

ESQUEMA INFORME FINAL
MODALIDAD EMPRENDIMIENTO I

1. NOMBRE DE LA EMPRESA (FULL COLOR): Los Garrote



2. LOGO (JUSTIFICACIÓN COLORES, MEDIDAS, TIPOGRAFÍA)

La identidad visual de “LOS GARROTE” tiene como objetivo posicionar su imagen ante nuestros públicos objetivos, facilitando su recordación en las diferentes expresiones corporativas y públicas de comunicación proyectando una marca sólida, organizada, con respaldo y tal vez lo más importante “cercana a la gente”.

Se ha adoptado como logotipo de “LOS GARROTE” la imagen vectorial tipo vintage de un sello, recordemos que en sus inicios este era un papel pequeño emitido por los gobiernos y con valor oficial que se pega a las cartas y paquetes para enviarlos por correo *o que se usa para dar validez a documentos especiales.*



Básicamente el sello de “Los Garrote” es un aval y certificación de calidad para nuestros clientes en proyectos relacionados con comunicación visual, mediante la animación y producción audiovisual, de todo esto resultados de profesionalismo y una genial mezcla de experiencia y juventud innovadora.

No es recomendable utilizar el logotipo en un tamaño inferior a 3 cm de ancho y alto a proporción.

Tipográficamente se encuentra representado por la fuente *Ballpark* en su texto principal “Los Garrote” y ubicada en la parte central sobre una cinta y con una inclinación aproximada de 20 grados, esta tipografía es llamada tipo beisbol, especial para textos cortos y títulos; con mucha personalidad, muy legible, sólida y agradable a la vista, sus curvas la hacen una fuente muy humana.



El texto complementario “Comunicación Transmedia” es acentuado por la tipografía *Building*, la cual da un equilibrio a la imagen es muy estilizada y de fácil lectura es la perfecta tipografía complementaria en este caso; se encuentra rodeando el texto principal dándole equilibrio.

COMUNICACIÓN

TRANSMEDIA

En cuanto al color recordemos que este ejerce sobre la persona que lo observa una triple acción:

- Impresiona al que lo percibe, por cuanto que el color se ve, y llama la atención.
- Tiene capacidad de expresión, porque cada color, al manifestarse, expresa un significado y provoca una reacción y una emoción.
- Construye, todo color posee un significado propio, y adquiere el valor de un símbolo, capaz por tanto de comunicar una idea. Los colores frecuentemente están asociados con estados de ánimo o emociones.

El logotipo en su aplicación principal consta de los colores negro, rojo y blanco creando una armonía visual gracias al perfecto contraste.

Negro: Es un color que denota poder, misterio y estilo.

Rojo: Es el símbolo de la pasión ardiente y desbordada, de la sexualidad y el erotismo, aunque también del peligro. Es el más caliente de los colores cálidos. Es el color del fuego y de la sangre, de la vitalidad y la acción, ejerce una influencia poderosa sobre el humor y los impulsos de los seres humanos, produce calor.

Blanco: Su significado es asociado con la pureza, fe, con la paz. Alegría y pulcritud. En las culturas orientales simboliza la otra vida, representa el amor divino, estimula la humildad y la imaginación creativa.

Es importante aclarar que para dinamismo de la marca también hay aplicación secundaria de color donde el negro y blanco se conservan pero el rojo puede tomar otro color.



3. INTRODUCCIÓN (¿cuál la razón de ser del plan de negocio. qué va encontrar el lector en el documento?).

La creación de una productora audiovisual especializada en la realización de piezas audiovisuales y animación 3D. A partir de su ubicación en los municipios: Bojacá, Madrid y Subachoque, en alianza con sus alcaldías municipales y las necesidades que surgen frente a la ausencia de este servicio.

4. EL NEGOCIO

4.1 Fundamentación (líneas teóricas).

Emprendimiento suele ser un proyecto que se desarrolla haciendo frente a diversas dificultades, con la resolución de llegar a un determinado punto.

Otro caso, emprendimiento es una iniciativa de un individuo que asume un riesgo económico o que invierte recursos con el objeto de aprovechar una oportunidad que brinda el mercado.

Significados:

En el mundo

Una forma de generar nuevas ideas que han ido evolucionando en el transcurso del tiempo y ajustado sociedades que emprenden como forma de modelo para la creación de ideas y 'proyectos que durante mucho tiempo han moldeado la globalización en su plenitud.

En américa

Cuando se ha quiere hacer un emprendimiento de bajo costo, se puede contar con la inversión informal que es la que generalmente otorga el capital semilla a los emprendedores, por otro lado tenemos el capital de riesgo (Venture capital) que es necesario para apoyar los emprendimientos de alto impacto, los cuales son escasos en Suramérica.

En Colombia

El hábito de emprender cada vez toma mayor fuerza ya que Colombia es un país líder en pensamiento y desarrollo empresarial. Actualmente en el país hay empresas o entes específicos que impulsan a nuevos emprendedores; un ejemplo de ellos es el SENA con el Fondo De Emprender encargado de financiar iniciativas empresariales y productivas y la Cámara de Comercio de Bogotá con el Modelo de Servicios Empresariales.

AUDIO VISUAL

Audio visual es basado en la utilización conjunta del oído y de la vista, mediante imágenes y sonidos grabados, en especial para elaborar material didáctico o informativo.

En el mundo

Los documentos audiovisuales lograron en el mundo un cambio en la sociedad rompiendo barreras de comunicación y de cultura. Complementaron las técnicas ya existentes como la escritura y se convirtieron en una nueva vía para manifestar ideas creativas y compartir conocimiento.

La UNESCO siguiendo este fundamento hizo posible la asignación del Día Mundial del Patrimonio Audiovisual, al día 27 de octubre celebrando y conservando el valor del patrimonio audiovisual. En 2005 la UNESCO aprobó la celebración del Día Mundial Del Patrimonio De Audio Visual

En américa

La expresión "arte audiovisual" comienza a usarse en Estados Unidos en los años 1930 con la aparición del cine sonoro.

Latinoamérica el mercado de la tecnología audiovisual busca su espacio en medio de los “desafíos” que presenta el sector en la región, según dijo el presidente de Latin Press y director de la feria especializada Tecno Multimedia Info Com (TMI), Max Jaramillo.

