

DISCOPLAY ENTERTAINMENT

Proyecto de Emprendimiento

Presentado por:

RUBÉN DARÍO PRIETO RUIZ

Docente:

DIANA MARCELA ARISTIZÁBAL

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

Bogotá 3 de Junio de 2014

INTRODUCCIÓN

Fundamentación y descripción de la empresa

DISCOPLAY ENTERTAINMENT será una empresa de entretenimiento, alquiler de sonido, luces profesionales y djs para todo tipo de evento social.

Planteamiento Estratégico

Misión: ofrecer el servicio de alquiler de sonido, dj y luces profesionales para eventos y reuniones sociales, así como organizar la logística y la producción del evento. Somos una empresa socialmente responsable y como tal ofrecemos servicio de taxis después de cada evento.

Visión: para el 2017 DISCOPLAY ENTERTAINMENT se proyectará como una empresa líder prestadora de servicios de alquiler de sonido y logística de eventos en la ciudad de Bogotá y sus alrededores.

Objetivos:

- ✓ Prestar un servicio de calidad que satisfaga las necesidades y permita fidelizar de nuestros clientes.
- ✓ Brindar una atención amable y respetuosa a nuestros clientes tomando como referencia los principios de la empresa.
- ✓ Promover espacios de entretenimiento con alto contenido de calidad para nuestros clientes.
- ✓ Ser una empresa reconocida mediante la herramienta de la comunicación y nos ayude a posicionarnos entre los mejores e Bogotá.

Valores Corporativos:

- ✓ **Responsabilidad:** cumplimiento con los acuerdos pactados con las personas que adquieren nuestros servicios.
- ✓ **Honestidad:** transparencia en el actuar y en el comportamiento coherente entre el decir y el hacer.
- ✓ **Profesionalismo:** poner en práctica los conocimientos, comportamientos y actitudes que garantizan el adecuado cumplimiento de nuestra labor.
- ✓ **Cumplimiento:** compromiso que se adquiere con el cliente con el fin de alcanzar las metas principales del servicio.
- ✓ **Calidad humana:** compromiso del personal al momento de ejecutar el servicio y en la forma de relacionarse con los clientes.
- ✓ **Ética:** conducta con la cual la empresa ejecutará sus acciones y procedimientos.
- ✓ **Confianza:** es la seguridad que le brindamos a nuestros clientes de nuestro actuar de forma ética, generando tranquilidad y satisfacción en ellos.

Postura Ética:

En el ámbito empresarial DISCOPLAY ENTERTAINMENT se regirá por los requisitos de ley, que exige la Cámara de Comercio y demás organismos que regulan la formalización y manejo de las empresas en Colombia.

Nuestro compromiso siempre será con el cliente y con las personas que estén involucradas con nuestros servicios. Por tal motivo, nuestras decisiones y acciones siempre se guiarán hacia una atención amable y respetuosa que incite a la sana convivencia evocando los principios de la Universidad Santo Tomás

Descripción breve del producto o servicio

Nuestra idea central es crear, desarrollar y hacer sostenible una empresa de entretenimiento ubicada en la ciudad de Bogotá, que llegue a los estratos 3, 4 y 5, la cual maneje todo tipo de eventos sociales (matrimonios, fiestas de 15 años, eventos empresariales, proms, cumpleaños, conciertos, etc.)

Mediante la comunicación social podemos aplicar los conocimientos básicos de mercadeo, publicidad y relaciones públicas con el cliente. La comunicación será muy importante en nuestra empresa ya que es la base de la relación de nuestro servicio con el cliente y es el medio que nos ayudará a entrar en él.

Etapas del proyecto:

DISCOPLAY contará con herramientas que nos permitan hacer la mayoría de eventos contamos con estos equipos:

- ✓ **Sonido:** cuatro cabinas auto potenciadas pro dj de 18" de 700 wts de sonido reales.
- ✓ **Luces:** un set de 12 luces audio rítmicas de led, incluyendo show laser, tecno strober y la estructura para su montaje.
- ✓ **Rack dj:** una consola de amplificación para micrófonos y cableado, un controlador Numark Mix Trac Pro con pc y un controlador Pioneer DDJ SR de última tecnología con pc Apple.
- ✓ **Transporte propio.**
- ✓ **Micrófonos.**
- ✓ **Personal:** Dos dj`s con conocimientos en montaje de sonido y luces.
- ✓ **Aliados estratégicos:** Empresas de sonido como Mastersound y Descarga Producciones. Casa de Banquetes: Absolut y Mary Premium.

Etapas a seguir:

- ✓ En la etapa siguiente se hará la legalización de la empresa mediante la Cámara de Comercio de Bogotá para que DISCOPLAY ENTERTAINMENT quede registrada como una empresa legal.
- ✓ Compra de equipos, cabinas de sonido, micrófonos, luces y transporte.

- ✓ Crear alianza estratégica con una empresa de servicio de taxi, para ofrecer este servicio a nuestros clientes.

Enfoque Humanista

Para el diccionario de (la Real Academia de la Lengua Española) el entretenimiento es naturalmente la acción o efecto de entretener o entretenerse. El negocio del entretenimiento busca potenciar las sensaciones, pasiones y experiencias de las personas que quieren explorar más allá de sus sentidos, esto es importante lo cual mantiene el auge del éxito de este negocio.

Para Antonio Ambrosini (2008) En el año 2000 las rentas que produjo el mundo del entretenimiento rondaron 500.000 millones de dólares. Para el 2007 la industria generó un volumen de negocios de 1,4 billones de dólares. A este ritmo es probable que para el 2010 se alcancen los tres billones incluyendo en esa cifra tanto los gastos de los consumidores como los aportes comerciales y publicitarios. Estos valores crecen rápidamente en Europa, Estados Unidos, Medio Oriente y Latinoamérica y geométricamente en Asia. Cada vez es más extenso el territorio del entretenimiento en la medida que existe una convicción mayor que actividades tan “serias” como aprender y producir pueden expandirse si se realizan en un marco lúdico.¹

Por otro lado uno de los pionero de la Ciencia Política y de las Teorías de la Comunicación. Harold Laswell (1902 — 1978) identificó tres funciones básicas de la comunicación: vigilancia del entorno, coordinación social y socialización; funciones a las que el sociólogo estadounidense Charles Wright (1916 - 1962) añadiría una cuarta: **entretenimiento u ocio**. Estas cuatro prestaciones deben ser suministradas por los procesos de Comunicación Social entre ellas reseñamos la del entretenimiento.

