

**Mov Compañía Audiovisual**

**Miguel Alexander Manrique López**

**Universidad Santo Tomás**

**Comunicación Social para la Paz**

**Bogotá D.C**

2017

## **Idea de negocio**

Mov compañía audiovisual es una idea que nace de la constante necesidad que tienen artistas, músicos, fundaciones y nuevas ideas de negocio en darse a conocer a sus públicos de interés por medio de productos audiovisuales que permitan el impulso su proyecto aprovechando las herramientas y plataformas que se cuentan en la actualidad como el internet y sus diferentes redes sociales.

Nuestra idea se basa en ser la mano derecha de estos perfiles en la creación, producción, divulgación y medición de campañas comunicativas apoyadas en la parte audiovisual, enlazando a nuestros clientes con sus grupos objetivos a fin de generar un reconocimiento de su producto en sus consumidores o clientes. De esta manera se busca ofrecer servicios audiovisuales en diferentes presentaciones como lo son los Products placement (emplazamiento de productos) que como define (vilasuso, 2013) “es una técnica de publicidad indirecta que consiste en introducir marcas y productos en los programas de ficción como parte de la historia que se narra, especialmente en películas, telenovelas y series” (p. 90)

Así, la compañía quiere brindar ideas innovadoras, impactantes aprovechando las nuevas plataformas como las digitales que pueden llegar a acercan las marcas y públicos, los músicos y sus públicos, entendiendo que:

De esta manera se denomina a una tendencia cada vez más popular entre los anunciantes para forjar lazos estrechos entre sus marcas y el contenido audiovisual de soportes mediáticos con los que se alían. En lugar del mensaje directo y en ocasiones agresivo del anuncio convencional, este tipo de publicidad permite a las

marcas insinuarse dentro del propio contenido del programa mediático (televisivo, sitio web). (Vilasuso, 2013, p.60)

## **Justificación**

Los tiempos actuales vienen estando enmarcados por crecientes cambios en la forma de comunicarnos, anunciarnos, interactuar, o buscar experiencias. Encontramos que como afirma----cita---- es decir ha cambiado el espacio donde nos comunicábamos, las herramientas con la que nos comunicábamos y hasta los medios que nos comunicábamos. A lo anterior se le ha conocido en gran parte como el marketing 2.0 es decir el cual se realiza netamente por medio digitales, lo que en cuestión de alcance, presupuesto y alcance sale mucho más favorable que los medios convencionales por donde pautan o se dan a conocer.

Así las plataformas web acaparan cada vez más un gran segmento de flujo de información, comunicación e interacciones a nivel mundial, a lo que se suman miles de usuarios de manera diaria “por esto, Internet presenta fantásticas oportunidades para las empresas, pero también serios desafíos. La mayor oportunidad es la de acceder directamente a millones de consumidores en todo el mundo. Y crear al mismo tiempo propiedades online donde la gente vuelva.” (Costas, 2007, p.140). De esta manera crea una gran acogida que se convierte en el medio predilecto por la mayor parte del mercado en todos sus segmentos, por economía, inmediatez, alcance y segmentación de público, un gran punto de oportunidad para promocionar o publicitar una idea.

## **Recursos**

### **Equipos técnicos:**

Como herramienta fundamental la compañía existen equipos profesionales de producción audiovisual actualizados y a la vanguardia en imagen y sonido para que tanto clientes como públicos tengan un producto llamativo y de calidad. Entre equipo de herramientas se encuentran:

- Cámaras fotográficas y de video de formato profesional, con los respectivos lentes que se acomoden a las exigencias de determinado proyecto a campaña.
- Equipos de sonido, programas de producción de sonido y masterización.
- Equipos de edición con los correspondientes software d diseño y edición
- trípodes y juegos de luces

Equipo Humano: la parte humana es la herramienta primordial para cualquier reto, es por eso que en comunicaría hemos juntados personas comunicación, un equipo de profesionales capacitados y con amplia experiencia en este tema, para que tu idea artística o de negocio salga a las mil maravillas y deje boquiabierto a todo el mundo. Dentro de nuestro equipo contamos con:

- Realizadores Audiovisuales (cineastas)
- Comunicadores sociales
- Fotógrafos
- Relacionistas de públicos
- Diseñador grafico

**Espacio físico:**

Mov compañía audiovisual cuenta con espacio de locación, almacenamiento de los equipos técnicos, sala de reunión con todas las condiciones y comodidades necesarias para que el equipo de trabajo planifique proyectos, además de una edición, cuando el equipo de trabajo no se encuentre con los elementos necesarios para realizar su trabajo como freelance

### **Misión**

Mov buscar ser la respuesta a todas las necesidades que encuentran artistas, músicos y emprendedores a sus proyectos por medio la creación de storytelling o videoclipis que representen esas historias, ideas o pautas, de la mente a la pantalla con contenidos innovadores.

### **Visión**

Creemos en nuestro trabajo, talento y calidad, es por eso que tenemos como meta para el año 2022 convertirnos en la compañía predilecta en la producción de storytelling y contenido audiovisual para emprendedores, artistas musicales, queriendo ser líderes en Boyacá y referencia Bogotá de innovación cumplimiento y calidad.

### **Valores corporativos**



En Mov Compañía Audiovisual el Compromiso es brindar productos de Calidad por medio de una Comunicación Creativa y asertiva, trabajando con Cumplimiento hacia nuestros clientes generando Confiabilidad y respaldo por parte de nuestra empresa.

### **Objetivos**

-Generar una estabilidad económica de la empresa que permita seguir capitalizando la empresa a miras de una expansión y continua mejoración de sus equipos y la capacitación de su capital humano.

-Generar storytelling audiovisuales o miniseres que nos conviertan en referencia de pauta para marcas con sus públicos

-Establecer alianzas con capitales públicos y privados para el fomento de la comunicación y cultura audiovisual en Boyacá y Bogotá, ampliando la cobertura de la proyección social de la empresa siendo los colegios o escuelas el público objetivo a formar

## **Ética de la empresa**

### **Postura ética relacionada con la competencia**

Mov compañía audiovisual buscar ofrecer un servicio de calidad en sus productos con el fin de convertirse en referencia entre clientes, posibles clientes y demás públicos que tengan relación con la actividad de la empresa, en base a un trabajo original, serio y responsable que no afecte la propiedad intelectual de las demás empresas (competencia) o trabajadores independientes.

