

Daniells Fabián Tasco Múnera

Emprendimiento



Maria Consuelo Caicedo Toro



Universidad Santo Tomás

Bogotá, Noviembre de 2018

Fundamentación:

“La comunicación es un proceso que pone de manifiesto la relación de los hombres entre sí y su contexto social.” Garcia, 1999.

Partiendo del marco de una sociedad global, y el mismo desarrollo de esta, los medios de comunicación juegan un papel determinante para la vida y evolución del ser humano.

A partir de esta premisa, y luego de la evolución de las tecnologías y los cambios de épocas, las interacciones humanas se fueron complejizando según las necesidades de nuestros procesos sociales, y de la misma manera, se fue complejizando la manera en que nos comunicábamos, a esto hace referencia E. Durkheim al decir que “estos tipos de conducta o de pensamiento no solamente son exteriores al individuo; si no que están dotados de un poder imperativo y coercitivo en virtud del cual se le imponen (sociedad)” (Durkheim, 38). Hoy día, la comunicación social cumple un papel importante en el desarrollo humano, pues ha permitido la evolución de las relaciones y los procesos sociales, hace parte vital de nuestra vida diaria y tiene una gran influencia en el actuar de los individuos tanto en la esfera pública como en la privada. Desde el periodismo, y en el contexto colombiano, los procesos comunicativos tienen mayor trascendencia, ya que, en un escenario posterior a elecciones, es necesario que un periodista sea consciente de la capacidad y el poder que tienen las palabras, debe tener conciencia del uso del lenguaje para crear y construir sociedad, además de tratar los temas coyunturales de la sociedad, de la manera más ética y responsable posible, pues la masificación de la información se presta para la tergiversación de la misma.

Los medios de comunicación cumplen un papel importante en el desarrollo y evolución de Estado, ya que son los que forman la opinión pública, legitiman los valores de una sociedad y construyen

e interpretan la realidad que rodea a la sociedad. Como lo menciona Jorge Orlando Melo en su artículo académico sobre Modernidad y Modernización, es de vital importancia masificar la educación y la información, de esta manera se forman ciudadanos políticos activos. Por esta razón, la labor y la vocación de un comunicador social, trae consigo un sentido de responsabilidad para con la sociedad y así mismo con los sectores más vulnerables de la misma.

La importancia de la comunicación social y el periodismo en las sociedades democráticas guarda relación directa con el saber y con el poder. Como lo señala Fals Borda “Los procesos globales emergentes están redefiniendo la existencia del poder estatal y creando políticas alternas, reconfigurando las bases políticas y sociales” (Borda, 6). La prensa, la radio, la televisión e Internet son piezas cruciales en el sistema democrático debido a que manejan la agenda pública y el conocimiento es la base sobre la que se fundamenta la acción política del pueblo: la valoración, la opinión y, en última instancia, el voto y la movilización.

Es por esto que no se debe menospreciar el papel del periodismo, de los medios de comunicación y de los comunicadores sociales en la influencia para la consolidación de Estado, ya que la política y la comunicación siempre tendrán una relación muy estrecha. El que tiene a su cargo los medios de comunicación, ejercerá el poder y los beneficios políticos que desea, puesto que desde que se instauraron los primeros sistemas democráticos, se intentaron controlar los medios de comunicación por parte de los sectores más poderosos de la sociedad. Debido a esto, es que el cuarto poder (Periodismo) y la política, siempre harán una pareja ilustre a lo largo de la historia de occidente.

Nombre de la idea de negocio: Plataforma de comunicación alternativa, enfocada en públicos juveniles para tratar temas de actualidad política nacional a través de Podcast, audiovisuales y medios virtuales.

Razón social: REBEL

Nombre Comercial: REBEL

Descripción de la empresa:

Rebel es la analogía de la búsqueda de un medio que identifique a la población juvenil crítica. Surge del menester de un medio disruptivo que represente las necesidades de la juventud (opinión, análisis, política, cultura, entretenimiento, reconocimiento), que amplíe el abanico de posibilidades y maneras de mantenerse informados.

Misión:

Crear contenidos creativos y llamativos para la población juvenil a través de propuestas digitales como podcast, video, streaming, etc. por medio de un lenguaje sobrio que empatice con la audiencia, para generar afinidad y análisis en temas de política, gobierno y sociedad.

Visión:

Convertirnos a 5 años en un medio de referencia por la calidad del contenido, y a la aplicación de la técnica audiovisual, sonora y/o gráfica. Destacarnos por nuestro talento humano creativo y crítico, con proyección a una transformación del entramado social y comunicativo.

Objetivos:

- **General**

Generar contenido audiovisual, sonoro y escrito de calidad, que nos diferencia, frente a la competencia, como innovadores y gestores de cambio social.

- **Específicos**

1. Establecer pensamiento crítico en la población juvenil con la creación de contenido audiovisual, escrito y sonoro atractivo e interesante.