Entretenimiento: permite reducir y/o aprovechar en el propio desarrollo las tensiones que la existencia en sociedad produce y que, de no ser canalizadas, podrían ser perjudiciales para el propio orden social o personal.

Un elevado porcentaje de la comunicación de masas se utiliza para entretener: la mayoría de las películas comerciales, programas de radio y televisión y una creciente porción del contenido de los periódicos y revistas tiene la finalidad de entretener más que de ilustrar.

Así, podríamos resumir diciendo que un ser humano adulto pasa una gran parte de su tiempo en la comunicación interpersonal y otra gran parte con materiales que le liberan, momentáneamente, de las tensiones que genera la anterior forma de comunicación. (Peláez, 2006)²

Marco Legal:

Para la formalización legal de la empresa se debe iniciar el proceso de consolidación ante la Cámara de Comercio de Bogotá. Allí se constituirá como persona jurídica, paso seguido se diligenciarán los formularios de DIAN, Registro Único empresarial y Social RUES, luego se verificará el nombre del negocio, se consulta y registra la marca, se consulta la actividad de la empresa y por último se hace la formalización legal.

Primero se debe definir qué tipo de sociedad es, o si se va a hacer como persona jurídica por lo que se debe hacer un documento privado donde se constituye y este documento se lleva a la Cámara de Comercio. Allí se debe diligenciar un documento para la constitución de la empresa, los datos que se solicitan son: nombre de la empresa, socios, objeto social, capital autorizado, suscrito y pagado, número de acciones y valor de cada una, domicilio etc.

- ✓ Visto bueno de la Cámara de Comercio.
- ✓ Ir a la Dian a solicitar un pre Rut para ir a un banco y allí abrir una cuenta a nombre de la empresa.
- ✓ Volver a la Dian para que se le asigne un número NIT definitivo y número para facturar.

Definición de Productos o servicios

Servicio a vender

El servicio que se ofrece es el alquiler de sonido y luces profesionales de primera marca, también se ofrece el servicio de dj`s, animadores y maestros de ceremonia altamente calificados y con la experiencia necesaria. Este servicio incluye la instalación total de todos los montajes de sonido, luces y demás requerimientos que pida el cliente.

Por otro lado también ofreceremos el servicio de taxis para cuando se termine el evento, el objetivo es que al terminar nuestro evento los clientes tengan a su disposición varios taxis para las personas que lo necesiten. Con esto nos convertiremos en ser la primera empresa de entretenimiento que se preocupe por el bienestar de sus clientes.

Características del servicio

Los clientes que nos contactan buscan una empresa responsable que pueda cumplirle con las necesidades básicas para la realización de cualquier tipo de evento. En nuestro caso, siempre nos buscarán para el alquiler de sonido, luces y una persona que no solo ponga música, sino que se encargue de hacer que los invitados y los propios clientes se lleven una experiencia grata y única, que puedan disfrutar de una buena selección musical.

Nos caracterizamos por tener equipos de calidad, porque nuestro personal es éticamente responsable, respetuoso y tiene la experiencia que se requiere para el manejo de clientes.

Buscaremos satisfacer la necesidad que tienen nuestros clientes de compartir en familia para celebrar una fecha importante o festejar el fin de año de una empresa. Ayudamos a los clientes a resolver problemas relacionados con logística, organización y preparación para cualquier tipo de evento social.

Finalmente mediante el servicio de taxis nuestros clientes tendrán la confianza de poder llegar a casa gracias a una empresa de taxis reconocida y segura que les ofrezca un muy buen servicio.

Servicios similares en el mercado

En Bogotá existen muchas empresas que también se dedican a este tipo de negocio y empresas que son muy grandes y que en pocas palabras no tienen una competencia directa, sin embargo, nosotros buscamos tener nuestra propia identidad corporativa y transmitirla a nuestros clientes.

Empresas que también trabajan en el mismo sector y por qué esta idea puede sobresalir de las demás

En este mercado hay pequeños empresarios que también tienen este mismo tipo de negocio y que, en algunas ocasiones, rebajan los precios a un nivel con el cual no podemos competir, a su vez, existen grandes empresas como SNAP MEGAFIESTAS, NEWWAY ENTERTAINMENT o ELEVEN, las cuales manejan grandes eventos y públicos.

Otro grupo de empresas que están en el mercado son los salones sociales y las casas de banquetes que dentro de sus sucursales ofrecen sonido, dj y luces, lo que en muchas ocasiones reduce el nivel de contrataciones.

Por otro lado las cajas de compensación familiar como Cafam, Compensar y Colsubsidio ofrecen sus sedes o clubes campestres para la realización de eventos de las empresas o de los colegios y les ofrecen todas las comodidades para los clientes, entre algunas el sonido y demás.

Por último, los grupos musicales también hacen parte de este grupo de la competencia debido a que llevan sonidos independientes para cada una de las presentaciones a los que son contratados.

Nuestra idea es llevar a los grandes eventos artistas o dj's de primera talla nacional esto nos ayuda a darle exclusividad a las reuniones o a los eventos empresariales. Esto irá acompañado del talento que compone a nuestros colaboradores, la comodidad en el precio

y la calidad del servicio lo cual conforma una estructura completa y sin margen de error ante cualquier público.

¿Cómo generar ingresos y en qué cantidad?

