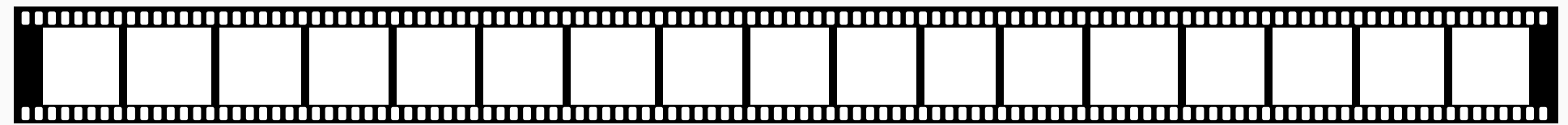
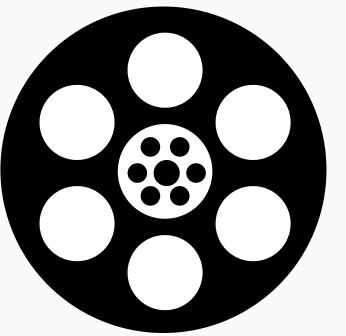




CINEMÁS FÁCIL



PROFESIONALÍZATE Y DESCUBRE TU VOCACIÓN

MARINA MARTÍN CASTRO
4ºA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

INTRODUCCIÓN

¡CONÓCENOS!

- **CINEMÁSFÁCIL** nace como un espacio en el que profesionalizarse en cualquiera de las áreas del mundo del cine.
- También orientará a aquellos jóvenes que van a comenzar sus estudios y no saben si dedicarse a este mundo o no. Podrán descubrir de forma rápida, fácil y divertida si realmente les interesa y quieren comenzar una carrera o curso relacionado con este tema, además de descubrir qué sector les gusta más.





OBJETIVOS

¿A DÓNDE QUIERO LLEGAR?

1

Usar mi pasión para ayudar a jóvenes a descubrir si el cine también es su verdadera vocación.

2

Convertir esta plataforma en una referencia en la educación en el cine a nivel nacional e internacional.



Valores de la empresa



Cercanía y apoyo al cliente

Compromiso y ética laboral

Creación de un ambiente seguro
y cómodo

Diversidad de servicios

Personalización completa

SERVICIOS

¿CÓMO FUNCIONA?

Nada más acceder a la página web, el alumno tendrá que decidir entre dos opciones:

- Tengo estudios y quiero profesionalizarme.
- Busco descubrir a qué me quiero dedicar.

De esta forma, el alumno recibe desde el primer instante una atención y oferta de servicios completamente personalizada, ya que en función de lo que se escoja, aquello que se le ofrece variará por completo.



SERVICIOS

TENGO ESTUDIOS Y QUIERO PROFESIONALIZARME

Si el alumno elige esta opción accederá a toda la oferta de cursos impartidos por la empresa. Podrá rellenar, si lo desea, un cuestionario sobre su formación previa y el sector en el que se quiere especializar, de forma que se le ofrecerán los cursos que más se adecúen a sus requisitos.

BUSCO DESCUBRIR A QUÉ ME QUIERO DEDICAR.

