

# Segovia-e

<http://uahacmartin.wordpress.com/>

Aurelio Carlos Martín González

## Plan de negocio

**Segovia-e será una publicación digital con renovación de contenidos constante, de información general y con vocación cultural; financiada principalmente a través de la publicidad, incluidos acuerdos institucionales.**

Con un ámbito de partida de una pequeña ciudad que aspira a ser capital cultural europea en el año 2016, el carácter hiperlocal del entorno no permite una especificidad exclusiva.

Sin embargo se subraya que tiene vocación cultural dado que parte de una Ciudad Patrimonio de la Humanidad, con larga tradición en el campo del pensamiento, lo que le hace adquirir una dimensión mundial.

Los contenidos adecuados, la profesionalización y un ajustado plan de negocio constituyen la base para que este nuevo medio digital pueda subsistir y obtener beneficios en un espacio corto de tiempo.

Aunque se prevé la externalización de algunos servicios, como la gestión del dominio, la elaboración de la herramienta de gestión de contenidos (CMS) o las tareas administrativas, la sociedad editora de Segovia-e contará con una plantilla de cuatro personas: director, dos periodistas y un comercial.

Con un diseño realizado a tamaño 1.024 pixels por pulgada (ppp), la publicidad se gestionará a través de un módulo especial para gestionar los "banners" incluido en el CMS.

## **Competencia**

La principal competencia de este medio será la página web del diario local ([www.eladelantado.com](http://www.eladelantado.com)), de línea conservadora, por lo que el éxito de esta nueva publicación digital va a radicar en el carácter más plural e independiente de sus contenidos, tratando de captar a un público joven, que no tiene relación con los medios convencionales, que se le podría llamar nativo digital.

Además Segovia-e aspira a fomentar la participación de los ciudadanos, no sólo como participantes en los apartados de las opiniones de los lectores, sino como colaboradores del medio, con sus aportaciones literarias, gráficas o audiovisuales.

## **Publicidad**

Aunque la televisión sigue siendo la reina, Internet ha sido uno de los protagonistas de la inversión publicitaria en España en 2006, según [InfoAdex](#), ya que ha experimentado un crecimiento de un 33%.

Así, internet se sitúa con una inversión real estimada de 160,3 millones de euros. Por detrás, dentro de los medios convencionales, figura la televisión, con un crecimiento de un 7,8%. Eso sí, la pequeña pantalla sigue siendo la reina de los anunciantes, al ser el medio que mayor inversión recibe: 3.181 millones de euros.

En 2006, la inversión real del mercado publicitario alcanzó los 14.590,2 millones de euros, lo que supuso un crecimiento del 6,2% respecto al año anterior.

Si bien los ingresos por publicidad son fundamentales, el constante "ataque" que sufre el mercado local desde otros medios, como la prensa y la radio, le pueden llegar a agotar, aunque hay que tener en cuenta que es el que más ha crecido en el sector, frente a una crisis importante de las campañas nacionales.

Por eso, aparte de atacar al mercado publicitario local, autonómico y nacional, dado el carácter gratuito de la publicación –hoy en día en Internet aún se comprende mal el pago por contenidos- se plantea acudir a novedosas fórmulas de ingresos para el negocio, que se exponen más adelante pero que se adelantan:

- Comercialización, a través de suscripciones, de un boletín diario, a modo de confidencial, que no se recoge en la publicación general o que amplía contenidos exclusivos. Por este servicio se cobrarán 10 euros mensuales y se calcula contar inicialmente con cien suscriptores.
- Venta de noticias a una empresa editora de un periódico gratuito en papel, que saldría a la calle los domingos.
- Acuerdos institucionales (patrocinios) para la promoción de instituciones como el Círculo de las Artes y la Tecnología o la capitalidad cultural de Segovia 2016.

En resumen, los ingresos de explotación provienen de la venta de publicidad, de la elaboración de un boletín para suscriptores y de la venta de noticias para un gratuito, gestionado por otra empresa editora.

Las estimaciones de estos ingresos se han realizado teniendo en cuenta la experiencia en el sector y las previsiones, tanto de cuota de lectores como de mercado publicitario de la zona.

Gastos de personal: la estructura de personal se ha estimado suponiendo la contratación del personal habitual necesario para el desarrollo de la actividad de la compañía señalado en este plan de negocio.

Por lo tanto la cuenta de pérdidas y ganancias en el primer año arrojaría un ejercicio compensado en la cual se observa que existe un equilibrio entre los ingresos y los gastos.

Publicidad y promoción: El mayor esfuerzo de promoción se realiza durante los primeros meses a través de acuerdos de colaboración e intercambio con diversos medios de comunicación líderes en la zona, como Radio Segovia-Cadena SER, el gratuito con el que se va a colaborar como suministrador de noticias y las cadenas de televisión locales.

### **Contenidos**

Desde un planteamiento realista, conscientes de las limitaciones de los recursos humanos y económicos, Segovia-e no aspirará a cubrir todos los eventos que se registren en su ámbito, sino que se centrará en hacer información de calidad, también colocándola en la red de forma inmediata, en la que se incluya tanto texto, como fotografías, audio y vídeo. En definitiva, una plataforma multimedia.