Para generar ingresos es necesario llevar un estricto control en el precio, en el pago de nóminas y los gastos.

Nosotros estamos ligados a las temporadas altas y bajas, las temporadas altas son marzo, junio, agosto, septiembre, octubre y fin de año, y la temporada baja está en enero, febrero y abril.

Para generar alguna cantidad importante de ingresos nos enfocaremos en:

- Trabajar todos los fines de semana de cada mes
- Se trabajará cada viernes y sábado esto quiere decir que al mes sumamos 8 días haciendo eventos.
- Se cobrará por el servicio un mínimo de 300 a 400 mil pesos.
- Esto podría representar unos 3 millones de pesos mensuales aproximadamente.

Para el pago de un evento el cliente debe firmar un contrato en el cual se compromete a pagar el 50% de lo que cuesta el servicio y el otro 50% al momento de tener toda la minitk instalada. Esto lo puede hacer mediante transferencia bancaria, consignación o pago en efectivo. Los gastos que se manejan por evento van desde gasolina, alimentación para los operarios, efectos especiales, mantenimiento de los equipos y pago de nóminas.

Aporte en términos de innovación

Manejamos equipos con la última tecnología y de primera marca, actualización musical, manejo de artistas, como valor agregado hacemos un acompañamiento antes, durante y después de cada evento e incentivamos al cliente publicando las mejores momentos de la

noche a través de fotografías en el fan page de Discoplay, como plus se regalarán manillas de neón o cualquier otro efecto especial.

Ahora nuestro segundo enfoque de innovación estará aplicado a la responsabilidad social en donde buscando una satisfacción para nuestros clientes les ofreceremos servicio de taxis, los cuales llegarán hasta el sitio donde sea el evento y allí darán el servicio a las personas que lo necesiten.

¿Cuáles son las personas que conforman nuestro equipo de trabajo?

DISCOPLAY ENTERTAINMENT contará en un principio con un personal de tres personas, cada una puede desempeñar varias tareas a la vez, las cuales saben todo lo relacionado con instalación y desinstalación de luces, sonido, animación y también estarían capacitados para ser maestros de ceremonias.

¿Cuál es el rol de cada integrante y en qué sobresalen?

NOMBRE	Factores Fijos							Factores Variables				
	Innovación	Tecnología	Administración y finanzas	Dirección de proyectos	Relaciones personales y corporativas	Ventas y mercado	Producción	Capacidad Social	Iniciativa	Comunicación	Capacidad para ventas	Habilidad negociadora
Cesar Gonzales		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Angel Camargo		X			X		X	X	X			
Ruben Prieto	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	

- **César González**, Licenciado en Tecnología de la Universidad Pedagógica, dj, animador productor de eventos, técnico en sonido y luces.
- **Ángel Camargo**, estudiante de Administración de Empresas, dj y animador, técnico en sonido y luces.

Estas personas se encargarán de todo lo relacionado con el evento desde la coordinación de la logística, el montaje de las luces, el sonido y el servicio de dj y animación.

¿Qué experiencia tienen cada integrante para aportar a su idea de negocio?

César González, tiene la experiencia suficiente para atender cualquier tipo de evento, tiene más de 20 años de experiencia como dj y como productor de eventos. Este colaborador también tiene una empresa de sonido y luces y es un aliado estratégico ideal.

Ángel Camargo, tiene tres años de experiencia como dj y animador, tiene experiencia en producción de eventos e instalación de luces y sonido.

¿Quiénes son nuestros aliados?

A lo largo de mi carrera como productor de eventos y dj he logrado mantener muy buenas relaciones con personas que están en esta industria y con quienes hasta el día de hoy se han convertido en nuestros aliados. Entre estos, los más importantes son empresas de sonido, casa de banquetes y dueños de bares en Bogotá y Anapoima.

Empresas Aliadas:

- **César González**, empresa, **Máster Sound**: este aliado es nuestra mano derecha en todo lo relacionado con eventos, música, equipos y clientes. Con esta empresa contamos con el alquiler de todo tipo de equipo que se necesite de más, es decir, cuando se requieren más equipos de los que ya tenemos, en ocasiones cerramos tratos ellos nos facilitan las herramientas de trabajo como cabinas de sonido o luces etc. Nuestras diferencias radican en que cada uno tiene su propio estilo diferente de poner música y por otro lado, DISCOPLAY ENTERTAINMENT tiene mejor iluminación. Máster Sound también nos cubre eventos, en ocasiones, cuando tenemos más de dos eventos por día y lo hacen bajo el nombre de nuestra empresa.
- **Alejandro Rojas**, empresa, **Descarga Producciones**: es una empresa muy grande de sonido despachan a todo el país y tienen equipos de primera marca. Se encargan

de eventos que pueden llegar a las mil o 2 mil personas, este aliado se encarga de alquilarnos o facilitarnos cualquier tipo de equipo que necesitemos, desde micrófonos hasta parlantes, en ocasiones también se encargarán de cubrir eventos bajo el nombre de DISCOPLAY ENTERTAINMENT. Nuestra diferencia es que Descarga Producciones es una empresa con gran cantidad de clientes, gran cantidad de sonido además facturan mucho más al mes que nosotros, su nómina está por encima de los 2 millones de pesos y cuenta con más de 5 trabajadores.

- **Alejandra Prieto, Sound Sqidroom:** esta empresa es una de nuestras aliadas estratégicas ya que con ellos nos facilitamos equipos y nos cubrimos eventos. Sin embargo, ellos nos contratarán por el talento de nuestros dj's y por la iluminación ya que esa empresa se encarga del manejo de artistas, músicos y cantantes.