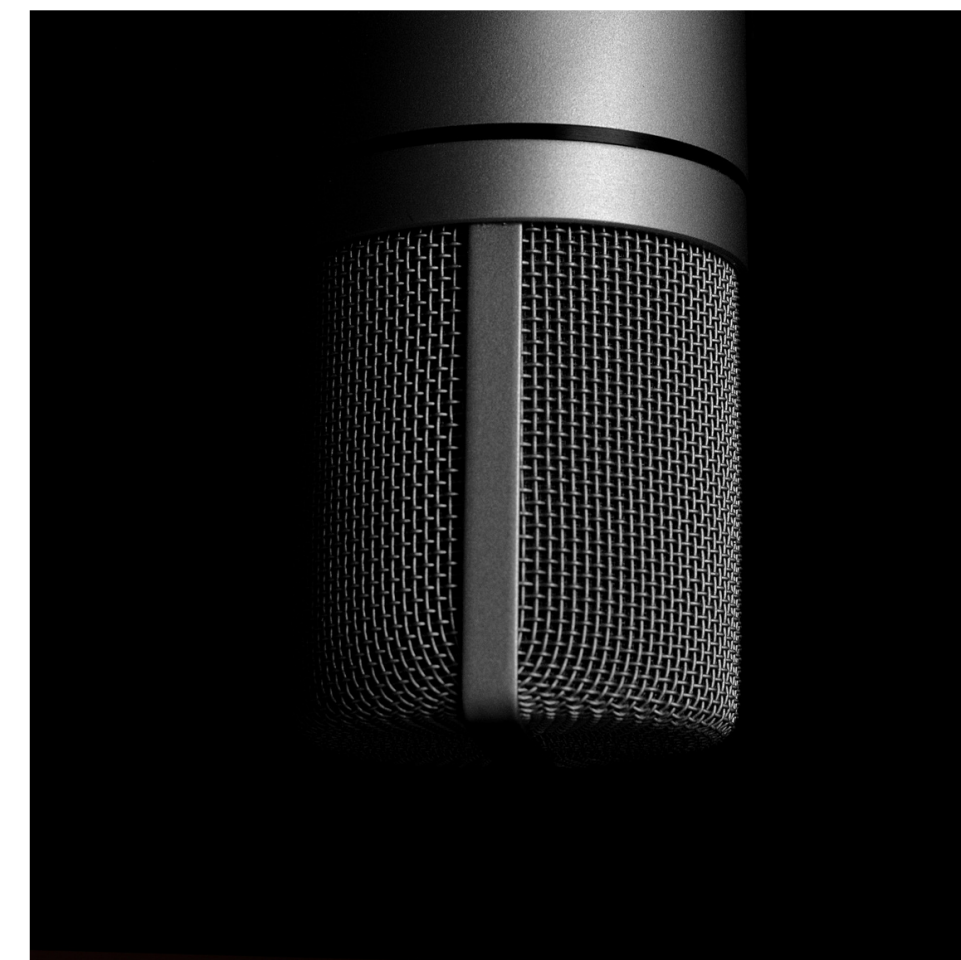
Tras elegir esta opción, al alumno se le realizará un breve cuestionario relacionado con sus gustos, aficiones y expectativas de futuro (que podrá dejar en blanco si no está seguro), de modo que se le ofrecerán los talleres de iniciación que más se ajusten a sus necesidades.

En las dos opciones y en todo momento el alumno tendrá disponible un chat en línea y un teléfono de contacto para plantearnos cualquier duda que le surja (sujeto a horarios de atención al cliente).

SERVICIOS

CINEMÁSFÁCIL IMPARTE CONOCIMIENTOS SOBRE:

- ◆ ILUMINACIÓN
- ◆ SONIDO
- ◆ GUION Y NARRATIVA
- ◆ POSTPRODUCCIÓN Y EFECTOS ESPECIALES
- ◆ PRODUCCIÓN
- ◆ CÁMARA Y REALIZACIÓN DE CINE Y FICCIÓN
- ◆ DIRECCIÓN
- ◆ DEPARTAMENTO DE ARTE
- ◆ INTERPRETACIÓN Y ACTUACIÓN



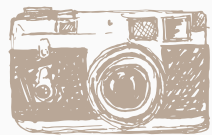
TALLERES Y CURSOS



TALLERES

Se denominará talleres a todos los "cursos" de iniciación que se realizan a personas sin conocimientos previos.

No tienen objetivos docentes o curriculares, así como evaluación, son meramente informativos.



2 modalidades:

- Talleres online. Estos talleres serán sobre sectores más "teóricos", cuya parte práctica pueda hacerse online o entregando alguna tarea, como sería el caso del guion, por ejemplo.
- Talleres híbridos (online + presencial). Estos talleres se destinarán a sectores cuya aplicación práctica requiera material de trabajo, como puede ser la fotografía o iluminación. Al no ser evaluables, acudir a la parte práctica es voluntario.



CURSOS

Los cursos se impartirán a aquellas personas que buscan profesionalizarse. Estos sí implicarán evaluación continua, calificaciones, tareas, seguimiento... y, por supuesto, un título o reconocimiento una vez realizado.



1 modalidad:

Todos los cursos serán híbridos, y ambas partes (online y presencial) deberán realizarse para poder considerarlo como completado y recibir el título.

Los grupos serán reducidos (no más de diez personas por grupo), para asegurarse de que todos pueden recibir una atención personalizada por parte de sus profesores.

Conforme la empresa vaya creciendo, se puede plantear añadir a los cursos una tercera parte de prácticas externas en productoras y empresas profesionales.

ESTRATEGIA

ALCANCE GEOGRÁFICO

LOCAL (A corto plazo)

El objetivo es, a través de diferentes campañas de publicidad, acuerdos, etc., conseguir dar a conocer la empresa en el ámbito local en un plazo de **8-12 meses**.