En Colombia

El sector audiovisual comprende el desarrollo de contenidos para cine y televisión y en la actualidad, es una plaza interesante para las productoras y canales internacionales por la calidad del trabajo, las grandes locaciones y el nivel de los directores colombianos. Además, el crecimiento de la infraestructura hotelera en el país ha permitido que grandes producciones como Paradise Hotel y Survivor se interesen por grabar en Colombia.

COMUNICACIÓN TRANSMISIÓN DE SEÑALES MEDIANTE UN CÓDIGO COMÚN AL EMISOR Y AL RECEPTOR.

Es un lenguaje múltiple con una gran diversidad de códigos constituyentes, que pueden ser analizados tanto por separado como en conjunto. Además la mediación tecnológica es un elemento indispensable en este tipo de comunicación. Los sistemas de comunicación audiovisual tradicionales son la radio, el cine y la televisión.

Estos medios, desde distintos modelos de financiamiento y diferentes grados de dependencia con el poder, se enfrentan a un mundo cada vez más conectado y a las expectativas de los ciudadanos que usan las nuevas tecnologías para demandar, cada vez más, mejores servicios.

En esta disyuntiva, expertos, directivos de medios y representantes de gobiernos de toda América Latina se reunieron para intercambiar experiencias y a analizar los distintos modelos que funcionan ahora en la región y sus posibilidades futuras de subsistencia.

La comunicación en Colombia no es neutra como se pensaría, ya que la cultura del colombiano tiende a ser en algunos casos cortoplacista y un tanto paranoica, es por eso que somos susceptibles a reaccionar fácilmente ante las noticias que nos bombardean los principales medios de comunicación.

TRANSMEDIA

La narrativa transmedia, narración transmedia o narrativa transmediática (en inglés Transmediastorytelling), es un tipo de relato donde la historia se despliega a través de múltiples medios y plataformas de comunicación.

La narrativa transmedia explora el desarrollo de una nueva variante informativa, integrando distintos soportes digitales en los que la información se complementa. Una nueva modalidad que se está extendiendo cada vez más en los medios de comunicación del mundo y para lo que son necesarios profesionales altamente cualificados.

PRODUCTORA

Una productora puede ser claramente responsable de la recaudación de fondos para la producción o puede lograrlo a través de una compañía matriz, de socios o inversionistas privados. Maneja el presupuesto, la programación, el guión, el suministro de talento y de recursos, la organización del personal, la producción en sí, la posproducción, la distribución y el marketing.

A continuación se toma muestra de un ejemplo que ambiciona una conceptualización de las concepciones teóricas y partiendo de éstas, se pretende entrever la construcción de una empresa dentro de los parámetros actuales que se asocian al emprendimiento empresarial en el desarrollo de una empresa que se centra en la producción y construcción de los procesos audiovisuales y creativos.

Para iniciar es preciso centrar y aclarar qué es emprender, pues este, será usado para el desarrollo de todo el año por eso para Juan Antonio, joven emprendedor: “Emprender es más que gestionar una empresa, es adaptarse a los nuevos escenarios de mercado que la economía impone, prácticamente imposible hablar de este tema sin hablar de innovación” (Vázquez J., P 10, 2016). Lo cual traslada particularmente al desarrollo de innovar, dejando así la difícil tarea de imaginar una nueva forma de armar una empresa audiovisual.

Hoy en día, la producción audiovisual en Latinoamérica refleja significado de centralización, es claro tener en cuenta como se visualiza esta para así reconstruir en el desarrollo del proyecto la innovación que anteriormente se planteaba, pues el audiovisual para Eduardo Ángel es: “un monopolio de la imagen y el sonido, y por consiguiente, la supresión de los contenidos culturales oriundos de los distintos lugares” (Russo E., p 23, 2008). Además de esto es importante ver la comunicación en gran parte del supuesto social que está presente como la propagación de información a través de los medios de comunicación, cosa que se ha consolidado gracias a una manera general y autoritaria de implementar el desarrollo de la comunicación (Moreno, 2002).

Es en este punto, donde se encuentran nuevas prácticas comunicativas que dan cuenta de la extensión de las ramas de la comunicación, para que ésta sea entendida como medios y mensajes, pero también como mediaciones. Es decir, la comunicación como proceso de creación de la mano del desarrollo audiovisual de nuevos contenidos descentralizados resignifica el trabajo audiovisual desde los distintos municipios que se plantean en el proyecto. Así de esta manera mirando desde un punto de vista latinoamericana de emprendimiento.

4.2 Descripción de la Empresa. (nombre de la idea de negocio/ Razón Social/ nombre comercial).

Los tiempos de hoy muestran una gran minoría de egresados que laboran y el restante aspira tan sólo a una oportunidad para desarrollarse en el hacer de sus estudios. Así con este proyecto, se espera brindar oportunidades laborales a jóvenes que quieran iniciarse profesionalmente ejerciendo actividades de tipo audiovisual, además acercar el servicio a nuevos espacios donde no se presta de manera eficiente, con calidad y tecnología apropiada.

Los beneficiados serán las organizaciones gubernamentales, los cuales recibirán excelentes servicios, a los que no pueden acceder fácilmente debido al escaso mercado que se presenta en los municipios como: Bojacá, Madrid y Subachoque. Acercando la productora a un mercado donde, por su calidad y trayectoria se espera que prospere, de esta manera tal vez más adelante se

pueda contratar jóvenes mayores de edad de estos municipios para el desarrollo de distintos proyectos.

4.3 Planteamiento estratégico: misión, visión, objetivos, valores corporativos y organigrama.

Misión: generar y crear soluciones comunicativas plenas, que den origen a la identificación de procesos de interculturalidad inmersos en la sociedad Colombiana, a fin de lograr nuestro objetivo. Nos adecuamos a las necesidades del cliente y/o usuario, de esta manera logramos desarrollar a cabalidad, con seriedad y puntualidad, cada demanda con el preciso uso de las competencias técnicas y habilidades profesionales del personal de nuestra compañía.

Visión:

En el 2023 esperamos ser una compañía líder en procesos de producción audiovisual en Colombia, con el fin de expandirnos al mercado internacional, diversificando nuestra apuesta laboral. De esa manera, se espera que la compañía se convierta en una herramienta referente para la producción audiovisual descentralizada y reconocida, todo esto mediante trabajo constante y productivo para la empresa.

Objetivo:

General: Crear una Productora audiovisual especializada en animación 2D, 3D, realización de videos y productos audiovisuales.