2. Organizar el contenido digital, podcast, videos y gráficos, para la participación de los jóvenes en la actualidad política del país.

Valores Corporativos

Solidaridad: Nos sentimos comprometidos con la realidad social y asumimos responsabilidades para mejorarla, a través de la creación de contenido audiovisual, escrito y sonoro crítico para generar reflexión en la audiencia.

Participación: Somos una organización que busca ser activa dentro de la política actual.

Lealtad: Somos fieles a las convicciones de la organización para con la juventud y su papel crítico en la dinámica social.

Liderazgo: Escuchamos, entendemos y valoramos las voces de quienes nos apoyan, para generar propuestas inclusivas enfocadas en el crecimiento del colectivo.

Confianza: Cumplimos con nuestros clientes y seguidores, de manera transparente en función de un beneficio mutuo.

Pasión: Trabajamos con amor a nuestras virtudes para generar productos de calidad que empoderen a las personas que nos siguen.

Postura ética

Competencia:

Valoramos y respetamos la experiencia de nuestra competencia, portales web, apuestas digitales y de participación, pues nos exige ofrecer lo mejor de nuestro equipo de trabajo, además, esperamos aprender de ellas para así mismo lograr relaciones estratégicas.

Ámbito Empresarial:

Apostamos por las nuevas tecnologías y los nuevos talentos, creemos en la juventud y su voluntad de transformación, creando así un ambiente de trabajo óptimo para un mayor rendimiento.

Cliente:

Buscamos que nuestros clientes se sientan seguros con nosotros, con el fin de lograr esta meta, basamos nuestros acuerdos en la franqueza de ambas partes, esto nos permite construir una mejor

relación con los consumidores, logrando así que estos últimos tengan una mayor seguridad y empoderamiento con nuestra marca.

Formación humanista de la Universidad

Tenemos una formación humanista y reflexiva para con la sociedad, la vocación a la paz y a las prácticas en pro al bienestar común, la sana competencia y el reconocimiento de nuestras áreas de oportunidad nos impulsa a proyectarnos como un actor relevante dentro de la conciencia juvenil. Nuestro énfasis en investigación y proyección social nos hace actuar de manera crítica y ética a las exigencias actuales de la dinámica social.

Descripción del producto

Contenido audiovisual, escrito y sonoro diferenciado en medios digitales, enfocado en Podcast.

Tipo de Negocio

Creación de contenido digital

Etapas del proyecto

Necesidades

En el factor económico se necesita de un presupuesto alto, ya que es necesario financiar el equipo técnico, de rodaje y productos consumibles (son los equipos necesarios para la realización de la pre-producción).

-Dos cámaras fotográficas semiprofesionales.

-Dos computadores con las condiciones para la edición y producción.

-Dos micrófonos

-Dos auriculares

-Suite Adobe

Con que se cuenta

Actualmente contamos con equipos básicos de fotografía, video y de captura de sonido y los elementos para realizar la post-producción, es decir, poseemos a nuestra disposición los programas y las técnicas necesarias para realizar la edición del producto.

-Dos cámaras semiprofesionales.

-Un computador con los programas necesarios para el trabajo de post-producción.

-Un micrófono.

Teoría comunicativa

Al ser una empresa productora de imágenes y sonidos se puede inferir que trabajamos con la comunicación visual, Munari (1985) en su libro Diseño y comunicación visual define la comunicación visual como:

“La comunicación visual es prácticamente todo lo que ven nuestros ojos, desde una planta hasta las nubes que se mueven en el cielo. Cada una de estas imágenes tiene un valor distinto, según el contexto en el que están insertadas” (p. 82-84).

Este tipo de comunicación es la más óptima en términos de expresión de las ideas y sentimientos, desde allí una de las cosas que buscamos nosotros es atraer la atención de los trabajadores o personas del común, siendo capaces de lograr una respuesta positiva al momento de entregar el producto terminado.

Con el fin de tener un mayor conocimiento sobre lo que conlleva un manejo completo de la comunicación visual, manejamos lo que se puede considerar como subdivisiones, siendo estas: El diseño y la publicidad.

El diseño

International Council of Graphics Design Associations – ICOGRADA – (2004) afirma: “Los productos diseñados como “discursos visuales” persiguen atraer y convencer a un público determinado. El diseño se asienta sobre los dominios de la Escritura y la Imagen” p.4. Nuestro fin es hacer que los consumidores del producto se vean influenciados por la idea que intentamos transmitir, que tienen como propósito hacer que el espectador reflexione sobre su actuar. Costa (2014) en un artículo de la revista grafica manifiesta que:

“En la medida que la esencia del diseño es el impulso proyectual y creativo orientado hacia un fin determinado, su influencia en nuestros actos, nuestra mente y nuestra conducta puede llevarnos a

lo mejor y a lo peor. A la mejora de nuestro hábitat, a la resolución de problemas y a la mayor calidad de vida. O bien a la manipulación y al control social”. (p.89)

Debemos tener en cuenta que mediante el diseño de productos audiovisuales y gráficos, logramos establecer sistemas de relaciones con el ambiente que nos rodea, siendo ya el diseño parte de nuestra cultura con un lenguaje muy específico para la transmisión de información.

