

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

COMUNICACIÓN SOCIAL PARA LA PAZ



J&P PRODUCCIONES

TRABAJO DE GRADO

MODALIDAD EMPRENDIMIENTO

Presenta

Johan Sebastián Soto Duque

Laura Ximena Díaz Parada.

BOGOTÁ D.C.

2019-2020

DEDICATORIA

Queremos dedicar esta tesis de trabajo de grado a Dios quien nos guio y dio la fuerza de continuar ante cada obstáculo que se interponía en el camino académico que está pronto a finalizar.

A nuestros padres por forjarnos con valores y principios que hacen de nosotros personas llenas de valores éticos y morales para el campo de la vida personal y profesional , por qué gracias a su apoyo, consejos, guía, amor y comprensión en los momentos más difíciles, es que hemos llegado al lugar donde nos propusimos; Muchos de nuestros logros los debemos a nuestros padres, incluyendo este, por brindarnos los recursos necesarios para estudiar con empeño y perseverancia hasta cumplir nuestros objetivos, hoy convertidos en un metas alcanzadas.

Finalmente dedicar esta labor documentada a cada uno de los clientes, proveedores, operadores logísticos, familiares y amigos; que han confiado en nuestra empresa y en nuestros servicios, depositando con seguridad sus momentos más especiales, sintiéndose respaldados con tranquilidad en una organización profesional.

.

AGRADECIMIENTOS.

Agradezco a todas las personas que nos han apoyado con su conocimiento e interés para realizar el paso a paso de un trabajo con éxito en especial a aquellos que nos abrieron las puertas y compartieron sus experiencias y habilidades.

De igual manera a los docentes de la Universidad Santo Tomás de la facultad de comunicación social para la paz por haber compartido y enriquecido nuestro proyecto a través de las clases y tutorías a lo largo de la preparación de nuestra profesión para formarnos como profesionales rigurosos, éticos y humanísticos de manera especial a las docentes Yivany Andrea García Castañeda, Clarisa Chávez Solano y Nancy Cruz Hernández quienes nos han guiado con su rectitud como docentes.

ÍNDICE

INFORME FINAL

MODALIDAD EMPRENDIMIENTO

Contenido

ÍNDICE	4
1. NOMBRE DE LA EMPRESA.....	6
2. LOGO:	6
3. INTRODUCCIÓN	8
4. EL NEGOCIO.....	10
4.1 Fundamentación.....	10
4.2 Descripción de la Empresa.....	15
4.3 Planteamiento estratégico	17
4.4 Postura ética	21
4.5 Descripción producto o servicio.....	27
4.6 Etapas del proyecto.....	28
4.7 La Comunicación y su aporte en la idea de negocio	31
4.8 Marco legal. Clase de legislación y empresarial.....	37
5. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO y/o SERVICIO	42
5.1 Producto o servicio.....	42
5.2 Plus o ventaja competitiva.....	44
5.3 Características del producto y/o servicio.....	44
5.4 Productos o servicios similares en el mercado	45
5.5 Registro de empresas que trabajan en el mismo sector.....	45
5.6 Aporte del modelo de negocio en términos de innovación	47
6. EQUIPO DE TRABAJO Y SISTEMA DE NEGOCIO	48
6.1 Equipo de trabajo	48
6.2 Red de contactos.....	48
6.3 Aliados del negocio.....	49
6.4 Ventajas de las alianzas	50
6.5 Recursos adicionales	51

7. PLAN DE MERCADEO	52
7.1 El cliente.....	52
7.2 La competencia.....	57
7.3 Precio producto y/o servicio	61
8. ANÁLISIS DE RIESGOS	63
9. PLAN FINANCIERO	68
10. LIENZO MODELO DE NEGOCIO – CANVAS	70
BIBLIOGRAFÍA O CIBERGRAFÍA.....	73

1. NOMBRE DE LA EMPRESA

J&P PRODUCCIONES.

2. LOGO:



El logotipo de la empresa **J&P PRODUCCIONES** en su diseño gráfico, utiliza un fondo de cubos 3D en colores azul claro saturado, de tonalidad media cian, el cual se combina con cubos 3D en colores negro mate intercalados, a estas paredes se les llama Difusor QRD (Quadratic-Residue Duffusor) y son utilizadas para mejorar las ondas sonoras en estudios de producción vocal y musical, haciendo alusión al manejo profesional del sonido y así brindarle tranquilidad y seguridad a nuestros usuarios con un estilo visual innovador y elegante.

En la parte central, se ubican los audífonos de un DJ de alta gama de color negro y detalles en aluminio brillante, los cuales dan cuenta de la calidad del equipo que

empleamos dentro de la empresa. En el centro de los audífonos se encuentra un círculo brillante en escala de grises, así como una tonalidad de blanco brillante, uno de los colores más vistosos en los efectos de luz realizados por los equipos instalados en un evento.

Por último se encuentran las letras que conforman el nombre de la empresa, la letra **J** por el primer nombre del Producer-manager de la empresa **Johan**, y la letra **P** por el primer apellido del gerente de la estructura **Peña : J&P PRODUCCIONES**

Dentro de las iniciales de la estructura descritas anteriormente, se encuentran unos pequeños puntos negros en forma de rejilla circular, haciendo alusión a las mallas metálicas en la parte externa de las cabinas de sonido con las que cuenta la empresa.

Logo: Johan Sebastian Soto, Manuel Malaver Peña.

Colores: **Negro:** Elegancia. **Azul:** Armonía.

Medidas: **Tarjetas:** 6cm de ancho x 5 cm de alto. **Pendones:** 4.5 metros de ancho x 2.5 metros de alto

Tipografía: Matura.

3. INTRODUCCIÓN

En el presente documento se evidencia el trabajo realizado en el transcurso de los semestres séptimo, octavo y noveno para mejoras y fortalecimiento del proyecto a través de las asignaturas base en el desarrollo de cada uno de los ítems indispensables para la creación y fortalecimiento de los requisitos en la documentación del emprendimiento.

Este proyecto nace de una idea de emprendimiento personal con el ánimo de generar un ingreso económico, realizando actividades de gusto propio como es en la industria de la música, el espectáculo, los efectos especiales y la iluminación para DJs y eventos; contando con una experiencia de once años en el mercado, llevando felicidad a cada uno de nuestros clientes en todo el territorio capitalino y sus alrededores. En el transcurso de estos años no solo hemos sido partícipes de los momentos más especiales de nuestros clientes, sino que a su vez hemos fortalecido los lazos de comunicación y de afecto entre personas; por ende hemos ampliado nuestra cobertura generando alianzas estratégicas con otras organizaciones del mercado.

En la realización de este artículo académico en la modalidad de emprendimiento, iniciamos con la construcción del objetivo general y los objetivos específicos del proyecto, así mismo se manejó un esquema detallado en la clases de formulación y gestión de proyectos, donde se establecen los pasos a elaborar como: El estudio de mercado,

verificación de los objetivos, la evaluación de los puntos cruciales como la escala de valorización y el grado de satisfacción que tenían nuestros clientes al momento de contactar con nosotros para la celebración de sus fechas y momentos especiales.

Así mismo se diferenciaron los tipos de clientes, identificando el valor de egreso, el punto de equilibrio y el punto de utilidad. El marco legal de la empresa, se trabajó de manera conjunta en los espacios de clase para la asignatura Legislación en comunicación y Seminario de comunicación organizacional, para la guía en la legalización de la empresa.

Se profundiza en el diseño de eventos, identificando las características, la coordinación de ideas y el registro fotográfico del mismo, que hace parte del contenido de las redes sociales que maneja J&P PRODUCCIONES. En el campo de comunicación educación se trabajó de la mano con la docente Patricia Bustamante en la construcción del modelo de negocio CANVAS.

El plan de negocio tiene como fin crear una nueva línea que amplíe la capacidad de cobertura al tener nuevos escenarios con los clientes naturales, en donde se refleje el diseño y planeación de eventos con una mirada enfocada al campo de comunicación organizacional, ya que queremos entregar a cada cliente un plan de trabajo donde se incluya las relaciones públicas, la relación con los invitados y la relación con los proveedores, además de la guía protocolaria basada en el minuto a minuto para el evento con una propuesta comunicativa de luz y sonido de acuerdo con la temática del evento.

De esta manera nuestros clientes corporativos estarán evidenciando un plan de comunicación asertivo para los diversos eventos que realicen en las empresas como, el posicionamiento de marca e imagen de una compañía, además del desarrollo de la visión de la empresa J&P PRODUCCIONES.

Gracias a la academia se ha logrado construir una empresa más robusta, teniendo en cuenta la integralidad de la misma en cuanto a servicio al público, donde no solo se le brinda la prestación de servicios a nuestros clientes, sino que también se gestiona un proyecto de comunicaciones alrededor de lo que transmiten los efectos visuales, sonoros y luminotécnicos en el protocolo del evento, donde se busca fortalecer las relaciones personales y públicas que se presentan en cada una de las celebraciones.

4. EL NEGOCIO

4.1 Fundamentación.

Este emprendimiento se ubica en la línea de investigación en la modalidad de emprendimiento y tiene como propósito ser un producto innovador en el mercado, teniendo en cuenta que existen emprendimientos en la misma línea de producción, realización y logística de eventos, en la especialidad de producción visual, sonora y lumínica.

De esta manera, los emprendimientos que se ubican en la misma línea de producción, no tienen factores notorios diferenciales, por ello J&P PRODUCCIONES busca tener ese plus diferencial ante los demás procesos de emprendimiento, no solo en la producción sino también en el aprovechamiento de los recursos de innovación.

El servicio debe acomodarse a las necesidades de cada persona entendiendo que la vida laboral tiene un ritmo activo, cada persona busca soluciones prontas y de manera eficaz ante sus necesidades, para ello este emprendimiento toma medidas de solución y contratación rápida, aprovechando el tiempo de mercado y la inmediatez en la que se puede adquirir información sobre empresas que cubran su necesidad, bajo las características de un presupuesto asignado.

El emprendimiento brinda a sus clientes una celebración con efectos de sonido, iluminación y producción audiovisual en conjunto con una logística óptima para esta fecha única que deseen conmemorar, siguiendo las tendencias de un mundo globalizado en este campo, priorizando así las relaciones humanas y la comunicación personal en espacios de entretenimiento, del mismo modo recreando espacios culturales en el cual las danzas arraigadas a la cultura nacional se hacen presentes en diferentes escenarios de celebración.

De esta manera se enuncia a Manuel Castells quien se refiere a la cultura y los sistemas audiovisuales como el sistema tecnológico de comunicación.

“La comunicación, y por tanto la cultura, está organizada en la sociedad de la información en torno al sistema audiovisual ” (CASTELLS, M. 2014).

