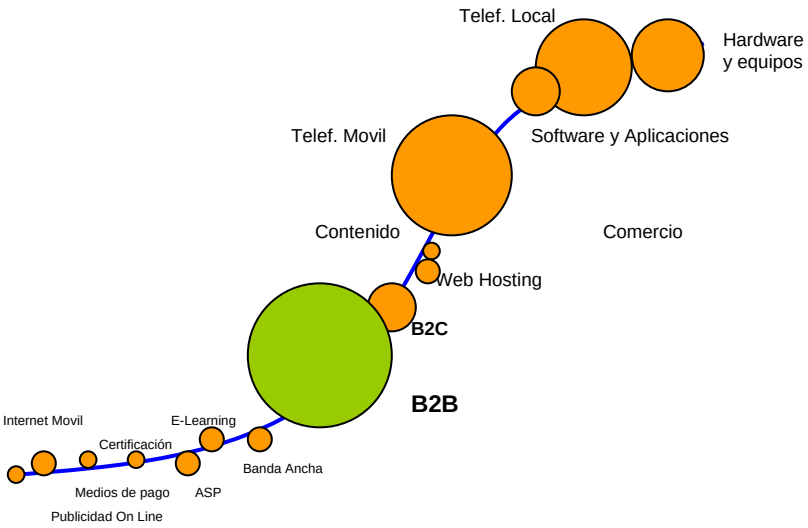
Ya **el tamaño de la Economía digital en Chile** es de US$10.458 millones, de los cuáles US$4.478 corresponden a comercio electrónico en todas sus formas, US$4.010 en telecomunicaciones, US$877 en infraestructura y el resto en Servicios y aplicaciones como a continuación se presenta en términos de importancias relativas:

**Gráfico N' 7**
**Tamaño relativo de la Economía Digital en Chile**

- Tasas crecientes de crecimiento para la economía digital
- Desarrollo, compatibilidad y escalamiento en Plataformas e-Business
- Nuevas aplicaciones y firma digital
- Globalización de las economías, mercado en que operará en La Factoría e-business.
- Sector en constante crecimiento y dinamismo.
- Legislación, un pie atrás
-



## Gráfico N’ 8
## Mapa de la Economía Digital en Chile

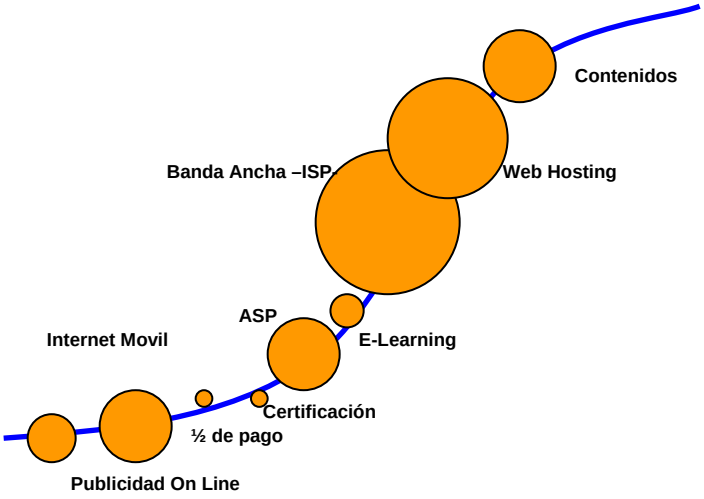



- Modelo de negocios Business to Business: El más importante.
- Pymes y grandes empresas incorporadas al mundo digital.
- La mayor generación de recursos del sector B2B está representada por las transacciones de empresas de la “vieja economía” que han incorporado internet como una herramienta de apoyo y de automatización de procesos.
-El negocio de internet en B2B tendrá en mismo nivel de importancia relativa que el de telefonía móvil y local.

## Gráfico N’ 9
## Mapa del Web Hosting en Chile

- El nivel de importancia de aquellos negocios relacionados con internet, que sirven de soporte técnico de operación son:
1. ISP (Internet Services Providers)
2. Web Hosting o Housing
3. Proveedores de contenido
4. Desarrollo ASP
5. E-Laerning
6. Certificación
7. Medios de Pago

- En este segmento del mercado operará el La Factoría e-business.



## c. El mercado del proyecto

Analizado el mercado local de Internet y el publicitario, se procede a acotar aún más el proyecto definiendo el nivel de productos o servicios a ofrecer. Así, se consideran 7 productos o servicios, que La Factoría E-business entregará al mercado audiovisual, relacionado con las capacidades incubadas y que no han sido desarrolladas por empresas del rubro, dado que las aleja del negocio esencial, como en el caso de una productora. Sin embargo, y a pesar de su incapacidad de proveer de este tipo de servicios, se constituyen en demandas reales con claras posibilidades de desarrollo comercial.

Los productos son:

**Cuadro Nº 4**
**Definición de productos**

| Producto |
|---|
| c.1 Digitalización y edición de archivos mediales con Metadata |
| c.2 Plataforma de promoción www.filmenchile.cl |
| c.3 Plataforma de Teletrabajo Media 360 |
| c.4 Plataforma de Recursos<br>- Banco de Imágenes<br>- Banco de Proyectos<br>- Base de Datos |
| c.5 Courrier Virtual |
| c.6 Stock Footage |

### c.1 Digitalización y edición de archivos mediales con Metadata

Para la digitalización y edición de archivos mediales desde Betacam SP a formatos MPEG 1, MPEG2, MPEG3 o MPEG4 se requiere de un PC con al menos las siguiente características:

- ✓ Pentium IV de 1.9 Ghz.
- ✓ 1 Gb RAM
- ✓ Disco Duro de 80 GB
- ✓ Placa Madre Assus P4TE
- ✓ Tarjeta Súper VGA 7500 LE 64 MB

Considerando que la digitalización demora lo que demora la cinta, se considerará a modo Standard ½ hora de un técnico asociado a la digitalización y media hora para la clasificación del Metadata en M360, a un precio de técnico de 0.6 UF la hora, esto es 9.808 pesos aprox.

Por tanto, se tiene:

**Cuadro Nº5**
**Cálculo del precio de Digitalización de Archivos Mediales**

| ITEM | Cto. Unit. (UF) | Cantidad Hora | Total (UF) |
|---|---|---|---|
| Costo Técnico | 0,6 | 0,5 | 0,3 |
| Clasificación M360 | 0,6 | 0,5 | 0,3 |
| Margen | 67% | - | 0,40 |
| | | **Precio en UF** | **1,00** |
| | | **Precio en Pesos** | **16.381** |

UF al 19/06/2002 $ 16.348

Cuadro Nº 6
**Análisis de Precio por Tramos**

| Desde | Hasta | Precio en UF |
|---|---|---|
| 1 | 20 | 1,00 |
| 21 | 40 | 0,95 |
| 41 | 60 | 0,90 |
| 60 | + | 0,86 |

5% descto. por tramo a partir del precio original.

Empresa: Betaprod. Gte. Sr. Juan Concha. Detalles en Anexo

La digitalización de imágenes es un mercado en desarrollo del sector audiovisual, que va a la par con el avance tecnológico. Así, hoy en día, no existen empresas dedicadas exclusivamente a digitalizar imágenes.

Ofrecer este servicio de digitalización de imágenes, genera a La Factoría una ventaja competitiva, al poseer una relación estable en el tiempo con los que serán sus clientes, como son las productoras asociadas.

Considerando que la tecnología se encuentra al alcance de todos, se podría ofrecer este servicio disponiendo de un PC habilitado para dichos efectos, a muy bajo costo, sin embargo captar como clientes a las productoras, agencias y canales de TV locales requiere de credibilidad y reconocimiento en el mercado, por tanto existe alta factibilidad de que La Factoría E-Business ofrezca este servicio y no un particular que cuente con estos equipos.

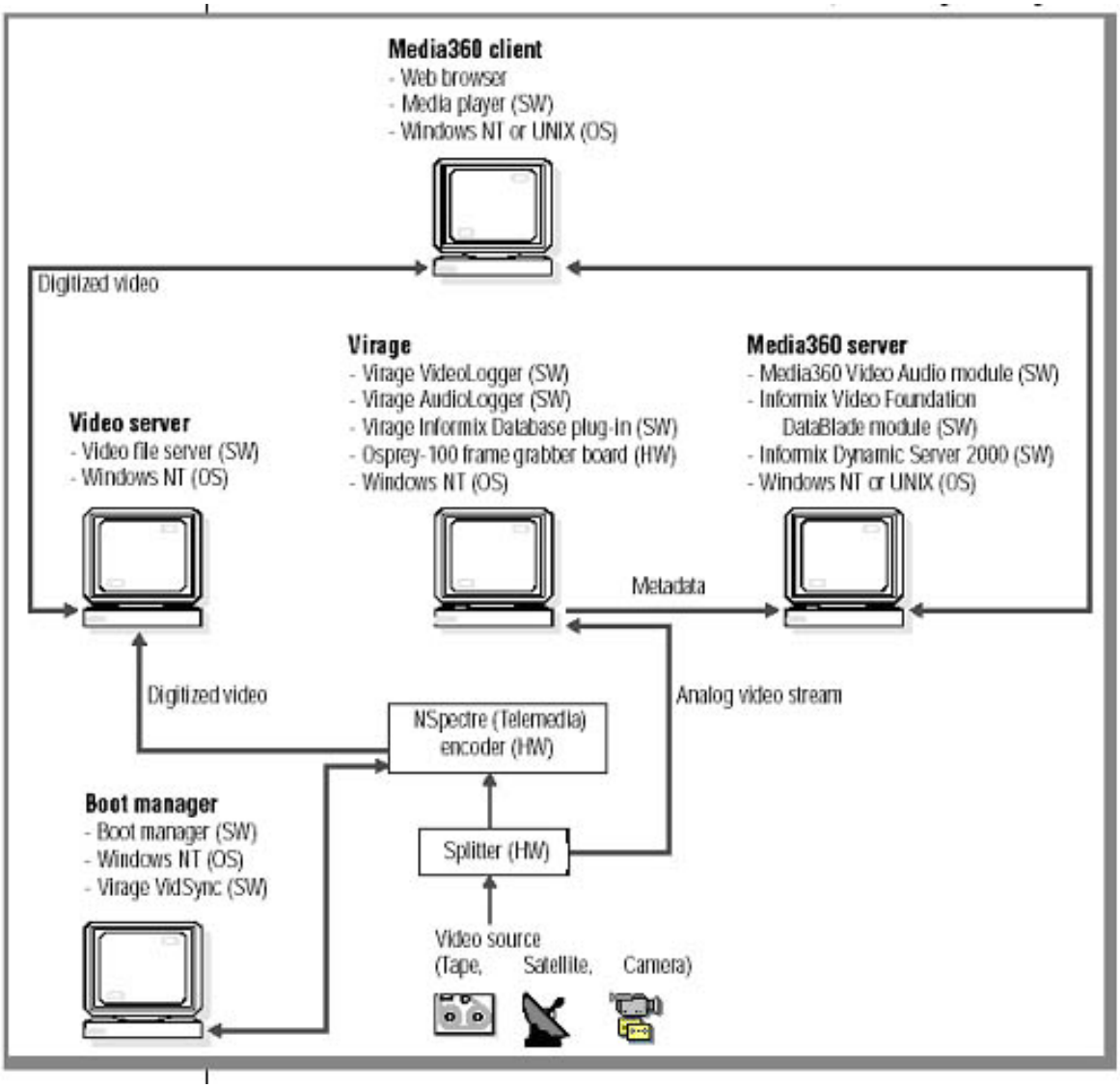
### c.2 Plataforma de Promoción www.filmenchile.cl

El sitio web www.filmenchile.cl , será administrado por La Factoría E-Business quién se encargará de realizar las actualizaciones y modificaciones que sean permitentes según la necesidad.

Al respecto se propone:
-Administrar la seguridad del sitio
-Administración y redireccionamiento de solicitudes de negocios
-Subir y bajar actualizaciones al sitio

### c.3 Plataforma de Teletrabajo

A continuación se presenta un diagrama de flujo que representa el funcionamiento del programa Media 360:




## c.4 Plataforma de Recursos

En la plataforma de recursos del programa Media 360, será posible administrar lo siguiente:

-Banco de Imágenes
-Banco de Proyectos
-Base de datos

## c.5 Courrier Virtual

Para este producto existen muchas **aplicaciones de envío de información de archivos audiovisuales empaquetados** a través de Internet. Como, generalmente su peso excede la capacidad de las casillas electrónicas, el

mercado mundial ha desarrollado algunas soluciones de hardware y software que opera o por satélite o por decodificadores que aceleran la transmisión.

**i) Transmisión por e-mail:** Requerirá que tanto el emisor y el receptor del archivo multimedial tengan una gran capacidad de almacenamiento en Mega bites habilitadas en sus casillas para archivos de gran peso. Situación que encarece la recepción del e-mail, dado que el comprador del Spot, corto, medio o largometraje deberá mantener esta capacidad continuamente reciba o no estos envíos.

**ii) Transmisión Satelital para envío de archivos MPEG:** Esta alternativa es posible tecnológicamente pero sin duda económicamente tendrá un costo alto por:

-La Factoría E-Business deberá arrendar espacios en disco en satélites.

-La **empresa** que compre los archivos deberá adquirir un decodificador del tipo Set Top Box.

-La modalidad de operación será una **emulación** de la Televisión Digital que opera a través de satélites y que vía ADSL (Asimetrical Digital Suscriber Line) son bajadas a un decodificador que transforma el código binario a imágenes en movimiento.

**iii) Transmisión por Servidor:** Esta alternativa posee ventajas en el ámbito tecnológico y económico:

**Cuadro Nº 10**
**Transmisión por Servidor**

| | |
|---|---|
| **ÁMBITO TECNOLÓGICO** | -No requiere un decodificador Set Top Box en las dependencias del receptor del material audiovisual.<br>-Las instalaciones del receptor se minimizan a una conexión a Internet por banda Ancha y un Computador del tipo Pentium III.<br>-No requiere la intervención de un satélite<br>-Optimiza las capacidades del E-BUSINESS en el sentido de que sólo debe subir el archivo al servidor, habilitar un Login y una Password de acceso para que a través de un Download pueda bajar el archivo en alta resolución.<br>-Para esto último se requiere desarrollar una interfaz que busque los archivos en el media 360, los asocie a una clave de acceso y los mantenga disponible en la web para ser bajados.<br>-Por tanto, no requiere conversiones tecnológicas fuertes en el lado del receptor del archivo. |
| **ÁMBITO ECONÓMICO** | -El costo unitario de envío se reduce al tiempo de digitalización de los archivos y de habilitación y configuración para tenerlos disponibles en la red.<br>-Ahorro en costos asociados al arriendo de espacios en satélites. |

La transmisión del servidor, deberá más conveniente económicamente que el envío por Courrier tradicional a destino.