Específicos:

- Satisfacer las necesidades de servicios audiovisuales de las personas y empresas de municipios.
- Descentralizar el mercado audiovisual existente en Bogotá a zonas municipales como: Madrid, Bojacá y Subachoque.

Valores corporativos:

- Honestidad
- Transparencia.
- Compromiso con la calidad.
- Respeto
- solidaridad
- participación
- equidad
- Lealtad a la compañía
- desarrollo y permanencia en el tiempo.

Los valores empresariales que posee “Los Garrote” se divulgan a través de la apropiación, por parte de los integrantes del grupo de dichos elementos, con ello se garantiza realizar un ejercicio de traslación de estos (los valores) al trabajo que se realiza con los clientes basados en la ética, lealtad y experiencia. Nuestro trabajo estará siempre enmarcado en la honestidad y transparencia, así como también la calidad de nuestras producciones, para brindar de buenos productos comunicativos a personas que quieran hacer uso de nuestro servicio. Es así como desarrollamos un sentido de pertenencia con nuestro oficio, para complacer todas las necesidades del cliente, según sus requerimientos.

Organigrama:



4.4 Postura ética: competencia, ámbito empresarial, cliente y formación humanista de la universidad.

La empresa quiere adquirir un compromiso ético que inicie desde adentro, hacia afuera, a partir del trabajo y de la lealtad de nosotros, así mismo se espera que el actuar sea coherente con nuestros valores, de esta manera tanto el cliente y las demás empresas que desarrollen la misma actividad, observen una empresa humana y de un limpio actuar.

4.5 Descripción producto o servicio.

Desarrollo de piezas audiovisuales a partir de lo que desee el cliente, pues este puede elegir entre: animación y producción en 2D y 3D, cubrimiento de eventos desde el video y la fotografía, producción audiovisual y demás servicios asociados con la producción audiovisual.

4.6 Etapas del proyecto (con qué se cuenta y qué se requiere para iniciar el negocio).

Hasta el momento el proyecto cuenta con:

- Tres trabajadores
- cámara de video
- cámara de fotografía
- equipo de grabación de audio
- equipo de iluminación
- estudio de fotografía
- steady cam
- flex
- computadores especializados para desarrollar cada trabajo
- trípode
- tabla wacom digitalizadora

Lo que se necesita:

- Legalización de la empresa
- Nuevos equipos mejorados, especializados en el ámbito audiovisual.

4.7 La Comunicación y su aporte en la idea de negocio.

A partir del desarrollo de esta empresa es importante tener presente la comunicación, pues es esta posee vital relevancia para nosotros, ya que la labor que se realiza desde la productora es comunicar a través de todas las piezas que realizamos, de una forma clara y satisfactoria para nuestros clientes, por eso, se debe destacar la comunicación como un proceso que no se puede saltar dentro de nuestra producción de trabajo.

4.8 Marco legal (análisis de las normas comerciales para la formalización del negocio).

Notariales

1. Escritura Pública. (Esta deberá ser presentada ante Cámara de Comercio en el momento del Registro)

Se debe tener en Cuenta: Todo tipo de sociedad comercial, si tienen menos de 10 trabajadores o hasta 500 salarios mínimos de activos al momento de la constitución, no necesitan escritura pública para constituirse.

Dian:

1. Inscribir el RUT (Registro Único Tributario).
2. Obtención del NIT (Número de Identificación Tributaria).

secretaría de hacienda de la alcaldía:

1. Registro de Industria y Comercio.
2. Registro de Uso del Suelo, Condiciones Sanitarias y de Seguridad.

marco jurídico:

- Código de Comercio Colombiano, Libro Segundo, artículo 98 y subsiguientes.
- Ley 80 de 1993 artículo 7 Parágrafo 3°.
- Ley 222 de 1995.

- Ley 1014 del 26 de enero 2006.
- Decreto 4463 del 15 de diciembre de 2006.
- Estatuto Tributario artículo 79

5. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO y/o SERVICIO

5.1 Producto o servicio.

Productora audiovisual especializada en la animación.

5.2 Plus o ventaja competitiva.

La descentralización del servicio audiovisual de la ciudad de Bogotá, acercando el servicio a los municipios de Bojacá, Madrid y Subachoque.

5.3 Características del producto y/o servicio.

- Creatividad en el desarrollo de cada proyecto
- Cumplimiento según las fechas estipuladas
- Profesionalismo en la producción audiovisual
- diferenciación en cada producto realizado

5.4 Productos o servicios similares en el mercado.

Dado que los servicios en su mayoría están centralizados en la ciudad de Bogotá no se encuentran productos o empresas similares de este tipo.

5.5 Registro de empresas que trabajan en el mismo sector.

No aplica

5.6 Aporte del modelo de negocio en términos de innovación.

Descentralización de la producción audiovisual de Bogotá, facilitando el servicio además de la oportunidad, dependiendo del trabajo de la contratación por servicio de los jóvenes que se desempeñan en estas actividades de los municipios,

5.7 El producto y/o servicio y su representación como una solución única.

A la escasez del servicio que se presenta en los municipios de Bojacá, Madrid y Subachoque, donde es difícil acceder a este tipo de negocios, por lo alejados que esta.

6. EQUIPO DE TRABAJO Y SISTEMA DE NEGOCIO

6.1 Equipo de trabajo (nombre de las integrantes, cargo, rol, competencias, experiencia aportada al modelo de negocio, importante cuadro).

- Gabriel Fernando Garrote: Fotografo y camarografo, comunicador y realizador de guiones
- Daniel Fernando Garrote: Diseñador y productor audiovisual, especializado en animación.
- Sergio Garrote: publicista con 20 años de experiencia en el ámbito creativo con conocimiento de dirección creativa

6.2 Red de contactos (lista clientes, proveedores y aliados estratégicos comerciales).

nombre - cargo	número
Orlando Cardona - alcalde de Madrid	320 841 1249
Fabio Gómez - Jefe de prensa alcaldía Bojacá	314 485 3842
Angelica Chavez - representante fundación Moxacá	310 303 5685
Jorge Gómez - Fotógrafo	313 814 9027
Camilo Artuluaga - Fotógrafo Subachoque	315 455 9630
Martin Leiva - Director	312 417 2351

Oasis Stereo	
Jenny - Administradora Talentos Fútbol Club	312 376 7210
Nicolás López - Músico banda metal	301 774 4151
productor festival rock	311 876 1953
Natalia - Empresa acueducto Madrid - Cundinamarca	301 315 2662