La publicidad

Son varios los factores que influyen en la conducta de los consumidores, siendo estos biológicos, cognitivos, sociales y psicológicos, este último se encuentra conformado por los pensamientos o emociones que alteran la conducta y es el factor con el que trabajamos.

La publicidad es la manera más eficaz de apelar a las emociones de los consumidores, siendo estos el equipo de trabajo de la empresa que desea adquirir nuestros servicios. “El mensaje publicitario y la imagen que contiene están cuidadosamente estudiados y diseñados. En lo que inocentemente puede parecer una simple imagen de la realidad se esconden cientos de signos y símbolos orientados a “atrapar” al espectador” (Rodríguez, 2008)

La publicidad consta de un uso óptimo de formatos visuales y sonoros con los que espera llegar a lo profundo de los posibles consumidores, Castro (2008) en su artículo Influencia de la Publicidad en el Comportamiento de los Jóvenes y Adolescentes dice lo siguiente:

“En la publicidad es tan importante lo que se dice como la forma en la que se dice. La imagen publicitaria une a su función de información y convicción, la función estética. Su poder de comunicación y atracción se basa en el uso de los recursos expresivos y en la retórica de la imagen

y el texto. La publicidad no nos presenta los productos tal como son, sino que nos da una visión subjetiva y alterada de los mismos” (S.P)

Como creadores de contenidos gráficos, sonoros y visuales, usar las técnicas que provee la publicidad es de gran importancia, mediante el uso de estas podemos lograr que los consumidores acepten las ideas que estamos cultivando, aumentando la conciencia a los temas tratados.

Marco legal

Según el Decreto 437 de 2013, la ley 1556 de 2012 establece las herramientas necesarias para el desarrollo de la industria audiovisual en el país, esto es con el fin de promover el territorio nacional, mejorando así el turismo y la imagen del país.

Asimismo, esta ley establece modalidades para la gestión del Fondo Fílmico Colombia, el cual es administrado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo por medio del Fondo Mixto de Promoción “Proimágenes Colombia”.

Rebel es una empresa constituida como Sociedad por Acciones Simplificadas (S.A.S), REBEL S.A.S. ya que establecernos bajo este tipo de asociación empresarial nos permite la creación de la empresa mediante un documento privado, lo cual nos ahorrará tiempo y fondos en la constitución de la compañía, esto hará que la creación de la empresa fuera mucho más fácil.

Este tipo de sociedad contempla varios beneficios como lo es establecer el término de duración, el cual puede ser indefinido y reduce costos debido a que no es necesario el diligenciamiento de reformas estatutarias cuando la duración de la sociedad está próxima a finalizar.

No es necesario contar con un revisor fiscal, quien es el encargado de inspeccionar a la administración, pero si nuestros activos brutos superan los 5000 s.m.m.l.v será obligatorio tener uno.

Los elementos necesarios para lograr la constitución de la empresa como una Sociedad por Acciones Simplificadas (S.A.S) son los siguientes:

Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas

Razón social

Domicilio principal de la sociedad y sus sucursales

Término de duración

Enunciación clara de las actividades.

Capital Autorizado. Número y clase de acciones, términos y formas en que se pagarán

Forma de administrar, con documentos y facultades de los administradores. Cuanto menos un Representante Legal.

Para constituirnos como persona jurídica se necesitan los siguientes documentos al momento de registrarse ante la CCB:

Original del documento de identidad.

Formulario del Registro Único Tributario (RUT).

Formularios disponibles en las sedes de la CCB.

Formulario de Registro Único Empresarial y Social (RUES)

Carátula única empresarial y anexos, según corresponda (Persona Natural)

Formulario de Registro con otras entidades

Acta de constitución

Estatutos

Producto a vender

Al proyectarnos como medio de comunicación digital, el marketing online será nuestro esquema de generación de ingresos, así que por medio de la creación de audiencia monetizaremos el tráfico de visitas para las futuras marcas interesadas en nuestro público.

Necesidad del cliente a resolver:

El significativo desinterés de los jóvenes por la política y la actualidad colombiana se ha traducido en poca participación e ignorancia alrededor de la misma.

Rebel buscará llegar a jóvenes entre 13 y 17 años a través medios digitales, como audiovisuales y podcast. La creación de un lenguaje nativo y compartido entre la juventud, crearán las condiciones para que nuestro público se acerque a la realidad política y así mismo se apropien de las necesidades y exigencias de la misma.

Anuncios:

Display Tradicional

Publicidad basada en elementos gráficos. Banners tradicionales, flash o Rich Media. Display -
Publicidad Tradicional

Banners tradicionales: Imágenes en formato jpg o gif (con movimiento limitado).

