

## LA NUEVA ERA TECNOLÓGICA

### THE NEW TECHNOLOGICAL AGE

Rosalyn Gómez<sup>1</sup>, José Medina<sup>2</sup>, José Véliz<sup>3</sup>

#### Palabras claves:

Comunicación,  
capacidades,  
crecimiento.

#### Resumen

Este caso de negocios es sobre la aplicación online de una nueva herramienta creada principios del año 2010 con la misión obtener el mejor contenido de excelente calidad para los clientes; y a futuros inversores las perspectivas de un crecimiento rentable, con una visión en convertirse en la mejor aplicación de entretenimiento en su categoría. En un inicio la manera de generar rentabilidad era con los anuncios, para ello se necesita un buen número de tráfico de clientes y por consiguiente ganancias. Para poder hacer esto, es necesario que te unas a redes de anuncios como el caso de Admob de Google. Se buscará analizar otras formas de generar ingresos que estén relacionadas con el servicio de calidad y pueda contribuir a la toma de decisiones con relación a nuestros futuros inversores.

**Códigos JEL:** M10

#### Keywords:

Communication,  
capabilities,  
increase.

#### Abstract

This business case is about the online application of a new tool created in early 2010 with the mission to obtain the best content of excellent quality for customers; and to future investors the prospects of profitable growth, with a vision to become the best entertainment application in its category. In the beginning the way to generate profitability was with ads, for this you need a good number of customer traffic and therefore profits. To be able to do this, it is necessary to join ad networks such as Google's Admob. We will seek to analyze other ways to generate income that are related to quality service and can contribute to decision making in relation to our future investors.

**JEL Codes:** M10

---

<sup>1</sup>Pontificia Universidad Católica del Perú, Graduate Business School, CETRUM Católica, Lima, (Perú).  
E-mail: f0227552@pucp.edu.pe

<sup>2</sup> Pontificia Universidad Católica del Perú, Graduate Business School, CETRUM Católica, Lima, (Perú).  
E-mail f1112922@pucp.edu.pe

<sup>3</sup> Pontificia Universidad Católica del Perú, Graduate Business School, CETRUM Católica, Lima, (Perú).  
E- mail: jcveliz@pucp.edu.pe

## INTRODUCCIÓN

Muchos de nosotros en estos tiempos tenemos la oportunidad de elegir qué película, serie o novela ver en cualquier momento del día disfrutando en familia y amigos, y es por eso nos encontramos con Jose E. Torrealva que nos presentará su nueva app TAQUILLA.COM, con tan solo 25 años de edad, ingeniero de profesión y se encuentra terminando un curso virtual como desarrollador de apps en el centro universitario U-Tad "Especialistas en el desarrollo de aplicaciones multiplataforma"; nos relata cómo surgió la idea de crear esta aplicación gratuita, cuenta con más de medio millón de descargas, tiene además un fácil acceso y todo lo que encontraras en ella, lo que lo ha convertido en el emprendedor exitoso del año 2010.

José nos dice: "Era el año 2000, mientras en Latinoamérica la mayoría de nuestros países salían de distintas crisis políticas y económicas. Las familias veían a la televisión por cable como el rey del entretenimiento en casa ya que era como una ventana para ver nuevas experiencias audiovisuales que te conectaban con historias y realidades distintas, pero que también condicionaban al espectador a vivirlas con ciertas restricciones como un capítulo a la vez en un horario, canal y fecha definida estableciendo un patrón continuo sin tener la libertad de elegir".

El internet, poco a poco pasó de una ventana informativa a una carretera intercultural que buscaba no solo conectar al usuario con el conocimiento sino relacionarlo con el mundo. En este caso el entretenimiento utilizó esta herramienta para posicionarse sin dejar de lado los medios tradicionales que la sostenían. En ese momento no se pensaba que este medio digital iba a romper esquemas y generar un cambio.