No faltará el análisis político con rigor, lo que le situará en un medio de interés para su ámbito, si se compara con otras ediciones digitales de la competencia.

Hay que tener en cuenta que en el ámbito de origen de la publicación destacan diversas actividades culturales con renombre, desde el Hay Festival, dedicado a la literatura, al Festival Internacional de Títeres, entre otros.

Esto quiere decir que se hará especial hincapié en transmitir a los lectores del medio digital información completa de estos eventos y servirá además de referencia a los ciudadanos que tienen que residir fuera, por razones profesionales.

## Secciones

### Portada

(Lo más importante de los contenidos)

### Opinión/Confidencial

(Opinión política y apartado para noticias breves al estilo confidencial, pero rigurosas y con fuentes)

### Segovia-e

(Información general de lo que ocurre en Segovia, tanto en el ámbito político, como social, económico...)

### Cultura

- Agenda y calendario
- Actividades y eventos
- Críticas
- Opinión

### Capital 2016

(Información centrada en la carrera hacia la capitalidad cultural europea de 2016)

### e-información

(Informaciones de nuevas tecnologías y actividades vinculadas al futuro Círculo de las Artes y la tecnología)

### ciudadano-e

(Independientemente de que las informaciones emitidas por los ciudadanos se puedan incorporar en las secciones concretas, ésta albergará material de convocatorias especiales, como concursos de relatos, fotografías, otro tipo de noticias...

### Gente/Comunicación/Galería de fotos

### Deportes

## INFORME PLAN DE NEGOCIO SEGOVIA-E

Las coordenadas de elaboración de este plan de negocio para la empresa editora de un diario en Internet (Segovia-e) se resumen en los siguientes puntos:

- Se estima que existen cuatro unidades de ventas:
  - Una primera dedicada a la comercialización publicitaria de las páginas que se supone que tendrá unos ingresos mensuales de 1.500 euros.
  - Una segunda línea encargada de conseguir suscripciones a un boletín diario que se emitiría y que se comercializaría publicitariamente a razón de 1.000 euros mensuales.
  - Una tercera línea que consistiría en la venta de noticias para una edición en papel y en la cual Segovia-e funcionaría como Agencia local de Noticias por un importe mensual de 1.000 euros.
  - Y una cuarta línea derivada de los acuerdos institucionales previstos y que tendrían como contrapartida al apoyo a los distintos eventos que se fueran produciendo una asignación de 4.000 euros mensuales como patrocinios.

- Se establece un tipo impositivo de IVA para los tres años desarrollados de un 16%
- Se estima un tipo impositivo anual como Impuesto S/sociedades de un 30%
- En cuanto a las inversiones iniciales se prevé que serán necesarios unos 20.300 euros entre instalaciones, mobiliario, software, hardware y gastos de constitución.
- Para hacer frente a este desembolso se estima que se aportará un capital de 3.000 euros y se accederá a un préstamo Financiero de 12.000 euros.
- El Préstamo se estima a un interés de un 6% y un plazo de devolución de 3 años
- La cantidad de facturación anual en el primer año se estima en 90.000 euros. Los años posteriores tendrán la revisión de inflación correspondiente y no se estiman nuevas unidades de negocio.
- No se estiman costes directos a las unidades de venta pues los costes directos serán principalmente las nóminas y colaboraciones previstas.
- De estas ventas se deduce que un 20% corresponden al concepto publicitario puro y duro; un 13% a la comercialización del boletín; un 13% a la venta de noticias y un 53% al concepto de patrocinios derivado de los acuerdos institucionales.
- Como recursos humanos de la sociedad se prevé que la plantilla la compongan un director, 2 redactores y un comercial que tendría sueldo más comisión.

- Por lo tanto la cuenta de pérdidas y ganancias en el primer año arrojaría un ejercicio compensado en la cual se observa que existe un equilibrio entre los ingresos y los gastos.
- En cuanto a la frecuencia de Cobros y Pagos, se estima que los cobros en un porcentaje muy elevado (80%) se realicen en un periodo de 30 días y un 20% a 60 días, no previendo impagados. Con respecto a los pagos se estima que un 40% se realizará a 30 días y un 60% a 60 días.
- Con lo cual el plan de tesorería para los primeros 12 meses y con la financiación descrita anteriormente nos refleja que tendrá un carácter positivo en todos y cada uno de los meses pasando desde los 2.716 euros del mes de febrero hasta los 8.769 euros del mes de diciembre.
- La inflación prevista para los años 2008 y 2009 es de un 3%
- Con respecto a la cuenta de explotación a tres años vemos que durante el primer año existe un equilibrio total entre los gastos y los ingresos, mientras que en el 2008 se obtendrían 4.495 euros de beneficio y de 5.969 euros en el año 2009
- Y aunque el fondo de maniobra es ligeramente negativo en los dos primeros años, vemos que en el tercero se equilibraría y arrojaría un resultado positivo de 2.267 euros