Es claro que cuando una persona necesita celebrar un evento especial requiere de calidad. Por esto, J&P PRODUCCIONES entiende que la importancia es la transmisión del mensaje, aprovechando la tecnología que a su disposición tiene en un mundo que se

encuentra en plena era digital, empleando así de manera eficaz todos los recursos comunicativos y tecnológicos para garantizar la acción comunicativa, así lo explica Habermas cuando se refiere a que “La comunicación lleva inscrita en su piel la promesa de resolver con razones las perturbaciones. Quien habla pisa una dimensión en la que aparecen claros los conceptos verdad/mentira, justicia e injusticia. El lenguaje nos da la posibilidad de consensuar normas de comportamiento y de propiciar, por tanto, el progreso histórico. Habermas da un nuevo sentido a la frase de Aristóteles: “el hombre, porque habla, sabe de lo justo y de lo injusto”. Sobre el lenguaje, Habermas establece la posibilidad de crear una ética, una política y una teoría consensual de la verdad.” (Habermas, Jürgen, 1987)

De este modo una de las herramientas a utilizar es la música, debido a que esta toca fibras que recuerdan experiencias, narran emociones y sueños, ayudando a la construcción de memoria social puesto que la memoria es una construcción social, un mecanismo de reconstrucción y resignificación de elementos vivos, que están ya presentes o requieren ser incorporados al imaginario social. “no vemos la realidad como es, sino cómo son nuestros lenguajes. Y nuestros mensajes son nuestros medios de comunicación. Nuestros medios de comunicación son nuestras metáforas. Nuestras metáforas crean el contenido de nuestra cultura” (Castells, M. 2014).

Teniendo en cuenta lo anterior descrito por Castells hacia los lenguajes y la comunicación, es importante resaltar que la música también genera comunicación y transmisión de sentimientos a través de piezas sonoras que buscan expresar vivencias, historias o experiencias, como lo resalta (Dick Clark) Pionero de la industria musical en los

E.E.U.U. *"La música es la banda sonora de la vida"* Sevilla, (2012). Por ello en nuestras producciones se crean ambientes que combinan diferentes sensaciones visuales y sonoras para recrear momentos y traerlos a la memoria y que al mismo tiempo se genere un nuevo momento para recordar, además la imagen ocupa el mayor porcentaje de información y de mensajes del día a día, es por esto que las imágenes construyen nuestra realidad.

Este proyecto más allá de ser una idea de negocio y generar ingresos económicos, nos da la posibilidad de poder realizar una investigación más rigurosa en lo que se refiere a la comunicación, y cómo a través de nuestra organización podemos hacer un aporte a fortalecer las relaciones públicas y la buena comunicación, en espacios de celebración para momentos especiales, es claro que existen métodos de investigación y conductos por los cuales se debe guiar estos procesos, puesto que académicamente y profesionalmente deben cumplir con ciertos parámetros que van desde lo escrito, lo teórico, hasta lo práctico y las indagaciones de campo, es por ello que Tamayo y Tamayo define a la investigación como: “un proceso que mediante la aplicación del método científico, procura obtener información relevante y fidedigna, para entender, verificar, corregir o aplicar el conocimiento.” Tamayo, M. (2009).

El servicio debe acomodarse a las necesidades de cada persona entendiendo que la vida laboral tiene un ritmo activo, cada persona busca soluciones prontas y de manera eficaz ante sus necesidades, para ello este emprendimiento toma “un conjunto de procesos sistemáticos y empíricos que se aplica al estudio de un fenómeno” (Sampieri, R. 2010).

Por otra parte, este propósito es un emprendimiento que nace de la idea de negocio para acompañar a las familias de la capital del país en los momentos más especiales e importantes, es por ello que los aspectos comunicativos, tecnológicos, logísticos, sociales y económicos, son fundamentales para la buena ejecución de cada una de las propuestas comunicativas que planteamos integralmente con los requerimientos y necesidades de nuestros clientes, teniendo en cuenta que no solo es un servicio de acompañamiento en estos momentos, sino que además se le apuesta a la imagen que cada uno de los asistentes se llevará del evento.

Además de los mensajes que el anfitrión desea transmitir en la celebración los cuales desea que lleguen de una manera asertiva a todos los participantes, esto se verá reflejado en las reacciones y expresiones que cada uno de ellos realice al contacto con los ambientes sonoros acompañado de efectos visuales y luminotécnicos.

Teniendo en cuenta que no solo es la instalación de estos equipos tecnológicos puesto que son momentos creados bajo un ambiente agradable donde los clientes experimentan emociones a través de una propuesta acompañada de innovación a la vanguardia, para que se desarrolle un evento fluido y moderno, que supere las expectativas del contratante y sorprenda al público. Es por esto que este proyecto de emprendimiento busca brindar un servicio integral en una propuesta comunicativa que sea específica y personalizada acompañada de un protocolo y un minuto a minuto de toda la celebración para emitir los mensajes que el cliente determine, puesto que cada cliente es diferente al igual que sus necesidades.

Por otra parte el concepto de emprendimiento se ve enfocado en Schumpeter quien lo define así. “La función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de producción al explotar una invención, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada, para producir un nuevo producto o uno viejo de una nueva manera; o proveer de una nueva fuente de insumos o un material nuevo; o reorganizar una industria, etc.”

Schumpeter, J. (1942). De esta manera podemos deducir que el emprendimiento es la acción realizada para la creación o circulación de un producto en beneficio de la sociedad.

4.2 Descripción de la Empresa

J&P PRODUCCIONES S.A.S Es una empresa encargada de la gestión y diseño de eventos especiales a través un plan estratégico de comunicación, estableciendo una planeación que cumpla los deseos, sueños o requerimientos de los clientes.

Además, J&P PRODUCCIONES busca recrear los imaginarios de los clientes con creatividad visual y sonora generada por la música, los efectos, la ambientación e iluminación, todo esto dentro del plan detallado de comunicación de lo que el cliente exige para su evento.

De esta manera se ve la vinculación con la comunicación organizacional, donde se refleja la propuesta comunicativa que es ofrecida y diseñada para la planeación y realización del evento en cuanto a la gestión de las relaciones públicas, celebraciones y posicionamiento de marca para reuniones corporativas. Para este fin utilizamos el ceremonial y protocolo requerido como el conjunto de formalidades para eventos públicos.

Nombre de la idea de negocio:

J&P PRODUCCIONES.

Razón Social:**J&P PRODUCCIONES S.A.S.**

Es una empresa especializada en la gestión, planeación y realización de eventos en la instalación de efectos visuales, sonoros y luminotécnicos.

Se constituye como Sociedad por Acciones Simplificada (SAS), creada por la ley 1258 de 2008. Además del decreto 2020 de junio de 2009, el cual se basa en la antigua ley de emprendimiento 1014 de 2006 que facilitar la apertura de compañías en Colombia a través de la eliminación de procesos y múltiples trámites.

Si bien es una sociedad de capitales constituida por una o varias personas naturales o jurídicas que, luego de la inscripción en el registro mercantil, se constituye en una persona jurídica distinta de su accionista o sus accionistas, y en cual los socios sólo serán responsables hasta el monto de sus aportes.

Esta empresa al momento no se encuentra legalmente registrada ante la Cámara de Comercio de Bogotá, DANE, y otros documentos legales. Es una empresa en sociedad simple y en crecimiento Como hasta el momento no se cumple con estos documentos de formalización legal actualmente en la organización, nos comprometemos a futuro en realizar los trámites y gestiones necesarias para consumir estos y otros títulos legales y acogernos a las normativas nacionales.

Nombre comercial:

J&P PRODUCCIONES

4.3 Planteamiento estratégico**Misión:**

J&P PRODUCCIONES busca proyectar una experiencia sin igual en nuestros clientes de la mano de la mejor tecnología disponible, y la búsqueda de la constante innovación, haciendo de su evento una celebración inolvidable.

Visión:

Para el año 2025 J&P PRODUCCIONES estará posicionada como una de las empresas de eventos más reconocidas de la ciudad de Bogotá y Colombia, siendo líderes en la creación y ambientación de espacios para la celebración de fechas especiales o eventos.

Contando con un personal de talento humano, logístico y técnico que entregará la mejor calidad en cada una de las producciones, además la organización contará con equipos innovadores en el mercado estando así en la vanguardia tecnológica para una mejor receptividad sonora y visual.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL.

Recrear imaginarios de satisfacción de los clientes a través de la creatividad visual y sonora con ayuda de una estrategia comunicativa.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

-Interpretar las necesidades del cliente para la celebración de eventos sociales y empresariales.

-Detallar la gestión y relacionamiento público de acuerdo con las necesidades de cada uno de nuestros clientes para lograr destacarnos dentro del mercado.

-Difusión de las bondades de la empresa en aras de buscar nuevos clientes de manera organizada

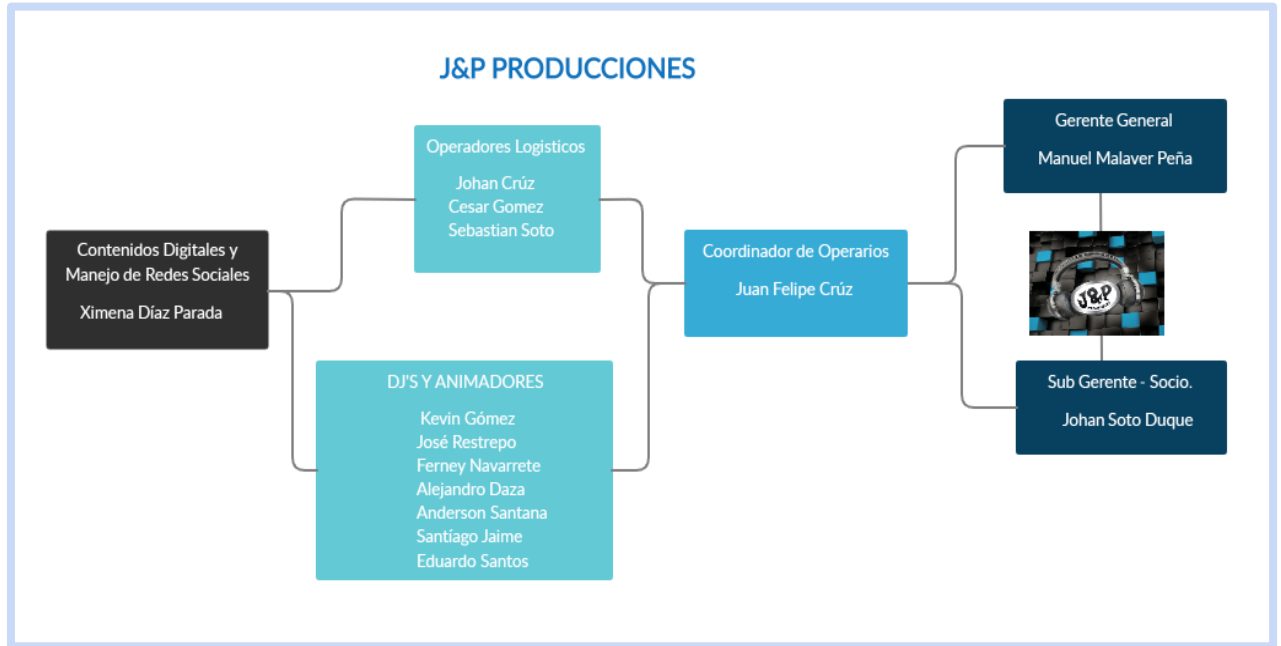
Valores corporativos

Creatividad: En el momento de prestar un servicio a un cliente nuevo, nuestra carta de presentación aparte de la buena imagen, es la creatividad y la innovación de nuestro producto, que nos hace diferentes al resto del mercado que se encuentra dentro del mismo gremio.