Para el año 2009, recuerda José, que le gustaba ver películas, series, además cansado de alquilar y guardar grandes cantidades de DVD que con el tiempo terminaban perdidos o prestados en las casas de amigos cercanos o familiares, además dedicado a los estudios, convertido en padre, ya no existía esa disponibilidad de antes pues lo que deseaba era poder ver sus películas en cualquier

momento y sin tener que buscarlos y utilizar un reproductor,

Fue así como inició su aventura por distintas aplicaciones las cuales permitan ver en casa películas de estreno de buena calidad y gastar lo menos posible. Siendo esta una tarea bastante complicada, debido a que también existen aplicaciones muy buenas, muchas de ellas fuera de presupuesto y otras accesibles, pero con muchas fallas, enlaces rotos, o demasiado complicadas y poco ilustrativas. Fue así como surgió el reto de: "Generar una ventana de entretenimiento inacabable". La idea que desarrolle junto a Nicolás de la Torre un gran amigo de infancia, y actualmente se encuentra en España concluyendo su carrera de Ingeniería Telemática en la universidad Carlos III de Madrid. Ambos concebíamos una idea que va de la mano con el acceso inmediato, portabilidad y transferibilidad.

### Aplicación taquilla.com

Es una aplicación online que está sustituyendo muchísimas veces a la propia aplicación original de Netflix, simplemente es una nueva herramienta creada principios del año 2010.

Esta aplicación está enfocada en todo el mundo del entretenimiento, no tendrán excusas para disfrutar de sus mejores contenidos, sean películas, series, animés o novelas aquí los encontrarás todo, las cuales están divididas por categoría, dónde encontraremos: acción, infantiles, terror, comedia, drama y documentales todas en calidad Full HD. Además de ver el contenido desde tu dispositivo Android móvil también podrás descargarlo, para verlo luego cuando este sin conexión a Internet. Tratamos de que su interfaz vaya mejorando mucho con el tiempo, cada vez realizamos un diseño más depurado y limpio en la app para el disfrute de nuestros clientes.

## Excelente calidad en el servicio

El modelo de negocio de TAQUILLA.COM ha sido capaz de identificar una necesidad de los clientes y, en consecuencia, responde con una oferta de sus servicios, que no solo le da la rentabilidad esperada, sino que esta es valorada por una creciente cantidad de clientes. Sin embargo, contar con un servicio que responda a las necesidades de los clientes no basta para que sea un modelo de negocio, debe, además, garantizar una rentabilidad y una sostenibilidad en la medida que esté alineado a la organización.

La oportunidad para los clientes (en especial los más jóvenes), el desarrollo de la tecnología propone un cambio en sus patrones de consumo respecto del uso de su tiempo libre. En ese sentido, un primer aspecto es la posibilidad de visualizar audio y video desde cualquier sitio, mediante el desarrollo de los dispositivos móviles, y su abaratamiento. Otra característica reciente es la posibilidad de que esta visualización se dé cada vez en mejor calidad, debido a las mejoras de los medios de transmisión de datos y el desarrollo tecnológico de los dispositivos

Entonces, Taquilla.com tiene una oferta que es una propuesta de valor a las necesidades del cliente objetivo y el flujo de ingresos se da mediante anuncios. Taquilla.com ha optado por una herramienta de anuncios que hace de esta aplicación gratuita para nuestros usuarios.

## Innovación de servicio (base de datos)

El área de Innovación de servicio tiene una función clave en el negocio: se encarga de diseñar y mejorar los algoritmos de búsqueda y recomendaciones de películas y series, para mostrar sugerencias personalizadas para cada usuario.

Contamos con un sistema de recomendación personalizado, basado en la calificación de "pulgar arriba" / "pulgar abajo" y la opción que nuestros usuarios realicen un comentario, una crítica o simplemente nos consulten dudas que podríamos ayudarlos; a diferencia de las demás aplicaciones nosotros respondemos diariamente a

esta consulta y mejorábamos esos puntos que nuestros usuarios nos solicitaban.