De igual manera comunicaría entiende el valor que representa este trabajo por eso busca dar a los clientes unas tarifas de manera conmensuradas a las establecidas por medio de estudios de mercados, ayudando a la monetización del mercado.

### **Postura ética relacionada con el ámbito empresarial**

Basamos nuestras relaciones en el respeto, en la ayuda mutua, la retroalimentación y el liderazgo de nuestro equipo de trabajo en cada una de sus áreas, es por eso que buscamos un el clima laboral

### **Postura ética relacionada con los clientes**

Nuestros clientes son lo más importante en nuestra labor, por consiguiente en Mov compañía audiovisual busca que sus productos se caractericen por calidad y cumplimiento oportuno de acuerdo a las exigencias acordadas con el cliente.

### **Postura ética relacionada con lo aprendido en la universidad.**

La postura ética desde la formación académica y la proyección social a la cual se enfoca la Facultad de Comunicación social para la Paz de la universidad Santo Tomás, permitió entender a la sociedad como pilar fundamental nos lleva a pensar en un modelo de negocio que incluya la sociedad como pilar fundamental para el mismo desarrollo empresarial.

De esta manera en Mov audiovisual se tiene como pilar fundamental dar enseñanza a niños y jóvenes de diferentes colegios o escuelas, acerca de nuestro apasionado oficio. De esta manera buscamos dar talleres mensuales de producción audiovisual, entendiéndolo que esta disciplina no hace parte del componente o currículum académico para que así puedan aprovechar este conocimiento en la realización de proyectos escolares como lo son (periódico escolar) como para ayudar a enriquecer la cultura audiovisual en el país.

### **Descripción**

#### **Características de producto o servicio**

La compañía audiovisual manejará tres líneas de servicios para ofrecer a los clientes, potenciales clientes y público en general:

Storytelling publicitario

Producción de storytelling publicitario para campañas de marcas, por medio de historias creativas y únicas que transmitan experiencias o sensaciones que el cliente busque despertar en su público.

Videoclip promocionales

Producción de spots audiovisuales para nuevos emprendedores, artistas musicales, públicos internos de empresas o instituciones como para externos de las mismas en plataformas web o el medio audiovisual que se establezca con el cliente.

Producción de series Web

Producción de series web para campañas instituciones o empresariales. Desarrollo de proyectos independientes junto a otras compañías de promoción audiovisual y actuarial y demás aliados estratégicos en promoción del desarrollo audiovisual y actuarial.

### **Problema o necesidad del cliente se va a resolver**

Actualmente existe una necesidad por parte de artistas, músicos, y emprendedores en Boyacá de realizar productos comunicativos que ayuden a generar un reconocimiento o branding de su trabajo en buscas de consumidores o posibles clientes. Así se encuentra que aunque existe una creciente oferta audiovisual en el departamento de acuerdo a las necesidad que encuentran empresas e instituciones, el servicio no cubre la alta demanda en términos de calidad e innovación de productos audiovisuales tanDe esta manera comunicacia por medio de ideas innovadoras se convierte en el aliado estratégico para desarrollar y publicitar sus productos.

## **¿Existen productos similares en el mercado?**

Dentro del mercado nacional existe una buena variedad de productoras audiovisuales con diferentes grados de experiencia que presentan en su portafolio de servicios, productos similares a los que oferta Mov Compañía Audiovisual. Sin embargo en departamentos como Boyacá, lugar hacia donde apunta la empresa su público objetivo, se encuentra que la oferta audiovisual no es muy amplia, ya que existen pequeñas y medianas empresas cuentan dedicadas con conceptos que llegan a converger empresa en el mercado que maneje el mismo concepto realice storytelling para marcas en crecimiento hay un nicho de posicionamiento importante en el mercado para la empresa

## **Plus o ventajas competitivas del producto**

El branding en un producto no puede resumirse meramente a su enunciación, se debe contar una historia que haga sentir la marca un

Hacer productos de Branding audiovisual que busquen nueva forma de publicitar productos por medio de storytelling, acercando al público a nuevas e intrigantes historias, en las que se promueven experiencias que cada cliente quiere mostrar a sus públicos específicos.

## **Marco legal**

(Miguel Alexander Manrique López, de nacionalidad colombiana, identificado con c.c. 1052400122, domiciliado en la ciudad de Bogotá, declara -previamente al establecimiento y a la firma de los presentes estatutos-, haber decidido constituir una sociedad por acciones

simplificada denominada Mac Guffin Casa Audiovisual S.A.S para realizar actividades de produccion de peliculas cinematograficas videos programas anuncios y comerciales de televisión (actividad 5911 del registro mercantil), por término indefinido de duración, con un capital suscrito de (\$ 8'000.000 de pesos Colombianos, dividido en (4) acciones ordinarias de valor nominal de (2'000.000 pesos colombianos) cada una, que han sido liberadas en su (*totalidad o en el porcentaje correspondiente*), previa entrega del monto correspondiente a la suscripción al representante legal designado y que cuenta con un único órgano de administración y representación, que será el representante legal designado mediante este documento.

Una vez formulada la declaración que antecede, el suscrito ha establecido, así mismo, los estatutos de la sociedad por acciones simplificada que por el presente acto se crea.

La compañía que por este documento se constituye es una sociedad por acciones simplificada, de naturaleza comercial, que se denominará Macguffin SAS, regida por las cláusulas contenidas en estos estatutos, en la Ley 1258 de 2008 y en las demás disposiciones legales relevantes.

En todos los actos y documentos que emanen de la sociedad, destinados a terceros, la denominación estará siempre seguida de las palabras: “sociedad por acciones simplificada” o de las iniciales “SAS”.

- La sociedad tendrá como objeto principal actividades de produccion de peliculas cinematograficas videos programas anuncios y comerciales de televisión (actividad 5911 del registro mercantil). Así mismo, podrá realizar cualquier otra actividad económica lícita tanto en Colombia como en el extranjero.

-La sociedad podrá llevar a cabo, en general, todas las operaciones, de cualquier naturaleza que ellas fueren, relacionadas con el objeto mencionado, así como cualesquiera actividades similares, conexas o complementarias o que permitan facilitar o desarrollar el comercio o la industria de la sociedad.

- El domicilio principal de la sociedad será la ciudad de Bogotá D.C. y su dirección para notificaciones judiciales será calle 57 #26-13. La sociedad podrá crear sucursales, agencias o dependencias en otros lugares del país o del exterior, por disposición de la asamblea general de accionistas.