6.3 Aliados del negocio (proveedores, compradores, socios e identificar las diferencias de cada uno, en cuanto a su perfil).

nombre - cargo	Tipo	diferencia
Orlando Cardona - Alcalde de Madrid Cundinamarca	cliente	Cliente que aprueba sin necesidad de intermediario
Fabio Gómez - Jefe de prensa alcaldía Bojacá	cliente	Intermediario a la hora de negociar
Angelica Chavez - representante fundación Moxacá	Socio - cliente	trabajo de la mano de la fundación, pero también alquilan nuestros equipos y servicios
Jorge Gómez - Fotógrafo	Socio	Trabaja con nosotros dependiendo del trabajo
Camilo Artuluaga - Fotógrafo Subachoque	Cliente	Alquila nuestros equipos
Martin Leiva - Director Oasis Stereo	Socio - Cliente	trabaja con nosotros como locutor y también hace uso de nuestros servicios

Jenny - Administradora Talentos Fútbol Club	Cliente	Uso de video para cubrimiento de eventos y producción de videos
Nicolás López - Músico banda metal	Socio - cliente	productor de música de nuestras puestas audiovisuales. cliente con su banda
productor festival rock	Cliente	Cubrimiento de eventos

6.4 Ventajas de las alianzas.

Gracias a las alianzas y la lista de clientes actuales, la empresa ha venido presentando un crecimiento escalonado sostenido, la importancia de su nombre, su recordación y generación de marca en los municipios donde se desarrolla la productora audiovisual, además para “Los Garrote” es importante y ventajoso hacer buen uso de estas personas, pues se ve reflejado los beneficios de reducción de costos y mejoramiento de cobro.

6.5 Recursos adicionales.

- Transportes para la movilización y el desarrollo de los proyectos.
- Alimento
- Hospedaje, de acuerdo el producto a realizar y la zona en que se realice.
- Alquiler de equipo, de ser necesario si se carece de este.

7 PLAN DE MERCADEO

7.1 El cliente

7.1.1 Caracterización de los clientes o grupos potenciales.

Los grupos primordiales, principalmente son las alcaldías municipales com: Madrid, Bojacá y Subachoque, pues a partir de ello se plantea que la productora coja un mayor renombre, de esta manera pueda ser capaz de desarrollar más el

potencial de la org y su crecimiento, beneficiando a los trabajos y/o contratos que se puedan obtener con las distintas entidades.

7.1.2 Razones por las que compra un cliente.

La productora audiovisual “Los Garrote” desarrollan productos de alta calidad, con el ánimo de mejorar y alcanzar la excelencia en todo proyecto que se disponen a realizar, con profesionalismo y el respeto que mantienen los trabajadores frente a su trabajo, sumado a esto la empresa es la única y mejor oferta de producción audiovisual y 3D en estos tres municipios.

7.1.3 Estrategia comunicativa para la persuasión del cliente.

7.2 La competencia

7.2.1 Perfil de la competencia.

La competencia pertenece a Bogotá, ya que este tipo de negocios dentro de los municipios de Bojacá, Madrid y Subachoques ausente, por eso la competencia sería netamente de la capital del país.

7.2.2 Aliados estratégicos de la competencia.

No aplica

7.2.3 Competidores directos e indirectos.

Competidores directos:

- Rafael Poveda Television (RPTV)
- Buala
- kioka

Indirecto:

- Fundación Artística y cultural Moxacá

7.2.4 Diferencial del producto o servicio frente a la competencia.

Nuestro producto en diferencia con las productoras de RPTV o Kioka está centrado en la elaboración de piezas animadas en 3D, servicio del cual carecen las dos productoras. Por otro lado Bualá es una productora más conocida por la animación 3D y la producción de mapping, siendo una de las más reconocidas a nivel mundial.

7.2.5 Análisis del entorno: ubicación geográfica de la competencia y análisis de ese entorno.

En comparación de nuestra productora que se traslada fácilmente entre los municipios, las anteriores mencionadas están ubicadas en Bogotá, zona chapinero lo cual las hacen más centradas en un nicho de mercado bogotano

7.3 Precio producto y/o servicio

7.3.1 Precio del producto y servicio.

producto	precio
Animación	- 400.000\$ por minuto
Video	- Postproducción 300.000\$ - Preproducción, Producción y postproducción 400.000\$ minuto
Fotografía	- 10.000 \$ por foto tomada y editada. - 400.000 \$ fotos evento, 20 editadas, 300 tomas. - 500.000\$ fotos en estudio por 2 horas, 100 fotos, 20 editadas.
Audio	- Edición de audio 100.000 - voz off 200.000 minuto - producción sonora 250.000 minuto
Equipo audiovisual	- Cámara dslr d3300 con operario 250.000 6 horas - rig shoulder con: matte box, follow focus y scorpio 90.000 6 horas - flex 5 en uno 20.000 6 horas - Grabadora Tascam dr40 70.000 6 horas - Micrófono unidireccional sennheiser (boom) 90.000 8

	horas - Micrófono sennheiser de solapa 200.000 6 horas - micrófono sennheiser de manos 150.000 6 horas - Estudio fotográfico con 3 luces, 300.000 6 horas - lente 50 m.m 50.000 6 horas - lente 75 - 240 m.m 50.000 6 horas
--	--

Los productos antes mencionados, varían del costo de partida y están abiertos a negociación.

7.3.2 Precio del producto y/o servicio de la competencia.

CREACIÓN DE MARCA

Creación de nombre \$ 551.200,00

Logo para Empresa \$ 742.000,00

Logo de Evento \$ 530.000,00

Logo para Producto monolítico \$ 636.000,00

Logo para Producto independiente \$ 742.000,00

Rediseño de logo \$ 530.000,00

Slogan para Empresa \$ 689.000,00

Slogan para Evento \$ 530.000,00

Slogan para Producto \$ 689.000,00

Manual de Imagen básico (explicación -planimetría - colores- fuentes -usos (sin aplicaciones) \$ 420.000,00

Papelería básica (Sobre, hoja carta, tarjeta personal, tarjeta lord) \$ 424.000,00

Papelería contable (formatos de cotización, factura, cuenta de cobro, recibo de caja) \$ 318.000,00

Mascota (explicación - diseño frontal - atrás - izquierda, derecha y cenital) \$ 1.300.000,00