Confiabilidad: Brindarle a nuestros usuarios que cuentan con el respaldo de una empresa que cumplirá todas sus expectativas a la hora de celebrar una ocasión especial.

Vocación de servicio: Hacemos nuestro trabajo con gusto y amor en trabajo, este es un sentimiento que comparten cada una de las personas involucradas con nuestros servicios.

Responsabilidad: Para cada una de las actividades dentro y fuera de la organización, tenemos clara la responsabilidad que asumimos como empresa al momento de cumplirle a nuestro cliente en los tiempos establecidos contractualmente.

Organigrama Empresarial

Fuente: Construcción e investigación propia de J&P PRODUCCIONES S.A.S

4.4 Postura ética

Dentro de las cátedras de humanidades vistas en el transcurso de los semestres resalta la postura ética personal, que se va fortaleciendo para poder proyectarla en el ámbito profesional como la ética social que se compone del respeto y la responsabilidad a través de la ética global.” la ética debería ocuparse de mejorarnos y mejorar nuestras relaciones con el mundo” (Varó, 2008).

De esta manera J&P PRODUCCIONES se nutre teniendo en cuenta la postura de Angels Varo, con la idea firme de ética de que al mejorar las relaciones, éstas ayudarán a construir ambientes que generen emociones y que formen recuerdos colectivos.

Asimismo, el compromiso es parte de la formación ética, reflejada en cada uno de los eventos supliendo las necesidades de nuestros clientes con un alto grado de responsabilidad frente a los acuerdos asumidos y al manejo de los recursos financieros.

Además de aplicar la regla del justo medio, también es necesario considerar el juicio del *hombre* prudente para elegir qué acción es más virtuosa. De ahí que la **prudencia** (saber cómo tener en cuenta las circunstancias para aplicar principios generales a las situaciones particulares) sea la clave de todas las virtudes. (Varó, 2008)

Es allí donde permanece el valor de realizar una cuidadosa selección desde el concepto que quiere expresar el cliente en el evento, debido a que debemos atender a las necesidades del mismo para prestar un servicio integral que fortalece nuestra ventaja corporativa.

De esta manera J&P PRODUCCIONES tiene de base sus valores corporativos como parte de la moralidad personal y empresarial, donde se encuentra la transparencia en cada una de nuestras relaciones, como el comportamiento ético siempre estará presente, el respeto con nuestros clientes y nuestros colaboradores y finalmente el excelente servicio que brindamos manteniendo nuestra promesa de valor.

Por el principio de utilidad se entiende aquel que aprueba o desaprueba cualquier acción según la tendencia que muestre en aumentar o disminuir la felicidad de aquel cuyo interés esté en cuestión; o, en otras palabras, según promueva la felicidad o se oponga a ella. (Jeremy Bentham, *Introducción a los principios de la Moral y de la Legislación*). De este modo, el utilitarismo identifica la mayor felicidad del individuo con la búsqueda de la mayor felicidad para el mayor número de individuos. Se trata de construir una sociedad donde coincidan la búsqueda del placer personal y la búsqueda de la mayor felicidad para el mayor número de personas. (Varó, 2008)

Competencia:

Perfil de la competencia.

A manera de estudio, realizamos una indagación al campo laboral teniendo en cuenta la experiencia que la empresa tiene en el campo productivo descubriendo así que: Hay un gran número de empresas que ofrecen servicios similares al ofertado por nuestra organización, un aproximado de mil empresas en el mismo sector comercial en Bogotá, asimismo se destacó la diferencia en la infraestructura que cada una de las empresas

maneja, en términos de estética visual de la producción, y una variación en la tecnología de sonido e iluminación; finalmente se evidenció una desigualdad en la presencia de un equipo de operaciones y DJ'S ofrecidos por estas empresas.

Cabe resaltar que muchas de estas empresas no cuentan con un registro legal ante Cámara de comercio de Bogotá, debido a que son negocios familiares o emprendimientos en crecimiento, y por lo tanto se pueden clasificar como negocios informales y empíricos en la mayoría de sus casos.

Por el principio de utilidad se entiende aquel que aprueba o desaprueba cualquier acción según la tendencia que muestre en aumentar o disminuir la felicidad de aquel cuyo interés esté en cuestión o en otras palabras, según promueva la felicidad o se oponga a ella (Jeremy Bentham, Introducción a los principios de la Moral y de la Legislación). De este modo, el utilitarismo identifica la mayor felicidad del individuo con la búsqueda de la mayor felicidad para el mayor número de individuos. Se trata de construir una sociedad donde coinciden la búsqueda del placer personal y la búsqueda de la mayor felicidad para el mayor número de personas. (Varó, 2008)

Ámbito empresarial (cliente):

J&P PRODUCCIONES tiene como público objetivo personas en edades entre los 13 - 70 años, quienes son los que en su mayoría solicitan nuestros servicios para sus

celebraciones o reuniones sociales y corporativas. Así mismo las empresas organizadoras y planeadoras de eventos sociales, privados y empresariales.

Tenemos dos tipos de clientes:

Clientes Tipo A:

Nuestros clientes naturales que contratan los servicios ofrecidos para eventos sociales o familiares como lo son cumpleaños, bodas, graduaciones y quince años. Su necesidad es contar con un servicio logístico para sus reuniones, generando un ambiente lumínico y sonoro el cual juega un papel fundamental en la creación de entornos de festividad. Gracias a que la empresa busca estar al frente de las nuevas tendencias en la innovación tecnológica para la producción de sonido e iluminación, en la realización de eventos sociales y empresariales, supliremos las necesidades y exigencias de nuestros clientes con la mejor calidad para sus momentos más especiales con comodidad y facilidad de obtener información y adquisición de servicios.

Clientes Tipo B:

Clientes corporativos:

Son clientes empresariales como organizadoras de banquetes y recepciones, planeadores de eventos y bodas, los cuales contratan nuestros servicios de diseño, producción y logística en el área de ambientación con sonido e iluminación para espacios de celebración, teniendo en cuenta la buena imagen y el reconocimiento de la empresa en el medio.

Todos los clientes sin importar su condición de evento a celebrar tienen unas necesidades básicas que buscan satisfacer, en torno a un momento en especial donde las relaciones humanas son pieza clave en cada una de estas reuniones, buscando la manera en que sus asistentes se sientan a gusto con lo organizado previamente, y los anfitriones cuenten con el respaldo por parte de una organización profesional, que gracias a la instalación tecnológica de efectos visuales, sonoros y luminotécnicos recrean atmósferas atractivas y confortables para los asistentes.

Teniendo en cuenta los planteamientos de Abraham Maslow en su teoría de la de las necesidades humanas en su obra: “*Una teoría sobre la motivación humana* de 1943, defiende que se satisfacen las necesidades más básicas (parte inferior de la pirámide), los seres humanos desarrollan necesidades y deseos más elevados (parte superior de la pirámide). Acosta, O, 2012, citando a Maslow, A. (1943).

Teniendo en cuenta esta propuesta de Maslow, nos ubicamos en las necesidades de afiliación y afecto las cuales están orientadas hacia el desarrollo afectivo del individuo y las necesidades de asociación, participación y aceptación en los diferentes campos de la vida cotidiana, ya que el ser humano por naturaleza siente la necesidad de relacionarse o crear espacios de relacionamiento social, amistoso, afectivo y familiar.

Formación humanista de la universidad:

Desde la formación humanística brindada en la Universidad Santo Tomás, se resalta la importancia de crear unas relaciones más humanas, es decir hallar esa identificación del individuo capaz de reconocer su entorno y dentro del mismo reconocer el valor del otro.

De esta manera se pueden detectar mejores opciones para proyectarse y de actuar, siendo más eficiente y resiliente en los diversos campos de la vida ya sea profesional o personal, donde creará espacios de solidaridad y compromiso, en el cual la solidaridad se refleja en un espacio de convergencia y se celebra el logro de un individuo. El compromiso es nuestro eje fundamental para que todo se lleve a cabo de una forma impecable “si una regla de conducta puede ser considerada como deber universal, entonces puede considerarse también como una norma moral legítima” (Varó, 2008).

El proyecto con relación a la formación humanística, se podría pensar desde la parte del buen relacionamiento con los demás, en espacios de recreación y esparcimiento en lo cual las personas disfruten y compartan, recreando esos espacios de respeto y reconociendo de la libertad del otro como sujeto capaz de reaccionar a estímulos emocionales, reflejados en la celebración o conmemoración de un evento especial en la vida del sujeto, creando así un espacio ameno que se convertirá en un recuerdo para todos los presentes. “los placeres relativos al despliegue de las capacidades cognitivas y de la sensibilidad de todos y cada uno de los seres humanos” (Varó, 2008)

Es así como J&P PRODUCCIONES entiende la necesidad de comprometerse con la emotividad y concepto que quiere transmitir el anfitrión, de esta manera lo plasmamos en la carpeta comunicativa la cual será entregada al cliente.

4.5 Descripción producto o servicio

J&P PRODUCCIONES busca aportar en la construcción de la memoria social, entre quienes desean compartir un recuerdo que quedará en cada una de las personas que asisten a los eventos de manera particular y que han sido y son parte esencial del cliente.

J&P PRODUCCIONES brinda una experiencia única para un momento especial en la vida de sus clientes y acompañantes, con un servicio innovador y de calidad, dejando así huella en los usuarios a través de un grato y emotivo momento. Contamos con una experiencia de once años en el campo laboral, donde nos hemos esforzado en mantener equipos de óptima calidad en la producción, ambientación y adecuación de espacios para la celebración, en conjunto con la logística y la instalación de los efectos visuales, luminosos y sonoros, que gracias a esta trayectoria dentro de lo que conlleva ser un proyecto emprendedor que inició solo con la prestación de los equipos de sonido y iluminación, dando continuidad en generar alianzas entre empresas para que J&P PRODUCCIONES sea una empresa integral.