Proveedores:

- **Casa de Banquetes Absolut**, proveedor de eventos, nos deja ganancias de un 40% mensual. Ellos nos contratarán dj's, sonido y luces, dependiendo de lo que pida el cliente de ellos. También son nuestros aliados estratégicos ya que con ellos contamos para el alquiler de sus sedes o salones de recepciones, meseros, mesas, sillas, carpas y decoración.
- **Casa de Banquetes Mary Premium**, proveedor de eventos, nos deja el 60% de ganancias mensuales. Este proveedor nos contratará toda la miniteka es decir, sonido, luces, dj, animador y efectos por eso se diferencia de nuestro anterior proveedor. Sin embargo con esta casa de banquetes también tendremos la posibilidad del alquiler de salones de recepciones, meseros y la preparación de comidas especiales como banquetes y demás.
- **Wilson Mora:** administrador de bares en Anapoima, con este proveedor tendremos salidas a varios municipios de Cundinamarca como la Mesa, Anapoima, Apulo, Melgar y Girardot. Este colaborador se encargará de contactarnos para el alquiler de sonido y en especial luces y dj's, con él podemos contar con un 20% de ganancias al mes.

¿Cuáles son las ventajas de las alianzas?

Para nosotros son muy importantes ya que estas empresas nos ayudarán en muchos aspectos desde los logísticos, hasta el alquiler de los de equipos y demás. Las principales ventajas se basan en que se puede cubrir cualquier tipo de evento, sin necesidad de que nosotros tengamos problemas debido a que no se tenga el equipo que se requiere, de esta manera los aliados estratégicos nos ayudan a solventar los problemas técnicos y logísticos.

¿Qué tipo de recursos adicionales necesito? (Tecnológicos, económicos, físicos)

Especificar y justificar.

En esta etapa de la empresa se requieren varios puntos específicos:

Económicos: para adquirir más equipos y todo lo que ya se mencionó en la inducción (etapa del proyecto y etapas a seguir), también para conseguir una bodega para el almacenamiento seguro de los equipos y demás.

Recurso Humano: es necesario tener un profesional en Contaduría Pública, Economía o un Administrador de Empresas para que se encargue del manejo de la entrada y salida de dineros de los eventos.

Físicos: una bodega donde se puedan guardar los equipos, una oficina para poder citar a los clientes y que sirva como una sede propia de DISCOPLAY. Finalmente un vehículo para transportar los equipos y al personal que asista a la logística de los eventos.

¿Cuáles son los clientes o grupos de clientes potenciales?

Los clientes potenciales de DISCOPLAY ENTERTAINMENT serán personas naturales de estratos 3, 4 y 5. También tendríamos grupos de clientes como empresas, colegios y universidades que tengan la capacidad económica para adquirir nuestros servicios.

Es importante saber que los clientes que llamamos empresas manejan un alto nivel de recurso humano y se interesan en contratar actividades para sus empleados. Finalmente, otro tipo de empresas son las casas de banquetes, que serían clientes potenciales para el alquiler de equipos.

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

Necesidades:

- Contratar un maestro de ceremonias.
- Contratar una empresa o una persona que lleve el sonido, las luces y les ponga la música para el evento que se quiere realizar.
- Contratar un show de bailarines.
- Contratar todo lo necesario para una rueda de prensa.
- Una de las necesidades de nuestros clientes también es recaudar fondos y para lograrlo organizan eventos como bazares, ventas de garaje o fiestas donde se cobra la entrada.

Problemas que nosotros resolveríamos:

- La coordinación antes durante y después de cada evento.
- Ayudar al cliente en la logística y la producción del evento.
- La ubicación de un salón social o un club para realizar eventos sociales.
- La contratación de artistas o músicos.
- La contratación del buffet o cena (dependiendo de lo que requiera el cliente)
- Decoración en general.

¿Por qué compra el cliente?

Nuestro cliente comprará nuestros servicios para satisfacer las necesidades básicas de entretenimiento y esparcimiento. Nos buscarán para que les solucionemos problemas básicos como la contratación mediante *outsourcing* de otros servicios como decoración, alimentos y artistas.

¿Cómo se debe llegar al cliente?

DISCOPLAY ENTERTAINMENT le llegará al cliente utilizando la comunicación voz a voz en donde se contacta directamente al cliente, se le muestra el portafolio de servicios, y se responderán a las necesidades e inquietudes que tenga. Por otra parte durante la prestación del servicio nuestro personal se encargará de tomar las mejores fotos y videos para después publicarlas en el perfil de Facebook y en Twitter con el fin de vincular a nuestros clientes a nuestras redes sociales. También ubicaremos un pendón el cual estará estratégicamente ubicado para que las personas puedan ver la información de contacto como teléfonos, correo electrónico y redes sociales de Discoplay.

Perfil de Facebook: DiscoplayEntertainment 

Twitter: @DiscoplayE 

Correo electrónico: discoplayentertainment@hotmail.com

De igual manera, los clientes pueden preguntar por nuestros servicios mientras estemos realizando algún evento, ya que estamos en la capacidad de atender a un cliente potencial que pregunte por el alquiler del sonido o por cualquier otro servicio que nosotros ofrezcamos.

Por último, se ofrecerán promociones o descuentos y usaremos el excelente manejo de las relaciones públicas con los clientes que frecuentemente contraten nuestro servicio, esto también ayudará a afianzar la confianza entre nosotros y nuestros usuarios.

¿Quién es la competencia?

La competencia de DISCOPLAY ENTERTAINMENT son empresas que ya tienen una gran experiencia en el mercado

- Snap Megafiestas.

- Eleven.
- Thunder.

Estas empresas tienen una larga lista de clientes entre los que se encuentran hoteles hasta Alcaldías Municipales, son empresas que pueden cubrir hasta 4 o 5 eventos por día, tienen más de 20 empleados entre dj's, técnicos y administrativos.

Nuestra competencia son empresas conocidas en Colombia que tienen un alto prestigio, manejan eventos con emisoras y con artistas o músicos conocidos.

¿Quiénes son los principales proveedores de mi competencia?

- ✓ **Snap Megafiestas**, tiene proveedores como La Mega FM, Karen's Pizza, colegios del norte, managers y promotores de eventos.
- ✓ **Thunder**, Audio tienda y Pro Luces.
- ✓ **Eleven**, Pioneer dj, Audio tienda, JBL.