- El término de duración será indefinido.

### **Integrantes y organigrama empresarial**

Para la conformación de la empresa se ha tenido en cuenta

Nombre	Cargo o funciones	Perfil
Miguel Manrique López	Director ejecutivo: Es persona encargada de relacionarse directamente con los clientes, posibles clientes, afianzar alianzas y diseñar estrategias que den a conocer la marca. Director creativo	Estudiante de último semestre de comunicación social. Relacionista público y jefe de prensa de figuras publicas.

	<p>Es la persona encargada de la conceptualizar las ideas y propuestas para cada cliente, para desarrollarlas luego con su equipo o supervisar que estas se lleven a cabo de forma correcta.</p>	
<p>German David Vargas Mateus</p>	<p>Director en producción</p> <p>Es el encargado de elaborar, planificar los procesos y los recursos para cada proyecto como lo es conseguir el personal, actores, los materiales, servicios, permisos y reservas, una vez haya sido consensado en reunión general la idea a desarrollar.</p> <p>Encargado del equipo de producción si el proyecto</p>	<p>Profesional en cine y televisión. Fundador festival internacional de cine Cacique Tundama</p>

	<p>lo requiere.</p> <p>Asiste en la dirección de fotografía</p>	
Samuel lozano ballesteros	<p>Director de fotografía</p> <p>Es el encargado de la creación artística de imágenes para la puesta en escena en producciones audiovisuales.</p> <p>Toma de decisiones respecto a la iluminación, ópticas, encuadre, composición y texturas, para colaborar en la creación de la imagen en el proyecto.</p> <p>Realiza conjunto a mano a mano con el productor, dirección de artes, y director creativo. Entre</p>	<p>Profesional en Comunicación Social.</p> <p>Free lance para aga Group y Instagram fotografo</p> <p>Influencer</p>

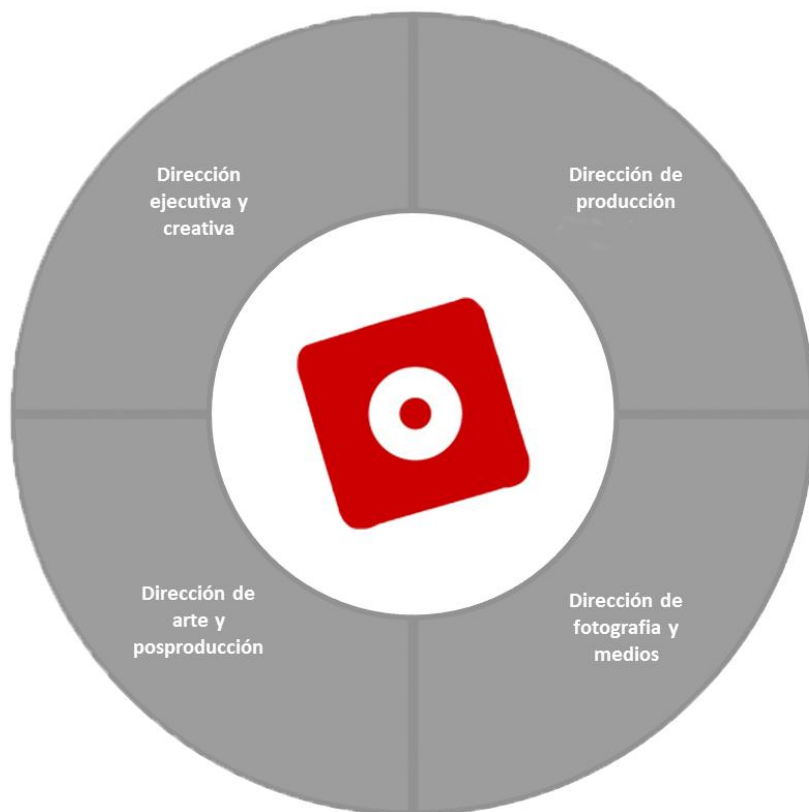
	<p>ellos se llega a acuerdos respecto al tipo de imagen que llegue a necesitar y el modo de llegar a ella, dependiendo del género, tono de la historia, etc.</p> <p>El director de fotografía es responsable del equipo de cámara.</p> <p>Director de medios</p> <p>Es la persona encargada de manejar las comunicaciones de la empresa en redes sociales, así como en página web. Se encarga de subir y administra todo el contenido de la empresa a sus diferentes proyectos.</p> <p>Genera estrategias de</p>	
--	--	--

	posicionamiento web de marca	
Andres Ocampo (craidooff If Munfish)	<p>Director de arte</p> <p>Es el encargado del diseño de producción en toda clase de obras que contengan un cierto aspecto visual y artístico</p> <p>Director de posproducción</p> <p>Encargado de realizar el montaje y edición en cualquier proyecto, además de producir y añadir efectos digitales o títulos para los elementos que requiera cada video.</p>	<p>Profesional en cine y televisión. Artista plástico r pintor.</p> <p>Director de Numpaque, documental.</p>