Desde la academia trabajamos en el concepto de integridad, donde el proyecto fuese una propuesta de comunicaciones alrededor de lo que quiere comunicar el cliente, junto con el protocolo y las relaciones públicas que generan todos los eventos., a través de la música, el sonido la iluminación, junto con el protocolo y las relaciones públicas que generan todos los eventos.

Sabemos que en el medio se encuentran diversas opciones para los clientes, ofertas de mayor o menor calidad con valores económicos diferenciales, es por esto que nos esforzamos estratégicamente para brindar un plus diferencial frente a estas empresas.

De este modo una de las herramientas a utilizar es la música debido a que esta toca fibras que recuerdan experiencias, narran emociones y sueños. Alrededor del baile y los espacios creados donde las relaciones humanas se fortalecen.

Por último queremos generar recordación en los asistentes, por medio de espacios de entretenimiento y de disfrute, registrando estos momentos en imágenes que perdurarán en el tiempo y en la memoria a través de piezas fotográficas tomadas por el personal profesional a cargo de este oficio, como también en los dispositivos móviles de los asistentes.

4.6 Etapas del proyecto

Este proyecto nace de una idea de emprendimiento personal con el ánimo de generar un ingreso económico, realizando actividades de gusto propio como es en la industria musical y el espectáculo, en conjunto con la operación de efectos especiales y la manipulación de efectos luminotécnicos en el escenario, donde se conjuga la cultura musical con las luces, y por medio de este canal transmitir el mensaje descrito por el anfitrión para todos sus asistentes al evento.

Adquirimos juego de luces robóticas tipo cabezas móviles Big Dipper LM70 de tamaño mediano y con variedad de funciones, un par de reflectores Par Led 64 estáticos con diversas funciones iluminatorias, un par de lasers azules B500 Big Dipper, Una luz tipo vértigo American DJ Led Quest, Una luz led tipo agresor SPG028B, una Luz Led robótica Spider LM30 Big Dipper, un panel control de luces Vento VLP-6, una planta de sonido American Audio VLP 1500, dos cabinas pasivas doble parlante de 500W Vento DJ, un mixer ecualizador Vento DJ VM400, un par de micrófonos inalámbricos Kalley UHF MODEL: K-MI90, una cámara de humo y niebla American DJ Mister Kool I, una estructura para luces doble tipo cercha con elevadores de cinco metros, un controlador DJ Numark Mixtrack Platinum, un computador Acer Aspire E-14, diez metros de tela frontales de protección estructural Ref.1080 color negro y blanco, una multitoma eléctrica con suspensor de picos Nicomar, cableado de poder para iluminación viene integrado con cada una de los equipos, un par cableado de audio RCA 2x2 oxigenado, un par de cableado para sonido speakon de seis metros, un par de cables XLR-Canon de diez metros, extensiones eléctricas de seguridad leviton calibre 15.

Lo anterior es lo mínimo requerido para poder dar inicio al proyecto de una manera segura y de calidad en cada presentación frente al público. Gracias a la entrega y dedicación puesta en esta idea de negocio, como también a nuestros primeros clientes, quienes depositaron su confianza en nosotros y aportaron los primeros ingresos económicos a esta gran inversión que supera los quince millones de pesos.

Por otra parte, generamos empleo consolidando un personal de servicio logístico y técnico, que se encarga de efectuar la instalación, desinstalación, manejo de los efectos visuales y de iluminación durante las horas contratadas; de igual manera se conforma un grupo de DJs quienes son los encargados de la producción sonora y ambientación de los espacios de celebración con el acompañamiento musical ideal para cada momento del evento.

Etapas de servicio con el cliente.

- 1- **ACERCAMIENTO:** Como primer acercamiento con el cliente se realiza una llamada telefónica o por medio de un mensaje en redes sociales, explicando de una manera general los servicios y posteriormente se agenda una reunión para conocer sobre el tipo de evento a realizar, motivos personales o familiares, expectativas necesidades y detalles importantes, finalmente se genera una cotización teniendo en cuenta lo requerido y el presupuesto disponible del usuario.
- 2- **FIRMA DE CONTRATO:** Luego de la reunión con el cliente explicado el servicio a prestar y lo que cubre el presupuesto pactado, se da inicio al trabajo en conjunto de la estrategia comunicativa para el usuario.
- 3- **DISEÑO DE ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN:** El cliente nos da a conocer los mensajes, sentimientos, ideas que desea transmitir a sus asistentes y con base en ello se construye una historia minuciosa donde expresemos cada detalle que el cliente desea hacer visible.
- 4- **PRESENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA COMUNICATIVA:** En una segunda reunión con el cliente antes del evento, se hace la presentación de la propuesta

comunicativa la cual integra la información en conjunto con detalles que tenemos en cuenta para hacer llegar su mensaje.

- 5- **EJECUCIÓN DE LA PROPUESTA:** En conjunto con toda la producción audio visual, sonora y luminotécnica se pone en marcha la estrategia comunicativa del minuto a minuto para la transmisión del mensaje durante cada hora del servicio por parte de nuestro cliente hacia sus asistentes que de una manera emotiva y asertiva acogen el mensaje que el anfitrión les expresa a través de nuestros servicios.
- 6- **FINALIZACIÓN DE SERVICIOS CON EL CLIENTE:** Se realiza el cierre de esta exitosa celebración con las palabras del anfitrión en agradecimiento a sus asistentes y a todo el personal de servicio que hizo posible que cada uno de los invitados disfrutará de las horas de celebración, donde el mensaje transmitido mediante la estrategia comunicativa fue claro y adoptado por el público a quienes se les obsequian las memorias de este momento especial.

4.7 La Comunicación y su aporte en la idea de negocio

Desde el campo de la comunicación nace la idea de ampliar y crear una nueva línea de negocio debido a que en su inicio J&P PRODUCCIONES era una empresa que prestaba solamente el servicio de iluminación y sonido para la celebración de diversos eventos.

En la nueva línea se busca ampliar la prestación de dichos servicios y poder introducirnos en la gestión y planeación de eventos, donde se diseñará un plan de trabajo de forma estratégica para el cumplimiento de tiempos y necesidades del cliente, donde la importancia radique en el detalle utilizando las alianzas estratégicas para brindar un

servicio íntegro como los banquetes para captar nuevos clientes empresariales, trabajando en relaciones públicas, posicionamiento de marca.

El ser humano es un ser de percepciones que vive frente a lo que experimenta, J&P PRODUCCIONES desea dejar huella en cada asistente con la transmisión de sensaciones a través del objetivo a comunicar, la música y la luz. Nos preocupamos de sincronizar esas acciones para comunicar el deseo del cliente al momento de planear su evento.

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

En la realización de este proyecto que está siendo expresado en un documento académico, hemos definido que la línea de narrativas, representaciones y tecnologías mediáticas, es la que más se acopla a nuestra investigación y accionar como empresa, teniendo en cuenta el estudio de narrativas y las representaciones que circulan en la industria cultural, tienen como base plataformas tecnológicas, donde se abordan las narrativas audiovisuales, en los discursos multimodales que tienen como común denominador las tecnologías mediáticas; las cuales se trabajan por medio de un servicio personalizado según las necesidades de cada uno de los clientes, teniendo en cuenta que cada celebración es diferente y especial realizado un servicio integral otorgando a nuestros usuarios la propuesta comunicativa especializada, en un formato de minuto a minuto de su celebración y como se van a comunicar los mensajes detalladamente para cada momento en específico.

Teniendo en cuenta que los procesos comunicativos son la base de esta línea y de la propuesta comunicativa para cada cliente, traemos a colación al sociólogo y economista Manuel Castells.

Quién resalta los Procesos Comunicativos para una organización, y cómo son ejes fundamentales dentro de toda estructura empresarial. Sabemos que es de gran relevancia contar con canales comunicativos estratégicamente asignados entre colegas y directivos dentro de toda organización y teniendo en cuenta lo anterior, Castells,M.(2008) define que los procesos comunicativos como “(...) dependen de varios factores: las características del emisor del mensaje, las características del receptor del mismo, ambas en el mismo contexto del proceso, y la tecnología que se utiliza en la comunicación, esto es, el proceso material a través del cual las señales se producen, se transmiten, se reciben y se interpretan” (Pg.50).

Teniendo en cuenta lo planteado anteriormente y haciendo hincapié en las relaciones públicas las cuales son fundamentales en la vida cotidiana del ser humano, y aún más, en escenarios de relacionamiento y celebración social en momentos que quedarán enmarcados en la memoria de los clientes y asistentes, entendiendo la importancia que tienen las relaciones públicas en todos los entornos del ser humano, es por ello que evocamos lo enunciado por Bernays,(1990) quien da tres significados: “el primero es la información que se le da al público, el segundo, la construcción de la estrategia que se centra y dirige hacia el público para modificar sus actitudes y acciones, y el tercero, es la suma de esfuerzos para poder integrar las actividades y acciones de una organización con sus públicos y los del público con esta organización para que los dos sean beneficiados”. (Bernays, 1990).

Teniendo claro estos tres aspectos explicados por el autor, la empresa J&P PRODUCCIONES constantemente gesta el proceso de relacionamiento entre usuarios y empresa, así con los invitados a cada una de las celebraciones para las cuales son contratados, a su vez juega un papel importante en la línea de una propuesta comunicativa integral con base en el objetivo e información que se desea transmitir al público, finalmente para Edward Bernays (1990), las relaciones públicas son un campo de actividad que tiene que ver con la interacción entre un grupo, un individuo, una idea u otra unidad, con los públicos de los que depende; concibiendo a las relaciones públicas como una función asesora en comunicación. Bernays, (1990).

La organización en el sector comunicativo físicamente visual, cuenta con un portafolio de ventas, el cual se trabaja con diseños de la organización y para los cuales se incluyen los siguientes ítems:

- Nombre del montaje de equipos tecnológicos sonoros, visuales y luminotécnicos
- Fotografías ilustrativas de los mismos
- Descripción de lo que incluye cada servicio
- El valor del servicio
- Servicios adicionales y su costo por unidad
- Cuenta a grandes rasgos su historia y experiencia en el medio
- Los referentes de clientes, empresas, clubes, hoteles, haciendas, universidades, centros de convenciones y eventos, con las que hemos trabajado a lo largo de la existencia de la organización.

- Las formas de pago de servicios.
 - Firma del CEO de la organización.
 - En encabezado de todas las páginas se encuentra el logotipo y la razón social de la estructura.
 - En el pie de página de todas las cuartillas se encuentran números telefónicos de contacto, y a su vez los iconos de las redes sociales donde tiene una cuenta digital la empresa.
- Otros canales de comunicativos que aportan a la visibilizarían de la empresa de manera digital para dar una primera impresión a los clientes.