A continuación se presenta un análisis de los costos asociados al envío de una cinta por courrier tradicional.

**Cuadro Nº 11**
**Costo de envío por Courrier Tradicional**

| Courrier | Origen | Destino País | Destino Cuidad | Precio US / Unidad en sobre | Precio US / Unidad en caja | Tiempo de Envío en Días hábiles |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Federal Express | Santiago | España | Madrid | 42.54 | 48.18 | 3 |
| | Santiago | Francia | Paris | 42.54 | 48.18 | 3 |
| | Santiago | Italia | Roma | 42.54 | 48.18 | 3 |
| | Santiago | Canadá | Ottawa | 29.21 | 36.39 | 2 |
| | Santiago | China | Hong Kong | 44.50 | 51.50 | 4 |
| | Santiago | Corea | Japón | 45.61 | 52.79 | 4 |
| | Santiago | USA | Miami | 29.21 | 36.39 | 2 |
| | **Precio Promedio** | | | **39.45** | **45.94** | **3** |

Nota: Los tiempos de envío de videos a Europa son de 3 días hábiles; a Occidente: 2 y a Oriente 4 días.

En promedio, el costo de envío de un master por correo tradicional es desde US$40 a US$46, por lo que el servicio de envío por "Courrier Virtual" de archivos multimediales deberá ser igual o inferior.

Al respecto se propone un **precio de envío de US$30**, con la ventaja de que la recepción es "On Line" e inferior a los tres días promedio por correo tradicional, considerando que con este último se corre el riesgo de dañar las cintas en el transporte.

### c.6 Stock Footage

Para la venta de imágenes existen eventualmente dos líneas de negocios a explotar por La Factoría, estas son:

i) Venta de fotografías de archivo
ii) Venta de imágenes audiovisuales de archivo.

**i) Fotografías de Archivo:** Relacionado a la venta de fotografías de archivo, es un **mercado de difícil comercialización** local e internacional, con un modelo de negocios soportado en internet, por que la propia exhibición de imágenes fotográficas reduce su posibilidad de compra.

Por otro lado, los actuales sitios existentes de venta de imágenes, presentan una copia en baja resolución en la web y luego si algún cibernauta está interesado, solicita una copia y esta es remitida por Courrier tradicional al domicilio del comprador, en papeles y tamaños a elección.

A **nivel local** destacan dos empresas u organizaciones dedicadas a la venta de fotografías, estas son:

- ✓ La Asociación de fotógrafos de Chile (www.fotografosdechile.cl): Venta de compilaciones fotográficas, según temas específicos y acotados. Cantidad de productos: 3 compilaciones.

- ✓ Exhi Chile (www.exhi.cl): Mostrario fotográfico en la web con posibilidad de compra de original impresa enviada a dirección del interesado. Cantidad de productos: 20.000 fotografías y 50.000 ilustraciones digitalizadas.

A **nivel internacional**, tal como en Chile, no existen empresas dedicadas a la venta de fotos por internet, sólo aquellas que centran su modelo de negocios en la elección de miniaturas de baja resolución en la web y una posterior impresión, copia del original, que es enviada por courrier tradicional al comprador.

Por tanto, un **modelo de negocios internacionalizable** de este producto, si bien, simple de montar en términos técnicos, es muy difícil de implementar en términos económicos, explicado por la gran cantidad de buscadores (yahoo, google, excite, altavista, infoseek…etc) que de acuerdo a ciertos criterios de búsqueda son capaces de encontrar fotografías en formatos web, pero que después pueden ser trabajadas con softwares especiales para edición de fotografías, situación que invalida su venta. En este sentido, se satisface la necesidad para el sector publicitario audiovisual, de encontrar fotos de baja resolución en la web y gratis, para la elaboración de borradores, story board, etc.

**ii) Audiovisuales de archivo:** Para la venta de imágenes audiovisuales de archivo, es posible implementar en internet una plataforma de e-commerce que permita **transacciones en línea**, y que a través de criterios de búsqueda sea posible observar por medio del "Streaming" o bajada en baja resolución. Estando de acuerdo, el eventual comprador solicita "on line" una copia de alta resolución que podrá ser bajada vía "servidor e-business - PC cliente", a través de un login y password previa confirmación del pago.

La recopilación, filtro, análisis y clasificación de las imágenes, serán adjudicadas por la vía de la **concesión** desde, productoras, agencias, canales de TV, para ser vendidas a nivel local o internacional.

Dado que la temática del audiovisual, las locaciones, las calidades, las duraciones son todas variables a considerar para la definición del precio del audiovisual, en donde lo único que puede ser fijado, es el margen de "La Factoría", se propone el siguiente modelo matemático de **predicción de precios**, el que puede incluso ser programado en la plataforma de e-business para su cálculo automático según requerimiento.

**Cada archivo audiovisual**, es un **prototipo**, pues si bien es cierto el soporte y medio es el mismo, una cinta e internet respectivamente, no lo es su contenido audiovisual, situación que hace que cada producto sea distinto de otro.
Así, a continuación se detalla el modelo:

### iii) Modelo de Cálculo de Precios

Variables:

Ccc : Costo de consignación de la cinta
TC : Tiempo total de duración de la cinta en segundos
Qs : Cantidad de segundos seleccionados
m% : Margen Factoría
Px : Precio
$I$ : Corresponde a cada compra, basada en criterios de selección de archivos por metadatas. Por ejemplo: un cibernauta Español busca, niño jugando➔ el M360 arroja el listado de archivos que corresponden al criterio ➔ el cibernauta elige de la cinta n·25 los 10 segundos finales. Así estamos en presencia de búsqueda de prototipos y no de productos estandarizados. Así, el $i$ subíndice representa cada búsqueda de un prototipo.
$Q_p$ : Cantidad de veces que un cibernauta compra una misma selección. Igual a "1 (uno)"

$$Px = \left[ \frac{Ccc \times Qs_i}{TC_{i'}} \right] \times (1 + m\%)$$

Los ingresos por venta de imágenes audiovisuales, se obtienen a través de la sumatoria de búsquedas individuales, considerando que, en cada búsqueda que origina una venta, se compra 1 unidad de productos, pues el comprador adquiere por derecho propio la posibilidad de replicar su audiovisual comprado.

Por lo tanto, como se venderá sólo un prototipo por vez, se tiene:

$$Px = \left[ \frac{Ccc \times Qs_i}{TC_{i'}} \right] \times (1 + m\%) \times Q_p \quad / \text{ pero } Q_p = 1$$

Entonces, el modelo de proyección de ventas de la Factoría es:

$$Vta = \sum_{i=1}^{i=n} \left[ \frac{Ccc \times Qs_i}{TC_{i'}} \right] \times (1 + m\%)$$

Se propone un margen de un 40% sobre el costo de concesión de la cinta. Finalmente,

$$Vta = \sum_{i=1}^{i=n} \left[ \frac{Ccc \times Qs_i}{TC_{i'}} \right] \times (1{,}4)$$

Analizado el modelo de precios, se presenta una alternativa de plataforma de comercio electrónico sobre la cuál podría operar los negocios electrónicos de “La Factoría E-Business”.

**iv) Plataforma de Comercio Electrónico**

**Plataforma IBM –Web Sphere-**

WebSphere es una plataforma universal de software para Internet que puede soportar todo tipo de e-business, desde pequeños negocios a mega sitios, adaptando las metas, estrategias y cambios de objetivos de mercado. Cubre los aspectos básicos como: comercio electrónico hasta administración, es funcional, es escalable, compatible.

**Soluciones de comercio electrónico**

e-commerce es la aplicación crítica de e-business que conecta los procesos vitales de negocios con los proveedores y clientes, debido a las necesidades de reaccionar rápido a las presiones de negocios y la capacidad de acceder a la información existente y las fuentes de datos en forma instantánea. Es necesario integrar fluidamente todos los sistemas, y poner el o los productos en el mercado rápidamente. WebSphere es la Plataforma de software para e-business de IBM.

**Administración de procesos de negocios**

La administración de procesos es hacia donde se dirige el e-business en el futuro. Unificar una cadena de valor, puede ser una tarea difícil, pero con las soluciones de software de WebSphere es posible unir proveedores, abastecedores y socios provenientes de sistemas dispares en un ambiente de plataforma cruzada fluidamente integrado.

**Soluciones para e-business**

La plataforma de software WebSphere para e-business contiene una variada y avanzada tecnología basada en estándares abiertos de Internet. Las soluciones de WebSphere combinan tecnologías seleccionadas para afrontar problemas específicos con que se encuentran las empresas durante el cambio a e-business. A través de la integración única de estas tecnologías, esta solución ofrece la oportunidad de implementar eficientemente el modelo de negocios deseado.

**Características de la plataforma elegida:**

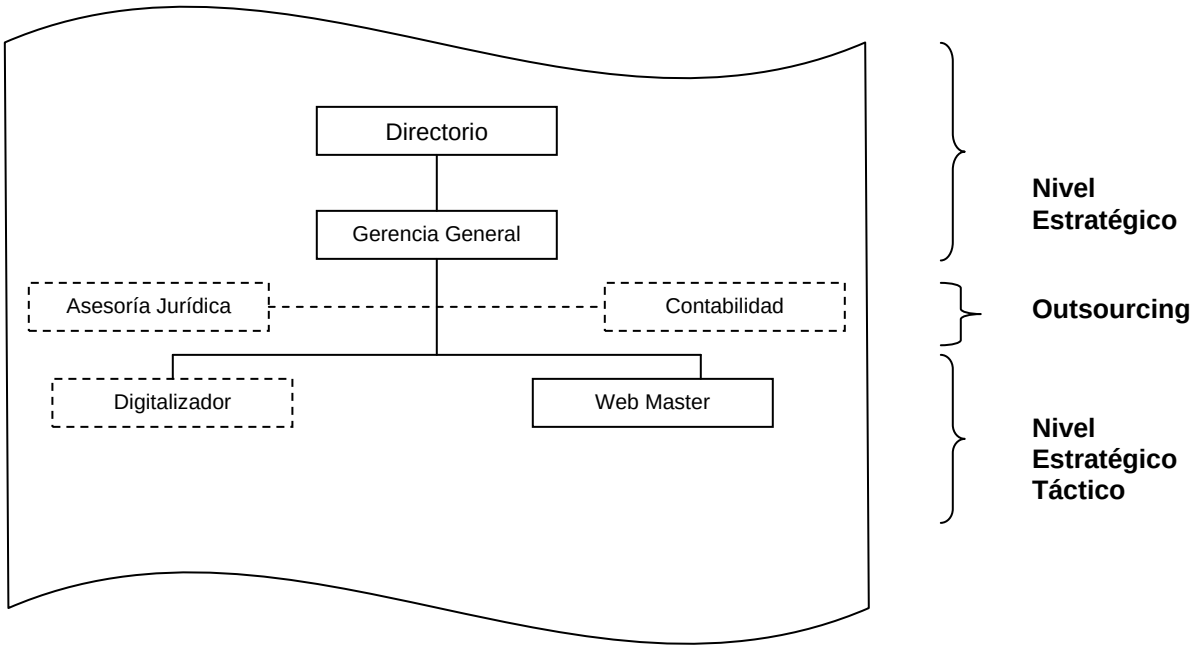
- ✓ **Web Sphere Integration**: Facilita la integración de los recursos de información empresarial existente con la web, y soporta un ambiente altamente transaccional.

- ✓ **Web Sphere Extended Personalization:** Provee información necesaria acerca de cómo los clientes usan el web site y entrega contenidos hechos a la medida basados en las preferencias y reglas de negocios.

## 1.3 Estudio Organizacional

### a. Estructura Organizacional

La Estructura Organizacional propuesta para “La Factoría e-business”, que será la encargada de prestar los servicios al grupo, se presenta a continuación:




En términos organizativos, la empresa posee dos niveles, estos son Gerencia General (Nivel Estratégico) y el departamento de informática (Nivel Estratégico-Táctico).Entre estos dos niveles, existe la unidad de asesoría y apoyo, tercerizada a empresas especialistas en el tema como unidad de Staff. Estas Unidades de Asesoría y Staff son: Unidad de Asesoría Jurídica, Contabilidad y de Digitalización.

Se propone una estructura organizacional plana, con sólo dos niveles, intensiva en conocimiento, flexible, que propenda al trabajo en equipo, al potenciamiento de talentos y desarrollo de ideas en todos los ámbitos.

### a.1 Nivel Estratégico

Está compuesto por el directorio y la gerencia general, es el nivel de donde surgen las grandes políticas de la empresa, sus lineamientos estratégicos y su planificación en el largo plazo.

## a.2 Outsourcing

### a.2.1 Contabilidad

La contratación de este servicio, tendrá por objeto procesar contablemente la administración de los dineros que realice “La Factoría E-Business”, confeccionando informes y presupuestos, por centros de costos y líneas de negocios definidas, confeccionando Balances, Estados de Resultado y análisis financiero según proceda.

**Misión**

Asesorar en el ámbito financiero a la empresa y proveer de información sustentable y oportuna para apoyar la toma de decisiones.

### a.2.2 Asesoría jurídica

Este segundo servicio de subcontratación, permitirá a “La Factoría E-Business” a mantener un apoyo de corte legal en todas aquellas instancias en que se requiera, como contratos, documentos mercantiles, declaraciones juradas, entre otras.

Esta unidad de staff asesorará en temas de contratación electrónica.

**Misión**

Apoyar constantemente, las decisiones de “La Factoría E-Business” en términos de la viabilidad jurídica de sus comerciales.

### a.2.3 Unidad de Digitalización

La Unidad de digitalización en términos de infraestructura física y tecnológica, estará montada en las dependencias de la Factoría, sin embargo, el recurso humano asociado será subcontratado en relación directa con la carga de trabajo o negocios generados. Con esto, se inyecta un sentido de flexibilidad organizacional, en términos de crecer o retrotraerse según los requerimientos del mercado.

**Misión**

Digitalizar, todas y cada una de las cintas en distintos formatos de compresión digital, agregar sus metadatas y colocarlas en los servidores habilitados para esos efectos, apoyar la gestión del web master, y contribuir a la optimización de los procesos tecnológicos.

### a.3 Nivel Estratégico Táctico

Compuesto esencialmente por el depto. de informática, será el encargado de materializar en sub planes de corto y mediano plazo, todos los requerimientos provenientes de las instancias superiores.

Sin embargo, y a pesar de la estructura horizontal de la empresa propuesta, será un factor fundamental, las reuniones de trabajo en equipo para potenciar a la empresa desde diversos ámbitos.