## Diseño del servicio

Ya no se tendrá la necesidad de instalar un plugin porque la misma aplicación en su versión viene con plugin integrado, (ya no es necesario usar Groovy +). Tratamos de que su interfaz vaya mejorando mucho con el tiempo, cada vez realizamos un diseño más depurado y limpio en la app para el disfrute de nuestros clientes.

En cuanto a la selección o cantidad de películas y programas de televisión, Taquilla.com también lleva ventaja frente a su competencia, ya que tiene una variedad de películas, que lo que lo hace aún mucho más atractivo.

La calidad de la imagen está relacionada con la velocidad de ancho de banda con la que cuente el usuario, se adecúa a esto, pudiendo llegar al usuario en una alta definición (HD) o una definición estándar (SD).

	ATRIBUTOS	
	Necesidades del Cliente	Ofertas de La Taquilla
Tecnología	Capacidad tecnológica de equipos móviles y en el hogar que visualizan audio y video con conexión a internet	Televisión por internet Compatibilidad con cualquier dispositivo conectado a internet, fijo o móvil velocidad en la transmisión
Gustos y preferencias	Relax Experiencias compartidas con amigos y familiares Tiempo libre y elección de momentos íntimos o sociales interfaz amigable	Aplicación gratuita Variedad de contenidos y contenidos originales sin compromiso de permanencia sencillez en la interface visualización ilimitada sugerencias personalizadas de contenidos

Nuestro objetivo como empresa es que nuestros usuarios puedan ver a través de nuestra app una variedad de contenidos de manera ilimitada a un costo accesible. Y es en base a este objetivo que establecimos la siguiente estratégica en base a sus clientes:

- Mejora continuamente el servicio que brinda. Se realizan pruebas de varios aspectos del servicio como la web, interfaces, planes, promociones, entre otros.
- Brindar un centro de ayuda para sus usuarios, vía web o acceso remoto.

## Objetivos estratégicos

La visión y la misión de la empresa llevan a los siguientes objetivos estratégicos:

- Incrementar un 30% más descargas a través de acciones de publicidad en las principales redes sociales como Facebook, Instagram, Snapchat y webs como YouTube.
- Diferenciarnos de la competencia mediante el mejor servicio al cliente, ofreciendo calidad y exclusividad.
- Mantener márgenes de rentabilidad atractivos para los inversores de la empresa.
- Fortalecer la marca de tal forma que genere una gran fidelidad entre sus clientes

## Inversores planteándoles perspectivas de un crecimiento rentable

Nicolás sugirió una forma de incrementar ganancias es con la herramienta de *freemium* son gratuitas, pero tenemos una opción de compra. En otras palabras, le damos al cliente esta herramienta con una libertad limitada pero a su vez de calidad, rápida y practica a la hora de bajar la aplicación, aquí el truco es que las personas descarguen de manera gratuita y puedan usarla, y si les gusta y quieren tener la versión Premium de esta aplicación, tengan la opción de comprarla.

Las ventajas están en que la gente puede descargarla como lo ha realizado hasta ahora, nuestro trabajo es el servicio gratuito de excelencia que le demos sin gastar nada y así no nos eliminaran, todo lo contrario, crearemos ese puente a que con tan solo un clip y con un costo mínimo obtengan algo mucho mejor pues ya tendrá la seguridad que su gasto no será en vano.

La pregunta sería entonces ¿qué le brindaremos en ese paquete premium?; entonces Nicolas citó una frase: “nuestra aplicación al ser gratuita nos obliga a poner anuncios que hemos sabido atender y hemos tratado que no sean tan aburridos compensando la balanza con las buenas películas series etc., con los mínimos errores, pero aun así muchos usuarios detestan esos anuncios pero si gustan de nuestra

aplicación, ese paquete premium, donde le ofrezcamos adiós a los anuncios no dudaran en adquirirlo”.