Comunicabilidad de la empresa en plataformas digitales:

Por medio de publicaciones en internet, contando con el apoyo de las redes sociales de más consumo y llevando una cronología de publicaciones de esta manera comunicar a nuestros posibles clientes interesados en los servicios, la disponibilidad que tenemos a la hora de cubrir varias celebraciones en simultánea.

Así mismo se seleccionan los contenidos que se suben a diferentes plataformas digitales, haciendo publicidad desde estas herramientas que internet brinda como: las redes sociales. En cada una de ellas tenemos públicos de intereses diversos y divididos en tres grupos seleccionados por edades:

Facebook 13 años a 18 años

Instagram de 14 años a 30 años

YouTube de 25 años a 50 años

En cada una de las aplicaciones digitales que utilizamos, se realiza el proceso de selección del contenido y de piezas digitales que posteriormente se subirán a las plataformas digitales (Facebook-Instagram-YouTube), para ello se utilizan los programas de edición como Adobe Photoshop y Adobe Illustrator en edición de fotografías y para la edición de videos el programa Adobe Premiere.

Medios digitales donde se realiza la publicación de estos contenidos.

Facebook: (J&P PRODUCCIONES)

(<https://www.facebook.com/JuanMalaver11/>)

En esta plataforma se encuentra una encuesta de satisfacción donde se pregunta si recomendaría nuestros servicios, además de la galería audiovisual ordenada cronológicamente de los diversos momentos en los cuales ha estado presente la organización, también cuenta con espacio de mensajes y comentarios que continuamente se les da respuesta a las inquietudes, sugerencias y/o comentarios.

Instagram:(jpproducciones19)

(https://instagram.com/jpproducciones19?utm_source=ig_profile_share&igshid=1gi94l6zsu9gc)

Se encuentran fotografías y videoclips, además de contar con historias destacadas que se realizan en tiempo real en el desarrollo de los eventos, es la herramienta con la cual

se tiene mayor contacto e interacción con nuestros posibles clientes debido a que se genera un mayor contenido visualmente atractivo a jóvenes y adultos.

YouTube:

(https://www.youtube.com/channel/UCX64yGB2q2nX861PcPhbtg?view_as=subscriber)

En el canal se destacan los vídeos más elaborados y producidos por la misma organización, dando cuenta del accionar de la empresa en los momentos más importantes de sus clientes, como también de más alta excitación por parte de los asistentes al momento de interactuar con la música y los efectos de iluminación.

4.8 Marco legal. Clase de legislación y empresarial

El sector terciario de Colombia es uno de los más desarrollados. De acuerdo con el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas de Colombia (DANE), el sector terciario aloja más del 80 % de la fuerza laboral del país.

En economía, el sector terciario es aquel que se encarga de las actividades de comercio, servicios y transporte. (Martinez, 2018)

La organización se categoriza en el sector terciario comercial en la economía nacional que según la Cámara de comercio de Bogotá hace parte del grupo de la economía dinámica, incluyente e innovadora que a su vez se encuentra segmentada en el sector de industrias creativas, culturales y gráficas, consolidándose en el sector de servicios.

Según Cámara de Comercio de Bogotá. 2019. Bajo la definición de la Unesco (2010) se entiende entonces este tipo de economía como «aquellas actividades que combinan la

creación, la producción y la comercialización de contenidos creativos que sean intangibles y de naturaleza cultural».

Teniendo en cuenta lo anterior, la empresa pertenece al sector Música en la cual se encuentran seis categorías más que se agrupan en sector de las industrias creativas.

La empresa J&P PRODUCCIONES S.A.S. que destina sus acciones a la producción, logística y realización de eventos en el área de sonido e iluminación, hasta el momento no se encuentra legalmente constituida ante entidades como: **Cámara de comercio de Bogotá, DANE** (Departamento Administrativo Nacional de Estadística), no cuenta con un registro ante el **RUES** (Registro Único Empresarial), **Número de Identificación Tributaria**, conocido también por el acrónimo **NIT**, es un número único colombiano que asigna la **DIAN** (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales de Colombia) por una sola vez.

Así mismo cuando el obligado se inscribe en el **RUT** (Registro Único Tributario), como no se cumple con estos documentos de formalización legal actualmente en la organización, nos comprometemos a futuro en realizar los trámites y gestiones necesarias para consumir los títulos mencionados y acogernos a las normas nacionales, teniendo en cuenta la ética profesional como una empresa legalmente responsable, de esta manera no solo cumplirle con nuestros clientes; sino también al estado colombiano aportando al crecimiento de la infraestructura comercial, industrial y economía del país.

**CLASIFICACIÓN INDUSTRIAL INTERNACIONAL UNIFORME DE TODAS
LAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS Revisión 4 adaptada para Colombia CIIU Rev.
4 A.C. DANE.**

División	Grupo	Clase	Descripción
47	476	4769	Comercio al por menor de otros artículos culturales y de entretenimiento n.c.p. en establecimientos especializados.
59	592	5920	Actividades de grabación de sonido y edición de música - Mezcla y masterización de sonido.
82	823	823	Organización de convenciones y eventos comerciales.
90	900		Actividades creativas, artísticas y de entretenimiento.
90		9007	Actividades de espectáculos musicales en vivo.

Fuente: DANE, (2012).

Construcción e investigación propia de J&P PRODUCCIONES S.A.S

Para garantizar la tranquilidad de los sectores poblacionales que puedan verse seriamente afectados por la realización de las actividades de nuestra empresa, se deben adoptar las medidas establecidas para la regulación en la emisión de altos niveles de ruido, que puedan perturbar la calma de residentes alrededor de la celebración, es por ello que acogemos las medidas establecidas en las diferentes resoluciones a nivel local y nacional, para esto las entidades al servicio de la comunidad están para ejercer el control como se establece el código nacional de policía y convivencia para la dispersión de sonido.

- **Resolución No. 627/06 MAVDT:** se adopta la norma nacional de emisión de ruido y ruido ambiental (parámetros permisibles, procedimientos técnicos y

metodológicos para la medición de ruido, presentación de informes, y otras disposiciones).

- **Resolución DAMA No. 185/99:** establece condiciones generales para la obtención de permisos de perifoneo en el Distrito Capital.
- **Resolución DAMA No. 832/00:** establece la clasificación empresarial por impacto sonoro UCR que permite valorar las industrias y establecimientos, respecto a su nivel de generación de ruido.

Por otra parte adaptarnos a los estándares máximos permisibles de niveles de emisión de ruido expresados en decibeles DB(A) de la siguiente manera.

Sector C.

Ruido Intermedio Restringido

Establecido para zonas con usos permitidos comerciales, como centros comerciales, almacenes, locales o instalaciones de tipo comercial, talleres de mecánica automotriz e industrial, centros deportivos y recreativos, gimnasios, restaurantes, bares, tabernas, discotecas, bingos, casinos.

Día: 70 DBLS

Noche: 60 DBLS

Y de acuerdo con el **Código de policía y Convivencia.**

En su **Artículo 33** rige y controla estos eventos públicos y privados, ya en eventos de clase de entretenimiento y celebración especial.

Artículo 33 Comportamientos que afectan la tranquilidad y relaciones respetuosas de las personas. (Ruido)

Y finalmente en la parte de reproducción y replicación de grandes artistas en la industria musical.

La organización **SAYCO (Sociedad De Autores y Compositores De Colombia), ACINPRO (Asociación Colombiana De Intérpretes Productores Fonográficos)** empresa jurídica que protege los derechos de autor de diferentes personalidades artísticas, así como les brinda asesoría jurídica en caso de que alguna entidad incumpla las normas establecidas,

Documentación requerida para contratación con grandes entidades privadas o del estado.

- Oferta debidamente suscrita por el contratista.
- Fotocopia legible de la cédula de ciudadanía.
- Libreta militar o certificado de situación militar definida para hombres menores de 55 años de edad.
- Certificado de antecedentes disciplinarios - procuraduría general de la nación
- Certificado antecedentes disciplinarios personería de Bogotá.
- Certificación de la contraloría General de la nación
- Certificado antecedentes judiciales policía nacional
- Certificado medidas correctivas policía Nacional.

- Pago de planilla o certificación que indique que se encuentra al día en los aportes al sistema de seguridad social integral en calidad de cotizante. Eps, Pensión, ARL
- Rut Actualizado.
- RIT
- Certificado de existencia y representación legal expedido por la cámara de comercio o por entidad competente
- Certificación bancaria.

5. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO y/o SERVICIO

5.1 Producto o servicio.

J&P PRODUCCIONES está enfocado en la producción de eventos de mediana y gran escala, de acuerdo con las necesidades y exigencias de nuestros clientes potenciales.

Buscamos siempre estar a la vanguardia en los ambientes donde se desarrollaran los eventos brindando un excelente servicio con las mejor experiencias en sus fechas especiales, así como la prestación de servicios adicionales desarrollados en el portafolio en sonido e iluminación.

Tales como: cámaras de burbujas, niebla, espuma, lanzallamas, cryojet, pirotecnia eléctrica y controlada, proyección de nombre en luz láser. Redacción...

En cada paquete está incluido el servicio de un Dj profesional de igual manera la animación y programación musical para que los invitados se sientan complacidos.

ACTIVIDADES EMPRESARIALES.	ACTIVIDADES SOCIALES.
FIESTA FIN DE AÑO. POSICIONAMIENTO DE MARCA	BODAS. CUMPLEAÑOS. 15 AÑOS. GRADOS. PROMS.

MONTAJES.

Producción: Dj. Profesional (animador) apoyo en protocolo. Sistema de sonido profesional activo electro voice, BetaThree y yorviklle. Rack Dj Pionner – portátil Show de luces audio rítmicas, controladas manualmente, Estructura en truss dura triangular de 3m x 3m estructura negra básica 2m x 2m cabezas moviles led spot ls 10 un láser azul efecto niebla dos par led 64 variedades en colores Cortina dj , cámara de humo, Dos luces lm 80 audios rítmicos, cableado, extensiones necesarias para el montaje.	Dj. Profesional (animador) Apoyo en protocolo. Sistema de sonido profesional activo electro voice, BetaThree y yorviklle. Sistema de sonido profesional con un subwoofer 18 pulgadas cada uno Rack Dj Pionner – portátil Fachada del Dj Iluminada. Show de luces controladas por computador y dmx 6 Reflectores par Led cuadro cabezas móviles 575 w led (Luces Inteligentes) dos laser Cuatro canales dos estructuras truss con n elevadores de 4 metros Cámara de humo.
--	---

Fuente: Construcción e investigación propia de J&P PRODUCCIONES S.A.S

5.2 Plus o ventaja competitiva

- Nuestra promesa de valor se nutre de nuestro enfoque de comunicación organizacional que facilita la creación de un plan de diseño y gestión de eventos que sea efectivo en su desarrollo y aplicación.

- Otra ventaja es el costo equilibrado del servicio en comparación a otros valores en el mercado.