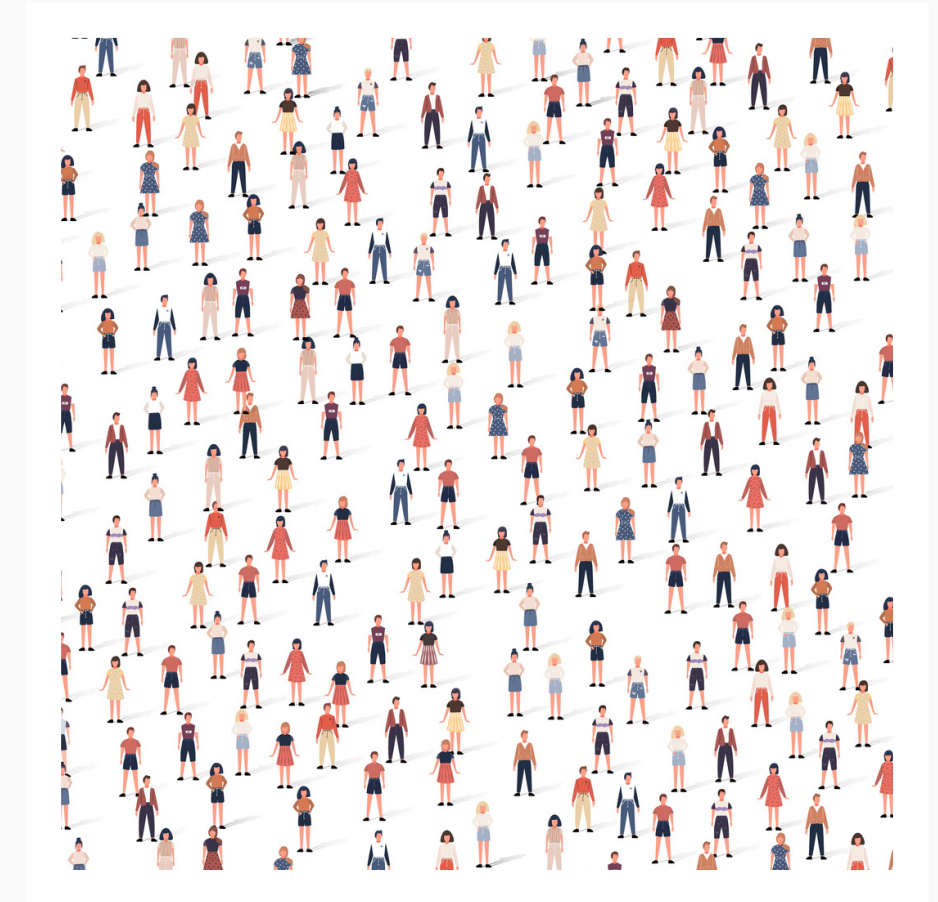
NACIONAL (A medio plazo)

Una vez la empresa se haya dado a conocer a nivel local, se pretende ampliar las campañas de publicidad para lograr ser referentes a nivel nacional. Al ser una empresa que ofrece el servicio online (al menos parcialmente) el crecimiento nacional no tiene por qué suponer un extra de dificultad, por lo que se pretende lograrlo en un plazo de **2 años**.



INTERNACIONAL (A largo plazo)

Una vez seamos un referente a nivel nacional, se espera ampliar el negocio a otros países, de nuevo mediante diferentes campañas y acuerdos, en un plazo de **3-4 años**.



BENEFICIOS Y CRECIMIENTO

Como se ha mencionado anteriormente, CINEMÁSFÁCIL ofrece cursos en torno a 9 áreas. Cada curso, de no más de 10 personas, costará en torno a 2.000€, con una duración de 6 meses.

Los talleres tendrían una duración de dos semanas y un coste mucho menor, en torno a 200€.

Con respecto a los beneficios y crecimiento, se han elaborado 3 supuestos: Un primer caso en el que la empresa todavía está dándose a conocer, no alcanzaría los 10 alumnos por curso, solo la mitad, y solo se impartiría un curso en todo el año, de 6 especialidades, ya que todavía no habría demanda para las 9. Con respecto a los talleres, solo lograría hacer 10 en todo el año, de 7 especialidades y de 5 alumnos. En este primer supuesto habría pérdidas.

En el segundo supuesto la empresa cumpliría las expectativas planteadas tras darse a conocer: podría hacer los dos cursos al año con 8 alumnos en cada uno, de las nueve especialidades, y 10 talleres en todo el año, con 8 alumnos cada uno y de las 9 especialidades.



BENEFICIOS Y CRECIMIENTO

El tercer supuesto se daría cuando la empresa ya tenga renombre y fama, y pueda permitirse aumentar el precio de los talleres y cursos. En este caso las ganancias serían mucho mayores, ya que impartiría los 2 cursos anuales con los diez alumnos por curso, en las 9 especialidades, pero cada curso con un precio de 2.000€; y 15 talleres al año, de las 9 especialidades y con 10 alumnos por curso, pero a 250€ cada taller.