Banners en Flash: Imágenes con movimiento avanzado.

Publicidad en Buscadores

Enlaces patrocinados formados por texto ubicados en el lateral y en la cabecera de los resultados de una búsqueda concreta.

Anuncios de video en ubicados antes, en el intermedio o después de otros contenidos de video como noticias o cualquier video colgado en redes de video como YouTube. Se convertirá en el formato principal de la publicidad online.

In Banner: Videos incluidos en los formatos tradicionales de banners. En lugar de mostrarse imágenes en movimiento (Flash banners), se muestra video. Estos formatos sin embargo pueden y suelen ser expandibles.

In Stream: Videos ubicados dentro de otros videos. Se pueden mostrar antes, durante o después del video principal.

Video Content: Más allá de la publicidad convencional se puede impactar a nuestro público creando contenidos relacionados con el producto o servicio a vender.

Productos similares en el mercado

Actualmente las plataformas de contenido digital son numerosas, las expansiones de las redes sociales han permitido la difusión de los contenidos a través de la red de manera más fácil.

Contenido político actual lo tienen programas como ‘La Pulla’ y ‘Me Dicen Wally’.

Valor agregado de Rebel

Rebel busca abrir espacios de participación política para la juventud, de esta manera facilitaremos nuestra plataforma y recursos a jóvenes entre los 13 y 17 años, con afinidades a la comunicación y uso de redes, para que participen en la creación de contenido, compartiendo problemáticas de orden político que les aquejan en sus contextos, barrios, colegios, etc.

Cómo generar ingresos

Al ser una plataforma en internet, nuestros ingresos serán basados en el Marketing Digital. La plataforma principal en la cual trabajaremos será YouTube, que a través de AdSense nos permiten monitorear las visitas, y visualizaciones de nuestro canal.

Al generar una audiencia significativa y participativa buscaremos generar ingresos de las siguientes maneras:

1) Anuncios

Estaremos en contacto con anunciantes interesados en nuestro público con el fin de pautar en nuestros videos.

2) **Marcas**

Buscaremos marcas y agencias publicitarias con una audiencia objetivo de su producto sea similar a la de nuestro canal.

3) **Merchandising**

Generaremos diversos artículos de merchandising (como pegatinas, ropa etc.) para reforzar nuestra marca y así llegar a más público. Todo esto será distribuido a través de internet.

Utilidad Única

Todos nuestros productos se encuentran disponibles en plataformas de internet y redes sociales, la calidad de nuestros contenidos con el público que manejamos le otorgará la seguridad a nuestros clientes de que su anuncio generará el impacto que desea.

Además, al pautar con nosotros, nuestros clientes estarán aportando a que la plataforma crezca y así mismo llegar a más jóvenes.

Equipo de trabajo

En un inicio nuestro equipo de trabajo está conformado por 2 personas que han trabajado en los temas de grabación y edición, quienes conforman la dirección general.

-Un periodista.

-Un director audiovisual.

De acuerdo a como crezca la empresa, nuestro equipo de trabajo lo hará también, conformando los departamentos necesarios para la función administrativa de la compañía, de igual manera, se contará con el personal necesario para la óptima realización de una producción audiovisual.

Cuadro de Perfiles	Función
	<p>Nuestro equipo de trabajo contará con experiencia mínima de 1 año en empresas especializadas, medios de comunicación y plataformas digitales. Apoyaremos trabajadores emergentes con un portafolio de proyectos que demuestre el impacto de sus contenidos.</p>
Equipo administrativo	<p>Su función principal es elevar al máximo el valor actual de la empresa, gestionando la inversión de fondos que permitan el funcionamiento normal de las operaciones y supervisar la distribución óptima de los recursos. Un administrador de empresas y un contador harán parte de este equipo.</p>
Área de medios	<p>Esta área debe tener conocimiento sobre los medios de comunicación posibles a usar, encargados de la divulgación en redes del contenido.</p>
	<p>Creativos entre comunicadores, publicistas y diseñadores estarán encargados de producir las campañas publicitarias y el material publicitario.</p> <p>La conforman:</p>

<p>Departamento creativo</p>	<p>1) El director creativo, responsable de la dirección del departamento, de la metodología y el estilo creativo de la agencia y de la supervisión de los equipos.</p> <p>2) El director de arte, quien se ocupa de traducir el contenido en imágenes.</p>
<p>Departamento de producción de audio y video</p>	<p>Videógrafos, y comunicadores visuales serán los encargados de la creación de los productos audiovisuales, desde el concepto hasta la creación.</p> <p>Desarrollo (Lluvia de ideas, presupuesto, conceptos)</p> <p>Pre-Producción</p> <p>Producción</p> <p>Post-Producción</p>

Red de contactos

Renta de equipos de grabación, Hangar Films: Es una productora audiovisual y casa de renta de equipos profesionales para cine y televisión. Películas, cortos, videos, TV, comerciales, tienes una idea, juntos la podemos desarrollar.