- Se mantienen alianzas con casa de banquetes y personal que trabaja en conjunto que favoreciendo la logística, el servicio y el precio.

- La compañía trabaja en la creación de ambientes temáticos contruidos con base de luces y sonido.

5.3 Características del producto y/o servicio.

Existen esos pequeños detalles que marcan la diferencia frente a otras empresas en el mercado, ya sea por la atención prestada, la experiencia o la confiabilidad que tienen los clientes al contratar nuestros servicios y recomendarlo ante sus amigos o familiares.

Y eso es lo que buscamos transmitir a través de nuestros servicios, confianza, profesionalismo y sobretodo compromiso brindándoles la tranquilidad que cuentan con una empresa que los respalda con una asistencia personalizada en los momentos más importantes y significativos de sus vidas, creando así un momento agradable y emotivo junto a familiares y amigos.

Diferentes empresas y clientes naturales eligen a J&P PRODUCCIONES para la realización de sus producciones logísticas en la adecuación de escenarios de sonido e

iluminación porque experimentan ese valor diferencial y estético frente a las otras organizaciones existentes en el mercado, de ese modo se evidencia que la tecnología y la infraestructura utilizada en sus presentaciones, busca salir de lo que cotidianamente se puede encontrar en otras empresas del mismo sector.

5.4 Productos o servicios similares en el mercado

Para J&P PRODUCCIONES es clara la competencia en el medio, por esto buscamos estrategias de innovación para que de esta manera los clientes prefieran nuestros servicios.

Algunas empresas que ofrecen servicios similares como Discovery Eventos presta el servicio de sonido, iluminación y amplificación para eventos sin embargo no presta el servicio de show ,producciones visuales además lo equipos son de una gama más baja. , Corona Entertainment trabaja con equipos similares a los nuestros con costos más bajos en los paquetes y presta el servicio de efectos visuales pero así como la anterior empresa no presta el servicio de show coreográfico, New way y Vargas producciones cuentan con buena logística, equipos tecnológicos y producciones por ello serían nuestras competencias más directas.

5.5 Registro de empresas que trabajan en el mismo sector

Se tiene conocimiento que existen diferentes empresas relacionadas en el mismo sector productivo en Bogotá y alrededor del territorio nacional, con la misma ruta en términos laborales, en la línea de producción y logística para eventos sociales y empresariales en el área de sonido e iluminación. Según datos de la Cámara de Comercio de Bogotá, entre enero y noviembre del año 2019 se crearon 144.550 empresas y

establecimientos de comercio en la capital y cuentan con registro mercantil 788.675 empresas.

Teniendo en cuenta lo anterior, se calcula que en Bogotá se registren más de mil empresas legalmente constituidas en la línea de eventos, convenciones y celebraciones. Es incierta la cantidad de empresas que aún no se encuentran registradas comercialmente, puesto que la mayoría de ellos son modelos de negocio en crecimiento y especiales. En términos específicos se ha evidenciado un aumento considerable en la ubicación de estas entidades en puntos clave de la ciudad como lo son los barrios Santa Isabel en la localidad Los Mártires, barrio Restrepo en la localidad Antonio Nariño. A lo largo de la avenida Primera de Mayo se encuentra un gran número de este sector productivo, para clientes cercanos del sector. Así mismo en las localidades de Engativá, Fontibón y la zona Norte como la localidad de Suba y Usaquén, donde se ubican un gran número de empresas en lugares comerciales y muy concurridos, como también establecimientos que cuentan con los espacios necesarios para la organización de acontecimientos importantes y celebraciones. negocios familiares, que prestan estos servicios de manera informal sin un registro o certificación legal, esto no quiere decir que la calidad de su producto sea baja. Se estima que solo en Bogotá pueden existir más de 1.500 organizaciones de esta manera informal.

Adicionalmente es incierta la cantidad de empresas que aún no se encuentran registradas comercialmente, ya que no se cuenta con un censo total, ni un registro que avale el número, debido a que la mayoría de estos son modelos de negocio en crecimiento y empresas familiares, que prestan estos servicios de manera informal sin un registro o

certificación legal, esto no quiere decir que la calidad de su producto sea baja. Se estima que solo en Bogotá pueden existir más de 2.500 organizaciones de esta manera informal.

5.6 Aporte del modelo de negocio en términos de innovación

Teniendo en cuenta que J&P PRODUCCIONES es una empresa que ya está validada por el público, debido a que cuenta con diez años de existencia y experiencia en el medio y que a través del tiempo ha tenido que adaptarse a los nuevos modelos tecnológicos que llegan para innovar el mercado de la producción del espectáculo, en insumos que se actualizan constantemente en el mercado.

Y que gracias a la confiabilidad que nuestros clientes depositan en nuestra empresa generan una inversión con la cual, se destinan ingresos anuales para la modernización de los componentes tecnológicos en efectos visuales, sonoros y lumínicos con los cuales brindar un servicio óptimo en celebraciones y la conmemoración de fechas especiales.

Por último no hay que desconocer el esfuerzo realizado por el personal técnico y logístico que capacita continuamente en el manejo de nuevas tecnologías innovadoras, las cuales aportan un plus diferencial frente a otras organizaciones y brindan una experiencia única a nuestros contratantes.

6. EQUIPO DE TRABAJO Y SISTEMA DE NEGOCIO

6.1 Equipo de trabajo

Nombre de los integrantes.	Cargo.	Rol
El equipo de trabajo que conforma el proyecto J&P Producciones se encuentra conformado por Johan Sebastián Soto Duque y Laura Ximena Díaz Parada	Ximena Díaz: Área de comunicaciones. Sebastián Soto: Propietario y gerente.	Ximena Díaz: selección y publicación de contenidos digitales en redes sociales, manejo de correos y manejo de agenda corporativa. Sebastián Soto : organización de logística.(Equipos) Coordinación de técnicos, realizador de los eventos.

Fuente: Construcción e investigación propia de J&P PRODUCCIONES S.A.S

6.2 Red de contactos

Para la organización, su lista de clientes se maneja bajo absoluta confidencialidad por políticas internas de la misma empresa y no se realizan publicaciones de nombres ni datos o información de los contratantes. , Las empresas contratistas se especifican en el portafolio de la empresa que frecuentan nuestros. En la línea de aliados estratégicos se encuentran las empresas: Zeven producciones, New Time Producciones, Producciones Fabio Parra, Blue Entertainment, con las cuales hacemos colaboraciones comerciales y apoyos logísticos.

Otra forma por la cual se da a conocer la prestación de nuestro servicio es por medio del voz a voz pues debido a nuestra alta calidad nuestros clientes nos recomiendan.

6.3 Aliados del negocio

En el caso de los proveedores de eventos y alianzas estratégicamente laborales encontramos a las empresas productoras y planeadores de celebraciones como lo son: eventos Angélica Carreño, Pagloc Service, Casa Márquez, Eventos Katalan, Julisis Innovation, las entre otras más que han contado con nuestros servicios, la razón por la cual son nuestras alianzas, es porque estas organizaciones son las que organizan, gestionan y planean toda la celebración en conjunto (Recepciones, cenas, bebidas, decoración y adecuación de espacios, invitaciones y demás relacionados), pero internamente no cuentan con la tecnología y los productos en el área de la producción de efectos visuales, sonoros y de iluminación que son necesarios para una celebración nocturna en la mayoría de los casos y es por ello es que cuentan con el respaldo de empresas como la nuestra, de esta manera suplir esa necesidad con una estructura confiable, seria, comprometida y sobre todo con total profesionalismo.

Identificando los aliados estratégicos en el negocio mencionados anteriormente, debemos tener en cuenta que como consumidores frecuentes de tecnología para esta clase de espectáculos, tenemos marcas profesionales y tiendas especializadas a las cuales les confiamos nuestra inversión, debido a su calidad, confiabilidad y buen desempeño ante las exigencias de nuestro público, estas tiendas proveedoras de insumos para la industria del espectáculo las encontramos en el mercado como: Súper Audio, Pro DJ, Empire Sound,

Andrés Sound, Doctor Pioneer, los cuales nos brindan equipos de excelente calidad de sonido con las garantías necesarias en caso de inconvenientes de fábrica con los insumos.

Teniendo en cuenta el respaldo de nuestro servicio, se pueden definir los perfiles que solicitan nuestros servicios como lo son los: wedding planners y Events Planner, Professional Bridal Consultant en los cuales se cataloga, Eventos Julisis Innovation que realiza la mayoría de su trabajo en zonas campestres, estas empresas y nosotros como organización nos adaptamos a las necesidades y exigencias del cliente adecuando los espacios que demandan las producciones, de una forma proporcional y elegante.

6.4 Ventajas de las alianzas

Como organización hemos identificado el valor de las alianzas con grandes empresas en el mercado pues son quienes nos respaldan en los momentos que es necesario una producción mayor, que requiera de un recurso humano, logístico, técnico y tecnológico más amplio, de esta manera se ayuda a reforzar los lazos de compañerismo entre empresas que manejan la misma línea de productividad.

Otra de las ventajas que se generan en este tipo de alianzas es un mayor número de negocios proporcionando un mayor volumen donde podremos ofrecer precios competitivos frente a otras organizaciones lo que hace que tengamos una alta demanda y reconocimiento de esta manera tener un importante flujo de clientes.

Ventajas. Recurso técnico, humano, bajos precios, mayor impacto, clientes satisfechos, mayor reconocimiento, mayores clientes

6.5 Recursos adicionales

En el caso de los proveedores de eventos y alianzas estratégicamente laborales encontramos a las empresas productoras y planeadores de celebraciones como lo son eventos Angélica Carreño, Pagloc Service, Casa Márquez, Eventos Katalan, Julisis Innovation, las que más han contado con nuestros servicios. Nuestras alianzas organizan, gestionan y planean toda la celebración en conjunto (recepciones, cenas, bebidas, decoración y adecuación de espacios, invitaciones), pero no cuentan con la tecnología y los productos en el área de la producción de efectos visuales, sonoros y de iluminación y por esa razón cuentan con el respaldo de J&P PRODUCCIONES.

Identificando los aliados estratégicos en el negocio mencionados anteriormente y como consumidores frecuentes de tecnología, tenemos marcas profesionales y tiendas especializadas a las cuales les confiamos nuestra inversión, debido a su calidad, confiabilidad y buen desempeño; estas tiendas proveedoras de insumos para la industria del espectáculo las encontramos en el mercado como: Súper Audio, Pro DJ, Empire Sound, Andrés Sound, Doctor Pioneer.

De manera adicional, solicitan nuestros servicios los wedding planners y Events Planner, Professional Bridal Consultant en los cuales se cataloga, Eventos Julisis Innovation. Ellos prestan sus servicios en zonas campestres, y nosotros como organización nos adaptamos a las necesidades y exigencias del cliente, adecuando los espacios que demandan las producciones, de una forma proporcional y elegante.

