

FASE III

Lanzamiento y análisis de la respuesta

Título proyecto: Ibra Assez Fou

Resumen características proyecto:

Medio de comunicación digital sin periodicidad establecida pues no cuenta con los recursos, ni económicos ni humanos, suficientes para una redacción diaria. Sin embargo, ese es precisamente su horizonte: ganar cuota de mercado de lectores interesados por el tema central del medio para convertirse, finalmente, en un medio sostenible de periodicidad diaria. Se apuesta por una información veraz, verídica y de actualidad, así como otro tipo de información de actualidad menos "rabiosa", la cual se plasma principalmente en formato de reportaje.

Portavoz:

Brahim Bachir Limam

URL:

www.ibrasezfou.com

Informes sobre el lanzamiento público

-Campaña de promoción.

La promoción ha sido mayoritariamente por medio de conocidos (boca a boca) y redes (Facebook, Twitter y WhatsApp), y de momento es a coste 0.

El objetivo, como no, es llegar a cuantos más lectores mejor. El arranque está siendo muy lento y el compromiso y la fidelidad de los lectores se está reflejando muy endeble. Eso es un elemento por mejorar cara el futuro.

Como digo, los resultados no se están logrando al 100% ni de lejos. Pero seguiré insistiendo con nuevas publicaciones similares (aunque de distinta naturaleza) hasta colocar el medio en el día a día de los lectores.

-Funcionamiento interno.

La plataforma se lanzó el pasado 16 de enero de 2018 en versión beta (solo para el focus group). Y hoy, 18 de enero de 2018, tras las revisiones pertinentes, se ha lanzado al público en general. Hasta el momento cuenta con la publicación oficial para la asignatura y con tres artículos de publicación antigua.

La previsión (una vez terminada la época de exámenes) es que este proyecto continúe hacia adelante. Se plantea que haya (de momento) de una a dos piezas informativas por día. En cuanto a la opinión o a otros elementos (imágenes, video, humor...), se les prevé una periodicidad inestable.

La redacción, edición y mantenimiento de la plataforma correrán en su totalidad a mi cargo, al ser yo el administrador único de la empresa.

En la parte inferior de la plataforma se implementará un buzón de sugerencias para que sean los propios lectores quienes propongan mejoras en la misma. Esta iniciativa empezará en breves a ser funcional.

-Repercusión externa.

Hasta el momento y por el hecho de haberse lanzado tan solo en versión beta, la repercusión en Google Analytics es mínima. Aunque en estos momentos se está moviendo poco a poco.

-Relación de enlaces conectados con esta publicación.

Son enlaces de out put, por lo tanto no generan entrada alguna: generan salidas a los sitios webs de donde se ha sacado la información.

Propuestas de futuro

-Estructura organizativa:

Como digo, todas las funciones, de momento, corren a mi cargo.

-Forma jurídica

IAF (Ibra Assez Fou) se lanza como una plataforma digital del ámbito de la comunicación, en forma de Sociedad Limitada (SL), con un único administrador: Brahim Bachir Limam.

-Siguiente paso

Hasta el momento IAF se consolida como un proyecto independiente y autónomo, alejada de cualquier integración en otro medio más grande. Sin embargo, como se mencionó en el documento correspondiente a la Fase II, no se descarta ninguna fusión posible.

No obstante, y conociendo muy bien las necesidades de financiación del proyecto, aún no se han indicado ningunas gestiones sobre su posible integración en algún programa de emprendimiento u otras opciones. Aunque, como digo, no se descarta en un futuro cercano si de ello depende la supervivencia del proyecto.

Evaluación de costes

Costes laborales anuales:

-El coste en concepto de sueldos será único: el que supone el trabajo mío.

-El coste en mantenimiento de la web, hosting, mail, etc., será de 100€/año aproximadamente.

-El coste en concepto de fotografías (compra), vídeos (compra), información (compra/alquiler) se desconocen pues varían en función del caché del fotógrafo, las tarifas de la base de datos, etc.