¿Cuáles son sus puntos fuertes y débiles?

Puntos débiles:

- ✓ Son empresas que cobran grandes cantidades de dinero por evento.
- ✓ Tienen más gastos como nómina y alquileres.

Puntos fuertes:

- ✓ Tienen los contactos y los clientes.
- ✓ Tienen experiencia.
- ✓ Cuentan con apoyo técnico y logístico

¿Cuáles es nuestra competencia directa o indirecta?

Competencia directa

Nuestra competencia directa son los pequeños empresarios que también tienen este mismo tipo de negocio con la diferencia que rebajan los precios a un nivel con el cual no podemos competir. A su vez, las grandes empresas de sonidos como Snap Megafiestas, Thunder, o Eleven son empresas que ya manejan grandes eventos y diferentes tipos de público.

Otro grupo de competidores son los salones sociales que ofrecen sonido, casas de banquetes que también ofrecen sonido, dj y luces, lo que en muchas ocasiones reduce el nivel de contrataciones.

Competencia indirecta

Las Cajas de Compensación familiar que ofrecen sus sedes para los eventos como Cafam, Colsubsidio o Compensar. También clubes campestres en donde las empresas o los colegios hacen sus eventos. Allí ofrecen todas las comodidades para los clientes, entre algunas el sonido y demás.

Por último, los grupos musicales también hacen parte de la competencia indirecta ya que sus servicios siempre van como complemento a cualquier tipo de reunión. Entre los grupos musicales que se piden en Bogotá son: Agrupaciones vallenatas, mariachis, papayeras o grupos folclóricos y tríos. Existe otro grupo de músicos o de agrupaciones que no son tan solicitados por sus altos costos como; grupos de reggaetón, orquestas, artistas reconocidos y por supuesto todas las agrupaciones musicales famosas de todos los géneros musicales.

¿Cómo diferenciar el producto de la competencia?

Nuestro servicio se diferenciará por la calidad y por el acompañamiento que le vamos a hacer al cliente durante la realización de su evento. Como plus DISCOPLAY ENTERTAINMENT siempre le obsequiará a los clientes todo lo que se necesita para el carnaval o la hora loca, es decir, sombreros, collares, antifaces y efectos, por último nos diferenciaremos por tener los mejores precios del mercado, seremos una alternativa económica, de calidad, con equipos de primera y finalmente, también nos encargaremos de la contratación de los grupos musicales, que el cliente quiera contratar.

Como valor agregado nuestros clientes tienen la ventaja de tener un transporte como taxis seguros y de confianza que les prestarán el servicio, los taxis estarán esperando a las

personas que requieran el servicio y con esto evitamos que las personas salgan a buscar transporte a altas horas de la noche.

¿Cómo está segmentando el mercado?

Geográficamente

- **País:** Colombia
- **Departamento:** Cundinamarca
- **Ciudad:** Bogotá
- **Estratos:** 3, 4 y 5.

Demográficamente

- **Edad:** de 18 a 50 años.
- **Género:** masculino y femenino.
- **Ingresos:** más de un salario mínimo.
- **Profesión:** cualquiera.

Estilos de vida

- **Sedentarios.**
- **Trabajadores.**
- **Deportistas.**
- **Estudiantes.**
- **Fiesteros.**

¿Qué estrategias utilizará para captar la atención del cliente?

Utilizaremos las relaciones públicas debido a que es una de nuestras mejores herramientas de comunicación esto se debe a que mientras estamos desarrollando un evento, podemos hacer *merchandising* y mostrar las ventajas y beneficios que le podemos ofrecer al cliente potencial.

Mercadeo digital: mediante correos electrónicos y con la ayuda de las redes sociales podemos captar la atención del cliente. Sin embargo esto tiene que estar acompañado de material como fotografías o videos donde se muestren los equipos que se utilizan en los eventos.

¿A qué medios de comunicación recurrirá para hacerlo?

Los principales medios de comunicación serán, relaciones públicas, internet y la comunicación voz a voz.

¿Qué precio tiene el servicio?

PRECIOS

Los precios van a variar dependiendo de la cantidad de personas que asistan al evento si son más o menos de 100 personas y la ubicación del sitio, si es dentro o fuera de Bogotá.

EVENTO	MENOS DE 150 PERSONAS	MÁS DE 150 PERSONAS
	SONIDO, LUCES Y EFECTOS	SONIDO, LUCES Y EFECTOS
15 AÑOS	400.000	500.000
	SOLO SONIDO CON DJ	SOLO SONIDO CON DJ
	200.000	300.000
MATRIMONIO	SONIDO, LUCES Y EFECTOS	SONIDO, LUCES Y EFECTOS
	500.000	600.000

	SOLO SONIDO CON DJ	SOLO SONIDO CON DJ
	300.000	400.000
HOMEPARTY	SONIDO, LUCES Y EFECTOS	SONIDO, LUCES Y EFECTOS
	320.000	420.000
	SOLO SONIDO CON DJ	SOLO SONIDO CON DJ
	200.000	300.000
EMPRESAS	SONIDO, LUCES Y EFECTOS	SONIDO, LUCES Y EFECTOS
	500.000	600.000
	SOLO SONIDO	SOLO SONIDO
	300.000	400.000
Solo servicio de dj	150.000	200.000

Todo evento que se quiera hacer con video fiesta aumenta 200 mil pesos.

Si es fuera de Bogotá se hace el ajuste dependiendo de la ciudad o el municipio donde se va a realizar el evento.

Alquileres individuales sonido	130.000 las dos cabinas con sus accesorios
Luces	30.000 cada una
Show laser	80.000
Robots led	120.000 el par
Dj	150.000
Explosión ventury	130.000
Máquina de humo	30.000

Micrófono	15.000
Videobeam	100.000

¿Cuál es el precio del servicio de la empresa competencia?