7. PLAN DE MERCADEO

7.1 El cliente

Por medio de publicaciones en internet dentro de las redes sociales llevamos una cronología de registros audiovisuales de los eventos a modo de publicaciones para comunicar a nuestros posibles clientes los servicios y disponibilidad.

1-Redes sociales: (Facebook, Instagram) Estas herramientas tecnológicas nos ayudan a que el cliente tenga un primer acercamiento con nosotros a través de los registros audiovisuales y la interacción que tenemos en estas, así como la selección de los contenidos que se buscan publicar en estos canales, teniendo en cuenta que sea de gran impacto visual y llamativo para ellos, de esta manera lograr atrapar al visitante de la página para una posible compra del producto.

2-Voz a Voz: Por medio de esta técnica nos damos a conocer hacia un cliente nuevo el cual viene a nuestra empresa por medio de la recomendación de amigos y familiares, es por ello que nos preocupamos cada vez más en brindar el mejor servicio a nuestros clientes, puesto que la imagen que dejamos en ellos es la percepción que se llevarán los invitados y asistentes al evento de nuestro contratante y serán posibles compradores a futuro, así como también tendrán un referente en caso de recomendar una empresa comprometida y confiable ante, conocidos, familiares y amigos.

3- PRODUCCIONES: Cuando una persona está interesada en nuestros servicios realizamos un primer acercamiento con nuestros clientes de manera telefónica o virtual, mediante alguna de las plataformas digitales (Facebook - Instagram) donde las usuarios o seguidores de las cuentas cotizan el valor del servicio y que incluye el mismo, brindándoles asesoría personalizada en base a alguna de las fotografías o video que les haya llamado la atención de nuestros portales digitales.

Cuando el cliente está interesado completamente en el servicio se coordina una cita personal, donde se aclaran dudas y se amplía el panorama en la gestión y organización de su celebración, exponiendo el portafolio elaborado por la empresa. Se comparte los paquetes y servicios con sus respectivos valores; en un segundo o tercer momento, se realiza la firma formal del contrato con copia para las partes y con las condiciones internas de la organización.

Debemos tener en cuenta el presupuesto, exigencias y necesidades que tiene nuestro cliente para suplirlas por completo, realizando gestiones para el desarrollo del evento y de esta manera brindar el mejor servicio, cuidando cada detalle, puesto que pasar por alto algún pormenor nos puede costar un retraso o un daño interno que afecte la buena ejecución de la estructura.

Medios de comunicación para captar la atención del cliente***(Estrategia Marketing digital)***

Las redes sociales (Facebook, Instagram, YouTube) son plataformas de contenido visual en su mayoría y si sabemos utilizar el algoritmo que rige a cada una de ellas podremos generar que nuestro producto sea más visible ante un mayor público y de esta manera lleguen a nosotros clientes.

Nos volcamos a espacios como plataformas digitales donde podemos pautar nuestro contenido de una manera más económica y estratégica con un alcance medible. Diseñamos un plan de marketing con presupuesto bajo para impulsar una fotografía o videoclip que lleve a quienes visualizan esta pieza digital a nuestro portal.

Lo que hacemos es generar contenidos visuales de la estructura, que da evidencia cronológicamente de las celebraciones como muestra de nuestro compromiso con las personas que desean celebrar su momento especial, etiquetando con él “@” de los contratantes en historias y publicaciones en las plataformas digitales, quienes a su vez repostean estas publicaciones, de esta manera no solo le damos la importancia que nuestros usuarios merecen, sino que llegamos a otros posibles clientes que visualizan estas difusiones.

Por medio de las redes sociales (Facebook- Instagram-YouTube), se generan contenidos visuales de la estructura, que da evidencia cronológicamente de los eventos como muestra de nuestro compromiso con las personas que desean celebrar un momento especial.

Caracterización de los clientes o grupos potenciales

Para J&P PRODUCCIONES, la delimitación y sectorización de su público es fundamental para saber a qué comunidades llegar a través de estrategias de persuasión en plataformas digitales donde la empresa cuenta con una serie de herramientas para dar a conocer su producto en el mercado. Aplicamos el marketing digital sectorizado en una población específica, siendo esta estrategia una de las más efectivas, puesto que son redes de alto consumo visual y estas tácticas de mercadeo son cien por ciento medibles, los cuales nos arrojan unos resultados de alcance y aprobación por parte de quienes visitan nuestros perfiles.

Hemos podido delimitar algunos sectores donde no solo se encuentran ubicadas nuestras alianzas estratégicas y los lugares indicados para la realización de estas celebraciones, sino que a su vez lugares residenciales donde habitan nuestros posibles contratantes.

Hemos identificado los sectores de las localidades fuertemente concurridas en Bogotá con características como, unidades residenciales, facilidad de acceso, establecimientos amplios y elegantes para brindar confort para nuestros usuarios:

Chapinero.

Restrepo.

Usaquén.

Suba.

Clubes y haciendas dentro y en alrededores de Bogotá.

OBJETIVO

En otras oportunidades y en el transcurso de este documento daremos cuenta de la importancia de nuestros públicos y del objetivo que como empresa tenemos con ellos, así como las limitaciones pertinentes para cada segmento poblacional en rangos de edades a las cuales buscamos llegar mediante estrategias de marketing digital y en canales de alto consumo para cada uno de los ya mencionados.

Necesidades y problemas más significativos del cliente.

Existen diferentes tipos de eventos como lo son los eventos sociales, culturales, recreativos y educativos así mismo existen problemas que se traducen en retos donde tratamos de brindar la mejor solución.

La necesidad de nuestros clientes es el poder encontrar una empresa responsable con experiencia y calidad de servicio donde puedan planear y festejar sus eventos sociales como cumpleaños, bodas, grados, entre otros, generando espacios de disfrute donde se fortalezcan los lazos de amistad y las relaciones interpersonales.

En cuanto a los clientes empresariales buscan más que una empresa responsable y comprometida que cumplan su promesa de valor donde resaltan el objetivo del evento empresarial como lo sería un posicionamiento de marca, conferencias.

Razones por las que compra un cliente.

Los clientes eligen contratar con J&P PRODUCCIONES debido al factor creativo y diferencial que la empresa les brinda en el factor de producción sonora, lumínica y visual, la cual está por fuera de lo tradicional del mercado, así como los precios competitivos que responden a la calidad de servicio por parte de una empresa profesional y responsable, y la cual cuenta con una plata tecnológica que brinda a los usuarios y asistentes una experiencia única, donde se genere recordación de la marca en todos los asistentes, satisfaciendo las necesidades de todo el personal que se encuentra viviendo esta experiencia de la mano con la empresa.

7.2 La competencia

NOMBRE DE LA EMPRESA	
Discovery Eventos	
TIPO DE COMPETENCIA	
DIRECTO	
ALIADOS ESTRATÉGICOS:	Imperial eventos es una casa de banquetes que presta el servicio de decoración para la realización de los eventos.
COMPETIDORES DIRECTOS E INDIRECTOS:	J&P Producciones, corona entertainment ya que estos se mueven dentro de la misma zona y tienen montajes más completos.
DIFERENCIAL DEL PRODUCTO	Los servicios de Discovery Eventos manejan precios más bajos y montajes más sencillos.

ANÁLISIS DEL ENTORNO:	Trabajan de manera sectorizada en donde se encuentran mayormente la localidad de suba, en barrios donde los conjuntos residenciales son de mayor concentración, los cuales se evidencian, estratos sociales de 3 y 4, quienes cuentan con los recursos para contratar estos servicios.
------------------------------	--

NOMBRE DE LA EMPRESA	
Corona Entertainment	
TIPO DE COMPETENCIA	
DIRECTOS	
ALIADOS ESTRATÉGICOS:	Linaje real, empresa base de decoraciones y comida entre diversos insumos para la planeación y desarrollo del evento como manteles copas, cristalería, decoración.
COMPETIDORES DIRECTOS E INDIRECTOS:	J&P -David reyes eventos (decoración) son empresas que prestan servicios de sonido e iluminación. Además de ofrecer paquetes completos.
DIFERENCIAL DEL PRODUCTO:	Presta el servicio de sonido iluminación a bajo costo en comparación a otras empresas.
ANÁLISIS DEL ENTORNO:	En la fragmentación de zonas se encuentran más presentes en la localidad de Fontibón y Engativá en barrios donde los conjuntos residenciales son de mayor concentración, los cuales se evidencian, estratos sociales de 3 y 4 quienes cuentan con los recursos para contratar estos servicios.

Fuente: Construcción e investigación propia de J&P PRODUCCIONES S.A.S

Fuente: Construcción e investigación propia de J&P PRODUCCIONES S.A.S

Perfil de la competencia.

Algunas empresas las cuales se encuentran en el mismo sector productivo, ofrecen en el mercado servicios similares a los ofrecidos por nuestra empresa, pero con un factor diferencial muy notorio, esto para empresas como Discovery Eventos, Corona Entertainment, Blue Entertainment, entre otras, las cuales cuentan con algunos equipos tecnológicos similares o en algunos casos insumos específicos iguales a los que maneja nuestra organización, pero la desigualdad más notoria se entre empresas, se evidencia en la estética con la cual realizan la instalación y adecuación de los espacios de celebración, por otro lado la variación notable en organización, gestión y producción de los efectos de sonido e iluminación, y finalmente la distinción que se presenta en el formato de los DJ'S de estas empresas, si bien estas empresas cuentan con ventas frecuentes en el mercado debido a que cuentan con valores competitivos, pero la calidad y de estos servicios se puede ver reflejada en su bajo costo de inversión tecnología que hace que en algunos casos estos productos no sean confiables, es ahí donde J&P PRODUCCIONES enfatiza en un mayor costo valor, pero con la seguridad de un excelente servicio profesional.

Aliados estratégicos de la competencia.

Imperial eventos: Es una casa de banquetes que presta el servicio de decoración para la realización de los eventos.

Linaje real: Es una empresa base de decoraciones y comida entre diversos insumos para la planeación y desarrollo del evento como manteles copas, cristalería, decoración.

Competidores directos e indirectos.

J&P producciones, Zeven producciones, New Time Producciones, Producciones Fabio Parra, Blue Entertainment, con las cuales hacemos colaboraciones comerciales y apoyos logísticos cuando es necesario un volumen mayor en proyectos de alta demanda de tecnología en la producción del espectáculo, así como la unión de fuerzas logísticas, operativas y técnicas cuidando cada detalle minuciosamente tanto estético como de seguridad para los asistentes al evento, y que durante el mismo no se presenten inconvenientes que puedan afectar la realización exitosa del evento.

Diferencial del producto o servicio frente a la competencia.