-Los sueldos de los colaboradores se percibirán en función de:

a) foto o vídeo (compra): depende de precio

b) texto: 0.20€ por palabra.

Costes de equipamiento y gastos generales anuales:

-Alquileres de oficina: Adquirir una oficina, aunque sea en alquiler, todavía se está analizando. A corto plazo se ve innecesario, pero, conforme crezca el proyecto se contemplará la posibilidad de adquirir una oficina de tamaño adecuado. Alquiler al mes, 600€

-Será necesaria la adquisición de un (o varios) ordenador nuevo: con mejor procesado, menor a, pantalla, batería, etc. Coste aproximado 1000€

Estimación de costes globales por un año:

2.000€ en el año corriente.

Estimación de ingresos en un año:

En concepto de publicidad, se podría alcanzar los 600€ entre suscriptores y anunciantes.

Estimación de beneficios o de pérdidas netos por un año:

Este año corriente al balance neto será de -1.400€.

Estrategia a seguir y tiempo necesario para alcanzar el objetivo de viabilidad del proyecto:

Teniendo en cuenta que el mayor gasto se va en el equipo informático, y que éste solo se debe hacer una vez, el año siguiente IAF será viable en cuanto a que sus gastos (aproximadamente 700€) no superarán sus beneficios previstos basados en la perspectiva de aumentar suscriptores y anunciantes.

La viabilidad según perspectivas

-Discusión sobre la viabilidad o no del proyecto desde el punto de vista económico:

Con una perspectiva firme, el proyecto es viable si no se emprenden más medidas faraónicas. Si embargo, puede que partir con una deuda así sí le supongan a la empresa un lastre. Se intentaría paliar con una posible inmersión en algún programa de emprendedoría.

-Valoración desde el punto de vista formativo y experiencial (Curriculum Vitae) para los integrantes del proyecto:

Ha sido una experiencia muy enriquecedora. Por un lado, para adquirir conocimientos directamente relacionados con la materia: construir un blog, insertarlo en Google Analytics, conectarlo con las redes sociales, cuidar la redacción, la edición, la documentación informativa, etc. Por otro lado, está el conocimiento económico que el alumno adquiere al tener que enfrentarse a un lanzamiento en fase beta, a una estrategia publicitaria y finalmente de lanzamiento de un producto informativo en la era digital.

Por lo tanto, considero que ha sido una experiencia de lo más enriquecedora a nivel práctico y teórico en lo que a la construcción, consolidación y seguimiento de una plataforma digital informativa se refiere.

Cierre o continuidad

-Decisión sobre el cierre o la continuidad. El grupo debe llegar a algún tipo de acuerdo acerca del futuro del proyecto. Si se decide el cierre, debe explicarse a los lectores-seguidores que el proyecto dejará de actualizarse pero que sus contenidos serán accesibles durante un año o más, por ejemplo.

El blog intentará seguir funcionando al menos los próximos dos meses. Una vez superado ese umbral, decidiré si seguir o no. La razón es, más allá de la viabilidad (que se ha demostrado dudosa, pero asumo el riesgo y lo enfrento), la dedicación que ello necesita, dado todos los frentes que un estudiante a tiempo parcial y trabajador el resto del tiempo tiene abiertos.

-Decisión acerca de si se decide registrar la cabecera en el registro de la propiedad intelectual <http://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/propiedadintelectual/registro-de-la-propiedad-intelectual/organizacion-y-direcciones/aragon.html> o/y como marca industrial <http://www.oepm.es/es/index.html>

Conclusiones finales

-Valoración y resumen de todo el proceso desarrollado en las tres FASES:

La diversión es lo que más ha motivado todo el proceso. La creación de un blog es algo en lo que ya venía trabajando de antes de llegar a esta asignatura, así que se podría considerar que ha confirmado mi gusto por la información del siglo XXI.

Listado de anexos sobre los documentos que se consideren relevantes (los anexos sobre contenidos nuevos publicados serán los enlaces que se ponen aquí):