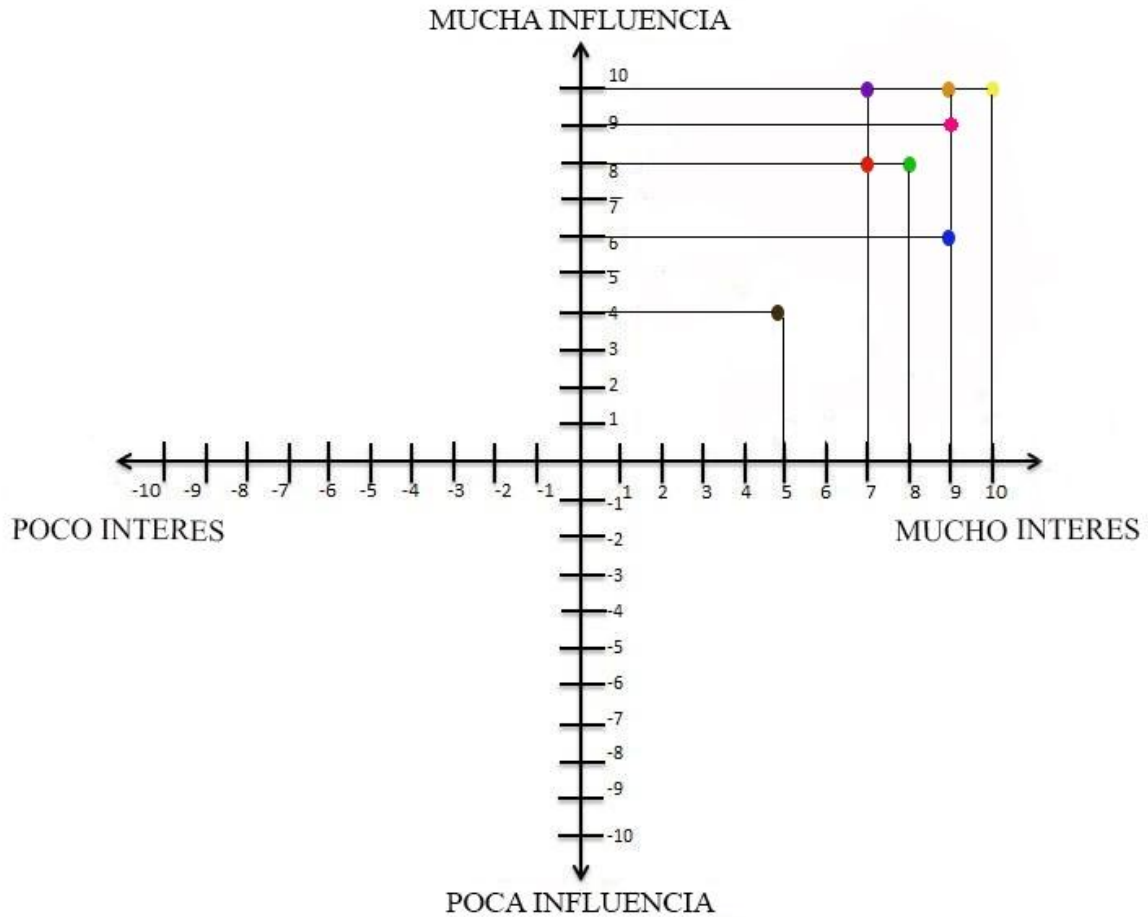
Organigrama empresarial:

Mov compñaia audiovisual manejava el siguiente esquema estructural en circunferencia, el cual reune de manera multidireccional y conjunta las observaciones y porpuestas de las demás dependencia a miras de un producto acorde a los tiempos, obejtivos y presupuestos acordados con el cliente. La parte central del esquema organizacional referencia el cliente y

el servicio a brindar, siendo este la prioridad de toda la compañía



## **Stakeholders**



Stake Holder	Color	Interés	Influencia
Clientes	Amarillo	10	10
Competencia	Rojo	7	8
Proveedores	Azul	9	6
Publico	Verde	8	8
Empleados	Naranja	9	10
Medios	Morado	7	10
Estado	Café	5	4
Colegios	Fucsia	9	9

A continuación se realizará una interpretación de los resultados hallados en el mapa de stake holders

Clientes: Mucha influencia- mucho interés

Resultan ser de mucha influencia e interés para la empresa los clientes el trato y trabajo que se les presta, ya que son ellos quienes recomendarán y se fidelizarán a la marca según la experiencia del producto recibido, lo que los convierte en punto de referencia frente a futuros clientes.

Competencia: mucha influencia – mediano interes

Se ve a la competencia como punto de mediano interés ya que si bien es importante saber qué servicios brindan y como los brinda, para la compañía es más importante evaluar y mejorar continuamente sus productos. Sin embargo tiene mucha influencia el aumento de esta o una cotización de servicios por debajo de lo acorde dentro del medio; situación que puede generar disminución de mercado potencial.

Proveedores: mucho interés – mediana influencia

Es de alto interés para la compañía, contar con proveedores de calidad, que suplan cumplida y efectivamente los servicios técnicos como logísticos estipulados dentro de cada proyecto, según sea el requerimiento. Si bien es de alto interés mantener proveedores fijos, la influencia de estos es mediana ya existen otras opciones en caso de que estos presenten impedimentos.

Publico: mucho interes – mucha influencia

El público es un grupo de presión de alto interés como de mucha influencia para la compañía, debido que a hacia ellos apuntan nuestro clientes, y por consiguiente nosotros, de esta manera es importante estar en continua relación e investigación del mismo para así entender gustos o tendencias que prefieren. Resultan ser potenciales clientes por eso se busca que en cualquier relación con la marca se lleven una experiencia agradable.

Empleados: mucho interés – mucha influencia

El capital humano resulta de mucho interés y alta influencia para la compañía, ya que del bienestar y sentido de pertenencia de ellos en la compañía, se podrán alcanzar los resultados y objetivos esperados en cada proyecto, para el continuo crecimiento empresarial.

Medios: mediano interés - mucha influencia

Los medios siempre serán de alta influencia de cualquier empresa, independiente del tamaño de la misma, ya que cualquier opinión o relación de la misma en sus divulgaciones puede llegar a afectar positiva o negativamente la imagen de la empresa

Estado: poco interés, poca influencia

El estado si bien es quien expide la normatividad, rige y sanciona en determinadas condiciones a las empresas, se relaciona como un grupo de presión de poco interés e influencia, ya todas las normas que nos rigen se han entendido previamente por parte de la compañía.

Colegios: mucha influencia – mucho interes

La proyección social, visión y responsabilidad social de la empresa buscar aumentar el desarrollo audiovisual o cinematográfico en jóvenes y niños. De esta manera resultan de alta influencia e interés conseguir relación con colegios o escuelas a miras conseguir un espacio que desarrollar nuestro objetivo.

## EL ESTUDIO DE MERCADOS

### 1. Evaluación de la competencia. a. Comunicación. b. Distribución. c. Clientes. d.

#### Precios.

Tomamos como referentes dentro del departamento de Boyacá sus tres ciudades principales, Tunja Duitama y Sogamoso, dentro de ellas hemos recogido información de empresas registradas en cámara de comercial, como otras que hacen una operación free lance.