PUBLICIDAD EXTERIOR

Valla \$ 530.000,00

Fachada \$ 1.100.000,00

Pasacalle \$ 212.000,00

Pendón \$ 212.000,00

Señalética (estudio del espacio, directorio, subdirectorio y ubicación se piezas) \$ 1.100.000,00

Pieza señalética simple \$ 84.800,00

Pieza señalética generica zonal \$ 159.000,00

Bus Completo \$ 1.100.000,00

Lateral Bus \$ 477.000,00

P.O.P. / MERCHANDISING

Aplicación de logo a una pieza \$ 53.000,00

Creación de un souvenir \$ 763.200,00

Uniformes \$ 848.000,00

Diseño estampado de Camiseta o Cachucha \$ 212.000,00

Boton - pin \$ 53.000,00

Decoración vitrina \$ 1.200.000,00

Diseño de Stand \$ 1.600.000,00

IMPRESOS (diseño en 2 tintas o tintas especiales se le incrementa un 20%)

Carpeta sencilla (2cuerpos + bolsillo) \$ 371.000,00

Carpeta especial (hasta 3 cuerpos + troquel+ bolsillo) \$ 477.000,00

Empaque de producto \$ 1.100.000,00

Etiqueta de producto \$ 477.000,00

Etiqueta - marquilla \$ 137.800,00

Plegable / Brochure 2 cuerpos \$ 349.800,00

Plegable / Brochure 3 cuerpos \$ 508.800,00
FOLLETO: Manual, Cuadernillos, (similares) x pagina \$ 63.600,00
Diseño portada - contraportada \$ 424.000,00
Catalogo - hoja \$ 106.000,00
Afiche - poster \$ 318.000,00
Volante Media Carta / Oficio (1 cara) \$ 159.000,00
Volante Media Carta / Oficio (2 caras) \$ 233.200,00
Invitación, Tarjetas Navidad, Cumpleaños, Similares \$ 190.800,00
Backing \$ 636.000,00
Blister \$ 636.000,00
Bolsa \$ 265.000,00
Boletería \$ 159.000,00
Buzón \$ 296.800,00
Calendario - Almanaque \$ 848.000,00
Calendario de bolsillo \$ 127.200,00
Calendario Mesa una sola pieza \$ 265.000,00
Calendario Mesa varias hojas \$ 636.000,00
Caratula CD corporativo 1 cara \$ 212.000,00
Caratula CD comercial 1 cara \$ 742.000,00
Caratula CD corporativo 2 caras \$ 424.000,00
Caratula CD comercial 2 caras \$ 1.060.000,00
Carnet \$ 159.000,00
Caja CD corporativo (Diseño Packing) \$ 954.000,00
Caja CD comercial (Diseño Packing) \$ 1.484.000,00
Cenefa \$ 265.000,00
Aviso exterior \$ 371.000,00
Aviso interior \$ 371.000,00
Correo directo básico \$ 318.000,00
Correo directo especial \$ 848.000,00
Cupón \$ 127.200,00

Diploma \$ 265.000,00

Dispensador \$ 339.200,00

Diseño estructural empaque \$ 1.100.000,00

Adaptación de empaque \$ 848.000,00

Escarapela \$ 137.800,00

Marquilla \$ 212.000,00

Marquilla (adaptación) \$ 159.000,00

Exhibidor \$ 318.000,00

Free card \$ 265.000,00

Rompetráfico \$ 265.000,00

Memo stick \$ 63.600,00

Sello \$ 63.600,00

Portada y contraportada libro \$ 530.000,00

Diseño editorial - libro x hoja \$ 84.800,00

Diseño editorial - periodico x página \$ 212.000,00

Portada y contraportada revista \$ 530.000,00

Diseño editorial - revista x página \$ 159.000,00

Libreta \$ 212.000,00

Portavaso \$ 74.200,00

Individual mesa - restaurante \$ 190.800,00

Menú \$ 212.000,00

Carta restaurante 2 cuerpos \$ 371.000,00

Hoja adicional Carta restaurante \$ 63.600,00

Móvil \$ 318.000,00

Programa de evento \$ 127.200,00

Punta de gondola \$ 742.000,00

Sticker \$ 127.200,00

Take one \$ 339.200,00

Floor graphic \$ 371.000,00

Dummis \$ 1.600.000,00

Biombo \$ 848.000,00
Totem \$ 848.000,00
Display \$ 424.000,00
Cuaderno \$ 636.000,00
Agenda \$ 2.120.000,00

PRENSA Y REVISTA (diseño en 2 tintas o en tintas especiales se le incrementa el 20%)

Doble Página \$ 742.000,00
Página \$ 530.000,00
Roba página \$ 424.000,00
Media \$ 339.200,00
Cuarto \$ 212.000,00
Octavo \$ 159.000,00

COMUNICACIÓN INTERNA (diseño en 2 tintas o tintas especiales se le incrementa el 20%)

Boletín/ Revista / Periódico interno
Diagramación General \$ 1.100.000,00
Diagramación Especial \$ 1.590.000,00

RADIO

Dirección y supervisión cuña hasta de 30" \$ 318.000,00
Dirección y supervisión jingle \$ 530.000,00
Letra para jingle \$ 850.000,00
Texto para sonido interno \$ 110.000,00
Textos cuña hasta 30" \$ 477.000,00
Textos para menciones \$ 300.000,00

FOTOGRAFÍA Y VIDEO

Story Board o guión comercial Tv (30" 8 cuadros) \$ 1.590.000,00
Story Board o guión video institucional 3 minutos 40 cuadros) \$ 3.800.000,00
Dirección en Pre-producción, Producción y Edición \$ 2.400.000,00
Retoque digital x foto (no se cobra por hora ya que ahora se hacen mas rapido) \$ 84.800,00
Codirección producción comercial \$ 1.590.000,00
Codirección producción video institucional \$ 2.120.000,00
Hora sesión fotografica (no incluye personal extra y viaticos) \$ 220.000,00
Día de Sesión fotografica (no incluye personal extra y viáticos) \$ 1.590.000,00
Pago por foto elegida \$ 424.000,00