Proveedores

- 1) **GoDaddy:** Empresa registradora de dominios de Internet y de alojamiento web. Actualmente es la organización registradora de dominios más grande del mundo acreditada por ICANN.
- 2) **Renta de equipos de cómputo, Rentasisistemas:** Empresa líder en el sector de alquiler de equipos de cómputo en el país.
- 3) **Sonidos & Eventos:** Tiene como misión la prestación de un servicio excelente con un alto nivel de responsabilidad y estética en la presentación de cada uno de los montajes realizados, organizando cualquier tipo de reunión y festividades a nivel nacional e internacional.

Aliados estratégicos

Nuestras alianzas serán con otras productoras de contenido, la ventaja que tenemos es que cada una es experta en una especialidad en los diferentes formatos con los que trabajará Rebel.

Algunas de nuestras empresas aliadas son:

- 1) **CMO producciones:** Casa productora colombiana de cine, series de televisión, documental y contenido transmedia, fundada por la reconocida productora Clara María Ochoa Domínguez hace más de 16 años.
- 2) **SD Estudio Digital:** Empresa colombiana, que inició servicios en el 2004 ofreciendo soluciones en Realidad Virtual, Video, Diseño web, Diseño de logos y Fotografía Profesional.

- 3) **AudioPost:** Estudio de producción de música y sonido especializado en publicidad, televisión, cine, y multimedia digital. Crean contenido de audio para todas las formas de comunicación que componen a la publicidad.

Recursos Adicionales

A futuro, Rebel busca posicionarse como un medio digital reconocido y para esto es necesario:

- 1) Una oficina donde reunir a nuestros colaboradores y personas involucradas en el proyecto.
- 2) Set de luces, cámaras y micrófonos proporcional a nuestro equipo de trabajo
- 3) Grupo técnico y humano compuesto por expertos en edición, montaje, iluminación y sonido.
- 4) Ordenadores y computadoras especializadas en edición y producción de audio y video.

Plan de Mercadeo

Clientes potenciales

Los principales clientes de *Rebel* serán universidades, movimientos sociales y juventudes políticas además de medianas y grandes marcas que necesiten comunicar un mensaje a nuestro público objetivo (jóvenes). Asimismo hacemos propuestas idóneas para transmitir el mensaje o el servicio en los canales más efectivos para la compañía, desde la participación directa en nuestro contenido, a patrocinios y branded content.

Necesidades y problemas del cliente

Necesidades	Problemas
Llegar al público inaccesible para la fuerza de ventas uno a uno.	Ausencia en plataformas digitales para potenciar ventas uno a uno
Entrar en un nuevo nicho de mercado y atraer un nuevo grupo de clientes.	Falta de efectividad a la hora de proponer estrategias para llegarle a un público objetivo juvenil.
Incrementar y expandir las ventas de su(s) producto(s) o servicio(s).	Desconocimiento de estrategias para aumentar y expandir las ventas a su público objetivo
Mejorar la visibilidad y presencia de marca.	Invisibilidad para su público objetivo y su marca es débil en el mercado

¿Por qué compra el cliente?

La creación de contenido en internet ha sido durante los últimos años un mercado con un potencial que tiende al crecimiento. Según el Director de Proyectos Corporación Colombia Digital, Luis Enrique Mejía Florez "La inversión en publicidad digital sigue creciendo en Colombia, con un valor de 303 mil millones de pesos para el acumulado enero-septiembre del 2016". Teniendo en cuenta que según el Observatorio de E-Commerce para el año 2018 más de 31 millones de

personas tienen acceso a Internet en Colombia, este es un mercado con un crecimiento exponencial año a año viable para la incursión del negocio.

Rebel tiene como objetivo un nicho específico juvenil, dirige sus esfuerzos a jóvenes que no poseen referencia de la realidad política del país y en función de este escenario, nuestro plan de mercadeo se orienta a optimizar canales para crear una audiencia sólida a quien desea generar una comunicación más efectiva con su público.

Estos canales pueden ser:

- 1) **Display Tradicional:** Publicidad basada en elementos gráficos. Banners tradicionales, flash o Rich Media. Display - Publicidad Tradicional
- 2) **Banners tradicionales:** Imágenes en formato jpg o gif (con movimiento limitado).
- 3) **Banners en Flash:** Imágenes con movimiento avanzado.

Todas estas se manejarán tanto en nuestra página web como en nuestros productos comunicativos.

¿Cómo llegar a nuestros clientes potenciales?

Existen varias formas de llegar a nuestros clientes potenciales:

1. Nuestra página web
2. Anuncios a través de plataformas especializadas para mostrar nuestro portafolio y contenido: geniuzz.com, pinterest.com, medibangpaint.com, youtube.com, facebook.com, 500px.com, etc.