Entre las empresas encontradas están las siguientes:

Nombre	Servicios	Comunicación	Distribución	Clientes	Precios
Boyacá Streaming Tel: 313891254	Servicios: Streaming y retransmisión,	Página web, Facebook, Instagram, Vimeo, Twitter, YouTube.	Digital web	Gobernación de Boyacá, Festival Internacio	Plan 1 1'500.000 Incluye: Grabación

2, Tunja, Boyacá	Producción audiovisual,  Videos institucionales,  Videos publicitarios,  Circuito cerrado de televisión,  Grabación de eventos, Video y fotografía aérea.			nal de Cultura, ICA Instituto Colombia no Agropecu ario, Patriotas F.C, Colegio Salesiano Maldonad o Tunja, Hortalizas Boyacá, musicos	a una camara
Dagamedia Audiovisua les.A.S	Produccion audiovisual animada y	Pagina web, Youtube, Twitter, Facebook	Digital web, salas de cine, exposiciones y ferias.	Pelicula Tundama	

<p>Tel: 311222543 3 Sogamoso, Boyacá</p>	<p>animación sobre video real. Producción de películas animadas Diseño de logos en 2d y 3d con transición animada</p>			<p>Gobernaci ó de Boyacá Cámara de comercio de Tunja EBSA Equipo de cilismo Boyacá raza de campeone s</p>	
<p>Rec Audiovisial es Tel: 301460524 1, Tunja, Boyacá</p>	<p>Producción audiovisual, Animación logos 3D /2D. Vídeo comercial e institucional, Time lapse,</p>	<p>Pagina web, Youtube, Twitter, Facebook</p>	<p>Digital no web</p>		<p>A convenir con el cliente y sus necesidade s</p>

	Producción y masterizado de sonido, edición y posproducción				
Inmedia3 comunicación audiovisual Tel: 3102683624 Sogamoso, Boyacá	Fotografía y video aéreo Videos empresariales Comerciales web Videos animados Animación de logotipos Videos musicales Eventos sociales	Pagina web, Facebook, Twitter, You Tube	Digital no web		
Andres Leal Videographer.	Fotografía y video aéreo, Videos empresariales, Comerciales web	Facebook, Instagram, snapchat, whatsapp, twitter	Digital web		

Tel: 314481022 5, Duitama, Boyacá					
---	--	--	--	--	--

**2. Composición del mercado (concentración geográfica, características de la población, niveles socioeconómicos). Factores que afectan el mercado y cómo funcionará bajo ciertas circunstancias. Mercados no explotados y capacidad de penetración. Participación del mercado.**

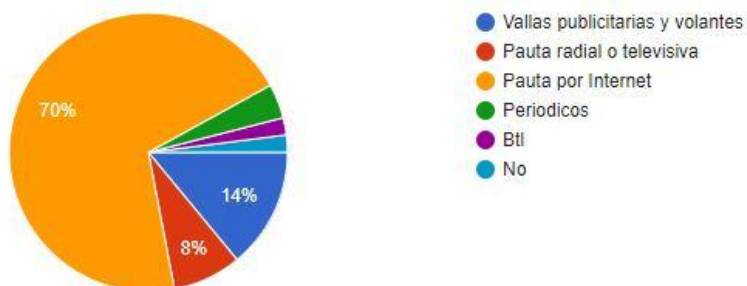
El mercado a explorar se encuentra en el todo el Departamento de Boyacá, especialmente en las tres ciudades con mayor número de habitantes: Tunja Duitama y Sogamoso, las cuales sobrepasan los 100.000 habitantes. El publico

Se hizo un estudio y a continuación se pondrán las gráficas con los resultados y respectivas interpretaciones:

### 1. Qué lugares prefiere usted para pautar su proyecto o idea de negocio?



50 respuestas



Pauta por internet: 70% - 35 respuestas

Vallas publicitarias: 14% - 7 respuestas

Pauta radial o televisiva: 8% - 4 respuestas

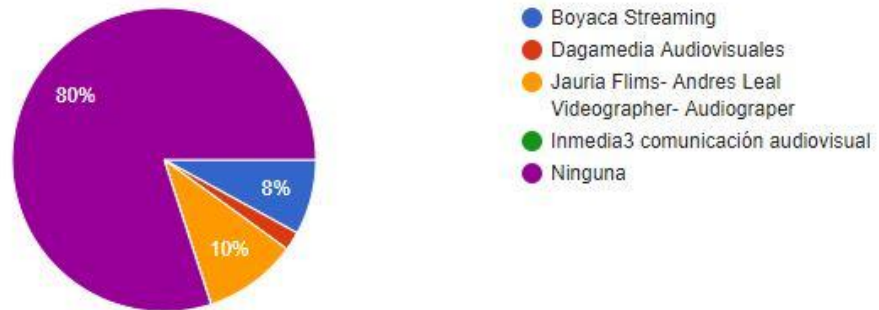
Periódicos: 4% - 2 respuestas

Otros: Btl 2% - 1 respuestas / No 2% - 1 respuestas

Según lo encontrado en el estudio de mercado, las personas muestran una clara preferencia de pautar su idea o proyecto por medio de medios digitales con un 70% como el internet, siendo los medios físicos y convencionales como vallas radio y periódicos los que se prefieren en menor proporción con un 14%, 8% y 4% respectivamente. Por último los encuestados también mostraron un interés por la publicidad Btl.

## 2. ¿Cuáles de las siguientes empresas de producción o comunicación audiovisual conoce usted en Boyacá?

50 respuestas



Ninguna: 80% - 40 respuestas

Jauría films: 10% - 5 respuestas

Boyacá Streaming: 8% - 4 respuestas

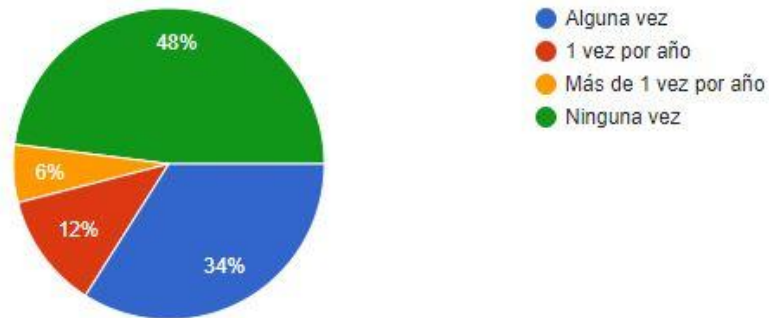
Dagamedia audiovisuales: 2% - 1 respuesta

Inmerdia Comunicación Audiovisual: 0% - 0 respuestas

El estudio arrojó un porcentaje diciente que evidencia el poco conocimiento o recordación de marcas audiovisuales, con un 80% de personas que demuestra ningún conocimiento de las empresas audiovisuales más relevantes dentro del mercado en Boyacá. De igual se evidencia que existen empresas que llegan a tener de reconocimiento de marca del 10% de la muestra.