## b. Análisis y descripción de cargos

A continuación se presenta un análisis y descripción de cargo, para cada uno de los puestos laborales, que soportará esta organización. Los cargos son:

-Gerente General (Interno)
-Web Master (Interno)
-Técnico de soporte (Tercerizado)

## b.1 Análisis y descripción del cargo: Gerente general

| **DESCRIPCIÓN DEL CARGO** | | |
|---|---|---|
| ✓ **Nombre del cargo** | Gerente General | ✓ **Nº de puestos: 1** |
| ✓ **Departamento** | Gerencia General | |
| ✓ **Dependencia Directa** | Directorio | |
| ✓ **Descripción General** | Responsable de la conducción comercial y tecnológica de la empresa y de hacer cumplir la misión de ella. | |
| ✓ **Descripción Detallada** | ✓ Proponer al directorio de la empresa los planes de mediano y largo plazo<br>✓ Aprobar y poner en práctica los planes tácticos y operativos de la empresa y sus respectivas políticas de corto, mediano y largo plazo.<br>✓ Facilitar la coordinación e interacción con las otras empresas de "La Factoría"<br>✓ Asignar los recursos para el desarrollo de las acciones de la empresa<br>✓ Promover y facilitar el trabajo en equipo, detectando y potenciando talentos al interior de la organización<br>✓ Promover y facilitar el desarrollo de alianzas estratégicas<br>✓ Supervisar los resultados de las acciones y proyectos de la empresa, especialmente los relacionados con el ámbito tecnológico y de mercado<br>✓ Evaluar e informar al directorio sobre la marcha general de la empresa<br>✓ Representar a la empresa judicial y extrajudicialmente.<br>✓ Generar los planes comerciales de corto, mediano y largo plazo.<br>✓ Aprobar y poner en práctica las políticas comerciales de corto, mediano y largo plazo.<br>✓ Desarrollar e idear "News Letters" de comunicaciones hacia los clientes.<br>✓ Supervisar los resultados de las acciones comerciales y proyectos de la empresa, específicamente los relacionados con el potenciamiento comercial de la empresa.<br>✓ Atender eficientemente, las necesidades de servicios tecnológicos de La Factoría Film Group, sus asociados y los clientes internacionales. | |
| **ANÁLISIS DEL CARGO** | | |
| ✓ **Requisitos Intelectuales** | | |
| ✓ **Nivel Educacional** | Título Universitario de una carrera de 5 años o de diez semestres; con experiencia probada en cargos similares. | |
| ✓ **Experiencia** | Experiencia en la formulación, puesta en marcha y operación de negocios relacionados con el sector tecnológico de Internet. | |
| ✓ **Otras Aptitudes** | Capacidad de juicio, analítica, creatividad e iniciativa. Capacidad para formar equipos de trabajo. Conductor y sabedor. Conocedor de herramientas tecnológicas en el ámbito de Internet | |
| ✓ **Responsabilidad** | De la calidad del servicio, de la empresa y sus resultados económicos, administrativos y de mercado. | |
| ✓ **Condiciones de Trabajo** | Oficina equipada, gastos de representación y participación de las utilidades de la empresa. | |
| ✓ **Remuneración** | 600.000 Brutos más un bono por participación en las utilidades de la empresa (7%). | |

## b.2 Análisis y descripción del cargo: Web Master

| DESCRIPCIÓN DEL CARGO | | |
|---|---|---|
| ✓ **Nombre del cargo** | Web Master | ✓ **Nº de puestos: 1** |
| ✓ **Departamento** | Informática | |
| ✓ **Dependencia Directa** | Gerente General | |
| ✓ **Descripción General** | Responsable de la conducción tecnológica de la empresa. | |
| ✓ **Descripción Detallada** | ✓ Proponer e implementar las políticas tecnológicas de la empresa en materias de seguridad y gestión informática.<br>✓ Coordinar las acciones tecnológicas del depto. de informática con los otros deptos. de la empresa.<br>✓ Investigar, seleccionar y proponer a la gerencia general, la implementación de nuevas tecnologías informáticas para la empresa.<br>✓ Responsable de la calidad técnica de los productos y servicios ofrecidos. | |
| | | |
| **ANÁLISIS DEL CARGO** | | |
| ✓ **Requisitos Intelectuales** | | |
| ✓ **Nivel Educacional** | Título Universitario de una carrera de 5 años o de diez semestres, como Ingeniería en Informática o Analista de sistemas. | |
| ✓ **Experiencia** | ✓ Web master de una empresa punto com.<br>✓ Experiencia como mantenedor de servidores y administrados de redes con soporte internet.<br>✓ Conocedor de los siguiente programas y aplicaciones:<br>-Bases de datos relacionales.<br>-Plataforma de e-commerce IBM WebSphere.<br>-Java, html, Dreamweaver, Flash, Cute Ftp Pro<br>-Macromedia Dreamweaver 4.0 o superior.<br>-Macromedia Flash 4.0 o superior<br>-Media 360 | |
| ✓ **Otras Aptitudes** | Capacidad de solución de problemas, proacción y responsabilidad en las labores encomendadas, autonomía. | |
| ✓ **Responsabilidad** | De la operación óptima de la plataforma tecnológica instalada | |
| ✓ **Condiciones de Trabajo** | Oficina equipada | |
| ✓ **Remuneración** | 500.000 Brutos | |
| | | |

## b.5 Análisis y descripción del cargo: Técnico de Soporte

| DESCRIPCIÓN DEL CARGO | | |
|---|---|---|
| ✓ **Nombre del cargo externo** | Técnico de Soporte | ✓ **Nº de puestos: 1** |
| ✓ **Departamento** | Informática | |
| ✓ **Dependencia Directa** | Web Master | |
| ✓ **Descripción General** | Responsable de asistir tecnológicamente al Web Master en temas puntuales y trabajar correlacionadamente con el Depto. de Ventas, para el almacenamiento y posterior gestión tecnológica, de los archivos multimediales. | |
| ✓ **Descripción Detallada** | Digitalizar las imágenes en movimiento de archivos, de las empresas asociadas a La Factoría.<br>Introducir los meta-datas de cada archivo audiovisual y visual que la empresa obtenga a concesión o compre a sus asociados.<br>Velar por el buen funcionamiento de los servidores y plataforma tecnológica de la empresa, Hardware y Software. | |
| | | |
| **ANÁLISIS DEL CARGO** | | |
| ✓ **Requisitos Intelectuales** | | |
| ✓ **Nivel Educacional** | Título Universitario de una carrera de 5 años o de diez semestres, como Ingeniería en Informática o Analista de sistemas. | |
| ✓ **Experiencia** | Web master de una empresa punto com.<br>Experiencia como mantenedor de servidores y administrados de redes con soporte internet.<br>Conocedor de los siguiente programas y aplicaciones:<br>-Bases de datos relacionales.<br>-Plataforma de e-commerce IBM WebSphere.<br>-Java, html, Dreamweaver, Flash, Cute Ftp Pro | |
| ✓ **Otras Aptitudes** | Capacidad de solución de problemas, proacción y responsabilidad en las labores encomendadas, autonomía. | |
| ✓ **Responsabilidad** | De la operación óptima de la plataforma tecnológica instalada | |
| ✓ **Condiciones de Trabajo** | Oficina equipada | |
| ✓ **Remuneración** | $4.444.- por hora de digitalización. | |
| | | |

## *c. Análisis Cuantitativo*

Los cargos descritos anteriormente, y en definitiva la plataforma organizacional de esta empresa tecnológica generará un desembolso mensual del orden del $1.350.000 y de $13.200.000 al año, como se presenta en el siguiente cuadro:

**MANO DE OBRA FIJA**

| ITEM | N° TRAB. | REM. MES | REM. AÑO |
|---|---|---|---|
| Gerente General | 1 | 600.000 | 7.200.000 |
| Sales Executive | 1 | 250.000 | 3.000.000 |
| Web Master | 1 | 500.000 | 6.000.000 |
| | **TOTALES** | **1.350.000** | **13.200.000** |

Nota: Más detalles en anexos

Ahora, el vendedor tecnológico y el gerente general, recibirán un bono directamente relacionado con su desempeño y gestión, recibirá un 2% de los ingresos que genere la empresa; el gerente general por su parte recibirá también un bono equivalente al 7% de las Utilidades netas que genere la empresa, como a continuación se presenta:

**MANO DE OBRA VARIABLE**

| AÑOS | INGRESOS | Bono Sales Ex. | Utilidad Neta | Bono Gte. Gral. | Costo |
|---|---|---|---|---|---|
| | | 2% de Ingresos | | 7% de Ut. Neta | Digitalizador |
| **2004** | 111.221.184 | **2.224.424** | 20.721.694 | **1.450.519** | 2.666.400 |
| **2005** | 119.006.667 | **2.380.133** | 23.557.542 | **1.649.028** | 2.853.048 |
| **2006** | 127.337.133 | **2.546.743** | 25.189.193 | **1.763.243** | 3.052.761 |
| **2007** | 136.250.733 | **2.725.015** | - 86.561.801 | **-** | 3.266.455 |
| **2008** | 145.788.284 | **2.915.766** | 35.429.202 | **2.480.044** | 3.495.106 |

Más detalles en anexos

## 1.4 Estudio de Ingeniería y Contenido

## a. Modelo de Análisis Perfil Comunicacional sitios

A continuación se presenta el modelo de análisis de un sitio Web, en términos de su interactividad, personalización, multimedialidad, hipertextualidad, actualización, abundancia y mediación, conceptos fundamentales a tener en cuenta para montar un negocio en Internet:

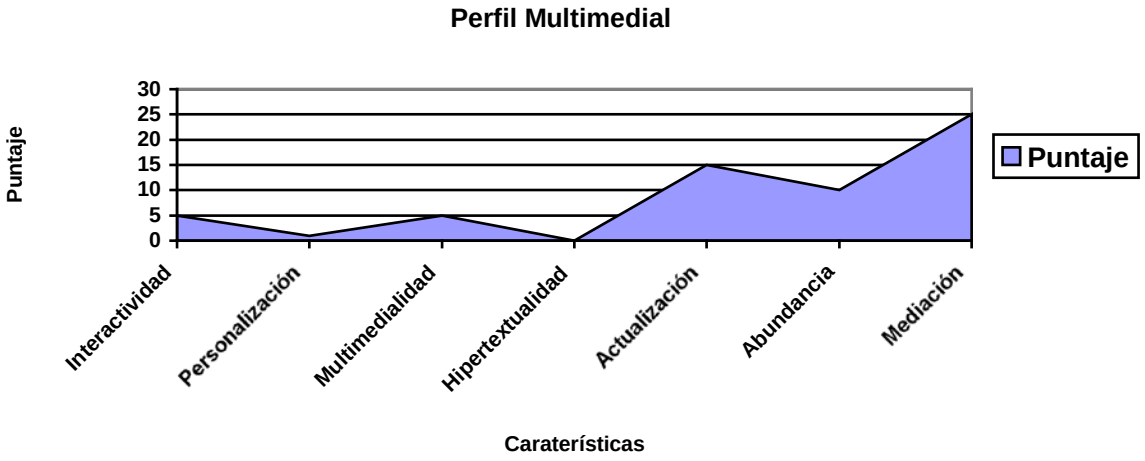
**Cuadro Nº**
**Modelo de Análisis Website**

| HOY | ANTES |
|---|---|
| -Interactividad (Difusión Bilateral) | -Unidireccionalidad |
| -Personalización (Targets) | -Unitematización (Carácter masivo) |
| -Multimedialidad ( Convergencia) | -Unidimensionalidad (Formato Cerrado) |
| -Hipertextualidad (Nodos – Enlaces) | -Linealidad (Secuencial) |
| -Actualización (On Line) | -Desfasealización (Temporal) |
| -Abundancia | -Limitación (Tiempo Espacio) |
| -Mediación | |

Lo anterior puede ejemplificarse como sigue:

| Nº | Item | Contenido Website |
|---|---|---|
| **1** | Interactividad | Buscador de palabras (Factoría A-Z) |
| **2** | Personalización | Free email. Iconografía en relación al navegante |
| **3** | Multimedialidad | Posibilidad de ver fotos y comerciales |
| **4** | Hipertextualidad | Cantidad de links dentro del sitio |
| **5** | Actualización | Fecha de última actualización. Sitio actualizado al 31/05/02 |
| **6** | Abundancia | Todo debe estar accesible desde la página de inicio |
| **7** | Mediación | Mail de contacto y scroll con todos los temas |

Con lo anterior analizado es posible realizar un perfil multimedial del sitio, evaluando y calificando en escala de 1 a 25, como a continuación se expone:




Así, se podrá lograr una coherencia en tres aspectos:

1. **Fenomenológica**: Coincidencia entre las características de la audiencia y los contenidos esenciales del mensaje

2. **Retórica**: Coincidencia entre la intención comunicativa del mensaje y la expectativa del receptor.

3. **Persuasiva:** Equilibrio entre el mensaje y el contexto sociocultural

## a.1 Análisis Situación deseada sitio www.filmenchile.cl

El Perfil Ideal del Website www.filmenchile.cl es:

- ✓ Mercado: Su mercado, debe ser internacional, en el sentido de que el dominio siguiere venir a filmar en Chile.
- ✓ Modelo de negocios: Site de apoyo a la filmación Chilena
- ✓ Objetivo: Promover Chile en términos de:
  -Locaciones (Fotografías)
  -Capacidades de apoyo a la filmación

- ✓ Potenciar y promover Chile respecto de:
  -Sus bajos costos de filmación
  -Estabilidad político económica
  -Apoyo estatal
  -Capacidades creativas y experiencia

Por lo tanto toda la información debe ir direccionada al mercado internacional y los links o conexiones deben ser desde un sitio Chileno a otros sitios Chilenos.