WEB

Página básica HTML (inicio y 4 pagina interna) \$ 795.000,00
Pagina básica HTML con formulario activado \$ 954.000,00
Página interna adicional \$ 127.200,00
Página básica híbrida \$ 1.378.000,00
Página híbrida interna adicional \$ 170.000,00
Página básica en flash \$ 1.700.000,00
Página adicional interna en flash \$ 220.000,00
Banner \$ 191.000,00
Multimedia (depende de su complejidad) \$ 1.600.000,00
Sitio web inteligente (automatizado) sin BackEnd \$ 1.380.000,00
Sitio web inteligente (automatizado) con BackEnd (básico+) \$ 2.120.000,00
Diseño y Programación de Sitio web inteligente (automatizado) con BackEnd (avanzado) sin roles y máximo un usuario admin \$ 5.300.000,00
Diseño y Programación de Sitio web inteligente (automatizado) con BackEnd (avanzado) roles de usuario (hasta 3), autenticación de usuarios \$ 8.162.000,00
Administración presupuesto campañas publicitarias (GOOGLE ADWORDS) x

cada campaña \$ 250.000,00

Diseño y Programación de Páginas de Aterrizaje \$ 212.000,00

Implementación open source (Joomla, Drupal, OsCommerce, WordPress) sin desarrollo de módulos personalizados \$ 600.000,00

Administración open source (Joomla, Drupal, OsCommerce, WordPress) según volumen de info mensual/semanal \$ 900.000,00

Asesoría y desarrollo de estrategia SEO en un sitio web existente \$ 848.000,00

Asesoría y desarrollo de estrategia SEO en un sitio web nuevo \$ 689.000,00

Formularios para recopilar información por medio de internet con validación en javascript y php \$ 127.200,00

Diseño interfaz de intranet \$ 700.000,00

Diseño de intranet básica \$ 2.000.000,00

Diseño de Plantillas en HTML \$ 180.000,00

Diseño de Plantillas en Flash \$ 250.000,00

EVENTOS

Creación de un evento \$ 2.120.000,00

Coordinación evento Académico (por día programado) \$ 1.060.000,00

Coordinación evento Protocolario o RRPP (por día programado) \$ 1.590.000,00

Coordinación evento artístico o cultural (por día programado) \$ 848.000,00

Coordinación evento masivo (por día programado) \$ 2.332.000,00

Coordinación evento activación de marca (por día programado) \$ 1.378.000,00

CREATIVIDAD

Creación de campaña publicitaria \$ 4.500.000,00

Estrategia creatividad \$ 1.378.000,00

Creación de concepto visual \$ 850.000,00

MARKETING

Investigación de mercado - 7 días o fracción - se negocia días o semanas de más. \$ 4.500.000,00

Creación de test de marca \$ 1.060.000,00

Creación de prueba para focus group \$ 1.272.000,00

Asesoría en marketing o publicidad - hora \$ 90.000,00

Asesoría en Visual marketing - hora \$ 90.000,00

Estrategia de marketing \$ 2.000.000,00

Diseño de street marketing \$ 1.378.000,00

Diseño de Ambient marketing \$ 1.400.000,00

Estrategia de Medios - sin gestión \$ 1.400.000,00

OTROS

Segundo de Animación 2D \$ 120.000,00

Segundo de Animación 3D \$ 260.000,00

Diseño de E-books \$ 1.500.000,00

Diseño de E-books para dispositivos moviles \$ 1.500.000,00

Presentaciones en PDF animado \$ 1.500.000,00

Diseño de juegos en flash \$ 2.000.000,00

Diseño de aplicaciones para facebook \$ 2.000.000,00

Levantamiento de Arte de Logo \$ 53.000,00

Creación, Redacción y Adaptación de Textos 20% del valor de la tarifa de la pieza

Ilustraciones especiales (Debe tenerse en cuenta su complejidad) \$ 106.000,00

Artefinalizados 35% de la pieza

ilustracion de Historietas \$ 3.000.000,00

PROPUESTA DE INCREMENTO

EXP/NIVEL	TECNICO	TECNOLOGO	PROFESIONAL
2- 4 años	\$ 0,06	15%	30%

4- 6 años	\$ 0,10	20%	60%
6 - 10 años	\$ 0,20	30%	100%
10 +	\$ 0,30	60%	130%

EXP/NIVEL	MASTER	DOC	ESPECIALISTA
2- 4 años	\$ 0,80	120%	50%
4- 6 años	\$ 1,20	160%	80%

7.3.3 Precio que el cliente está dispuesto a pagar (argumentar).

Sobre las tarifas presentadas anteriormente, se verían sometidas a negociación de acuerdo al cliente, pues la productora “Los Garrotes” bajó el trabajo que realiza espera facilitar los productos que ofrece a precios más sencillos de adquirir para personas naturales. Por esto se presume que el cliente podría pagar hasta el 70% de los precios establecidos, y es lo que la productora estaría dispuesta a bajar.

Sin embargo, frente a entes gubernamentales, la productora estaría dispuesta a rebajar un 10% del producto, pues anteriormente ya ha sucedido que el cliente a adquirido nuestro servicio por esas sumas (eso en el caso de entidades gubernamentales).

7.3.4 Métodos de pago preferidos por el cliente.

Cuando la productora presta su servicio, por lo general el cliente paga el 50% del costo al inicio y el otro 50 cuando el producto se entregue. Por otro lado, también se realiza pago mediante cheques y/o efectivo al finalizar el producto, buscando siempre que el cliente pueda pagar de la manera más sencilla que le quede, mientras no afecte el tiempo de trabajo de la productora.

7.3.5 Métodos de pago ofrecidos por el modelo de negocio.

inicio	mitad del proceso	entrega del producto
30% del 100%	20% del 100%	50% del 100%
20% del 100%	20% del 100%	60% del 100%
50 % del 100%	0% del 100 %	50% del 100%
0% del 100%	0% del 100%	100% del 100%

- Canje a cambio de servicios que el cliente puede ofrecer.

7.4 Canales de distribución del producto y/o Servicio, captación de clientes y posicionamiento de la marca

7.4.1 Canales de distribución del producto y/o servicio: al por menor, mediante terceros, agentes o vendedores, franquicias, mayorías o establecimiento propio.

Al ser un producto que no necesita ser vendido por medio de otros, nuestro servicio se vende cara a cara, donde los encargados de distribución somos nosotros.

7.4.2 Canales de comunicación para llegar a los clientes: publicidad tradicional, mercadeo directo, mercadeo digital, tele mercadeo, relaciones públicas, exposiciones y ferias.