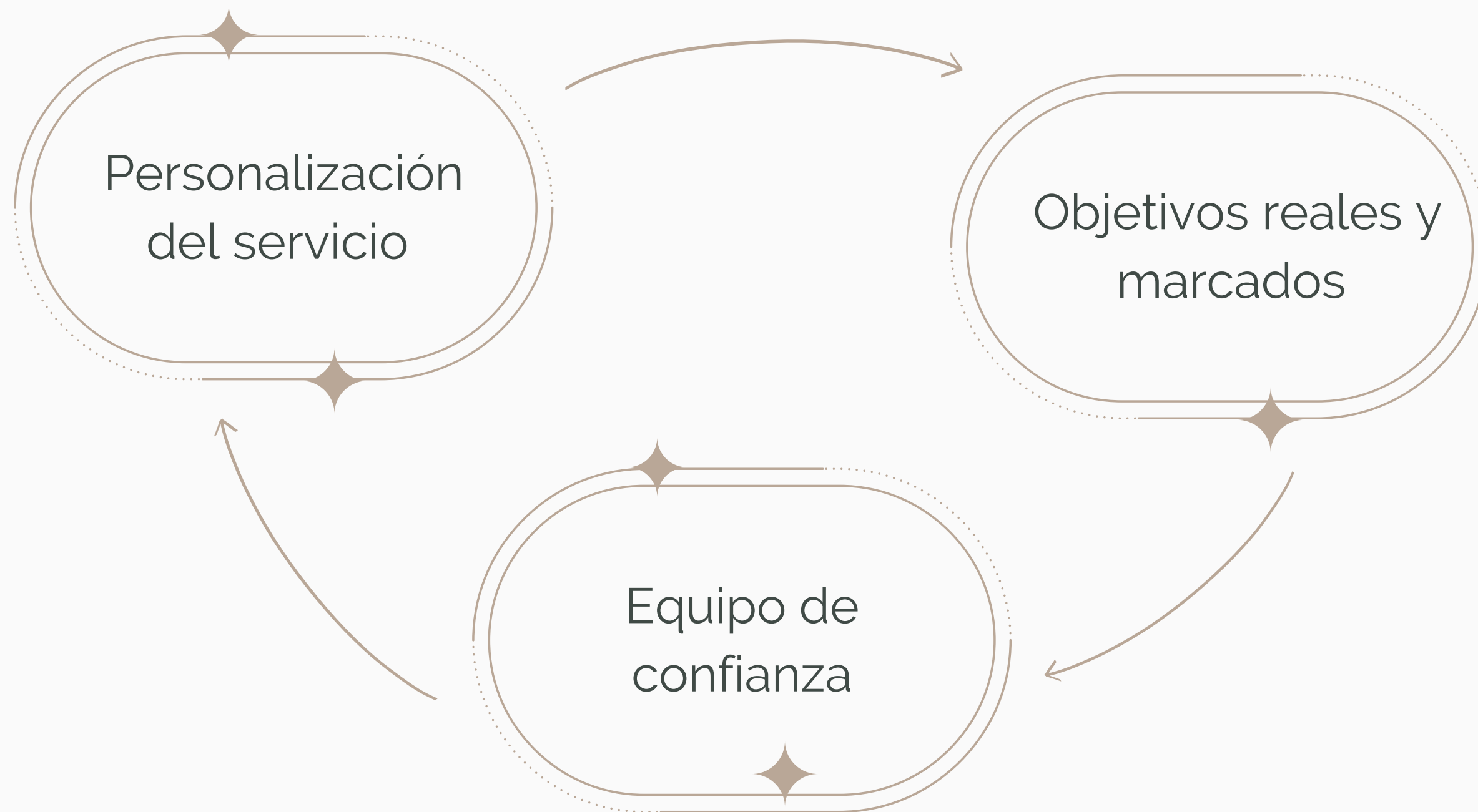
Estos serían los beneficios en cada caso:



PLANTEAMIENTO 1					
	ESPECIALIDADES/TIPO	ALUMNOS	NÚMERO	PRECIO/CURSO	TOTAL INGRESOS
TALLERES	7	5	10	200	70000
CURSOS	6	5	1	1.500	45000
					115000
PLANTEAMIENTO 2					
	ESPECIALIDADES/TIPO	ALUMNOS	NUMERO CURSOS	PRECIO/CURSO	TOTAL INGRESOS
TALLERES	9	8	10	200	144000
CURSOS	9	8	2	1.500	216000
					360000
PLANTEAMIENTO 3					
	ESPECIALIDADES/TIPO	ALUMNOS	NUMERO CURSOS	PRECIO/CURSO	TOTAL INGRESOS
TALLERES	9	10	15	250	337500
CURSOS	9	10	2	2.000	360000
					697500

Y ESTO, ¿CÓMO LO LOGRO?

LOS TRES PILARES DE **CINEMÁSFÁCIL**



EL EQUIPO

El equipo estará formado por mí, que seré la persona que gestione y dirija la empresa, me encargaré de seleccionar a los profesionales que dirigirán cada especialidad, la comunicación con los clientes potenciales, control de las campañas de publicidad, etc.