### i. Perfil Comunicacional

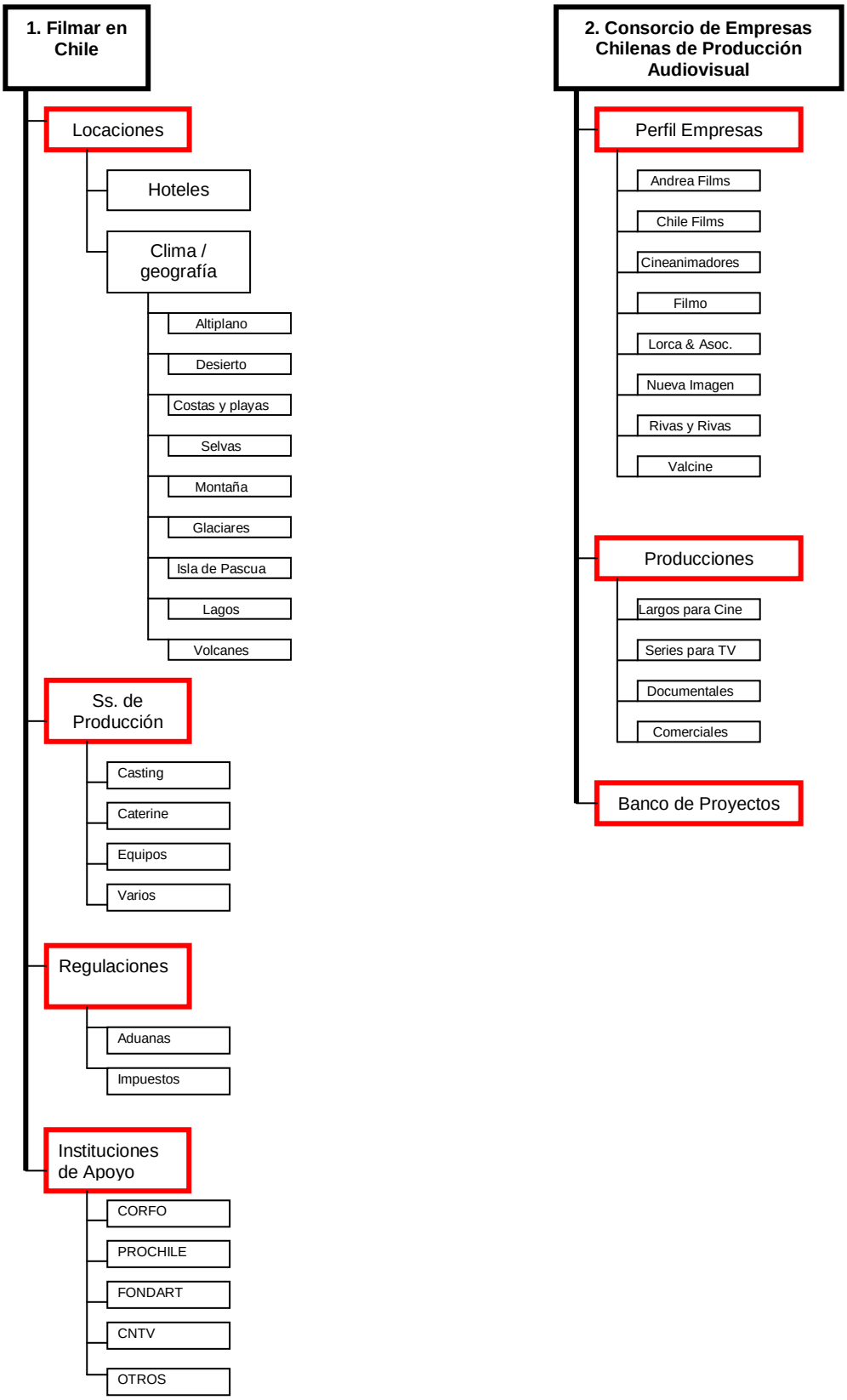
| Intención Comunicativa | Características de la Audiencia | Necesidades de la audiencia |
|---|---|---|
| -Potenciar la filmación en Chile | Red de coproducción asociada y no asociada | -Búsqueda de locaciones adecuadas |
| -Desarrollar el mercado audiovisual Chileno | Red de coproducción asociada y no asociada | -Contar con productoras, y empresas de apoyo a la filmación apropiadas. |
| -Publicitar Chile, como un país seguro financieramente, con legislación clara para el desarrollo de negocios y con una estabilidad político económica ad-hoc. | Red de coproducción asociada y no asociada | -Mercado seguro para invertir, creativo y de precios competitivos, con diversidad de locaciones naturales, climas y paisajes. |

Se propone una iconografía cinematográfica, con un Chile presentado de manera globalizada.

### ii. Situación esperada Barra de Navegación

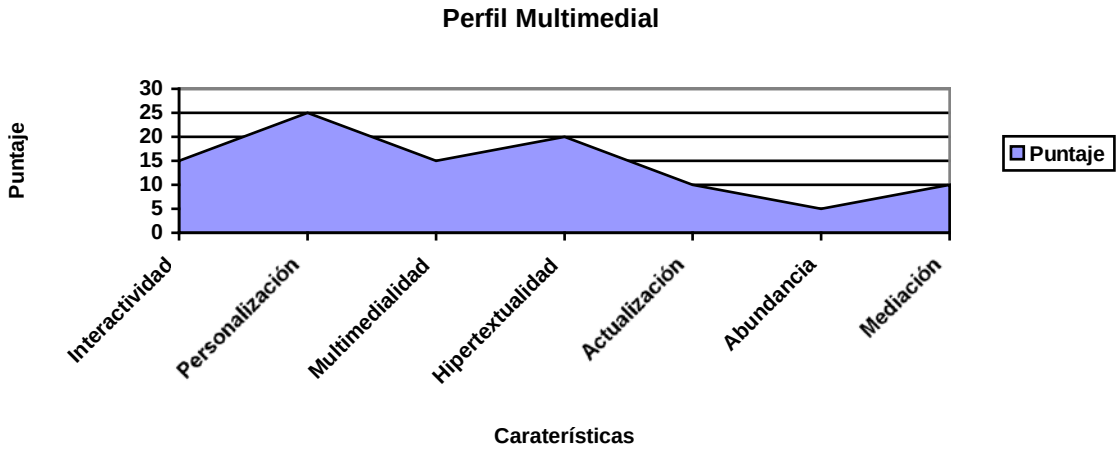
La estructura propuesta será de tipo ramificada, lo que implica que se induce al usuario, a realizar una lectura secuencial, y a la vez amplía la interactividad incorporando las dimensiones lúdicas en los nodos subordinados.

## *LAYOUT*


1. Filmar en Chile
Locaciones
Hoteles
Clima / geografía
Altiplano
Desierto
Costas y playas
Selvas
Montaña
Glaciares
Isla de Pascua
Lagos
Volcanes
Ss. de Producción
Casting
Caterine
Equipos
Varios
Regulaciones
Aduanas
Impuestos
Instituciones de Apoyo
CORFO
PROCHILE
FONDART
CNTV
OTROS
2. Consorcio de Empresas Chilenas de Producción Audiovisual
Perfil Empresas
Andrea Films
Chile Films
Cineanimadores
Filmo
Lorca & Asoc.
Nueva Imagen
Rivas y Rivas
Valcine
Producciones
Largos para Cine
Series para TV
Documentales
Comerciales
Banco de Proyectos

## iii. Perfil del Sitio

| Concepto | Aplicación | Puntaje |
|---|---|---|
| Interactividad | Buscador interno de palabras | 15 |
| Personalización | Textos de bienvenida a un lugar ameno, cordial y amistoso. | 25 |
| Multimedialidad | Ver fotos y videos de baja resolución de Chile | 15 |
| Hipertextualidad | Links dentro del site a fotos y sitios | 20 |
| Actualización | Fecha de actualización<br>Sitio actualizado al .....<br>New: Ultimas fotos..... | 10 |
| Abundancia | Resaltar la cantidad de visitas al sitio para resaltar que Chile es un país buscado coproducciones. Transmitir el bajo costo de filmar en Chile | 5 |
| Mediación | Formulario de contáctenos. Transmitir la existencia de ejecutivos que lo orientarán en la búsqueda gratuitamente. Dar fonos y nombres de contacto. | 15 |




## iv. Lenguaje y programación recomendada

En cuatro, de los 5 módulos propuestos, se recomienda utilizar el lenguaje html, por el nivel de actualización y renovación de contenidos que deberá tener el website.

Sólo el módulo de locaciones será en Flash 5.0 o superior, pues esta herramienta permite potenciar en términos de animación las cualidades de Chile como locación ideal para filmar.

**b Análisis Situación deseada www.factoria.cl**

El nuevo portal que se pretende crear, tiene diversas aplicaciones y mercados objetivos, por lo que deberá contener al menos cuatro ambientes que son:

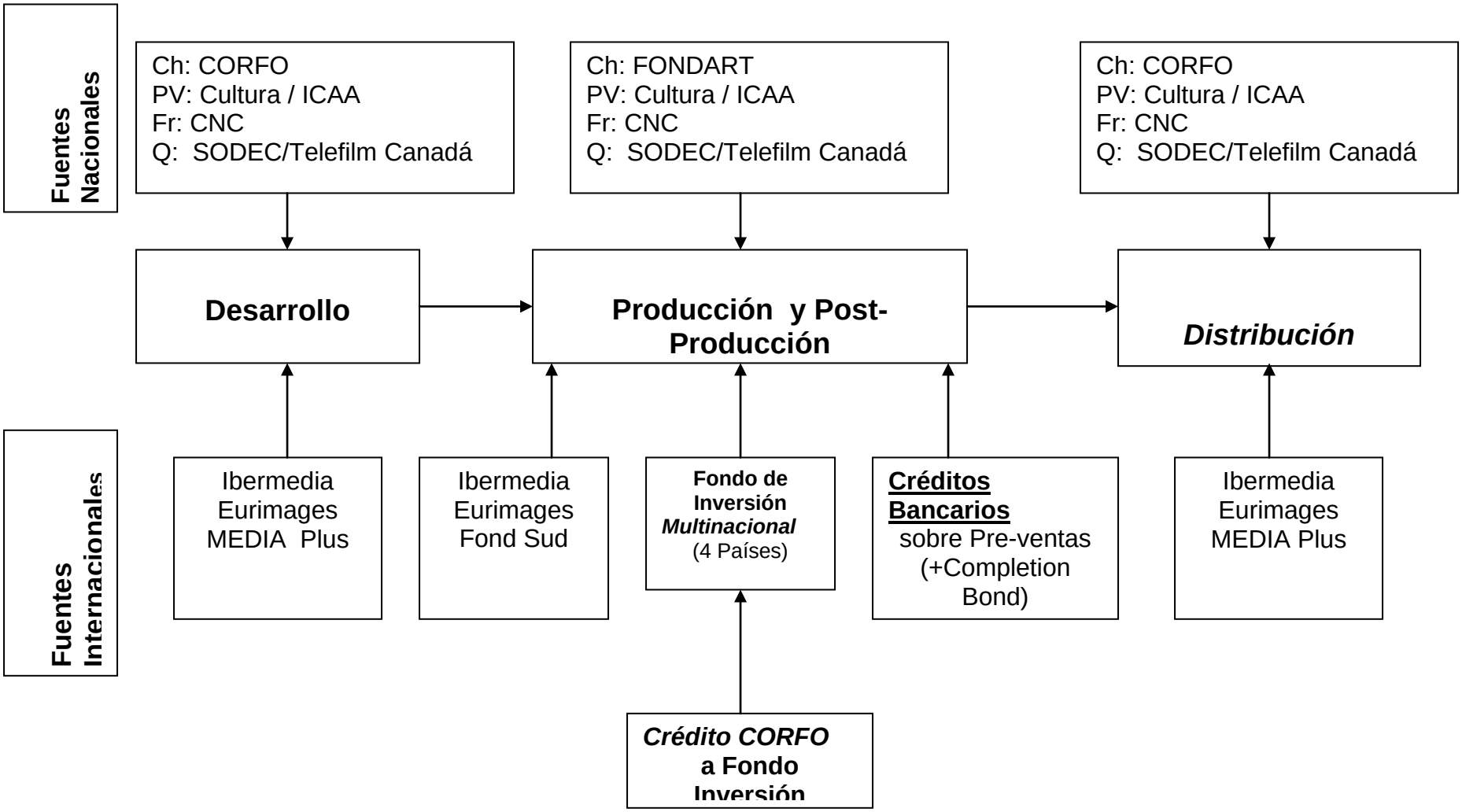
1.Stock Footage
2. Courrier Virtual
3. Plataforma de Teletrabajo
4. Diseño y Administración de Websites

Estas aplicaciones serán desarrolladas en una plataforma IBM de Comercio Electrónico, que más adelante se detalla. El sitio www.filmenchile.cl ya fue analizado comunicacionalmente por tanto ahora analizaremos el desarrollo de la sección de e-Business de La Factoría.

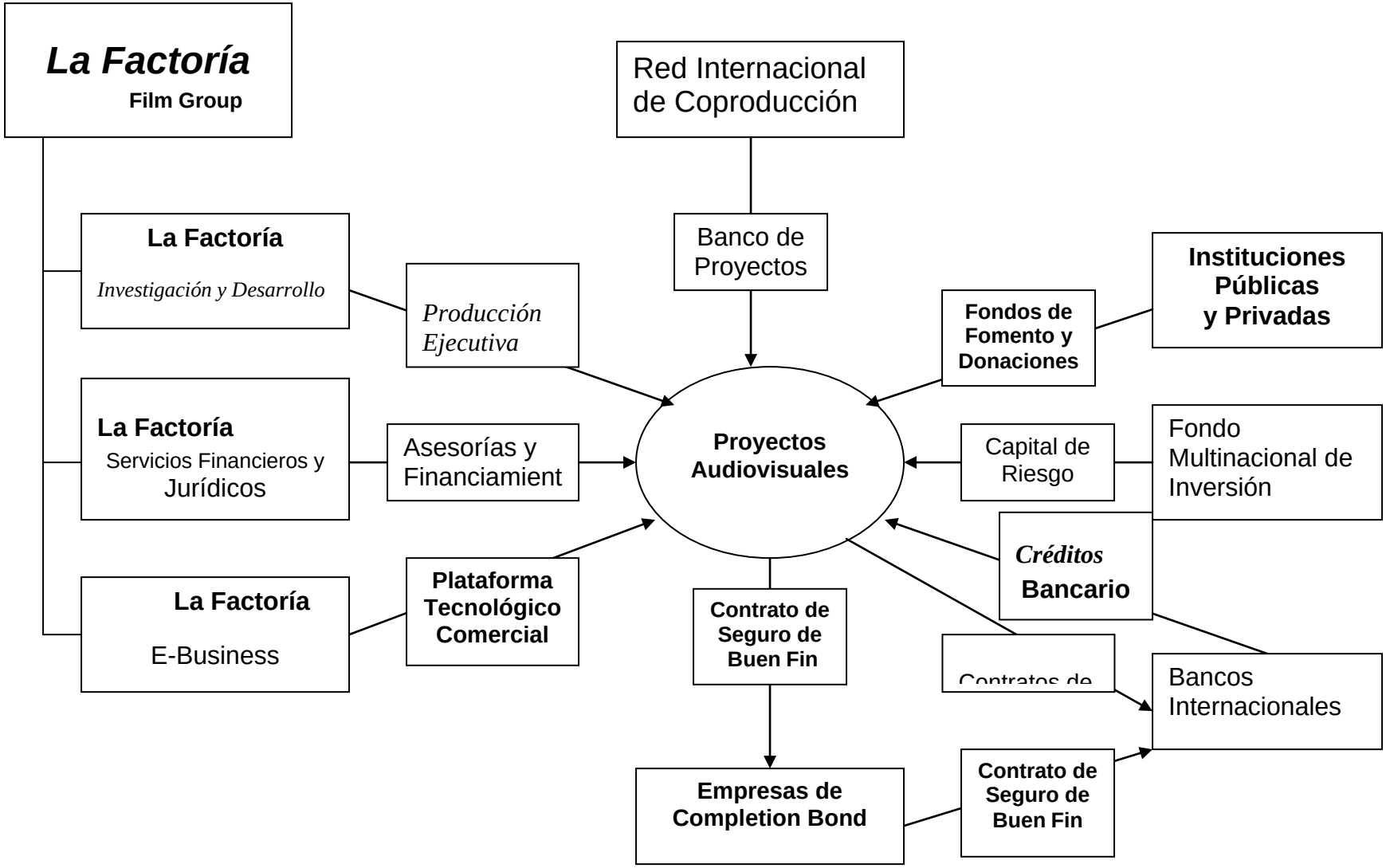
| Intención Comunicativa | Características de la Audiencia | Necesidades de la audiencia |
|---|---|---|
| ***1. STOCK FOOTAGE*** | | |
| -Ambiente audiovisual tecnológico de e-Business<br>-Servicios de mensajería mundial | -Demandante de imágenes audiovisuales de archivo ocal e internacional | -Búsqueda de imágenes prefilmadas con temas de Chile. |
| ***2. COURRIER VIRTUAL*** | | |
| -Rapidez, eficiencia, calidad, bajo costo. | -Productoras locales que deseen enviar archivos al exterior. | -Evitar cargas tributarias de exportaciones de audiovisuales |
| ***3. PLATAFORMA DE TELETRABAJO*** | | |
| -Network Local, optimización de tiempos y en línea las 24 horas. | -Productoras asociadas a La Factoría | -Desarrollar y administrar negocios con La Factoría |
| ***4. DISEÑO Y ADMINISTRACIÓN DE WEBSITES*** | | |
| -Experiencia en desarrollo de sitios web para el sector audiovisual | -Productoras de cine locales | -Desarrollo de sitios web especializados para películas y productoras |