Por medio de relaciones públicas y golpeando puertas, Los Garrote obtienen sus canales de comunicación para llegar a los clientes demostrando su reel y características que sobresalen sobre los demás. Además del voz a voz de los clientes, lo cual hace que nuevos compradores se interesen en nuestros productos y el trabajo que realizamos.

<https://www.youtube.com/watch?v=LCByh9eLPhE>

7.4.3 Estrategia de posicionamiento.

Los Garrote se posicionan por medio del voz a voz y los trabajos de alta calidad, sin embargo al querer ser una marca reconocida, se plantea usar las redes sociales como: facebook, instagram y mas adelante la propia página web,

además de promocionarse por medio de publicidad tradicional de esta manera la marca será más reconocida y se posicionará mejor.

Además se piensa vender la marca como algo joven e innovador dentro de los tres municipios de Madrid, Bojacá y Subachoque, marcando reconocimiento y situando a Los Garrote en un lugar en el que todos en la sabana de Cundinamarca lo puedan reconocer.

- ANÁLISIS DE RIESGOS

Relacionar tabla o matriz (riesgo – impacto – líneas de acción) teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

Mercado: incremento de la competencia, daños técnicos, baja productividad, menor y mayor aceptación del producto o servicio.

- Competencia

RIESGO	IMPACTO	LÍNEA DE ACCIÓN
Elección de otro proveedor.	Pérdida de cliente, además de notar que pueden existir falencias en nuestro trabajo y por ende se de.	Dialogar con el cliente para comprender el por que del fenomeno, y tratar de mediar para llegar a algún acuerdo, del cual tanto el cliente como la empresa se vean beneficiados.
Deslealtad en el medio por robo.	Pérdida de información trabajada desde la empresa, además del uso de esta para beneficio de la competencia.	El acceso a la información más importante de la empresa será para los miembros fundadores. Con las personas que se trabaje se realizará la firma de cláusulas para la protección de la información y productos realizados.

- Daño tecnico

RIESGO	IMPACTO	LÍNEA DE ACCIÓN
Falla de equipo	Retraso en el proceso del desarrollo del proyecto que se realice, o puede causar errores al momento de producir del cual los trabajadores no se den cuenta.	Reparación y revisión de equipo antes de trabajar. También buscar la opción de asegurar los equipos.
Robo	Puede tener pérdida de material, además de la pérdida monetaria que implicaría para la empresa.	- Asegurar los equipos. - Ser prevenidos al momento de realizar un trabajo.
Falla de infraestructura energética	Retrasar la realización del producto, o pérdida de material y fallas en equipo por energía.	Adquirir estabilizadores de luz, con lo cual los equipos funcionen y se puedan apagar antes de que fallen.
Clima	El clima que presente mientras se realizan los productos, puede afectar los equipos variando del clima.	Uso correcto de equipos de acuerdo el clima que se presente, haciendo buen uso de las herramientas con las cuales cuenta la empresa.

- PLAN FINANCIERO

9.1 Inversión mínima requerida para iniciar operaciones.

- El formulario de registro único empresarial tiene un valor **\$4.000**.
- El registro de la empresa ante la Cámara de Comercio genera un costo del **0.7%** respecto al valor del capital suscrito que será de **\$ 4'500.000**. Teniendo en cuenta este valor el registro tendrá un valor de **\$ 31.500**.
- Es indispensable contar con una cuenta de ahorros para obtener el RUT además de que será el lugar donde organizaremos nuestro capital , para el banco como para la cámara de comercio es NECESARIO contar con certificados de existencia y representación legal, esto tiene un valor de **\$4.300**.
- La inscripción de libros en la CCB (son libros de actas y accionistas de la empresa) tiene un valor de **\$10.300 C/U**.
- La inversión necesaria en equipos debe ser:

EQUIPO	PRECIO	CANTIDAD
Computador con características de funcionamiento para el área audiovisual.	3.000.000	2
Camara DSRL	1.500.000	2
Lente 75-300 mm	300.000	1
Lente 50 mm	250.000	1
Tripode camara	450.000	1
RIG DSRL: Softbox, Scorpio y Follow Focus	750.000	1
Flex	70.000	1
bateria extra cámara	100.000	1

Estudio Fotográfico básico	700.000	1
Grabadora de audio	400.000	1
Set microfono inalambrico de: solapa, mano y unidireccional	2.800.000	1
Tableta digital	400.000	1
Audífonos especializados de estudio	150.000	1
Disco duro 1TB	190.000	3
Memoria SD	70.000	2
TOTAL	14.130.000	20

El total de gastos para iniciar es de: \$14.631.000

Sin embargo la empresa ya cuenta con \$10.270.000 invertidos en equipos, lo que representaría una inversión de \$4.367.000 realmente para completar los elementos necesarios para trabajar.

9.2 Tiempo establecido para la recuperación de la inversión.

Con este capital habremos constituido empresa oficialmente y pondremos en marcha el inicio de Los Garrote. Esperamos recuperar la inversión en un plazo estimado de 1 año . Cabe aclarar que esta cifra es un monto mínimo y que discrimina costos fijos y variables que se detallarán más adelante.

9.3 Financiación externa de ser necesaria.

Una vez iniciado el proyecto y en caso de ser necesario, esperamos financiar nuestra empresa a través de entidades como *Innpulsa*, y crowdfunding como: *Indiegogo*, los cuales a través de un proceso de constitución, diseño, publicidad y financiamiento, han ayudado a emprendedores de más de 233 países a alcanzar

sus objetivos como empresa.

9.4 Definición de:

Costos fijos mensuales.

Servicios Públicos	\$ 300.000
Ahorro obligatorio	\$ 200.000
impuesto	\$100.000
TOTAL	\$ 600.000

Costos Variables.

Sistemas (daños o mantenimientos)	\$ 100.000 (depende del daño)
Transporte con equipo	\$100.000
Imprevistos (taxis, almuerzos, eventos)	\$ 100.000
TOTAL	\$ 300.000

Punto de equilibrio.