Excelente estrategia dijo Josué, también tenemos usuarios que gustan de los juegos y la buena música seria otra opción adicionarlos. Ahora solo hay que encontrar un punto de equilibrio, se deberá tener una buena estrategia de marketing.

Necesitamos profesionales que nos aporte que se integre a nuestro grupo es hora de crecer tengamos una **cultura organizacional de éxito**.

Una vez que adicionemos a nuestra aplicación las opciones de compra y logremos una excelente estrategia de marketing con la ayuda de nuevos colaboradores los cuales elegiremos en base a una cultura organizacional de éxito, entonces recién ahí buscaremos inversores que al ver que contamos una buena aplicación, que incluso ya disponemos un buen número de descargas y un tiempo en el mercado, esto sin duda llamará la atención y no dudaran en unirse a nosotros.

La ventaja es buscar un inversor que tenga ya una página web construida, tráfico, suscriptores, etc. Es decir, todo un sistema de marketing, y todos sabemos lo que esto implica al momento de promocionar un artículo. Nuestro trabajo adicionar esas herramientas a nuestra aplicación, pero debemos convocar y hacer crecer nuestro equipo que características deben tener para que formen parte de nosotros nuestra cultura debe ser primordial para el éxito, pensemos:

- Nuestra cultura debe estar orientada a impulsar el desempeño, creatividad y responsabilidad de nuestros colaboradores.

Entonces el perfil para elegir a nuestra experto (a) en Marketing, así como un asistente debe poseer de estas habilidades y competencias.

- Valores: pasión, creatividad, autodisciplina, responsabilidad
- Alto rendimiento: la capacidad para alcanzar grandes resultados, ser competitivos.

- Altamente alineados: decir, las metas deben ser claras, concisas y entendibles para todos.
- Desarrollo profesional.

Después de algunos días y después de analizar las habilidades y competencias de los candidatos para convertirse parte del equipo fue elegida Sabella Guzmán Magister Comunicaciones, con especialidad en Marketing Digital; nos plantea algunas ideas:

Considera que La Taquilla.com enfoca una conexión emocional entre la marca y el consumidor, como en la captación de clientes. Asimismo, considera que la Taquilla tiene un gran potencial de

marketing de usuario a usuario, debido al buen servicio que recibe el cliente y por ser una aplicación gratuita.

Pero nos dice que existen otras actividades de marketing que se pueden realizar serían las promociones, tarjetas de regalo etc., y trabajaremos en ellas, ya que ingresaremos a un nuevo mercado al ya no ser 100% gratuita e incorporan un nuevo servicio que nos incrementara las ganancias es primordial el marketing.

¿Serán adecuadas estas ideas para seguir creciendo?  
¿Qué ventaja y desventajas tienen estas sugerencias?  
Son algunas de las interrogantes que se plantean los fundadores de la empresa.

## REFERENCIAS

Boxelaar, L., Paine, M., Beilin, R. (2006) Community engagement and public administration: Of silos, overlays and technologies of government *Australian Journal of Public Administration*, 65 (1), 113-126. doi: 10.1111/j.1467-8500.2006.00476.x

Dressler, G. (2009). Administración de Recursos Humanos. México : Pearson

Ghosh, S., & Srivastava, B. K. (2014). Construction of a Reliable and Valid Scale for Measuring Organizational Culture. *Global Business Review*, 15(3), 583–596. doi:10.1177/0972150914535145

Hellriegel, D. Slocum, J. W. (2009). Comportamiento Organizacional. México : Cengage Learning Editores

Kreitner, R. Kinicki, A. Cole, N. (2007). *Organizational Behaviour: Key Concepts, Skills, and Best Practices*. Canadian : Mc Graw Hill, 2007

Robbins. (2005). Administración. México : Pearson Education, Inc, 2005.

Schein, E. (1992). *Organizational Culture and Leadership*. San Francisco California : Jossey - Bass, 1992.