## i. FUENTES DE FINANCIAMIENTO DE PROYECTOS DE COPRODUCCIÓN

**(Chile – País Vasco – Francia – Québec)**



## ii. Modelo de Negocios la Factoría



# iii. Áreas y Líneas de Negocios

| Áreas de Negocios | Líneas de Negocios | Mercado Objetivo |
|---|---|---|
| **Investigación y Desarrollo** | 1. Inteligencia de Mercado<br>(Información Comercial e Industrial)<br>2. Desarrollo del Proyecto<br>(Desarrollo del Guión, Diseño de la Producción, Negociación con Proveedores, Búsqueda de Coproductores)<br>3. Pre-Distribución<br>Pre-Ventas a Canales de TV, Distribuidores y Agentes de Venta.<br>4. Producción Ejecutiva en la Red de Coproducción<br>Seguimiento del Proyecto en la relación con los coproductores | • Instituciones Públicas y Privadas (1)<br>• Canales de TV (1)<br>• Distribuidores (1)<br>• Fondos de Inversión (1)<br>• Productores Audiovisuales (1 a 4) |
| **Servicios Financieros y Jurídicos** | 1. Formulación de Proyectos para Fondos Concursables<br>2. Asesoría Jurídica y Tributaria a los Proyectos<br>3. Asesoría Financiera a los Proyectos<br>4. Postulación de Proyectos a Fondos de Inversión<br>5. Postulación de Proyectos a Créditos Bancarios<br>6. Representación ante empresas de Completion Bond<br>7. Gestión de Proyectos Asociativos (Profos) | • Productores Audiovisuales (1 a 7)<br>• Instituciones Públicas y Privadas (7) |
| **E- Business** | 1. Digitalización de Archivos Audiovisuales con metadata<br>• Venta de Servicio de recuperación de archivos. | |

| | | |
|---|---|---|
| | • Stock Footage<br><br>2. Plataforma de Promoción<br>Administración de www.filmenchile.cl y www.factoria.cl<br><br>3. Plataforma de Teletrabajo<br>(Media 360)<br>4. Plataforma de Recursos<br>• Banco de Imágenes<br>• Banco de Proyectos<br>• Base de Datos | • Agencias de Publicidad (1)<br><br>• Instituciones (1)<br><br>• Productores Audiovisuales (1 a 4) |

## iv. Red de Alianzas y Proveedores del Modelo de Negocios La Factoría

| Área | Aliados / Proveedores | Objetivo |
|---|---|---|
| **Investigación y Desarrollo** | Red Internacional de Coproducción:<br>• País Vasco<br>• Francia<br>• Québec<br>• Italia<br>• Japón<br>• Hong Kong<br>• Alemania | Coproducciones → Pre-ventas |
| | SODEC | Transferencia Tecnológica de Gestión |
| | Fundación Eurochile | Puente con Programa MEDIA de la Unión Europea |
| | CEPRI | Apoyo al Desarrollo de Proyectos |
| | ASEXMA | Apoyo al Desarrollo de Proyectos |
| | Agentes Internacional de Ventas<br>(Por encontrar) | Contratos de Pre-Venta (Pre-Distribución) |

| | | |
|---|---|---|
| **Servicios Financieros y Jurídicos** | Bancos Internacionales<br>(Ej. COMERICA) | Créditos a la Producción mediante Pre-Ventas y Completion Bond |
| | Empresas de Financiamiento<br>(Ej. Wincom de Peter Anshin) | Alianza Comercial para empaquetamiento de proyectos<br>Transferencia Tecnológica de Gestión |
| | Fondos de Capital de Riesgo:<br>FIDEC (Québec)<br>SGECR (País Vasco)<br>Emprendedores (Chile)<br>Fundación Eurochile (Chile)<br>CEPRI (Chile) | Participación en Fondo Multinacional de Inversión |
| | Empresas Jurídicas<br>• Ecija (España)<br>• Aylwin (Chile) | Convenio de Asesorías Jurídicas |

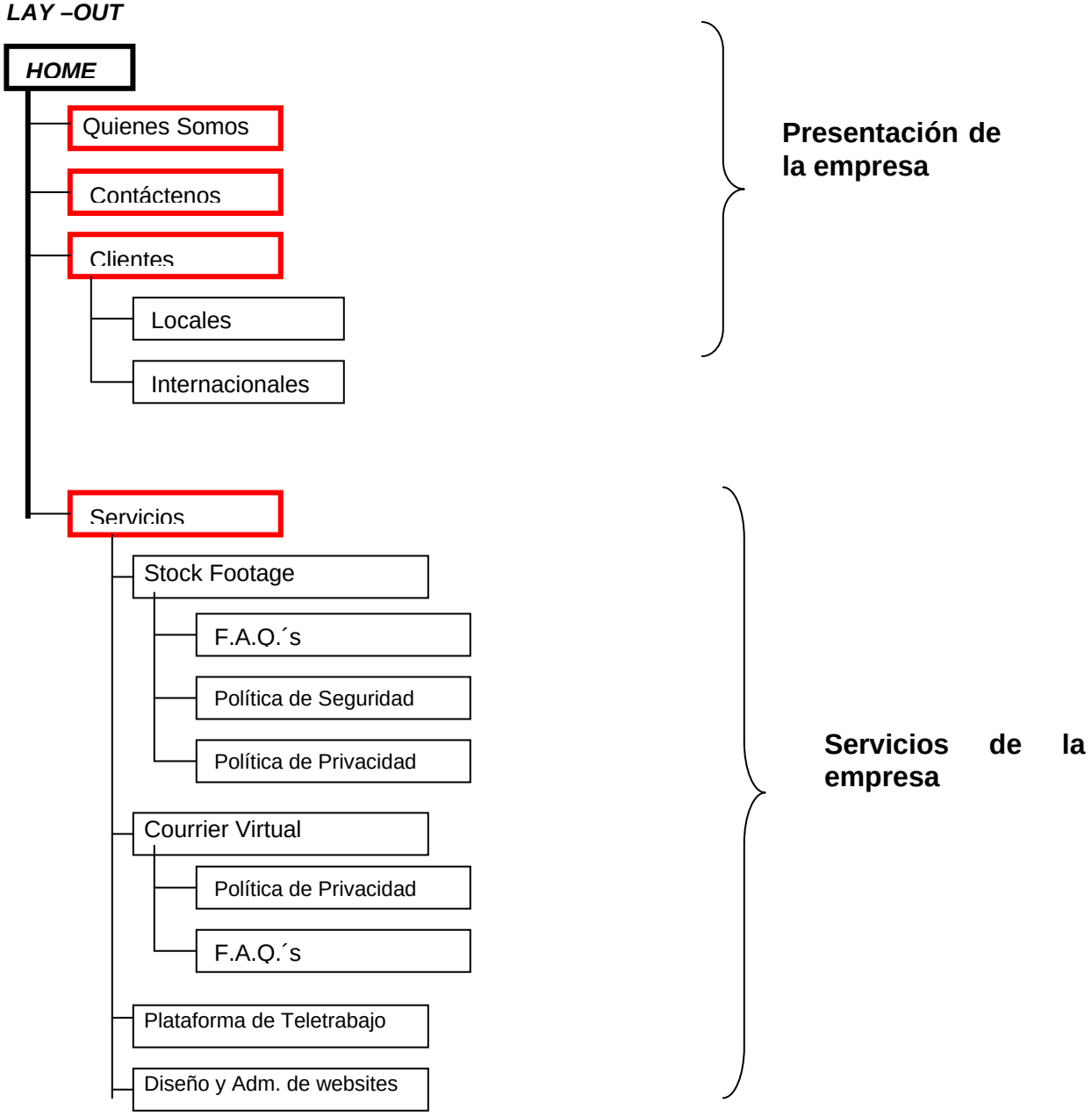
| | | |
|---|---|---|
| **E- Business** | • Canales de TV<br>• Productores de documentales sobre Chile (Nuño, Gedda, López) | Venta internacional de Stock Footage sobre Chile |
| | Propietario de MEDIA 360 | Venta del MEDIA 360 a consorcios y Canales de TV |

## v. Estructura de navegación del Sitio

### Website La Factoría

La estructura propuesta es de tipo lineal, que si bien es cierto constriñe la interactividad, pero el posible visitante del sitio, es informado de todo el proceso gráficamente, de tal forma de entregar transparencia y agilidad en la gestión.

***LAY –OUT***



## c. Política de Privacidad
## c.1 PRIVACIDAD "STOCK FOOTAGE"

**PRIMERO: MATERIAL** El material contenido en este portal de Internet, es de propiedad de "La Factoría Film Group" y esta protegido bajo las leyes de derecho de autor (Decreto supremo Nº 1.150 de 1980 del Ministerio de Interior de Chile Capitulo III; Ley 17.336 sobre propiedad Intelectual) y otras leyes chilenas y bajo convenciones internacionales. Los derechos sobre el material contenido en este portal, accesados y comprados bajo la Modalidad "Stock Footage", incluyendo, pero no limitándose a, textos, arte, fotografías, audio y elementos visuales, son propiedad de los asociados a "La Factoría Film Group" y han sido entregados en calidad de concesión para su explotación comercial.

**SEGUNDO: PRODUCTOS.** Los productos que se ofrecen en este portal son: Plataforma de Teletrabajo; Courrier Virtual y Venta de Imágenes (Stock Footage).
**La Plataforma de Tele trabajo,** consiste en un espacio virtual dentro de este portal que será habilitado a los asociados a La Factoría para potenciar su actual negocio en el sentido de acceder a mejores contenidos, hacer un seguimiento en línea de los proyectos de co-producciones internacionales, video conferencias, comunicados, tele trabajo, entre otros. Todos estos servicios serán habilitados toda vez que el Asociado se encuentre al día en sus cuotas. Cada asociado será poseedor de un Login y una Password para acceder a un ambiente privado del sitio.
El **Courrier Virtual,** consiste en el envío a través de servidor de archivos multimediales en alta resolución.
**Venta de Imágenes** o Stock Footage, consiste en la comercialización de imágenes en movimiento que los asociados a "La Factoría Film Group" entregan en concesión para su venta a clientes nacionales o internacionales.

**TERCERO: PRECIOS** El acceso al Portal, la búsqueda de archivos audiovisuales y su visualización por medio de Streaming es gratuita, condicionado a la aceptación y cumplimiento de las Condiciones Generales, a excepción del acceso y uso del Portal para los Asociados a la Factoría Film Group (Tele trabajo), el Stock Footage y el Courrier Virtual.
La utilización del Portal de Socios, otorga a la persona que lo utiliza el carácter de Suscriptor del Portal de Socios e implica la aceptación plena del Suscriptor al Contrato de Suscripción. Esta aceptación se entenderá otorgada desde el momento en que el Suscriptor accede al Portal de Socios.
**Tele trabajo: 2 U.F. mes**
**Stock Footage: Según necesidad**
**Courrier Virtual: US$30 por envío.**

**CUARTO: PORTAL**
La Factoría Film Group, pone a disposición de sus asociados una plataforma tecnológica de desarrollo de negocios en materias de producción ejecutiva de proyectos de coproducciones.
El **Portal de Socios (Tele trabajo)** permite al asociado, acceder y utilizar materiales ofrecidos por el Portal de Socios, y por otros terceros proveedores de materiales (en adelante, todos estos materiales serán referidos como los "Materiales").

Los **Materiales** incluyen toda imagen, texto, gráfico, dibujo, archivo de sonido o imagen en movimiento, fotografía, grabación, programa de computación y, en general, cualquier clase de material o contenido, debiendo interpretarse estas expresiones en su más amplio sentido.

Los Materiales seleccionados **(Stock Footage)** por "La Factoría Film Group", provienen de fuentes que se estiman confiables y son recibidos por esta en calidad de concesión, para su posterior venta y/o explotación comercial. Sin embargo, "La Factoría Film Group" no siempre puede verificar la confiabilidad de dichos Materiales y no puede verificar los Materiales seleccionados por terceros proveedores. Es responsabilidad del asociado el análisis, verificación e interpretación de los Materiales audiovisuales de archivo para la venta.

El envío de material audiovisual **(Courrier Virtual)** considera la habilitación de un Login y un password en el mismo portal para ser bajados por el cliente a través de la Web, en tiempo real y en calidad digital, previo pago por el cliente en origen o destino.
La Factoría Film Group, podrá modificar en cualquier momento y sin previo aviso, la presentación y configuración del Portal de Socios, así como el portal en general y las condiciones para acceder a este. "La Factoría Film Group", podrá modificar o eliminar, en cualquier momento, sin expresión de causa y sin previo aviso los Servicios y/o Materiales ofrecidos en el Portal de Socios y las condiciones para acceder y utilizar estos Servicios y/o Materiales.

**QUINTO: LIMITACIONES DE USO PARA EL SUSCRIPTOR**
El contenido del Portal puede ser accesado, visto, o usado, por un por un internauta normal, sin previa inscripción, o por un suscriptor registrado con sus cuotas al día. El Suscriptor o asociado, sólo tiene permitido ver y/o revisar el contenido del portal, y su uso se limita a propósitos comerciales. El contenido del portal no podrá ser reproducido, distribuido, transmitido, modificado, adaptado, exhibido (incluyendo adaptaciones), publicado o comercializado, sin el previo consentimiento escrito de "La Factoría Film Group" y sus asociados.