3. Contacto directo: Por medio de reuniones, charlas en universidades, exposiciones y ferias digitales en las cuales podamos presentar nuestro portafolio de servicios y a la vez, establecer relaciones comerciales con clientes potenciales.

Nuestra competencia

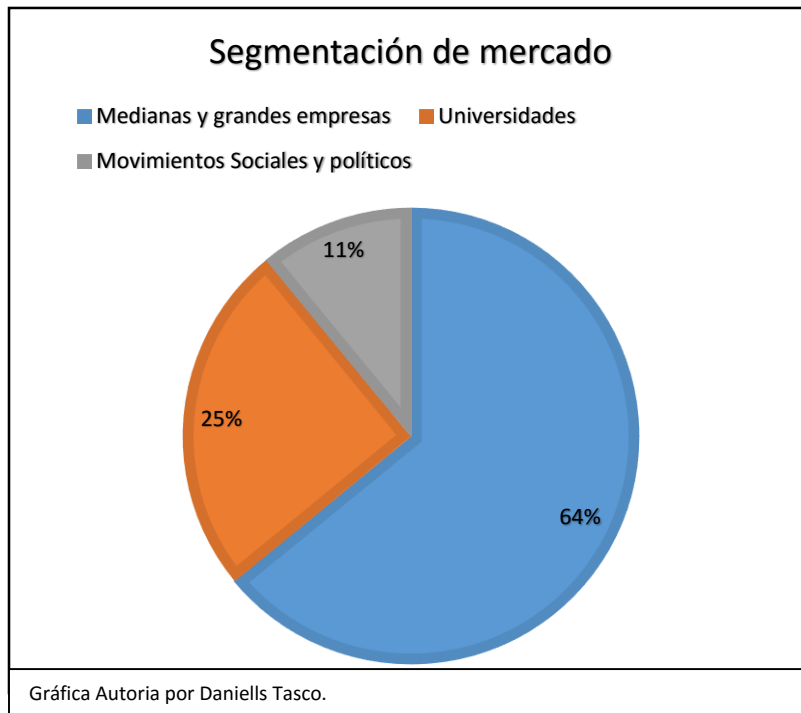
	Puntos Fuertes	Debilidades
Empresas de contenido e información que han migrado a plataformas digitales, como medios de comunicación tradicionales.	<ol style="list-style-type: none"> 1) Cuentan con equipos con altas especificaciones técnicas. 2) Poseen una nutrida variedad de servicios y equipos para escenografía. 3) Gran cantidad de público y audiencia a nivel nacional. 4) Mayor grupo de trabajo, mano de obra y recurso humano. 	<ol style="list-style-type: none"> 1) No emplean nuevos lenguajes ni maneras de llegar al público. 2) Poca referenciación dentro del público juvenil. 3) La amplitud de su público objetivo (edades, espacios, interese, etc.) podría derivar en abandono de algunos subgrupos como el juvenil, por ejemplo.

<p>Organizaciones relacionadas con la industria digital: Youtubers, Bloggers,</p>	<p>1) Conocimiento y experiencia en el mundo digital</p> <p>2) Creadores de tendencias entre sus seguidores</p>	<p>1) Falta de apropiación de la realidad política actual nacional.</p> <p>2) Temas superficiales y en su mayoría intrascendentes para con la realidad social nacional.</p>
---	---	---

Diferencia de la competencia

Además de la creación de contenido, Rebel busca generar espacios de participación para la juventud y así convertir a los jóvenes en actores activos en el panorama político del país. De esta manera nos acercamos más a las realidades de nuestra audiencia específica.

Conociendo nuestra audiencia podremos ofrecer a nuestros clientes servicios diferenciadores entre los objetivos que posean.



Nuestros clientes potenciales los dividimos en tres grandes grupos:

-Destacamos con un 65% las medianas y grandes empresas que poseen un alto capital para invertir y desean crecer en el mercado juvenil.

-Con un 25% visibilizamos a las universidades, ya que estas poseen un alto poder adquisitivo y podrían interesarse por nuestro contenido.

- El 10% faltante lo ocupan los movimientos sociales y políticos, quienes participarían en nuestro contenido y colaborarían con nosotros en la creación de contenidos de calidad.

Estrategias para llegar al cliente

Promocionaremos nuestros contenidos a través de plataformas personalizadas (Youtube, Facebook, Soundcloud), nuestra presencia en redes sociales será clave al momento de llegar a nuestros clientes, nuestro contenido de valor y su público juvenil diferenciado, será nuestra base para llamar la atención de nuestros clientes potenciales.

Además, al momento de entrar en una negociación, cuidaremos nuestra relación con nuestros clientes, brindando asesorías personalizadas a quienes deseen pautar con nosotros desde redacción, diseño y estilo.