EMPRESA	PRECIO DEL SERVICIO POR EVENTO
Snap	2'500.000
Thunder	1'000.000
Eleven	2'000.000

¿Cuál sería el precio que un cliente estaría dispuesto a pagar?

Considerando que son estratos 3, 4, 5 y el tipo de evento que requiera el cliente estos podrían pagar por un servicio hasta \$ 700.000 mil pesos.

¿Cuál método de pago es el preferido por los clientes?

Nuestros clientes pueden tener distintas modalidades de pago las cuales nosotros decidimos adoptar como las más efectivas y las que más benefician la aspiración financiera de DISCOPLAY ENTERTAINMENT.

- Efectivo
- Consignación (en este caso tenemos que crear una cuenta bancaria única para la empresa)

Sin embargo, el método que más utilizarán nuestros clientes será el efectivo, se deberá pagar el 50% al momento de firmar el contrato y el 50% restante al momento de tener todo el servicio instalado y listo para iniciar.

¿Cómo se puede distribuir el servicio?

Nuestro servicio será distribuido mediante una camioneta y un vehículo tipo sedan que transportará equipos y personal hasta los sitios en que se requiere el servicio.

¿Cuál es la estrategia de posicionamiento?

Para fortalecer nuestra empresa en términos de posicionamiento usaremos una estrategia frente a la competencia en donde usamos las ventajas competitivas y las características de DISCOPLAY ENTERTAINMENT comparándolas con las otras empresas que prestan este mismo servicio, la ventaja de esta estrategia es que podemos usar la comparación para que nuestros clientes tengan la opción de escoger, sin embargo esta estrategia tiene dos variaciones; **Líder**, es la empresa que logra posicionarse primero que las demás y se mantiene en el primer lugar; **Seguidor o segundo del mercado**: esta opción podría ayudarnos a tomar posición en el mercado durante los primeros años de actividad ya que seríamos una alternativa más económica y una opción que estaría tras el líder del mercado.

Como un método de recordación utilizaremos un logo fresco sencillo y que genere recordación.



Nuestro logo es un botón de “PLAY” de un reproductor de audio en un fondo gris metalizado el cual le da elegancia y firmeza, acompañado del nombre DISCOPLAY, y nuestro Slogan será ENTERTAINMENT.

También manejaremos estrategias como:

- ✓ **Publicidad** BTL (below the line), imprimir tarjetería por lado y lado con filtro UV con la información precisa, imprimir dos plotter con el logo, los teléfonos y las redes sociales de la empresa y colgarlo en todos los eventos de modo que se vean en las fotografías.
- ✓ **Publicidad** POP (point of purchase), estampar camisetas y chaquetas para los operarios, dj’s, animadores y logística.
- ✓ En cada cotización entregar un regalo u ofrecer un plus por adquirir los servicios, por ejemplo, regalar manillas de neón, sombreros para el carnaval, o explosiones de confeti.
- ✓ En eventos especiales regalar manillas personalizadas con el logo de la empresa.

¿Cuáles son los riesgos que se pueden tener en el modelo de negocio?

Financieros: un posible riesgo financiero sería no contar con las cantidades de eventos que se requieren para poder pagar las cuotas del crédito bancario, o no poder reunir el dinero para pagar la nomina.

- ✓ Algún cliente insatisfecho no pague completo el 50% restante del evento o que descunte algún porcentaje por algún concepto que no le haya sido de su agrado. Una posible solución es buscar algún evento donde podamos cobrar lo que se ha perdido y buscar la manera de disminuir los gastos en dicho servicio.

Daños técnicos: daños de las cabinas de sonido, problemas con el cableado, con la corriente del sitio, alguna luz quemada o daños eléctricos que son los que generalmente más se podrían presentar.

La solución a estos problemas es siempre cargar herramientas como cortafríos, bisturí, toma corrientes, cables de sobra, *plucks* y nos encargaremos de que nuestro personal esté capacitado para hacer cualquier reparación técnica que se requiera.

Por otro lado, también debemos estar en constante contacto con nuestros proveedores y aliados estratégicos para que nos puedan respaldar ante cualquier eventualidad.

Reducción del impacto.

Para disminuir el impacto debemos tener todas las facilidades de transporte, herramientas y mano de obra para que, primero, el cliente no se alarme por la falla de alguno de nuestros equipos y segundo, para que nuestro personal atienda de manera inmediata la emergencia o el riesgo que se presente.

PLAN FINANCIERO

¿Cuál es la inversión mínima requerida para iniciar operaciones?

Nuestra empresa requiere de equipos como sonido, luces y transporte, para dicho propósito se necesita hacer una inversión para iniciar operaciones.

En esta fase se comprarán dos cabinas DB Italianas y una consola de 12 canales. En cuanto las luces se proyectará invertir en un juego de 7 luces, con la estructura y la cámara de humo y también se pensó en el transporte de los equipos la cual tiene que ser una camioneta que tenga gran capacidad de carga pero que no sea de gran tamaño.

VALOR DE LA INVERSIÓN EN EQUIPOS	
SONIDO Dos cabinas DB cableado y trípodes	2.510.000
LUCES,	4.340.000
CAMIONETA CARRY	20.000.000
TOTAL	26.850.000

¿Cuándo se espera la recuperación de la inversión?

Según el estudio financiero la recuperación de la inversión está proyectada a unos 4 años manejando módicas cuotas y con tasa baja de interés. (ver anexo del cd flujo de caja Discoplay 1)

¿Requiere financiación externa?

Los recursos de financiación para el proyecto se solicitan a un banco nacional, en consecuencia no se requiere financiación externa.