Cualquier uso malicioso del sitio anteriormente descrito, esta estrictamente prohibido, y puede ser causa inmediata de la revocación del derecho a acceder al servicio pagado, como también de la aplicación de penas civiles o criminales. Igualmente, el préstamo de la clave de usuario a individuos no suscritos, o hacer disponible a terceros el servicio de suscripción pagado está estrictamente

prohibido, y puede causar al Suscriptor participante en estas actividades, la inmediata cancelación del acceso al servicio de suscripción pagado; y al Suscriptor y a cualquier tercero involucrado, podrán aplicárseles las penas civiles o criminales correspondientes bajo las leyes del derecho de autor u otras leyes vigentes.

**SEXTO: DURACIÓN Y TERMINACIÓN**

La prestación del servicio de Portal de Socios para tele trabajo y de los demás Servicios, como producción ejecutiva para co-producciones internacionales, tiene duración de un año a partir de la fecha de cancelación del pago de suscripción al Portal de Socios. La Factoría Film Group, podrá unilateralmente y sin aviso previo, dar por terminada, suspender o interrumpir la prestación del servicio de Portal de Socios o de algunos o todos los demás Servicios, al cabo de un año después del pago de la suscripción al Portal de Socios. Sin perjuicio de lo anterior, el Suscriptor podrá renovar su suscripción efectuando el pago correspondiente según las tarifas vigentes al momento de efectuar la renovación. La renovación de suscripción otorga un año de suscripción a partir de la fecha de la cancelación del pago de la renovación de suscripción.

## c.3 Frecuency Asked Questions

**1. ¿Tiene algún costo la búsqueda de archivos audiovisuales?**

No, el proceso de búsqueda de archivos audiovisuales no tiene ningún costo.

Para realizar una búsqueda, haga clic aquí o llámenos al 56-2-6343524 un ejecutivo lo atenderá.

**2. ¿Cuál es el costo por cada segundo de video comprado?**

El costo en el que debe incurrir es: Una vez encontrado el archivo y visualizado por streaming en baja resolución, deberá adjuntar la selección audiovisual al carro de compra, que arrojará automáticamente el precio, el que podrá comprar "on line" a través de una tarjeta de crédito. Si no está de acuerdo con el precio puede abortar la compra en esta etapa.

Si se realiza la compra, se le habilitará un Login y una Password para que pueda bajar desde nuestros servidores, los archivos originales, en alta resolución. El precio está relacionado con la duración del archivo comprado.

**3. ¿Puedo previsualizar un shot en línea?**

Si, es posible visualizar un Shot en línea por "Streaming" previa búsqueda. A través de nuestra plataforma podrá acceder y visualizar los archivos

**4. ¿Al adquirir imágenes de archivo, se adquieren los derechos?**

El precio pagado por las imágenes de archivo, incluye el uso ilimitado de la licencia, en un mercado especifico durante un periodo de un año. Sin embargo, deberá cancelar nuevamente si decide usar la misma selección de imágenes audiovisuales o más de una vez de una misma producción, o exhibición en más de un mercado o si desea licenciar las imágenes perpetuamente. Si desea saber más información, visite nuestra lista de Precios de Servicios. Para recibir la validación de su "Stock Footage" solo debe pagar el costo de su licencia.

Si usted desea una copia física del archivo audiovisual, deberá cancelar un adicional equivalente al costo del "tape" más los costos de envío.

**5. ¿Cómo puedo ordenar una selección audiovisual desde el sitio Web?**

Ud., a través de nuestro sitio Web podrá realizar una búsqueda, seleccionar y comprar en línea trozos de un audiovisual de archivo (Stock Footage). Con solo ingresar su número de tarjeta e inscribirse podrá adquirir en tiempo real su Stock Footage.

**6. ¿Cómo funciona el pago?**

Los términos y condiciones del pago se activan con la aceptación por parte del sistema a través de la tarjeta American Express, Master Card, Visa y otros.

### c.4 Links más importantes

Los links que deberá contener el sitio Web propuesto para “La Factoría”, deberán poseer un enfoque informativo a nivel local, es decir presentar toda aquella información que la factoría Film Group no puede procesar pero sí linkear como a continuación se presenta:

1. http://www.santiagotimes.cl/news/
2. http://www.chip.cl/tours/index.html
3. http://www.chiptravel.cl/chile101/
4. http://www.chiptravel.cl/region/norte_grande/
5. http://www.azimut.cl/
6. http://www.businesschile.cl/sectors/media.htm
7. http://www.emol.com

## 1.5 Estudio de los Ingresos del Proyecto

El proyecto de desarrollo electrónico "La Factoría e-Business" posee seis formas de financiamiento, orientadas como servicios a tres tipos de clientes o mercados, estos son:

1. **Los Asociados a la Factoría Film Group:** Los servicios ofrecidos son Digitalización de Archivos Mediales, Courrier Virtual, Plataforma de Tele trabajo.

**Digitalización de Archivos Mediales:** Precio 1 U.F. . Cantidad de Archivos Ofrecidos al año 1.200, lo que corresponde a cien por mes. Los eventuales contratantes de este servicio son: Nueva Imagen, Sergio Nuño, empresas de cine productoras y agencias que posean archivos audiovisuales que deseen digitalizar y vaciarlas en un sistema de administración inteligente que ofrece el M360+Virage.

**Courrier Virtual:** Este servicio de envío de archivos multimediales a través del servidor, considera un precio menor al envío por un Courrier tradicional, además se consideran, a modo de proyección económica, diez envíos en un mes.

**Plataforma de Tele Trabajo**: El precio cobrado a los asociados a La Factoría por utilizar esta plataforma de gestión electrónica posee un componente fijo y un componente variable. El componente fijo tiene un precio de 2 U.F por mes a los ocho asociados de la Factoría, por doce meses cada uno. El componente variable tiene un costo de U.F. 1 por mes.

2. **Empresas internacionales y/o locales** que requieran Stock Footage, compradas a través de la Web.

**Stock Footage:** El precio de venta promedio de mercado en Chile del Stock Footage es de US$3.679 por minuto de video, considerando una venta anual de 35 minutos, el proyecto se rentabiliza.

En el presente cuadro se detallan los ingresos del proyecto:

| nº | Producto | U. de Medida | Periodicidad | Precio | Cantidad | Total |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Digitalización | U.F./archivo | Vez | 1 | 1.200 | 19.617.600 |
| 2 | Stock Footage | U$/minutos | Vez | 3.679 | 37 | 95.149.977 |
| 3 | Courrier Virtual | Dólares por vez | Vez | 45 | 120 | 3.774.600 |
| 4 | P. de Teletrabajo Fijo | U.F./mes | Mes | 2 | 72 | 2.354.112 |
| 5 | P. de Teletrabajo Variable | U.F./mes | Mes | 1 | 12 | 196.176 |
| | | | TOTALES | | | 121.092.465 |

## 1.6 Estudio de los Egresos del Proyecto

Este, se constituye en uno de los principales ITEMS de los Costos de operación del Proyecto Empresa La Factoría E-Business.

El **proceso productivo** definido en este caso, dice relación principalmente por la capacidad de la **mano de obra** contratada, se encuentra altamente tecnologizado, la importancia relativa del costo de la mano de obra resulta considerable pues requiere personal especializado tanto en áreas de tecnologías duras (manejo de equipos), como en tecnologías de gestión (blandas). Entendiéndose por esta última, como la tecnología de gestión operativa, administrativa, comercial, de ventas, etc.

El resumen de costos mensuales y anuales de mano de obra, se presenta a continuación:

**MANO DE OBRA FIJA**

| ITEM | N° TRAB. | REM. MES | REM. AÑO |
|---|---|---|---|
| **Gerente General** | 1 | 600.000 | 7.200.000 |
| **Sales Executive** | 1 | 250.000 | 3.000.000 |
| **Web Master** | 1 | 500.000 | 6.000.000 |
| **TOTALES** | | 1.350.000 | 13.200.000 |

**MANO DE OBRA VARIABLE**

| AÑOS | INGRESOS | Bono Sales Ex. 2% de Ingresos | Utilidad Neta | Bono Gte. Gral. 7% de Ut. Neta | Costo Digitalizador |
|---|---|---|---|---|---|
| **2004** | 121.092.465 | 2.421.849 | 14.933.214 | 1.045.325 | 2.666.400 |
| **2005** | 129.568.938 | 2.591.379 | 19.292.087 | 1.350.446 | 2.853.048 |
| **2006** | 138.638.763 | 2.772.775 | 20.626.190 | 1.443.833 | 3.052.761 |
| **2007** | 148.343.477 | 2.966.870 | 23.656.316 | 1.655.942 | 3.266.455 |
| **2008** | 158.727.520 | 3.174.550 | 35.798.630 | 2.505.904 | 3.495.106 |

Los Gatos de Operación:

| ITEM | U. MEDIDA | C.U. | C.T. AÑO |
|---|---|---|---|
| **Art. de oficina** | **$ / mes** | 100.000 | 1.200.000 |
| **Luz, Agua** | **$ / mes** | 30.000 | 360.000 |
| **Teléfono** | **$ / mes** | 200.000 | 2.400.000 |
| **Asesoría Contable** | **$ / mes** | 100.000 | 1.200.000 |
| **Instalación Internet e-money** | **$ / vez** | 131.336 | 131.336 |
| **Internet e-money** | **$ / mes** | 295.506 | 3.546.072 |
| **Arriendo Oficina** | **$ / mes** | 200.000 | 2.400.000 |
| **Totales** | | 1.056.842 | 11.237.408 |

**Unidad Fomento 13/09/02** 16.417

Planilla de Depreciación y re-inversiones:

| ITEM | VIDA ÚTIL | C. Total | DEP. AÑO | DEP. ACUM | VALOR RES | R.I. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **PC Edición** | 3 | 1.500.000 | 500.000 | 1.500.000 | 1.000.000 | Si |
| **Servidor Web** | 3 | 2.000.000 | 666.667 | 2.000.000 | 666.667 | Si |
| **Fax** | 5 | 120.000 | 24.000 | 120.000 | - | No |
| **PC** | 5 | 3.500.000 | 700.000 | 3.500.000 | - | No |
| **Mobiliario** | 5 | 2.280.000 | 456.000 | 2.280.000 | - | No |
| **Totales** | | 7.120.000 | 1.655.000 | 8.275.000 | 1.666.667 | |

De acuerdo a la capacidad de almacenamiento actual de la Factoría el costo de almacenamiento de 1GB es de US$11.8.-

**Cuadro Nº9**
**Cálculo del Costo de Almacenamiento**

| ITEM | Cto. Unit. (US$) | Cantidad Unidades | Total (US$) | GB de Almacenam. | Costo por 1 GB (US$) |
|---|---|---|---|---|---|
| 1. Servidor IBM | 4.300 | 1 | 4.300 | - | - |
| 2. Discos Duros | 425 | 4 | 1.700 | 144 | 11,8 |
| Total | | | 6.000 | 144 | 12 |

El costo de Almacenamiento Housing de 1 GB es de 0.5 UF aprox.

## 1.7 Estudio de Inversiones

Las inversiones requeridas para la implementación del proyecto empresa La Factoría E-Business son:

a.- Inversión en Activos Fijos
  a.1.- Máquinas y Equipos
  a.2.- Mobiliario

b.- Inversión en Activos Intangibles
  b.1- Capital de Trabajo
  b.2- Publicidad

### a.- Inversiones en Activos Fijos

Estas Inversiones son todas aquellas que se realizan en los bienes tangibles que se utilizarán en el proceso de transformación de los insumos o que sirvan de apoyo a la operación normal del proyecto empresa Factoría E-Business, entre ellas encontramos las siguientes:

#### a.1- Máquinas y Equipos

La inversión en este ítem asciende a $45.304.000.-

| ITEM | | CANT. | C.U. | TOTAL |
|---|---|---|---|---|
| **PC de Edición de Archivos Multimediales** | $ | 1,00 | 1.500.000 | 1.500.000 |
| **Servidor Web IBM** | | 1,00 | 2.000.000 | 2.000.000 |
| **Plataforma IBM e-Commerce** | | 1,00 | 490.000 | 490.000 |
| **Fax Brother Mlo. 275** | | 1,00 | 120.000 | 120000 |
| **Computadores Personales** | | 7,00 | 500.000 | 3.500.000 |
| **Instalación** | | 1,00 | 6.950.000 | 6.950.000 |
| **Arreglo de disco** | | 1,00 | 27.244.000 | 27.244.000 |
| **Desarrollo** | | 1,00 | 3.500.000 | 3.500.000 |
| **Totales** | | | 42.304.000 | 45.304.000 |

Revisar Anexos

#### a.2.- Inversiones en Mobiliario:

De igual manera, el mobiliario se definió de acuerdo a las necesidades de personal. A estos se le asignó una vida útil de 5 años, con cero valor de recuperación, al término de vida del proyecto.