Además, contaré con un equipo de profesionales que se encargarán de diferentes sectores, en un principio habrá uno para cada área (iluminación, sonido, guion, producción y postproducción, cámara, dirección, arte e interpretación). Conforme la empresa vaya creciendo se incorporarán más.



NECESIDADES

RECURSOS E INFRAESTRUCTURA

- 1 MATERIAL PROFESIONAL PARA LAS CLASES PRÁCTICAS (CÁMARAS, TRÍPODES, FOCOS, MICRÓFONOS, ETC.)
- 2 ESPACIOS EN LOS QUE IMPARTIR LAS CLASES PRÁCTICAS (PLATÓS, ESTUDIOS, ETC.)
- 3 PLATAFORMA PARA IMPARTIR LAS CLASES ONLINE
- 4 PROFESIONALES DE LAS DIFERENTES ÁREAS
- 5 ELABORACIÓN Y GESTIÓN DE PÁGINA WEB Y REDES SOCIALES



ANÁLISIS DAFO

DEBILIDADES

El cine es un mercado muy inestable y competitivo, y además me enfrento a él sin tener mucha experiencia laboral, tanto en mi sector (al estar aún terminando la carrera) como en la creación y dirección de empresas.

FORTALEZAS

La oferta de orientación mediante talleres es un elemento diferenciador que no existe en otras escuelas, además de que la atención personalizada, pilar para la empresa, es fundamental para captar y mantener los clientes.

Otra fortaleza que tengo frente a mis competidores es el precio de los cursos (1.500/2.000€ frente a los 8.000-10.000€ de otras escuelas) y la duración (6 meses frente a 1-3 años de otras escuelas).

D

A

F

O

AMENAZAS

Competencia directa muy conocida: escuelas de cine, de interpretación... y cuyos títulos tienen mucho más reconocimiento.

Relacionado con esto están los másteres ofrecidos por escuelas y universidades, muy estandarizados y reconocidos en la actualidad.

OPORTUNIDADES

Mis estudios en la Universidad Francisco de Vitoria me han permitido conocer a muchos profesionales que podrían ayudarme en los comienzos formando parte de mi equipo de expertos.

MATRIZ CAME

CORREGIR DEBILIDADES

En los comienzos, puedo delegar y buscar ayuda en esos profesionales que comentaba en las oportunidades, además de continuar formándome en el mundo del cine y la dirección de empresas mientras llevo a cabo el proyecto.

MANTENER FORTALEZAS

Dado que existe un elemento diferenciador con respecto a las demás empresas, será fundamental elaborar una buena campaña publicitaria para darlo a conocer. A medida que vaya ganando clientes, estudiaré sus necesidades y escucharé sus peticiones, para ir mejorando el servicio y la calidad, haciendo eco de la personalización que nos representa.

C

A

M

E

ATACAR AMENAZAS

Una opción para mejorar el reconocimiento y dar a conocer los títulos será hacer acuerdos con diferentes universidades, de modo que los cursos se puedan realizar de forma simultánea a otros estudios o inmediatamente posterior, de forma que mi título esté, en cierto modo, avalado y respaldado por esa universidad.

EXPLOTAR OPORTUNIDADES

Dado que los profesionales que he conocido son mi gran oportunidad, será clave intentar mantenerlos de forma permanente en mi equipo ofreciéndoles buenas ofertas, además de trabajar permanentemente para aumentar mi red de contactos.

ANÁLISIS DE COMPETENCIA

ESCAC- Escuela Superior de Cine y Audiovisuales de Cataluña

- ◆ Es una escuela de cine y audiovisuales española adscrita a la Universidad de Barcelona. Actualmente la dirige el productor de cine Sergi Casamitjana.
- ◆ Ofrece diversos másteres, postgrados y cursos, además de un Grado en Cinematografía.
- ◆ Fue fundada en 1993.
- ◆ Tiene presencia en Barcelona.
- ◆ Según su perfil de LinkedIn cuenta con 51-200 empleados.
- ◆ Cuenta con un capital social mayor de 60.000€.



ANÁLISIS DE COMPETENCIA

ECAM- Escuela de Cinematografía y del Audiovisual de la Comunidad de Madrid

- ◆ Es una escuela de cine constituida como una fundación cultural sin ánimo de lucro, comandada por la Comunidad de Madrid y las principales instituciones de la actividad cinematográfica española.
- ◆ Brinda formación de grado, posgrado y otro tipo de cursos en todas las disciplinas del cine y la TV.
- ◆ Fue creada en 1994.
- ◆ Tiene presencia en Madrid.
- ◆ En 2020 fue incluida por The Hollywood Reporter en su listado The Top 15 International Film Schools, distinguiéndola como una de las quince escuelas de cine no-estadounidenses más importantes del mundo.
- ◆ Entre 11 y 50 empleados.
- ◆ Facturación: 3.000.000 – 6.000.000€ al año.