Formas de llegar al cliente

- 1) Marketing digital:** Nuestros productos son en su totalidad visuales o de audio, por lo tanto las plataformas como Youtube o SoundCloud son medios digitales adecuados para promocionar dichos productos y llegar a potenciales clientes.
- 2) Exposiciones en universidades y ferias de emprendimiento:** Mediante este tipo de encuentros podemos exponer nuestros servicios, a su vez, crear relaciones personales con clientes potenciales.

Precios

Formatos tradicionales en pantalla	Costo por clic
Display	\$20.000 COP
Banner expandible	\$20.000 COP
Pull Adhesion	\$40.000 COP
Layer	\$40.000 COP
Takeover	\$40.000 COP

Interstital	\$40.000 COP
--------------------	--------------

Contenido Comercial por un día en home y una semana en Secciones internas \$1'000.000 COP.

Contenido y estrategias personalizadas se debe cotizar. (Patrocinios, participación en contenido, etc.)

Precio del producto de la competencia

Debido a que los precios de la publicidad son muy variables no es posible determinar el precio exacto que ofrece la competencia, pero en su mayoría se ofrece un portafolio de servicios que en medios tradicionales supera en aproximadamente 30% al presupuesto de nuestra marca.

Método de pago preferido por los clientes

Pagos puntuales facilitando los métodos de pago que prefiera el cliente desde efectivo, a pagos con tarjetas de crédito, PayPal, PayU o transferencias electrónicas.

Distribución el producto

La mejor manera de distribuir nuestros productos es a través de las plataformas digitales, ya que son canales que se acomodan a los formatos en los que producimos.

Estrategia de posicionamiento



Logo tipográfico con fuente Statendam basada en la clásica Sans Serif que denota confiabilidad, estabilidad y profundidad con su color negro. Este combina un símbolo gráfico con texto, que suma un micrófono a la tipografía, haciendo referencia a medio de comunicación, con cierto juego óptico.

El nombre es fácil de pronunciar, sintético y refinado; complejo pero poderoso. Lo que destaca es la simplicidad y el poder de un buen nombre, con la finalidad de ser aplicado sobre superficies con colores sobrios e intercambiables con el blanco si lo amerita la aplicación concreta.

Riesgos financieros

Como medio de comunicación alternativo basado en el ecosistema digital, es indispensable conseguir una audiencia sólida para financiar nuestro proyecto a largo plazo, teniendo en cuenta que al empezar el proyecto desde cero, es necesaria la inyección de capital para luego recuperar la inversión de los productos en los que trabajemos.

Una forma de minimizar el riesgo es asociarnos con creadores de contenido reconocidos para empezar a captar nuestra propia audiencia.

Riesgos Legislativos

En términos de riesgos legislativos se puede tener en consideración las leyes de derechos de autor, teniendo en cuenta los productos que podemos usar y así mismo cuidar nuestro contenido de algún uso indebido.

Riesgos en el Mercado

La industria digital en Colombia ha presentado un crecimiento progresivo en los últimos años, lo cual se puede traducir en un mayor número de competidores y un mayor riesgo de no ser conocidos en este mercado, por lo cual consideramos que nuestro valor diferencial puede ser un factor importante que nos distinga en este mercado. De igual manera, nuestro catálogo de productos puede ser un plus, en cuanto al hecho de que abarcamos diferentes formatos como lo son: vídeos, podcast, texto.

Inversión Inicial

Concepto	Valor	Cantidad
Hosting y Dominio para la página web	\$215.000 COP/Anual	1
Licencia Suite Adobe	\$158.300 COP/mes	1
Computador	\$5.600.000 COP	2
Kit Micrófono Audiotechnica At2020 Grabación Estudio Filtro	\$360.000 COP	2
Grabadora de sonido	\$116.981 COP	1
Cámara semiprofesional	\$3.200.000 COP	2
Kit de iluminación de estudio	\$648.800 COP	1