Entonces el monto a invertir en el período cero, es decir en el año previo la puesta en marcha, es de alrededor de $2.970.000.- por este concepto.

| ITEM | | CANT. | C.U. | TOTAL |
|---|---|---|---|---|
| **Escritorios** | $ | 3,00 | 150.000 | 450.000 |
| **Sillas** | | 12,00 | 40.000 | 480.000 |
| **Mesa Reunión** | | 1,00 | 400.000 | 400.000 |
| **Kardex** | | 6,00 | 75.000 | 450.000 |
| **Biblioteca** | | 2,00 | 250.000 | 500.000 |
| **Totales** | | | 915.000 | 2.280.000 |

Revisar Anexos

### b.- Inversión en Activos Intangibles

#### b.1- Capital de Trabajo

### b.2- Publicidad

Estas inversiones en intangibles, son las que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos, necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

### b.1- Capital de Trabajo

El capital de trabajo contemplado para la operación normal del proyecto empresa, "La Factoría E-Business", asciende a $11.114.320.- que será recuperado al final de la vida útil del proyecto. Este monto corresponde al financiamiento requerido para dos meses de operación más en Impuesto al Valor Agregado (IVA) por la inversión Inicial.

| ITEM | CANT. | C.U. | TOTAL |
|---|---|---|---|
| **Operación** | **2** | - | 2.406.842 |
| **IVA** | | | 8.565.120 |
| **Totales** | | - | 10.971.962 |

### b.2- Publicidad

El presupuesto publicitario y sus proyecciones son:

| ITEM / AÑO | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **News Letters** | 1.200.000 | 1.200.000 | 1.200.000 | 1.200.000 | 1.200.000 | 1.200.000 |
| **Marketing Directo** | 1.000.000 | 1.000.000 | 1.000.000 | 1.000.000 | 1.000.000 | 1.000.000 |
| **Totales** | 2.200.000 | 2.200.000 | 2.200.000 | 2.200.000 | 2.200.000 | 2.200.000 |

Revisar Anexos

El total de inversiones para el año 0 es:

| Tipo de Inversión | Monto $ | % |
|---|---|---|
| **Maquinas y Equipos** | $47.528.313 | 66% |
| **Mobiliario** | $2.280.000 | 3% |
| **Capital de Trabajo** | $10.971.962 | 15% |
| **Publicidad** | $10.983.962 | 15% |
| **Inversión a V.P.** | $71.764.237 | 100% |

Revisar Anexos

### 2.1 Cálculo de Indicadores de Evaluación

| ITEM | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. INGRESOS | | | | | | |
| Digitalización | | 19.617.600 | 20.990.832 | 22.460.190 | 24.032.404 | 25.714.672 |
| Footage | | 95.149.977 | 101.810.475 | 108.937.209 | 116.562.813 | 124.722.210 |
| Courrier Virtual | | 3.774.600 | 4.038.822 | 4.321.540 | 4.624.047 | 4.947.731 |
| Plat. de Teletrabajo (Fijo + Var) | | 2.550.288 | 2.728.808 | 2.919.825 | 3.124.212 | 3.342.907 |
| TOTAL INGRESOS (En $) | - | 121.092.465 | 129.568.938 | 138.638.763 | 148.343.477 | 158.727.520 |
| 2. EGRESOS | | | | | | |
| 2.1 INVERSIONES | | | | | | |
| Maquinas y Equipos | 45.304.000 | - | - | - | - | - |
| Mobiliario | 2.280.000 | - | - | - | - | - |
| Capital de Trabajo | 10.971.962 | - | - | - | - | - |
| Publicidad | 10.983.962 | - | - | - | - | - |
| TOTAL INVERSIONES (En $) | 69.539.924 | - | - | - | - | - |
| 2.2 COSTOS | | | | | | |
| Stock Footage | | 67.964.269 | 72.721.768 | 77.812.292 | 83.259.152 | 89.087.293 |
| Mano de Obra Fija | | 13.200.000 | 14.124.000 | 15.112.680 | 16.170.568 | 17.302.507 |
| M. de Obra Variable -Digitalizador- | | 2.666.400 | 2.853.048 | 3.052.761 | 3.266.455 | 3.495.106 |
| M.O. Variable -Bono Sales Ex.- | | 2.421.849 | 2.591.379 | 2.772.775 | 2.966.870 | 3.174.550 |
| M.O. Variable -Bono Gte. General- | | 1.045.325 | 1.350.446 | 1.443.833 | - | 2.505.904 |
| Mantención | | 3.753.000 | - | - | - | - |
| Operación | | 11.237.408 | 12.024.027 | 12.865.708 | 13.766.308 | 14.729.950 |
| Depreciación | | 1.655.000 | 1.655.000 | 1.655.000 | 1.655.000 | 1.655.000 |
| TOTAL COSTOS (En $) | - | 103.943.252 | 107.319.668 | 114.715.050 | 121.084.352 | 131.950.311 |
| TOTAL EGRESOS (En $) | 69.539.924 | 103.943.252 | 107.319.668 | 114.715.050 | 121.084.352 | 131.950.311 |
| UTILIDAD | | | | | | |
| Utilidad antes de impuestos | | 17.149.213 | 22.249.270 | 23.923.713 | 27.259.124 | 26.777.209 |
| Impuesto a las utilidades (15%) | | 2.572.382 | 3.337.390 | 3.588.557 | 4.088.869 | 4.016.581 |
| Utilidad después de impuestos | | 14.576.831 | 18.911.879 | 20.335.156 | 23.170.256 | 22.760.628 |
| *Depreciación* | | 1.655.000 | 1.655.000 | 1.655.000 | 1.655.000 | 1.655.000 |
| *Venta de Activos a valor Libro* | | | | | | 1.666.667 |
| *Recuperación del C. de Trabajo* | | | | | | 10.971.962 |
| FLUJO NETO DE CAJA | - 69.539.924 | 16.231.831 | 20.566.879 | 21.990.156 | 24.825.256 | 37.054.256 |

**- VAN (Valor Actual Neto**): El Valor Actual neto de este proyecto, para una inversión de 69.5 millones de pesos asciende a $13.803.211, para una tasa de descuento del orden del 12%.

**- TIR (Tasa Interna de Retorno):** La **TIR** (Tasa Interna de Retorno) es de un 19%.

**- PRI (Período de Recuperación de la Inversión):** 3.5 años

| Año | Monto Inv. $ | Saldo |
|---|---|---|
| 2003 | - 69.539.924 | |
| 2004 | 16.231.831 | - 53.308.093 |
| 2005 | 20.566.879 | - 32.741.213 |
| 2006 | 21.990.156 | - 10.751.057 |
| 2007 | 24.825.256 | 14.074.199 |
| 2008 | 37.054.256 | |

**- Análisis de Sensibilidad:** El Análisis de Sensibilidad permitirá a La Factoría, definir la masa crítica de Ingresos para rentabilizar el proyecto.

El análisis realizado, considera la sensibilización para la Variable cantidad (Ceteris Paribus) y la Variable Precio (Ceteris Paribus):

| nº | Producto | Unidad de Medida | Periodo | Precio Proyecto | Precio Equilibrio | Cantidad Proyecto | Cantidad Equilibrio |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Digitalización | U.F./archivo | Vez | 1 | 0,799 | 1.200 | 908 |
| 2 | Stock Footage | U$/minutos | Vez | 3.679 | 3.101 | 37 | 31,2 |
| 3 | Courrier Virtual | Dólares por vez | Vez | 45 | 0 | 120 | 0 |
| 4 | Plat. de Teletrabajo Fijo | U.F./mes | Mes | 2 | 0 | 72 | 0 |
| 5 | Plat. de Teletrabajo Variable | U.F./mes | Mes | 1 | 0 | 12 | 0 |

Nota: Más detalle en anexos

La columna número cinco y siete contiene el precio y cantidad del proyecto y las columnas siete y ocho contienen, los precios y las cantidades mínimas sobre las cuales este proyecto se hace rentable.

**Evaluación 2: Virage**

Para poder prestar el servicio de búsqueda con Metadatas a Agencias, el Media 360 debe complementarse con un módulo llamado Virage Video Software.

Su costo aproximado es de $72.131.000.-, con la posibilidad de ser insertado en el circuito de 20 agencias publicitarias a un precio máximo de U.F. 7.5 / mes a cada una para financiar una inversión de este tipo.

El precio mínimo que soporta este proyecto es de U.F. 4.9 por agencias /mes.

Los resultados de presentan a continuación:

| Precio | Monto U.F. | VAN | TIR |
|---|---|---|---|
| Mínimo | 4.9 | 0 | 12% |
| Máximo | 7.5 | 354.741.000 | 20% |

# ANEXO I

**A. Índice de Cuadros**


1. Cuadro Nº 1 : Matriz Producto-Mercado
2. Cuadro Nº 2 : Imagen Corporativa
3. Cuadro Nº 3 : Inversión Publicitaria Histórica
4. Cuadro Nº 4 : Definición de productos
5. Cuadro Nº 5 : Cálculo del Precio de Digitalización de Archivos mediales
6. Cuadro Nº 6 : Análisis de precios por tramos
7. Cuadro Nº 7 : Alternativas de alojamiento de archivos multimediales
8. Cuadro Nº 9 : Cálculo del costo de almacenamiento
9. Cuadro Nº 10 : Transmisión por servidor
10. Cuadro Nº 11 : Costo de envío por courrier tradicional
11. Cuadro Nº 12 : Cálculo del precio del soporte técnico de la plataforma de teletrabajo


**B. Índice de Gráficos**


1. Gráfico Nº1 : Integración y modelo de negocios
2. Gráfico Nº2 : Modelo de negocios internacional
3. Gráfico Nº3 : Firma Electrónica y formato de envío de email
4. Gráfico Nº4 : Inversión Publicitaria 2001
5. Gráfico Nº5 : Inv. Publicitaria de empresas y Ss. De Internet Chile
6. Gráfico N'6 : Proyecciones B2B "1998-2005".
7. Gráfico N'7 : Tamaño relativo de la economía digital en Chile
8. Gráfico N'8 : Mapa de la Economía Digital en Chile
9. Gráfico N'9 : Mapa del Web Hosting en Chile


**C. Índice bibliográfico**


1. Cámara de Comercio de Santiago
2. Asociación Chilena de Publicidad ACHAP
3. Revista Que Pasa Internet
4. IBM Chile
5. Sitios web:

www.angel.dk
www.deremate.cl
www.photoinsigth.com
www.fotografosdechile.cl
www.exhi.cl
www.gtdinternet.com
www.uplink.cl
www.tod.cl
www.telefonica-data.cl
www.tecnoera.com
www.intralatina.cl

www.root.cl
www.recom.cl
www.orbinet.cl
www.onlybits.com
www.spchile.cl
www.123.cl/merconet/
www.atichile.cl
www.puntoweb.cl
www.datco.cl
www.e-money.cl
www.dominioschile.cl
www.cworld.cl
www.clickchile.cl
www.ciberia.cl
www.byscomputacion.cl
www.att.cl
www.telefonicamundo.cl
www.1host.cl
www.demencialocal.cl
www.puntonet.cl