Costos Fijos	\$ 600.000
Costos Variables	\$ 300.000
TOTAL	\$ 900.000

1. INFORMACIÓN GENERAL	
1.1 Título del Proyecto	Los Garrote
1.2 Facultad, programa o Departamento Académico: Comunicación Social	
1.3 Nombre del Decano de División:	
Ximena Santisteban	
1.4 Nombre del Decano de Facultad o Departamento Académico:	
Maria Ligia Herrera Navarro	
1.5 Nombre del docente (s) asignado (s) al proyecto: (Especifique la cantidad de horas nómina)	
Nancy Cruz Hernández	
1.6 Nombre del estudiante (s) asignado al proyecto:	1.6 Código del Estudiante:
Gabriel Fernando Garrote González	2164960
1.7 Semestre que cursan los estudiantes:	
Noveno	
1.8 Nombre del espacio académico desde el cual se desarrolla este proyecto:	
Emprendimiento	
1.9 Otros programas y/o departamentos académicos que participan en el proyecto:	
1.10 Ubicación geográfica del Proyecto. Nombre del Centro de Proyección Social	

1.11 Fecha de inicio:	DD	MM	AA	Fecha de finalización:	DD	MM	AA

2. PERFIL DE LOS PROYECTOS O ACTIVIDADES	
2.1 Resumen del proyecto: (Objetivo propuesto, la metodología y los resultados del proyecto) La creación de una productora audiovisual especializada para la realización de piezas audiovisuales y animación 3D. A partir de su ubicación en los municipios: Bojacá, Madrid y Subachoque, en alianza de sus alcaldías municipales y las necesidades que surgen frente a la ausencia de este servicio.	
2.2 Justificación de pertinencia social: Los tiempos de hoy muestran una gran minoría de egresados que laboran y el restante aspira tan sólo a una oportunidad para desarrollarse en el hacer de sus estudios. Así con este proyecto, se espera brindar oportunidades laborales a jóvenes que quieran iniciarse profesionalmente o ejerzan actividades de tipo audiovisual, además acercar el servicio a nuevos espacios donde no se presta de manera eficiente, con calidad y tecnología apropiada .	
2.3 Objetivo General del Proyecto: Crear una Productora audiovisual especializada en animación 2D, 3D y realización de videos	
2.4 Objetivos Específicos del Proyecto - Descentralizar el mercado audiovisual a zonas municipales como: Madrid, Bojacá y Subachoque. - Satisfacer las necesidades de servicios audiovisuales de las personas y empresas de municipios.	
2.5 Instituciones que participan en el proyecto: Está dirigido para llegar a instituciones como: - Alcaldía Bojacá - Alcaldía Subachoque - Alcaldía Madrid - Organizaciones operarias en estos tres municipios	
2.6 Perfil poblacional de los beneficiarios del proyecto: Los beneficiados seran las Org, los cuales recibirán excelentes servicios, a los que no pueden acceder fácilmente debido al escaso mercado que se presenta en los municipios de Bojacá, Madrid y Subachoque. Acercando la productora a un mercado donde, por su calidad y trayectoria se espera que prospere, de esta manera tal vez más adelante se pueda contratar jóvenes mayores de edad de estos municipios para el desarrollo de distintos proyectos.	
2.7 Número de personas beneficiadas: La productora iniciará con dos hermanos y se proyecta crecimiento escalable donde se necesitara de un creativo en el uso de cámara y video, técnico en audio y edición, un contador y Administrador. En cuanto al desarrollo de las piezas, también se verán beneficiadas varias personas, pues de acuerdo a las necesidades del producto se realizarán contrataciones por prestaciones de servicio para el desarrollo de estos.	

2.8 Posibilidades de continuidad o auto sostenibilidad del proyecto:

Ya que los fundadores han tenido la oportunidad de trabajos anteriormente, y lo que se quiere plantear es la formalización de esta empresa, se espera que con los clientes y los trabajos ya formalizados, sea sostenible y con un continuo crecimiento, además que sea beneficioso en empleabilidad y producción. Además tras un empoderamiento que se espere del negocio, se planea que este sea más sostenible y produzca un continuo rendimiento para ampliar y extenderse por más municipios.

2.9 Presupuesto: (Describa específicamente cada uno de los siguientes ítem)

Personas: creativo, animador y diseñador, camarógrafo, editor y productor

Asistentes de investigación: N.A

Equipos: computador, camara DSRL, GAMA DE LENTES, TRIPODE, GRABADORA PROFESIONAL, RIG, FOLLOW FOCUS, FLEX, JUEGO DE MICRÓFONOS Y TABLA DE EDICIÓN

Software: suite adobe, cinema 4d

Materiales: Baterías, cinta, silicona, marcadores

Papelería: hojas, sobres, formatos de presentación y mensajería

Movilidad académica: viajes a los 3 municipios

Organización de eventos: por definir

Salidas de campo: visita a los municipios

Viáticos: depende a la salida realizada

**O
sasas**

Material bibliográfico

Publicaciones y/o patentes:

- Los 12 principios de animación
- the illusion of life
- Me alquilo para soñar

2.10 Línea de investigación a la que se articula el proyecto:

GESTIÓN Y EMPRENDIMIENTO

2.11 Estrategia de Proyección Social a la que se articula el proyecto:

Desarrollo
Comunitario :

☐

Emprendimient
o:

☒

Educación
Continua:

☐

Asesorías y
Consultorías:

☐

Relaciones
Interinstitucionales:

☐

Egresados:

☐**3. PLAN DE ACCIÓN**

FECHA			ACTIVIDADES	INDICADORES	META
DD	AA	MM			

28	02	2018	Diligenciar formato		
5-9	03	2018	1 entrega		
16-20	04	2018	2 entrega		
21-26	05	2018	3 entrega		
15-31	05	2018	evaluación docente		
4. PRODUCTOS FINALES¹: (Cartillas, videos, foros, programas radiales, etc.)					
Reel de la empresa					

¹ Una vez finalizado el proyecto.

- Shepherd, C.; Ahmed, P. y Ramos, L. (2012). ***Administración de la Innovación.*** México: Pearson Educación.
- Gil, M. (2012). ***Cómo crear y hacer funcionar una empresa.*** 8va Edición. México: Alfaomega Grupo Editor.
- Alcaraz, R. (2006). ***El Emprendedor de éxito.*** 3ra Edición. México: McGraw-Hill.
- Sánchez-Almagro, M. L., Moriano, J. A., & Sevilla, C. (2003). *Guía LUCES para emprendedores.* Cáceres: Patronato Pedro de Ibarra.
- Allen, Marc. EL EMPRENDEDOR VISIONARIO: ENTRE TUS LOGROS EM-PRESARIALES Y TU REALIZACIÓN PERSONAL PUEDE HABER EQUILI-BRIO. Buenos Aires : Empresa Activa, 2002. 206p. (HF5386.A42E).