ANÁLISIS DE COMPETENCIA

ECIB - Escuela de Cine de Barcelona

- ◆ Es la única institución en Cataluña que imparte cursos, diplomas y másteres en todas las disciplinas cinematográficas: ficción, animación y documental.
- ◆ La escuela pone al servicio de los alumnos un total de 2000 m2 de instalaciones dotadas de equipos profesionales: Platós de rodaje y stop-motion, salas de animación 2D y 3D, estudios de sonido digital, cámaras de alta resolución, aulas equipadas con estaciones de trabajo de montaje y VFX.
- ◆ Fue fundada en 1995.
- ◆ Tiene presencia en Barcelona.
- ◆ Según su perfil de LinkedIn cuenta 2-10 empleados.



ANÁLISIS DE COMPETENCIA

TAI- Escuela Universitaria de Artes

- ◆ TAI es una institución pionera en España en su apuesta por la integración de las artes en el ámbito académico.
- ◆ Está adscrita a la Universidad Rey Juan Carlos desde el año 2012, es un centro autorizado de la Comunidad de Madrid, miembro de The European League of Institutes of the Arts, red con más de 250 miembros en 47 países. Colabora en el programa Erasmus+ de la Unión Europea.
- ◆ Cuenta con más de 50 años de experiencia en educación artística, fue fundada en 1971.
- ◆ Tiene presencia en Madrid.
- ◆ Según su perfil de LinkedIn cuenta con 201-500 empleados.



ESCUELA UNIVERSITARIA
DE ARTES® *taiarts.com*
RECOLETOS-22 MADRID

MÉTRICAS E INDICADORES DE NEGOCIO

GASTOS FIJOS:

◆ MENSUALES

- Cuota de autónomo (solo me quedan cinco meses con la bonificación del primer año, los siete meses restantes del primer año sería más cara la cuota).
- Marketing: Redes Sociales y Campañas de marketing.
- Licencias y productos: Paquete Adobe, Office 365, plataforma de transmisión de las clases online, etc.
- Alquiler y servicios: Platós o estudios, agua, luz, teléfono, etc.

◆ ONE-TIME

- Gastos de constitución empresarial: Alta en el Registro Mercantil y otros trámites necesarios para la constitución y puesta en marcha de la sociedad.
- Marketing: Creación de la página web.
- Material de cine: Cámaras, trípodes, focos, micrófonos, filtros, objetivos, etc.
- Material informático: Ordenadores, accesorios, etc.



CUENTAS DE GASTO: EXCELL DE CUENTAS

START-UP COSTS				
CINEMÁSFÁCIL	May 9, 2022			
COST ITEMS	MONTHS	COST/ MONTH	ONE-TIME COST	TOTAL COST
Gastos de constitución empresarial			\$200	\$200
Cuota de autónomo	5	\$60		\$300
Cuota de autónomo (meses sin bonificación)	7	\$160		\$1.120
MARKETING				
RR.SS	12	\$150		\$1.800
Campañas de marketing	4	\$400		\$1.600
Página web			\$400	\$400
LICENCIAS Y PRODUCTOS	12	\$100		\$1.200
MATERIAL DE CINE			\$50.000	\$50.000
MATERIAL INFORMÁTICO			\$10.000	\$10.000
SALARIO DE EMPLEADOS	12	\$18.000		\$216.000
COSTES FIJOS DE ALQUILER Y SERVICIOS	12	\$3.000		\$36.000
ESTIMATED START-UP BUDGET				\$318.620

* A pesar de que en clase se comentara que no tenemos que poner el salario a empleados, como yo contaría con profesionales que impartirían los cursos he incluido su salario en los costes. Sin embargo, y como se verá a continuación, he calculado el margen comercial teniendo en cuenta esos gastos y sin tenerlos en cuenta.

MÉTRICAS E INDICADORES DE NEGOCIO

Tomando como referencia el segundo supuesto de los beneficios analizados anteriormente (el intermedio), en el que la empresa se ha dado a conocer, pero no lo suficiente como para aumentar los profesionales, el precio de los cursos, etc., estas serían las métricas del negocio:



Los salarios de los trabajadores no están incluidos en los gastos fijos, porque variarán en función de la demanda de cursos. Sin embargo, teniendo en cuenta los gastos globales (318.620€) y las ganancias en este supuesto (630.000€), el beneficio de la empresa al año sería el siguiente:

$$360.000 - 318.620 = 41.380€$$

$$41.380 / 12 = 3.448€ \text{ de ganancias al mes}$$

PLAN COMERCIAL

OBJETIVOS

- Comenzar dando a conocer la empresa a través de los talleres, muy asequibles y novedosos.
- Conseguir, a lo largo del primer año, dar a conocer las nueve especialidades, de modo que se logren los objetivos del primer supuesto: dar un primer curso de 6 meses de 6 de las 9 especialidades, y a la mitad de capacidad, 5 alumnos.
- Ir creciendo hasta lograr dar dos cursos anuales de las 9 categorías.