### 3. ¿Usted o una persona cercana ha contratado algún servicio de producción audiovisual?

50 respuestas



Ninguna vez: 48% - 24 respuestas

Alguna vez: 34% - 17 repuestas

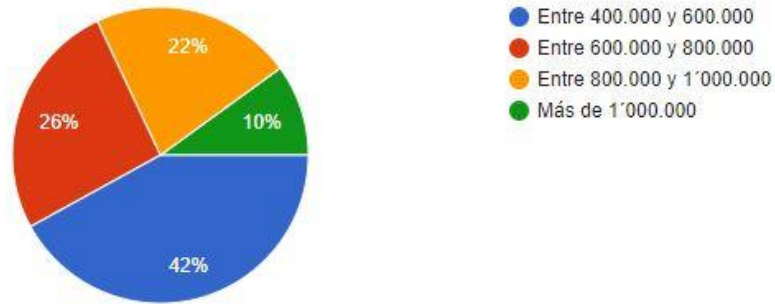
Una vez por año: 12% - 6 respuestas

Más de 1 vez por año: 6% - 3 respuestas

Una muestra significativa evidencia que ninguna vez han contratado un servicio audiovisual con el 48%. Sin embargo el 52% restante muestra haber contratado servicios audiovisuales, dentro del que se destaca un 6% que contrata estos servicio varias veces al año.

#### 4. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un video publicitario o corporativo para su idea de negocio?

50 respuestas



Entre 400.000 y 600.000: 42% - 21 respuestas

Entre 600.000 y 800.000: 26% -13 respuestas

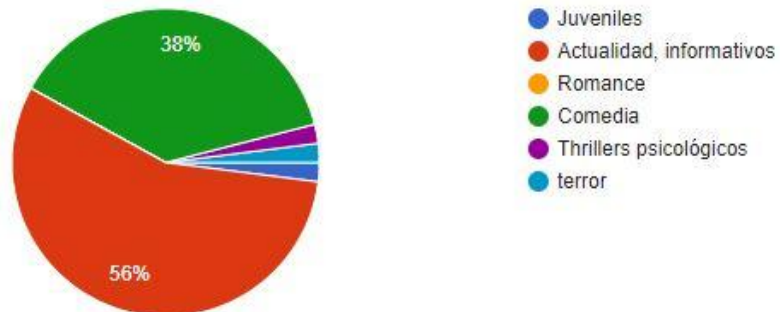
Entre 800.000 y 1'000.000: 22% - 11 respuestas

Más de 1'000.000: 10% - 5 respuestas

Se evidencia que un 42% de la muestra pagaría un promedio de 500.000 por video publicitario, de igual manera un 26% de la muestra estaría dispuesto a pagar 700.000 en promedio, y un 22% pagaría un promedio de 900.000. El 10 % restante considera pagar más de 1'000.000.

## 5. ¿Qué tipo de contenidos le gustaría observar en una miniserie web?

50 respuestas



Actualidad, informativos: 56% - 28 respuestas

Comedia: 38% - 19 respuestas

Juveniles: 2% - 1 repuestas

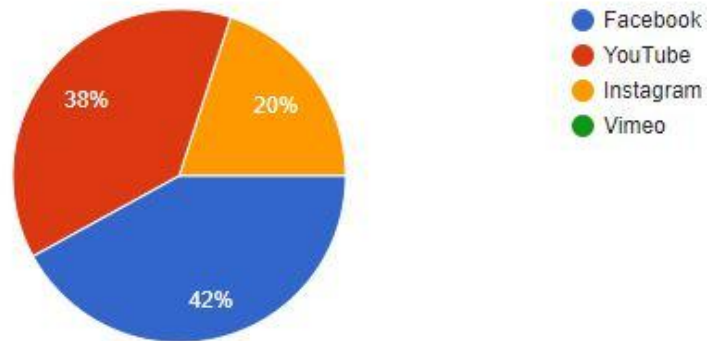
Romance: 0% - 0 respuestas

Otros: Terror 2% - 1 respuesta / thrillers psicológicos 2% - 1 respuestas

Un 56% de la muestra dice que el público en Boyacá le gustaría ver contenidos de actualidad e informativos, un 38% prefiere ver contenidos de comedia y una mínima muestra del 2% le gustaría contenidos juveniles. El 0% de la muestra prefiere contenidos de romance, y en la opción destinada a la opinión de la muestra muestran un porcentaje del 4% le gustaría ver thrillers psicológicos y de terror.

## 6. ¿En qué plataformas digitales usted ve más contenido de vídeo?

50 respuestas



Facebook: 42% - 21 respuestas

You Tube: 38% - 19 respuestas

Instagram: 20%- 10 respuestas

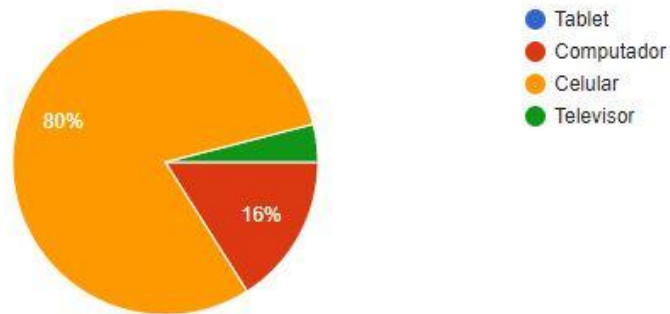
Vimeo: 0% - 0 respuestas

La muestra resalta a Facebook como la plataforma web más utilizada por la muestra para ver más contenido audiovisual con un total del 42%, mientras el 38%, una muestra significativa utiliza You Tube como medio predilecto. Por ultimo Instagram registra un 20% de la muestra. Por ultimo vimeo muestra un nula aceptación por parte de los

encuestados.

## 7. ¿En que dispositivo electrónico suele ver la mayor parte de contenido audiovisual?

50 respuestas



Celular: 80% - 40 respuestas

Computador 16% - 8 respuestas

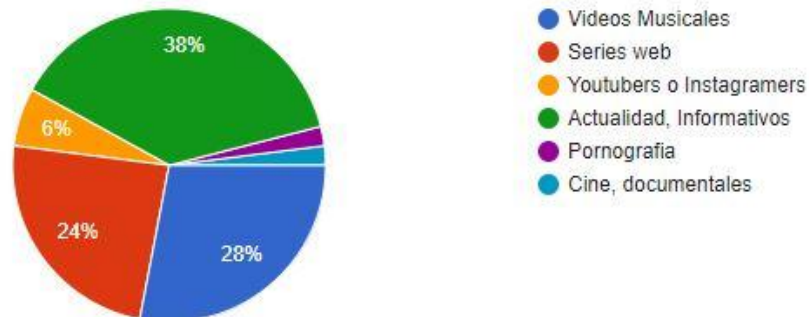
Televisor: 4% - 2 respuestas

Tablet: 0% - 0 respuestas

El 80% de la muestra ve la mayor parte del contenido audiovisual por celular, mientras que un 16% lo hace por computador y sólo un 4% prefiere el televisor como dispositivo electrónico para ver contenido audiovisual.