Total: \$10.299.081 COP

Costos Fijos

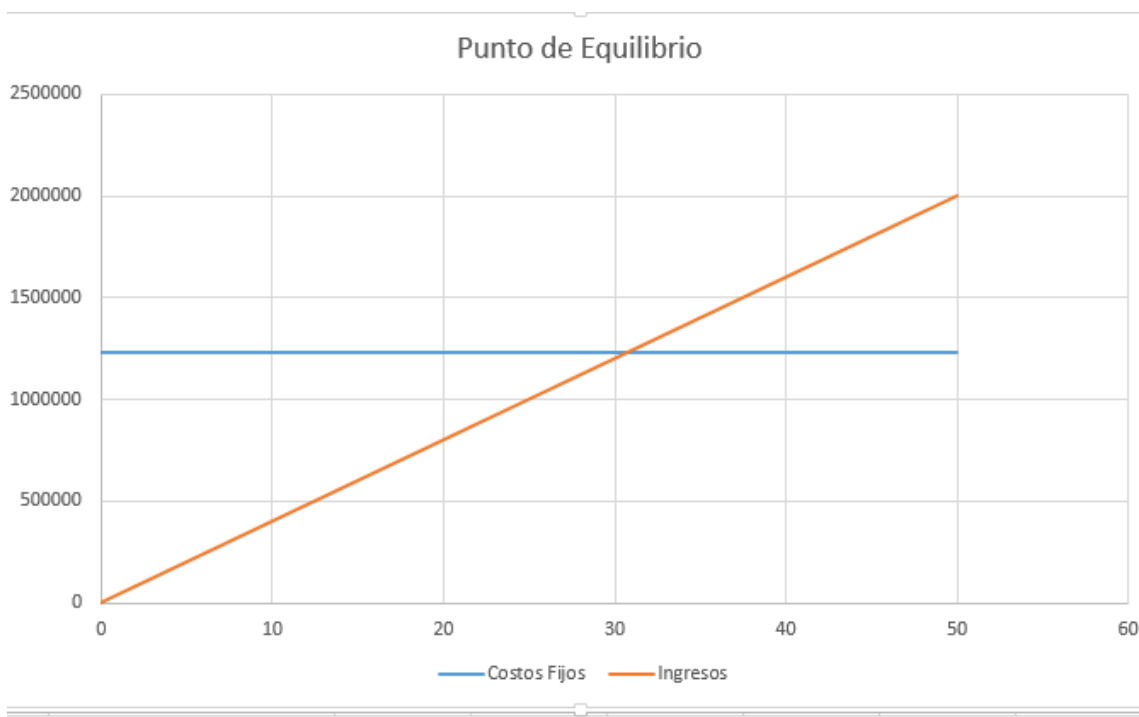
Concepto	Valor	Cantidad
Mantenimiento Página Web	\$300.000 COP / Mensual	1
Licencia programas de edición	\$158.300 COP/ Mensual	1
Hosting y Dominio	\$215.000 COP/ Anual	1
Internet	\$105.000 COP/ Mensual	1
Luz	\$90.000 COP/ Mensual	1
Celular	\$60.000 COP/ Mensual	1
Transporte	\$300.000 COP/ Mensual	1

Total: \$1'228.300 COP

Costos Variables

	Valor
Mantenimiento equipos	\$700.000 COP
Alquiler de escenarios, tarimas, spots.	\$5.000.000 COP

Total: \$5.700.000 COP



Los ingresos en la industria digital son muy volátiles, sin embargo, en el momento en que podamos mantener un flujo constante de tráfico, tenemos una proyección conservadora de 2 a 4 años para llegar a un punto de equilibrio.

Cibergrafía

- El diseño y la comunicación visual, recuperado de:
http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/ldg/juarez_s_e/capitulo3.pdf
- Diseño de Comunicación visual: el nuevo paradigma, recuperado de:
http://revistes.uab.cat/grafica/article/view/v2-n4-costa_¿Qué_es_el_diseño?, recuperado de:
http://www.cesfelipesecondo.com/titulaciones/bellasartes/temarios/Diseno_Grafico_1/Qu%E9%20es%20el%20dise%C1o.pdf
- Connotación y persuasión en la imagen publicitaria, recuperado de:
http://www.ugr.es/~pwlac/G24_55SoniaEster_Rodriguez_Garcia.html
- Influencia de la Publicidad en el comportamiento de los Jóvenes y Adolescentes, recuperado de:
<https://militak.wordpress.com/2008/11/19/influencia-de-lapublicidad-en-el-comportamiento-de-los-jovenes-y-a-olescentes/>
- Pro imágenes Colombia, recuperado de: <http://locationcolombia.com/directoriode-servicios/?lang=es>



LIENZO DE CANVAS

Actividad Clave

Creación de contenido digital enfocado en podcast, web y contenido audiovisual.

Propuesta de valor

Rebel genera espacios de de comunicación enfocado en los jóvenes. Con amplio conocimiento en su público objetivo, hacen país al preparar a las juventudes en el espectro político.

Recursos Clave

Recurso humano entre periodistas y videógrafos. Equipos de grabación, (Cámaras, micrófonos, etc.) estudios y dominio de la página Web.

Relación con los clientes

Asesora a sus anunciantes para que escojan el mejor proyecto de publicidad para su negocio dentro de el contenido que ofrecen.

Canal

Internet y plataformas digitales como YouTube, Facebook, iCloud, etc.

Fuentes de Ingresos

El marketing digital es nuestro esquema de generación de ingresos, monetizaremos el tráfico de visitas para las futuras marcas interesadas en nuestro público.

Socios Clave

Aliados con productoras de contenido enfocadas en el ecosistema digital, con experiencia clave para función de la empresa.

Segmentación de clientes

Universidades, movimientos sociales y juventudes políticas, medianas y grandes marcas a que desean comunicar su mensaje a jóvenes.

Estructura de costos

Mantenimiento de página web y del servidor, transportes y viajes, costos de internet, luz, celular.



1500
LIKES