FECHAS LÍMITE

- 15 de junio de 2022: Inauguración de la página web + estrategia de RR.SS (y comenzar a implantarla).
- 1 de julio de 2022: lanzamiento de la primera campaña de marketing promocionando los talleres.
- 15 de julio de 2022: Apertura de convocatoria para apuntarse a los primeros talleres.
- 1º quincena de agosto 2022: primeros talleres de iniciación y orientación.
- 10 de agosto: lanzamiento de la segunda campaña de marketing + apertura de convocatoria para apuntarse a los primeros cursos.
- 1 de septiembre de 2022: primeros cursos CINEMÁSFÁCIL (Septiembre - Febrero).

NICHO DE MERCADO + PÚBLICO OBJETIVO

- El principal nicho de mercado de mi empresa son los estudiantes.
- Se centra por un lado en los jóvenes de entre 17 y 19 años, que serán los más interesados en los talleres, ya que son las edades en las que se suele terminar la educación secundaria.
- Por otro lado, los jóvenes de entre 22 y 25 años, edades en las que se suelen terminar los grados o las formaciones superiores y se busca especialización.

PLAN COMERCIAL

RECORRIDO DEL CLIENTE

- Hay ciertos momentos del año en los que los estudiantes buscan orientación académica (diciembre de cara a enero, mayo de cara al nuevo curso en septiembre, y agosto para ver qué pueden estudiar en septiembre). Ahí nacerán múltiples clientes potenciales para la empresa, estudiantes que entran a la página web como a cualquier otra buscando información.
- Será entonces cuando se puedan convertir en clientes reales, si los servicios que ofrecemos se ajustan a sus necesidades.
- Sin embargo, que se queden y se conviertan en clientes leales dependerá completamente de nosotros, de ahí que la cercanía, personalización del servicio y atención al alumno en todo momento sean los pilares de la empresa.

PROPUESTA DE VALOR

2 servicios, 2 propuestas:

- Gracias a CINEMÁSFÁCIL podrás tener un acercamiento previo a los estudios universitarios para que descubras qué te gusta realmente, y no sientas que estás tomando una decisión tan importante completamente a ciegas, con el riesgo de encontrarte algo que no te esperabas y sentir que has perdido mucho tiempo de tu vida y debes volver a empezar.
- ¿Quién dijo que ser un profesional del cine costara una fortuna? Puedes especializarte en cursos de calidad sin perder años de tu vida y miles de euros de tu bolsillo.

LISTA DE PROSPECTOS

- Alumnos de 2º de Bachillerato.
- Estudiantes universitarios.
- Estudiantes de grados superiores de cine.
- Universidad Francisco de Vitoria y otras universidades privadas (convenios).
- Universidades públicas de Madrid (convenios).
- Alumnos que buscan talleres y actividades en verano y otras vacaciones.
- Alumnos extranjeros.
- Productoras y profesionales del cine (convenios y docencia).

PLAN DE MARKETING



Identidad de marca:

CINEMÁSFÁCIL es una escuela de cine, un centro PROFESIONAL.

Es un centro personalizado y adaptado a cada alumno.

No es una universidad.

Al estudiar en CINEMÁSFÁCIL, los alumnos sienten que están apoyados, que aprenden a diario y que lo que están aprendiendo les va a servir para su futuro profesional.

Factores diferenciadores:

Como ya se ha mencionado previamente, el gran diferenciador de esta empresa es el precio y duración de los cursos, además de la oportunidad de "probar" con los talleres antes de estudiar los cursos para poder descubrir qué se adecúa más a las necesidades de cada uno.