## 8. ¿Que contenidos audiovisuales prefiere ver usualmente en internet?

50 respuestas



Actualidad, informativos: 38% - 19 respuestas

Videos musicales: 28% - 14 respuestas

Series Web: 24% - 12 respuestas

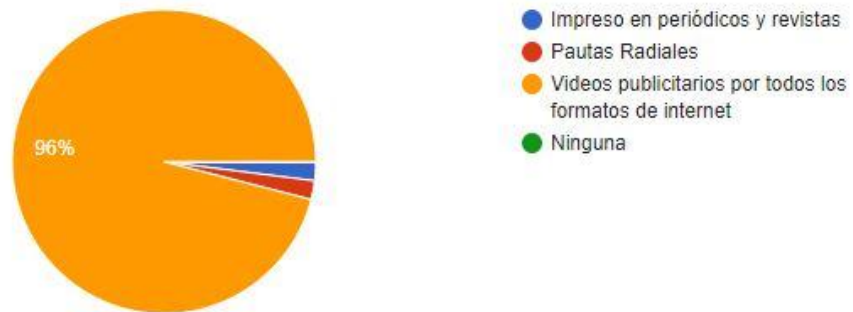
Youtubers o instagramers: 6% - 3 respuestas

Otros: Cine, documentales 2% - 1 respuestas / pornografía 2% - 1 respuestas

El 38% de la muestra prefiere ver contenidos de actualidad o informativo, mientras que un 28% prefiere videos musicales. Las series web también tienen una aceptación considerable del 24%, mientras que los youtubers o instagramers tienen una repuestas del 6%. En la respuesta abierta los encuestados también mostraron interes en cine y documentales y pornografía con un conglomerado del 4%

9. ¿Cuál considera que es el formato más utilizado actualmente para hacer publicidad a un negocio?

50 respuestas



Videos publicitarios por todos los formatos de internet: 96% - 48 respuestas

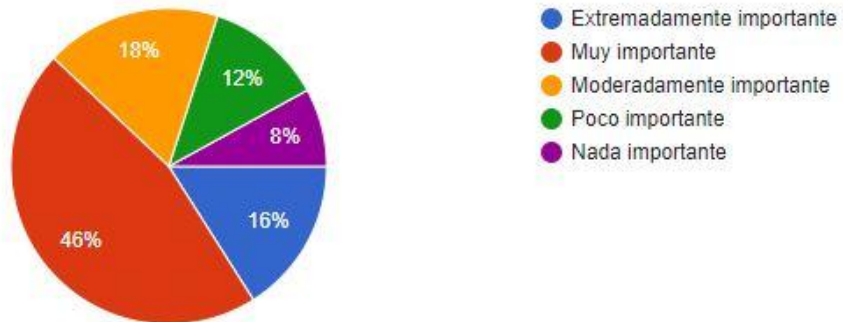
Impresión en periódicos y revistas: 2% - 1 respuestas

Pautas radiales: 2% - 1 respuestas

Ninguna: 0% - 0 respuestas

## 10. En general, ¿Qué tan importante es para usted comprar productos audiovisuales hechos por compañías boyacenses?

50 respuestas



Muy importante: 46% - 23 respuestas

Moderadamente importante: 18% - 9 respuestas

Extremadamente importante: 16% - 8 respuestas

Poco importante 12% - 6 respuestas

Nada importante 8% - 4 respuestas

El 46% de los encuestados encuentran muy importante contratar con empresas boyacenses sus servicios audiovisuales, mientras que un 18% lo considera moderadamente importante y un 16% extremadamente importante. Un 12% muestra poca importancia a este ítem y el 8% no considera para nada importante.

¿Cuáles son los clientes o grupos de clientes potenciales?

La empresa cuenta con clientes como lo son artistas musicales de incursión nacional entre los que se destacan Iris sintetica, inflasoul, Opus 24 orquesta sinfónica.

Dentro de nuestros clientes potenciales encontramos: artistas musicales del departamento de Boyacá, empresas del sector turístico y hotelero, empresas transportadoras, firmas constructoras, Supermercados, restaurantes, empresas de entretenimiento y deportes, e instituciones públicas departamentales o de los 133 municipios que componen el departamento.

¿Cuáles son las necesidades y los problemas más significativos del cliente?

Actualmente nuevos artistas, emprendedores e instituciones están viendo la necesidad de promocionar su idea, negocio o proyecto por internet a través de diferentes plataformas; tal como lo encontrado en el estudio de mercado el cual arroja que más de un 90% de las personas prefieren pautar su idea o negocio de manera web. De esta manera la creciente oferta de productos audiovisuales, los cuales predominan en gran manera en las plataformas digitales, llevan al cliente a querer buscar una compañía que lo asesore y produzca contenido audiovisual creativo e innovador que represente su idea de una manera única y de calidad a un precio prudente.

De igual manera se encuentra un 56% del público desearía ver miniseries web con un contenido informativo o de actualidad del departamento de Boyacá. También se encuentra un 38% les gustaría ver contenidos de comedia.

¿Quién, dónde está y por qué compra el cliente?

Los clientes por la necesidad de dar a conocer su negocio buscan una empresa que genere un contenido creativo, el cual represente su marca, su identidad y se dirija a un público específico en el departamento de Boyacá o a nivel nacional. Este cliente se caracteriza por ser una empresa, o idea que busca una empresa que realice un trabajo innovador, diferente a lo convencional, y de calidad.

¿Cómo se debe llegar al cliente?

Al cliente se va a impactar y comunicar por plataforma web inicialmente por redes sociales, creando contenidos propios de la marca los cuales demuestren atractivos, como los trabajos que se van realizando.

De igual manera se deben aprovechar las ferias empresariales alrededor de todo el departamento, para darles a conocer a posibles clientes, los beneficios y oportunidades que generan al contratar un servicio audiovisual

¿Quién es la competencia?