COSTOS VARIABLES

COSTOS VARIABLES:	
GASOLINA	25.000
OPERARIO	50.000
EFFECTOS	50.000
TOTAL COSTO VARIABLE	130.000

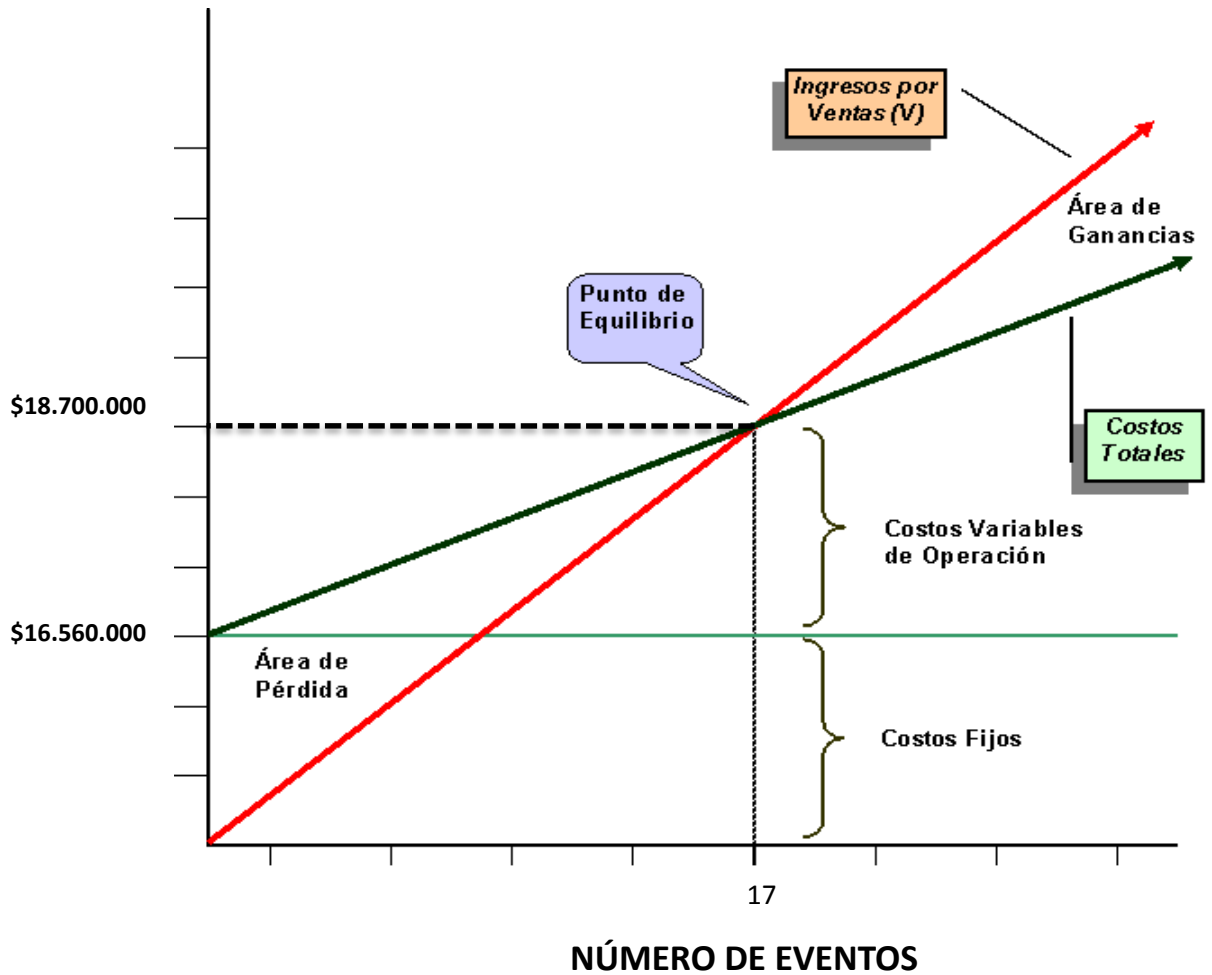
Estos son los gastos que tendríamos al momento de realizar un evento. (Ver anexo Flujo de cada Discoplay en cd)

COSTOS FIJOS

COSTOS FIJOS:	
ADMINISTRACION	1.000.000
BODEGAJE	80.000
INTERESES	300.000
COSTOS FIJOS ANUALES:	1.380.000

Son los costos que tenemos que pagar mensualmente. (Ver anexo Flujo de cada Discoplay en cd)

PUNTO DE EQUILIBRIO ECONÓMICO



Una vez desarrollada el cálculo para el de punto de equilibrio económico determinada por el cociente entre el costo fijo anual frente al precio de venta unitario menos los costos variables unitarios y después de determinar cada una de estas variables, el resultado presenta un punto de equilibrio donde se venden 17 eventos que genera un ingreso de \$18.700.000, cifra que es similar a la suma de los costos fijo mas los costos variables. Con esto determinamos la necesidad de vender una cifra superior a 17 para no generar perdidas en el proyecto. (Ver anexo Flujo de cada Discoplay en cd)

Proyección financiera

La proyección financiera está determinada a tres años, cada uno está dividido por trimestres y al final de cada trimestre tiene un total que representa los ingresos totales de cada paquete, Básico, Medio y Big.

Ingresos:

DISCOPLAY ENTERTAINMENT					
Ingresos	AÑO 2014				
	TRIM. I	TRIM. II	TRIM. III	TRIM. IV	TOTAL
Paquete Básico					
Sonido					
Dj					
unidades	5	5	5	5	
precio	300.000	300.000	300.000	300.000	
Total	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	6.000.000
Paquete Medio					
unidades	10	10	10	10	
precio	400.000	400.000	400.000	400.000	
Total	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	16.000.000
Paquete Big					
unidades	20	20	20	20	
precio	600.000	600.000	600.000	600.000	
Total	12.000.000	12.000.000	12.000.000	12.000.000	48.000.000
Total Ingresos Operacionales	17.500.000	17.500.000	17.500.000	17.500.000	70.000.000
Otros Ingresos					
Ingresos Financieros		-	-	-	-
Otros préstamo		-	-	-	-
Total otros Ingresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL INGRESOS	\$ 17.500.000	\$ 17.500.000	\$ 17.500.000	\$ 17.500.000	\$ 70.000.000