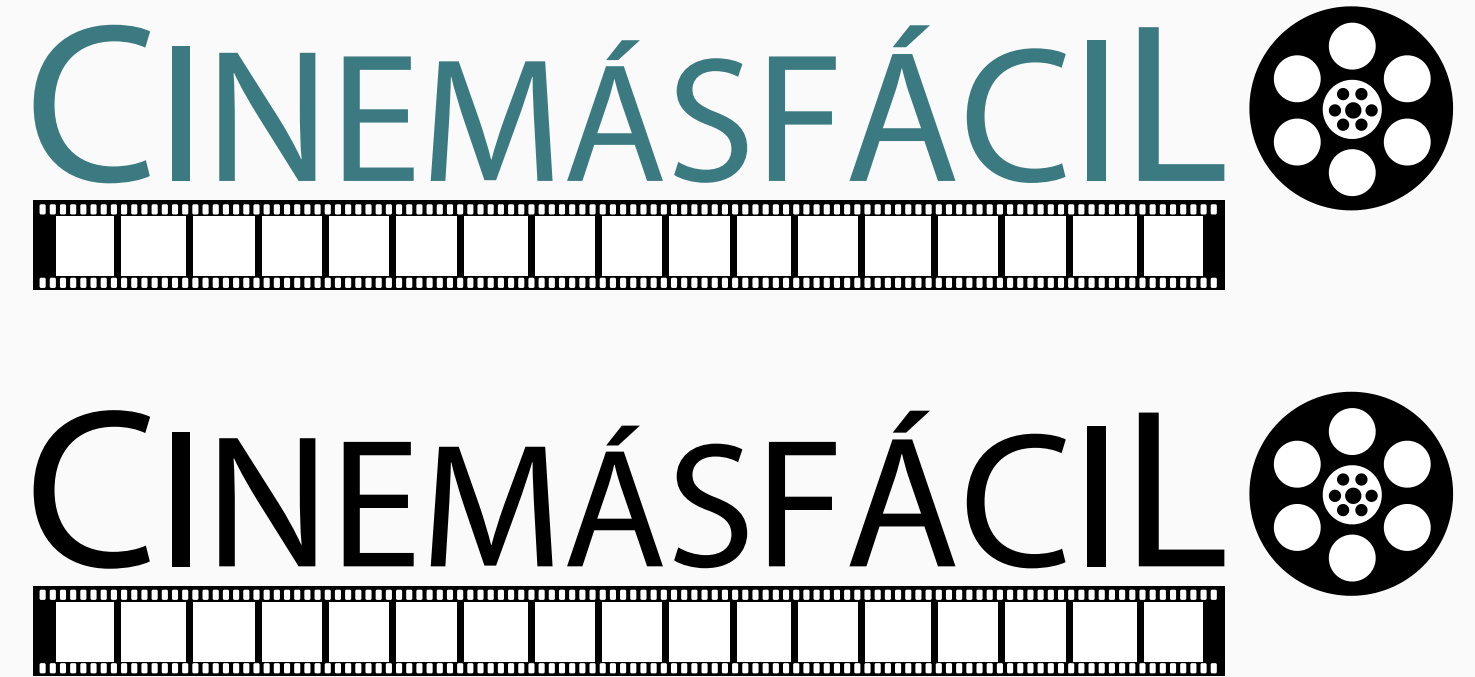
Publicidad, marketing, relaciones públicas:

Se lanzarán cuatro grandes campañas de marketing a lo largo del año. En los inicios, para darse a conocer, se dividirá el presupuesto de las cuatro campañas, para hacer más repartidas a lo largo de los meses, pero a menor escala. Serán fundamentales también los acuerdos publicitarios con otras empresas y profesionales del sector.

EL LOGO

desde un primer momento quise crear un logo que rápidamente se asociara al ámbito en el que se centra esta empresa: **EL CINE**, además de SU FUNCIÓN PRINCIPAL: hacer el cine más fácil y accesible para todos.

Influencia del diseño y nombre de CINEMASCOPE:
CINEMA-SCOPE → CINE-MÁS-FÁCIL
Forma de las letras descendente y ascendente



*Aunque el color original sea azul, se puede usar su variante en negro cuando el diseño lo requiera

Con respecto al subtítulo o eslogan de la empresa, recoge los dos servicios principales que ofrecemos:

PROFESIONALÍZATE Y DESCUBRE TU VOCACIÓN

PLAN DE MARKETING

Estrategia de precios y promociones:

La clave de CINEMÁSFÁCIL es que, aunque los precios de los talleres y cursos puedan aumentar conforme la empresa vaya creciendo y dándose a conocer, la variación será muy pequeña, buscando siempre que los precios sean mucho más competitivos que los del resto del sector. En los inicios se lanzarán diversas promociones y rebajas para atraer más clientes, y se ofrecerá a aquellos alumnos que no puedan permitirse pagar los cursos diferentes programas de becas y métodos de financiación personalizados.

Página Web y Redes Sociales:

La empresa contará con su propia página web que, como se ha mencionado anteriormente, ofrecerá contenido diferente en función de los dos servicios que tiene la empresa.

Estará en constante renovación y cambio, en función de hitos, datos, reconocimientos... que la empresa vaya alcanzando y se puedan reflejar en la web, así como cambiar para adaptarse a las tendencias.

Con respecto a las redes sociales, tendrá presencia en Instagram, Twitter y Facebook, y posiblemente TikTok.

Como se ha planificado, se destinará un porcentaje considerable de los gastos mensuales a la gestión de las redes sociales, de forma que ofrezcan contenido de calidad y reflejen una imagen fiel de la empresa y sus valores.





¡GRACIAS!