### **Boyacá Streaming**

Tel: 3138912542, Tunja, Boyacá

Servicios: Streaming y retransmisión, Producción audiovisual, Videos institucionales, Videos publicitarios, Circuito cerrado de televisión, Grabación de eventos, Video y fotografía aérea.

Experiencia mayor a 3 años

### **Rec Audiovisuales**

Tel: 3014605241, Tunja, Boyacá

Servicios: Producción audiovisual, Animación logos 3D /2D, Estrategias publicitarias, Vídeo comercial, Vídeos musicales (Spot).

Experiencia de 2 años.

### **Dagamedia Audiovisuales S.A.S**

Tel: 3112225433 Sogamoso, Boyacá

Servicios: Produccion audiovisual animada y animación sobre video real. Producción de películas animadas. Diseño de logos en 2d y 3d con transición aniñada

Experiencia mayor a 5 años

### **Inmedia3 comunicación audiovisual**

Tel: 3102683624 Sogamoso, Boyacá

Servicios: Fotografía y video aéreo, Videos empresariales, Comerciales web, Videos animados, Animación de logotipos, Videos musicales, Eventos sociales

Experiencia de 4 años.

**Andres Leal Videographer- Audiograper**

Tel: 3144810225 Duitama, Boyacá

Fotografía y video aéreo, Videos empresariales, Comerciales web

Experiencia de 2 años

¿Quiénes son los principales proveedores de mi competencia y cuáles son sus aciertos y debilidades?

Al ser un servicio, la actividad económica no refiere unos proveedores constantes o que marquen un plus para las empresas, se encuentran que los proveedores son tiendas de fotografía y video.

¿Cuáles son los competidores directos e indirectos o sustitutos?

Tal como los mostrado en el recuadro de competidores, se han establecido estas empresas como la competencia directa ya que presentan portafolios de servicio que acaparan la actividad comercial de la producción audiovisual

De igual manera existen competidores indirectos como las agencias de publicidad las cuales actualmente empiezan a incorporar los productos audiovisuales dentro de sus servicios. Las

compañías o productoras externas al departamento también llegan a ser una competencia indirecta

En los servicios sustitutos se encuentran la publicidad convencional (posters, vallas publicitarias, pauta por radio, periódicos, anunciadores, volantes, publicidad BTL.

¿Cómo se puede diferenciar el producto de la competencia?

mov compañía audiovisual busca ser un fabricante y contador de historias, a diferencia de las compañías audiovisuales, quiere darle a las marca que produce una identidad, una narrativa ya que como afirma Laurence Vicent, el secreto del éxito de una marca se basa en el relato que comunica. De esta manera se pretende generar publicidad a través de nuevas estrategias audiovisuales como el storytelling y el advertainment que mezcla la publicidad con el entretenimiento, o como Vilasulso (2013), define:

branded content (contenido de marca), o publicidad fuera de la publicidad (porque no forma parte de los bloques tradicionales, sino que se inserta en la dinámica dramática de los programas de la televisión), responde a la constatación —por parte de las marcas— de un consumidor cada vez más socio-consciente y crítico, cuando no renuente, hacia la publicidad convencional. (p. 60)

- ¿Qué estrategias se utilizarán para captar la atención del cliente y a qué medios de comunicación recurrirá para hacerlo?

Las estrategias serán tanto digitales como física. Se establecera un plan de posicionamiento web a través de las plataformas web que cuenta la compañía.

Se realizará la producción de una miniserie web de contenido de actualidad e informativo del departamento de Boyacá la cual genere un publico y sea punto de reconocimiento del trabajo audiovisual que realiza la compañía

¿Qué precio tiene su producto o servicio?

Se manejan 3 tarifas correspondientes a los servicios que presenta la compañía dentro de su portafolio.

Storytelling publicitario.

Incluye: Investigación, Realización, Producción y Posproducción de storytelling publicitario de 30-50 segundos.

Precio 700.000 pesos colombianos

El valor anteriormente mencionado está sujeto a cambios, dependiendo los requerimientos específicos del cliente

Videoclips promocionales.

Incluye: Investigación, Realización, Producción y Posproducción de videoclips musicales o corporativos 3-4 minutos

Precio: 1'050.000

El valor anteriormente mencionado está sujeto a cambios, dependiendo los requerimientos específicos del cliente

Miniserie Web.

Incluye: Investigación, Casting actoral, Realización, Producción y Posproducción de series web con contenido products placement para diversas marcas o institucionales; 5-8 minutos por capítulo.

Precio: 1'500.000 por capítulo.

El valor anteriormente mencionado está sujeto a cambios, dependiendo los requerimientos específicos del cliente

¿Cuál es el precio del producto y/o servicio de la competencia?. Precio promedio de productos y/o servicios similares.

La competencia en su mayoría establece precios con los clientes dependiendo del proyecto a realizar, sin embargo en líneas de servicios parecidas a unos de los servicios que presta Mov compañía audiovisual, en los cuales se han sacado los siguientes aproximados:

Videoclips promocionales 3-4 minutos 800.000 a 1.050.000

Spots publicitarios 30- 45 segundos 400.000 a 800.000

Para la producción de series web no se encontró cotización ni empresa que actualmente brinde o oferte este servicio.

¿Cuál es el precio que el cliente está dispuesto a pagar?

Según lo arrojado por el estudio de mercado el precio óptimo que consideran la muestra sería en un rango de los 400.000 a los 600.000 por proyevto audiovisual. De igual manera una muestra significativa estaría dispuesto a pagar rangos de 600.000 a 1'000.000.

¿Qué método de pago es el preferido por los clientes (pagos puntuales, pagos periódicos)?

Los pagos con los clientes se dividirán en dos partes, correspondientes al 60% al iniciar el trabajo y el 40% restante una vez se haya entregado el producto al cliente. Los pagos se harán en efectivo a otra vez de consignación bancaria.

Financiación

Gastos operativos, lo que determina cuanto cobrar por videoclip para crear punto de equilibrio

## **Bibliografía**

COSTA, J. (2007) Diseñar para los ojos. Editorial Costa Punto Com, S.L.

VILASUSO, R. (2013) La publicidad audiovisual, una nueva forma de arte posmoderno.  
Editorial Lamm.

Selmon C. (2008) Storytelling, la máquina de fabricar historias y formatear las mentes.  
Editorial Peninsula.