AÑO 2015				
TRIM. I	TRIM. II	TRIM. III	TRIM. IV	TOTAL
5	5	5	5	
312.000,00	312.000,00	312.000,00	312.000,00	
\$ 1.560.000,00	\$ 1.560.000,00	\$ 1.560.000,00	\$ 1.560.000,00	\$ 6.240.000,00
10	10	10	10	
416.000,00	416.000,00	416.000,00	416.000,00	
\$ 4.160.000,00	\$ 4.160.000,00	\$ 4.160.000,00	\$ 4.160.000,00	\$ 16.640.000,00
20	20	20	20	
624.000,00	624.000,00	624.000,00	624.000,00	
\$ 12.480.000,00	\$ 12.480.000,00	\$ 12.480.000,00	\$ 12.480.000,00	\$ 49.920.000,00
\$ 18.200.000,00	\$ 18.200.000,00	\$ 18.200.000,00	\$ 18.200.000,00	\$ 72.800.000,00
-	-	-	-	-
-	-	-	-	-
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
\$ 18.200.000	\$ 18.200.000	\$ 18.200.000	\$ 18.200.000	\$ 72.800.000,00

En el año 2015 y 2016 tendremos aumentos del 5% en donde nosotros tenemos que aumentar este valor para hacer el ajuste de ingresos y egresos.

AÑO 2016				
TRIM. I	TRIM. II	TRIM. III	TRIM. IV	TOTAL
5	5	5	5	
324.000,00	324.000,00	324.000,00	324.000,00	
\$ 1.620.000,00	\$ 1.620.000,00	\$ 1.620.000,00	\$ 1.620.000,00	\$ 6.480.000,00
10	10	10	10	
433.000,00	433.000,00	433.000,00	433.000,00	
\$ 4.330.000,00	\$ 4.330.000,00	\$ 4.330.000,00	\$ 4.330.000,00	\$ 17.320.000,00
20	20	20	20	
649.000,00	649.000,00	649.000,00	649.000,00	
\$ 12.980.000,00	\$ 12.980.000,00	\$ 12.980.000,00	\$ 12.980.000,00	\$ 51.920.000,00
\$ 18.930.000,00	\$ 18.930.000,00	\$ 18.930.000,00	\$ 18.930.000,00	\$ 75.720.000,00
-	-	-	-	-
-	-	-	-	-
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
\$ 18.930.000,00	\$ 18.930.000,00	\$ 18.930.000,00	\$ 18.930.000,00	\$ 75.720.000,00

Egresos:

DISCOPLAY ENTERTAINMENT

Período	AÑO 2014				
	TRIM. I	TRIM. II	TRIM. III	TRIM. IV	TOTAL
Costos de producción					
Gasolina	875.000	875.000	875.000	875.000	3.500.000
Técnico	500.000	500.000	500.000	500.000	2.000.000
Efectos	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	6.000.000
		-	-	-	-
total costos de producción	2.875.000	2.875.000	2.875.000	2.875.000	11.500.000
Costos comercialización y ventas					
Publicidad	100.000	-	-	-	100.000
Relaciones públicas	-	-	-	-	-
Otros	-	-	-	-	-
total costos distr. Y ventas	100.000	-	-	-	100.000
Costos Administración					
Administrador	4.500.000	4.500.000	4.500.000	4.500.000	18.000.000
logístico			-	-	-
Bodegaje	-	-	-	-	-
Servicios públicos	-	-	-	-	-
Gastos generales	300.000	300.000	300.000	300.000	1.200.000
Gastos Manto. y Seguro	-	-	-	-	-
Otros	-	-	-	-	-
Total costos administración	4.800.000	4.800.000	4.800.000	4.800.000	19.200.000

Otros Gastos					
Gastos Financieros		-	-	900.000	900.000
Otros	-	-	-	-	-
Total otros gastos	-	-			900.000
Total Egresos	7.775.000	7.675.000	7.675.000	7.675.000	31.700.000

Estado de resultados:

DISCOPLAY ENTERTAINMENT

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Total ventas	70.000.000,00	72.800.000,00	75.720.000,00
(-) costos de producción	11.500.000,00	12.075.000,00	12.678.750,00
UTILIDAD BRUTA	\$ 58.500.000,00	\$ 60.725.000,00	\$ 63.041.250,00
(-) GASTOS OPERACIONALES			
(-) Gastos de administración	19.200.000,00	20.880.000,00	21.924.000,00
(-) Gastos de comercialización y ventas	100.000,00	100.000,00	100.000,00
UTIL. OPERACIÓN (UAI)	\$ 39.200.000,00	\$ 39.745.000,00	\$ 41.017.250,00
(+) OTROS INGRESOS	-	-	-
(-) OTROS GASTOS(gastos financiero)	900.000,00	2.850.000,00	1.650.000,00
Utilidad antes de impuestos	\$ 38.300.000,00	\$ 36.895.000,00	\$ 39.367.250,00
(-) IMPUESTOS	-	-	13.384.865,00
UTILIDAD NETA	\$ 38.300.000,00	\$ 36.895.000,00	\$ 25.982.385,00

Bibliografía:

- 1: Antonio, A. (2008). Recuperado el 12 de Noviembre de 2013, <http://www.joancosta.com/docs/claves%20del%20entretenimiento%20a.%20ambrosini.pdf>
- 2: Sastre Peláez Luis Francisco, L.A (s.f), ECONOMÍA Y CULTURA: LA INDUSTRIA DE LA INFORMACIÓN, Funciones de la comunicación, investigado el 14 de abril de 2014 <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2006/flsp/2w.htm#1>
- 3: Salinas Arroyo Alfredo, L.A (s.f), La Calidad Humana, recuperado el 19 de abril de 2014 <http://www.elmeridianodesucre.com.co/editorial/columnistas/item/23768-la-calidad-humana>