| Nº | Nombre Agencia | Dirección | Comuna | Fono |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 180º Grados S.A. | Avda. Nueva Los Leones 07 P.10 | Providencia | 3813385 |
| 2 | A.B.A. Publicidad S.A. | Santa Isabel 963 | Providencia | 2055608 |
| 3 | Achap A.G. | Fidel Oteíza 1921 Of. 801 | Providencia | 2699579-8 |
| 4 | ADN-ADD Publicidad | Avda. Del Parque Nº4928 | Huechuraba | 7384611 |
| 5 | Alco Publicidad | Hernándo de Aguirre 939 | Providencia | 2318220 |
| 6 | Alex Labbe | Huerfanos 786 Of. 803 | Santiago | 4200025 |
| 7 | Ammirati Puris Lintas | Avda. Del Parque 4314 | Huechuraba | 7507700 |
| 8 | ASP | Ahumada 6 Of. 25-26 | Santiago | 6971080 |
| 9 | Azocar & Luco S.A. | Avda. Ricardo Lyon 1881 | Providencia | 2253642 |
| 10 | B&G Comunicación Creativa | Sucre 2235 | Ñuñoa | 2745667 |
| 11 | B&W | Irrarázabal 508 P.2 | Ñuñoa | 2231749 |
| 12 | BBDO Publicidad S.A. | Avda. Vitacura 2939 p. 14 Edif. Milenium | Las Condes | 7514400 |
| 13 | Benjamin Galemiri | Bello Horizonte 917 of. 42 | La Reina | 2463713 |
| 14 | Bennett G2 | La Pastora 121 P.4 | Las Condes | 3771899 |
| 15 | Bert | Principe de Gales 87 | La Reina | 6724928 |
| 16 | Birke Diseño & Publicidad | | | 2741754 |
| 17 | Bywaters & Asociados | | | 6351718 |
| 18 | C.M.I. | Rapallo 4306 | Las Condes | 3213064 |
| 19 | Red Latina Comunicación | Huelén 164 P.2. Providencia | | 2649610 |
| 20 | Canto Nevado | Copiapó 665 | | 6652239 |
| 21 | Carat Chile S.A. | Vitacura 4380 P. 17 | | 2064444 |
| 22 | Carlos Muller | | | 6352263 |
| 23 | Carvi | Avda. Francisco Bilbao 3771 Of. 402 | Providencia | 2091977 |
| 24 | Castel Publicidad y Marketing | Viana 135 Of. 106 | Viña del Mar | 32-711353 |
| 25 | Cenia | Guayaquil 21 Of. 52 | | 6324061 |
| 26 | Cientic | Antonia Salas 493 | | 2286093 |
| 27 | Civitas | María Luisa Santander 230 | | 2257074 |
| 28 | Coloma y Asociados Limitada | Huelén 75 Of. 41 | Santiago | 2361436 |
| 29 | Cortes y Ossa S.A. | Hernándo de Aguirre 939 | Providencia | 2329477 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 30 | Creaonline.com S.A. | | | 3425204 |
| 31 | Creative Media | La Concepción 322 of. 504 | | 7509580 |
| 32 | Crisis | Benjamín 2944 Of. 61 | | 2324717 |
| 33 | D´Arcy Chile | Avda. Kennedy 5118 P.4 | Vitacura | 2421920 |
| 34 | De Cordova Publicidad & Diseño | Madrigal 1062 | Las Condes | 2085342 |
| 35 | Diagrama | Pedro Lagos 599 | | 5543097 |
| 36 | Dialogo Creativo | Constitución 218 of. 4 | Providencia | 7320527 |
| 37 | Dinamika | Encomenderos 260 Of. 21 | Providencia | 3352400 |
| 38 | Diseñadores y Asociados | Lyon 222 Of. 702 | Providencia | 2345992 |
| 39 | Diseño y Comunicación | Román díaz 462 | Providencia | 2354307 |
| 40 | DMB&B Chile S.A. Idem D´Arci Chile | Kennedy 5118 P.4 | Vitacura | 2421920 |
| 41 | Duna Productora Multimedia Ltda. | Darío Urzúa 1703 | Providencia | 2091241 |
| 42 | Energia Young & Rubicam | Avda. del Valle 937. Of. 153 | Huechuraba | 7384620 |
| 43 | Equipo Quatro | Avda. General Bustamante 16 Of. 4 C. | | 2231382 |
| 44 | Espiga | Victoria 1245 | Concepción | 41-224118 |
| 45 | Euro R.S.C.G. Marketing Service | Pocuro 2378 P.4 | | 2258850 |
| 46 | Eves | Virginia Opazo 26 | | 6963543 |
| 47 | Forma | Holanda 79 | Ñuñoa | 7358101 |
| 48 | Frederick y Valenzuela/TBWA S.A. | Silvina Hurtado 1725 | Providencia | 2043607 |
| 49 | Gema | Napoleón 3037 of. 51 | | 2512904 |
| 50 | Gencom | Canadá 253 P.3 Of. F | | 2329020 |
| 51 | Genial Promociones | Avda. Del Condor 844 Of. 202 | | 2497000 |
| 52 | Gesta Publicitaria | Alberto de Combe 1131 | Providencia | 2361078 |
| 53 | Giro Publicitario | La Concepción 65 Of. 601 | | 2640020 |
| 54 | Graffos | La Concepción 358 | | 2356031 |
| 55 | Grey Chile S.A. | Isidora Goyenechea 3365 P.5 | Las Condes | 3696900 |
| 56 | Grey Chile S.A. | Isidora Goyenechea 3365 P.5 | | 2356031 |
| 57 | Guiloff Asociados | Avda. Salvador 1200 | Providencia | 6406059 |
| 58 | Gumucio y Asociados | General Salvo 97 | | 2356658 |
| 59 | Hoffman´s House | Tomás Guevara 2947 | Providencia | 2090069 |
| 60 | IDB/FCB S.A. | Avda. Apoquindo 4499. P16º y 17º | Las Condes | 3811847 |
| 61 | Idea | Isidora Goyenechea 3356 of. 20 | | 2332921 |
| 62 | Initiative Media Servicios de Medios Ltda. | Vitacura 4380 P. 4 | Vitacura | 4656600 |
| 63 | Interlink | Las Urbinas 87 of. 34 | Providencia | 3338607 |
| 64 | Intermak | Avda. Francisco Bilbao 3775 Of. 6 | | 2049822 |
| 65 | J. Walter Thompson Chilena S.A.C. | Avda. Ricado Lyon 1262 | Providencia | 2239610 |
| 66 | Kartel | Amunategui 86 Of. 907 | | 6967679 |
| 67 | Larrain & Asociados | Avda. Santa María 2800 | | 2442900 |
| 68 | Lemon Comunicación | Eliodoro Yañez 2988 | | 3353565 |
| 69 | Leniz & Lobato Ltda. | Pío X 2385 | Providencia | 3344900 |
| 70 | Leo Burnett Chile Publicidad | Avda. Apoquindo 3000 P. 7 y 8 | Las Condes | 3625959 |
| 71 | Leyton & Asociados | General Flores 139 | Santiago | |
| 72 | Lineas Chile Publicidad | Avda. Apoquindo 3600 P. 17 | Las Condes | 2462600 |
| 73 | Loreto Díaz Producciones | Avda. Providencia 2133 Interior Of. 311 | Providencia | 2319370 |
| 74 | Lowe Portas & Partners | Avda. Del Parque 4314 | Cuidad Empresarial Huechuraba | 7507700 |
| 75 | Mackenna Amstrong | Galvarino Gallardo 1638 | Providencia | 2358693 |
| 76 | Marcas & Conceptos | Las Orquídeas 979 | Providencia | 2444442 |
| 77 | Mario Gonzalez | Diagonal Rancagua 251 Of. 12 | | 2253424 |
| 78 | Mark Up Publicidad | Catedral 1476 | Santiago | 6961856 |
| 79 | Martel | Genova 2092 | Providencia | 3351320 |
| 80 | Mc Cann-Erickson S.A. De Publicidad | Avda. Andrés Bello 2711 P. 7 | | 3376777 |
| 81 | Mc Luhan / Weiss | Flandes 1806 | | 2087429 |
| 82 | Media Direction | La Concepción 322 P.10 | | 7514400 |
| 83 | Media Planning Chile | | | 3357700 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 84 | Mediacom | La Pastora 121 P.7 | | 2323008 |
| 85 | Meneses | Avda. Einstein 652 | | 6262309 |
| 86 | Meric y Fuentes Publicidad | Magallanes 11 | Providencia | 7377005 |
| 87 | Mindshare S.A.C./ J.W. Thompson | | | 2309202 |
| 88 | Monde | M. Antonio Maira 1020 | | 2257522 |
| 89 | MTM | Don Carlos 3187 of. B | | 2327876 |
| 90 | Murray & Asociados | Avda Francisco Bilbao 6289 | | 2268138 |
| 91 | Neo Publicidad | | | 2510352 |
| 92 | Northcote & Asociados S.A. | Orrego Luco 160 | Providencia | 2316984 |
| 93 | Northcote Ogilvy & Mather | Orrego Luco 160 | | 2326610 |
| 94 | Norton Publicidad | J.M. Infante 618 | | 2360963 |
| 95 | Nueva Epoca Publicidad | Hernando de Aguirre 906 | Providencia | 3350450 |
| 96 | Nuevo Orden Publicidad Ltda. | Lord Cochrane 30 Of. 908 | | 6728299 |
| 97 | Occidente | Paulino Alfonso 3030 | Santiago | 6388226 |
| 98 | Optima Producciones & Publicidad | Cirujano Guzman 40 | Providencia | 2353122 |
| 99 | Opus/Imil | Dalmacia 1215 | | 2234282 |
| 100 | Paramarketing | | | 2316042 |
| 101 | Pautas | Avda. Del Parque 4980 Of. 238 | | 7384430 |
| 102 | Pinedo | Alsacia 145-D | | 2060564 |
| 103 | Prime Media | Orrego Luco 150 | | 3811780 |
| 104 | Producciones Acto de Ser | Gral. Del Canto 105 of. 902 | | 2364300 |
| 105 | Producciones Publicitarias | Dr. Ruperto Correa 2291 | | 2364300 |
| 106 | Prolam Young & Rubicam | Avda. Del Parque 5045 | Huechuraba | 6408300 |
| 107 | Publiart Euro/R.S.C.G. S.A. | Avda. Ricardo Lyon 1623 | Providencia | |
| 108 | Publibus S.A. | J.M. Carrera 86 | Santiago | 6889080 |
| 109 | Publicidad Tempora | Amapolas 2095 | Providencia | 2254444 |
| 110 | Publicidad Trafico S.A. | Augusto Leguía Sur 79 of. 702 | | 2328004 |
| 111 | Publicis Unitros | Rapallo 4322 | Las Condes | 2286016 |
| 112 | Publicitaria Tempo Ltda. | Eliodoro Yañez 1649 Of. 802 | | 2699122 |
| 113 | Publidesign | | | 2640126 |
| 114 | Puerto Gráfico Ltda. | Valenzuela Castillo 1388 | Providencia | 2357411 |
| 115 | Rios Publicidad S.A. | Oscar Ríos Fonseca | | 2640630 |
| 116 | Saintard & Tognarelli Publicidad | Seminario 212 | Providencia | 2220548 |
| 117 | Sepia S.A. De Publicidad | Avda. Holanda 2548 | Ñuñoa | 2236066 |
| 118 | Signos Publicidad | General Salvo 331 P.2 | | 2339464 |
| 119 | Sintesis | Apoquindo 6275 Of. 36 | Las Condes | 2460817 |
| 120 | Starcom Media | Apoquindo 3000 P.7 | | 3625802/3 |
| 121 | Starcom Medios (Leo Burnett) | Apoquindo 3000 P. 7 | | 3625802 |
| 122 | Sutil Nazca Saatchi & Saatchi | San Sebastián 2909. Of. 101 | Las Condes | 7564500 |
| 123 | Tactical Media | | | 7514350 |
| 124 | Tocigl Asociados Publicidad | José Antonio Sofía 2747 Of. 403 | | 2334853 |
| 125 | Tools Publicidad | Sanchez Fontecilla 922 | Las Condes | 2634043 |
| 126 | Tres Puntos Chile | Mac iver 751 Of. 81-B | Santiago | 6642595 |
| 127 | Unitros Chile | Rapallo 4322 | Las Condes | 2286016 |
| 128 | Universal McCann | Avda. Andrés Bello 2711 P. 7 | | 3376767 |
| 129 | V. Montt y Asociados | Alcàntara 200 of. 307 | Las Condes | 2077030 |
| 130 | Vasquez y Cía. | Rosal 354 Of. 21 | | 6395095 |
| 131 | Veritas Publicidad | San Pascual 187 | Las Condes | 2281511 |
| 132 | Visión Comunicaciones Ltda. | Los Piñones 049 | | 7355675 |
| 133 | Vox Publicidad ltda. | Antonio Varas 1847 | Providencia | 2740581 |
| 134 | W/Z Publicidad S.A. | Avda. Santa María 2810 Of. 401 | Providencia | 3332890 |
| 135 | Wilkins | Edimburgo 9010 | | 2296867 |
| 136 | Wilson y Rozas Publicidad Ltda. | Eliodoro Yañez 1649 of. 307 | Providencia | 2443969 |
| 137 | Zegers DDB S.A. | Silvina Hurtado 1815 | Providencia | 3661717 |

# COTIZACIONES

## I DIGITALIZACIÓN DE IMÁGENES
## 1. BETAPROD S.A.

**SERVICIOS DE VIDEO DIGITAL**

**Sr Rodrigo Espinoza**
Estimado Rodrigo:
Tengo el agrado de cotizar los siguientes servicios de digitalización según nuestra conversación telefónica del día de ayer
Digitalización en formato Mpeg1 con compresor Cinepak de 160x120 pixeles de un spot de 30' desde formato Betacam SP

| **cant.semanal** | **precio unitario más IVA** |
|---|---|
| 1 - 5 | **14.000** |
| 6 - 10 | **12.000** |
| 11- 15 | **10.000** |
| 15 o más | **8.000** |

El trabajo se hace un día determinado de la semana, en una tanda según la cantidad semanal solicitada.
Esperando tener noticias, saluda atte. a Ud. Juan Enrique Concha / BETAPROD S.A. 09-4796946.

### 2. CHILE FILMS

| Formato | Unidad de Medida | Precio |
|---|---|---|
| 1. 3:4 a Vhs | 1 Hora | $13.700 |
| 2. Vhs a Vhs | 1 Hora | $3.000 |
| 3. Betacam a Vhs | 1 Hora | $17.600 |

Todas las alternativas consideran un mínimo de 15 minutos

Chile Films no digitaliza videos.

### 3. OAKS Fono: 2352758
### 4. FLAMA CHILE S.A. Fono: 2055332

## II. COURRIER VIRTUAL
## FEDERAL EXPRESS

| Courrier | Origen | Destino País | Destino Cuidad | Precio US / Unidad en sobre | Precio US / Unidad en caja | Tiempo de Envío en Días hábiles |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Federal Express** | Santiago | España | Madrid | 42.54 | 48.18 | 3 |
| | Santiago | Francia | Paris | 42.54 | 48.18 | 3 |
| | Santiago | Italia | Roma | 42.54 | 48.18 | 3 |
| | Santiago | Canadá | Ottawa | 29.21 | 36.39 | 2 |
| | Santiago | China | Hong Kong | 44.50 | 51.50 | 4 |
| | Santiago | Corea | Japón | 45.61 | 52.79 | 4 |
| | Santiago | USA | Miami | 29.21 | 36.39 | 2 |
| | **Precio Promedio** | | | **39.45** | **45.94** | **3** |

# ANEXO II

**Detalle de Software y Hardware adicionales en Media360**

Para una futura explotación del sistema Media360 se hace necesario contar con los siguientes elementos: “Virage Video Software” y “Raidtec Storage System”.

***I. “Virage Video Software”***

Este es para satisfacer las necesidades de edición de video, reconocimiento de voz, personas, textos, etc. para generación de metadata, agregar registro de contador a los videos, creación de clip mediante player de Media360, generación de registros de edición de alta resolución para videos, etc…

**Detalle de Componentes y Costos:**

**- Virage Videologger**, la herramienta que le permitirá ingestar en forma automática el material a ser catalogado, creando metadata en forma inmediata, la cual será enviada a Media360 vía plug-in.

- **Informix Videologger Plug-in**, el elemento que le permitirá tomar la metadata generada por Videologger y enviarla en forma ordenada a la base de datos de Media360 para su uso inmediato.

- **Virage Control Center**, la consola de control que le permitirá automatizar el uso de mas de 1 licencia de Videologger mediante la creación de una agenda de grabación y control.

Además de estos elementos básicos, existen una serie de plug-ins que, de acuerdo al contenido a ingestar (y de ahí mi pregunta acerca del tipo de contenido a ingestar) puede serle de utilidad para generar mayor cantidad de metadata al mismo tiempo de la captura. Entre estos plug-ins se encuentran:

* Audiologger: modulo que le permitirá identificar tipos de audio (silencio, música, conversación), así como comprender lo que se esta hablando mediante un software llamado Speech-to-Text. Este software trata de interpretar lo que se dice y convertir este audio en palabras clave que luego podrán ser usadas para acceder el contenido del archivo digital. Esta herramienta no es una herramienta de trascripción, es una herramienta de generación de palabras clave y como tal, tiene porcentajes de acierto entre 25% y 60% dependiendo de la calidad del material fuente.

* Face Recognition: este modulo le permite crear una base de datos de rostros que luego pueden ser referenciados por Videologger al momento de la ingesta para identificar personajes pre-existentes, generando la correspondiente metadata.

* Speaker Identificación: este modulo le permite crear una base de datos de voces que luego pueden ser referenciados por Videologger al momento de la ingesta para identificar personajes pre-existentes, generando la correspondiente metadata.

* On Screen Text: este modulo es particularmente útil en películas subtituladas, en noticieros y en cualquier programa que despliegue texto en pantalla. El modulo convierte el texto en pantalla en palabras claves que luego permiten referenciar el contenido desde el archivo digital, en este caso Media360.

*Costos*

| **Módulo** | **Valor $US** |
|---|---|
| Videologger por licencia | 30.000 |
| Informix Plug-in | 12.000 |
| Control Center | 6.000 |
| Audiologger (incluye Speech to Text en Español) | 12.000 |
| Videologger Face Recognition | 12.000 |
| Videologger Speaker Identification | 7.200 |
| Videologger On Screen Text | 6.000 |
| Virage exige la compra de un contrato de mantenimiento anual por el 1er año de uso de las licencias. Este contrato tiene el valor de 18% del valor total de las licencias adquiridas si la suma de las mismas es menor a USD 100,000 y un valor de 15% si es mayor a USD 100,000 (a precio de lista).<br><br>Asimismo, Virage exige la contratación de nuestro personal para la instalación de sus productos con el objetivo de garantizar que los mismos queden funcionando en forma óptima. Para esto Virage utiliza ingenieros de producto que viajan a destino y durante tres días ayudan a su personal a conocer como operar el sistema (sin ser esto un curso de entrenamiento del producto, sino un aspecto operativo). El costo de este viaje de 3 días es de USD 7500 (USD 2500 por día) mas pasajes y estadía. | |

### *II. Arreglo de Disco Raidtec Fibre Array AA (7x180) 1.2 TB*

| Cant | Descripción |
|---|---|
| 1 | **Arreglo de discos FibreArray AA de 2 tarjetas controladoras** compuesto de:<br>• 2 Canales de 200MB/seg. 2 para Host y 2 para Drive<br>• 4 puertas PBM Hot-Swap (Port Bypass Modules).<br>• **128 MB de cache por controlador.**<br>• Posibilidad de crear múltiples arreglos<br>• Discos Hotswap Fibre Channel Seagate 12 discos por modulo.<br>• **Máximo de 8 módulos con un total de 96 discos**<br>• **36GB, 73GB, 180GB con un máximo de 17,2TB**.<br>• Posibilidad de crear RAID 0, 1, 0+1, 3 y 5<br>• Numero de RAID soportado 16<br>• **6 ventiladores HotSwap**<br>• **2 Fuentes de poder HotSwap**<br>• Chasis para Rack 4U por cada modulo de 12 Discos |

**Precio US$ 39.200 + IVA**

Este Storage será necesario para almacenar los videos en baja resolución, la metadata asociada a estos, y otros tipos de assets. En el caso puntual de los Asset de tipo Video, a pesar de ingestarse en baja resolución, ocupan bastante espacio en disco, ya que estos no pueden ser comprimidos porque su formato natural es comprimido. Por lo tanto, el crecimiento gradual de la biblioteca de videos irá disminuyendo el espacio con que hoy cuenta el servidor, que solo soporta hasta 150 horas de video.