Anteriormente ya hemos hablado de algunos puntos diferenciales de nuestro producto frente a otras organizaciones sin embargo queremos resaltar que la empresa J&P PRODUCCIONES destina un plus ante otras estructuras del mismo medio, en la prestación de servicios adicionales a los paquetes escogidos por los clientes que se encuentran en el portafolio de ventas, entre los que se destacan shows musicales coreográficos, pirotecnia profesional, accesorios para la celebración, entre otros.

Nuestra promesa de valor se nutre a través de nuestro enfoque de comunicación organizacional que nos brindan las asignaturas de emprendimiento y los docentes tutores

del trabajo de grado, de esta manera potencializar nuestro plan estratégico de negocio y diseño en la gestión de eventos, para que este sea efectivo es su desarrollo y aplicación en el público segmentado, donde a su vez la empresa J&P se fortalezca en imagen y servicio.

7.3 Precio producto y/o servicio

El valor de nuestro servicio varía según los requerimientos y exigencias que demanden de nuestros contratantes, y a su vez el espacio con el que contamos para la instalación de la producción que se mide en la cantidad de asistentes al evento.

El valor básico promedio de nuestro producto es de setecientos cincuenta mil pesos colombianos (\$750.000), el cual varía si el cliente desea contratar servicios adicionales a los establecidos en el paquete descrito en el portafolio de ventas; otra variable es la posible elección de otros paquetes de mayor costo, con un incremento en la tecnología en equipos de producción sonora, visual y lumínica.

Precio del producto y/o servicio de la competencia.

La diferencia de valor frente a nuestros competidores oscila en unos cien mil pesos (\$100.000) hasta unos doscientos mil pesos (\$200.000), según los servicios que se comparen en términos de instalación de equipos tecnológicos y producción de escenarios para la creación de ambientes de celebración; así como los valores económicos varían frente a la competencia, la calidad del servicio puede aumentar o disminuir.

Precio que el cliente está dispuesto a pagar.

Gracias al reconocimiento de la empresa en el sector productivo, tanto la imagen como la reputación de la empresa, hace que el cliente esté seguro de confiar sus inversiones en nuestra empresa. Contamos con un público segmentado que paga el valor de nuestros servicios, cuidando detalles que permitan el éxito total del contrato, quedando satisfechos con la necesidad que tiene el cliente al momento de buscar la mejor creación y adecuación de ambientes apoyados en los efectos visuales, sonoros y lumínicos en su celebración

Métodos de pago ofrecidos por el modelo de negocio.

Dentro del estudio de mercado realizado a nuestros clientes y cómo se establece en los principios de la empresa, y a su vez en el portafolio de servicios y ventas, la organización cuenta con dos modalidades de pago, las cuales son muy accesibles a los usuarios en pago en efectivo a la hora de firmar el contrato con un valor acordado entre las partes, o si el contratante prefiere hacerlo a través de una transferencia bancaria, se le brindan las opciones con las que la estructura cuenta y en las cuales puede realizar el pago de los servicios, estas estrategias le facilitan al cliente tener opciones de elegir la que él crea más conveniente.

8. ANÁLISIS DE RIESGOS

Relacionar tabla o matriz teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

Matriz Dolencias y salud - J&P PRODUCCIONES

Variable	Subvariable	Dolencias	Salud
Cultura	- Sentido de pertenencia, Comportamientos.	Dentro de la estructura empresarial J&P Producciones, se evidencia en algunos casos un vacío cultural de las personas encargadas de realizar las mezclas de música y géneros para el público asistente. Esto genera que se obstaculicen los procesos y esto demostraría una mala gestión por ende una mala imagen frente al cliente	Identificando estos factores que no jugarían a favor de la imagen de la empresa, Todas las personas que conforman la estructura tienen conocimiento del sector, esto genera mayor credibilidad frente a los clientes y una mayor eficiencia y apropiación de los procesos.
Clima	- Gestión de comunicación interna.	Para esta organización el liderazgo está a cargo de la cabeza principal del proyecto, en algunas ocasiones en los procesos comunicativos se generan ruidos que desvían el mensaje principal y generan	En busca de la solución de los momentos críticos dentro del sistema por errores comunicativos, se estudian las falencias y se da una solución pronta y eficaz que no afecte al cliente interno buscado disminuir el daño al responsable del inconveniente y a la organización en general. .

		malestar dentro de la estructura, generando un momento de crisis organizacional.	
Estructura	-Jerarquía, División ,	Se presentan dificultades en algunos casos, cuando el director no puede cumplir algunos compromisos ya adquiridos y divide responsabilidades a personal contratado, esto genera sobrecarga laboral en los miembros de la estructura, evidenciándose un desplazamiento de la autoridad.	En estos casos se buscan personas con experiencia en el manejo de las responsabilidades que se le asignan, ya que las personas vinculadas tienen un buen apropiamiento del tema y están en capacidad de asumir los fallos del jefe, lo cual evita que se caiga la operatividad debido a la gestión de las personas encargadas de suplir estas falencias, de esta manera la organización se esmera porque estas personas realicen el trabajo como se espera tanto por la organización como por el usuario.
Procesos	- Eficiencia, Efectividad, Eficacia,	En algunas ocasiones se han presentado casos en los cuales la eficiencia de los trabajadores no es efectiva y afecta la operatividad de los procesos, debido a fallas comunicativas o de sobrecarga de responsabilidades, esto también afecta otras áreas dentro de la estructura como son la eficiencia de los servicios puesto que al no haber un equilibrio laboral se retrasan otros sectores que	Dentro de la estructura se busca trabajar en conjunto para cumplir las metas propuestas en el tiempo previsto, de esta manera tener un buen concepto frente a nuestros clientes externos Al tener un buen cumplimiento de objetivos y metas cumplidas en un lapso de tiempo trazado, se ve reflejado en la efectividad del servicio y el buen posicionamiento de la estructura en el mercado. Para la estructura es satisfactorio el haber logrado el cumplimiento eficaz de los objetivos corporativos, ocupando los recursos con los

		dependen del buen funcionamiento de las diferentes zonas laborales.	que cuenta, mostrando productividad y eficacia a quienes adquieren los servicios y recomiendan el producto.
Conflicto	- Conflicto de relaciones, Conflicto de roles	En el sistema se presentan algunas dificultades a la hora de realizar la gestión entre diferentes áreas, las cuales no llevan una buena relación y cada quien hala para su conveniencia o favorecimiento, lo que genera un riesgo en la organización puesto que los roles asignados para cada actividad son los responsables de la buena gestión de las metas propuestas.	Se realizan actividades de entretenimiento fuera de los horarios laborales en las cuales la socialización entre los miembros de la organización se relacionan entre sí, de esta manera se busca mejorar las relaciones entre los vinculados a la estructura y hacer que la productividad entre las áreas que construyen el negocio se mantenga en buen nivel.
Dircom	-Alianzas, Comunicación interna y Externa, Estrategias comunicativas.	La estructura actualmente no cuenta con figura Dircom lo que ocasiona un desnivel frente a otras organizaciones que existen en el mercado.	No se cuenta con la figura de dircom pero la empresa cuenta con empresas aliadas que permiten evidenciar la productividad de la estructura. En el coloquio institucional frente a la ponencia presentada, el documento oficial de comunicación y es una muestra de estabilidad y de consolidación del negocio y la apropiación del mercado.
Medios Corporativos	- Medios internos y medios externos.	Se presentan dificultades en algunas ocasiones, para concretar las citas con los clientes,	Teniendo en cuenta las dificultades presentadas por algunas personas en asistir a una cita en un lugar en especial dentro de la ciudad, el personal

		debido a sus horarios personales de trabajo.	encargado se traslada hasta el lugar de residencia o lugar más cercano a sus sitios de trabajo y de esta manera acomodarnos a las necesidades del usuario y brindarle el tiempo necesario que requiera la cotización o adquisición del servicio
Marketing	- Posicionamiento de marca, Publicidad.	No se cuenta con una persona netamente encargada del manejo de redes sociales y publicidad por medios electrónicos, esto ocasiona que en algunos momentos no se cuente con una periodicidad en las publicaciones o actualización de contenidos en plataformas digitales.	Se encuentra en proceso de formación los encargados de publicar los eventos y manejar la publicidad en las redes sociales en las cuales aparece la organización. Dando un punto a favor la acogida que ha tenido por el público y el contacto que se ha realizado por medio de estas herramientas. Los encargados de realizar esta función, organizaron la publicidad y la periodicidad con la que se publicaran los contenidos en las diferentes redes que maneja la organización. .

RSE	- Entorno Ambiental y ecológico, Bienestar (tranquilidad)	En el proceso de la producción, la estructura evidencia que algunos espacios no se cuenta con la insonorización necesaria para el desarrollo de estos eventos que emiten gran cantidad de ruido y es molesto para lugares aledaños como viviendas o casas para la tercera edad. El manejo de los residuos que generan estos eventos no son manejados por la estructura, sino que se acopian y terceros son encargados de la disposición final del residuo y darles el manejo adecuado, en efecto nos enmarca como una empresa con socialmente organizada y ambientalmente amigable frente a la crisis de residuos que genera la realización de estos eventos.	La organización busca cuidar los niveles de sonido permitidos en estos lugares y establecidos en el por el código nacional de policía y convivencia en el Artículo 33 en los cuales se establecen los niveles de ruido permitidos son: En el Día de 70 DBLS y en la Noche 60 DBLS Tener un mayor compromiso de RSE y darle un mejor manejo a los residuos tanto electrónicos como otros materiales que generan este tipo de eventos, haciendo un aporte al entorno laboral y de bienestar a los consumidores de nuestro servicio.
-----	---	---	---

Fuente: Construcción e investigación propia de J&P PRODUCCIONES S.A.S

9. PLAN FINANCIERO

Tiempo establecido para la recuperación de la inversión.

La primera inversión de compra de equipos fue de aproximadamente 15 millones de pesos, dinero que se recuperó en seis meses, gracias a la constante y rotativa contratación del servicio. Durante año y medio se trabajó dinámicamente, lo cual permitió triplicar la inversión primera y preparar el terreno para sostener un flujo de caja importante y cimentar una segunda inversión técnica y humana.

Financiación externa de ser necesaria.

Para cumplir a las expectativas de las alianzas, a la innovación y expansión, fue necesario solicitar un crédito a diferentes entidades bancarias para la renovación de equipos tecnológicos y estar a la vanguardia de las tendencias, suplir las necesidades y exigencias de nuestros clientes.

Definición de:

Costos fijos.	Costos Variables.
Alquiler de bodega - (\$800.000) ochocientos mil pesos m/ cte. Servicios - luz :depende el gasto aproximadamente 40 y 50 mil al mes Gastos financieros personas fijas nóminas: 400 a 500 por fin de semana dependiendo la cantidad de montajes. 4 personas de planta fijos todos los fines de semana 400 mil DJ 200 mil por noche Gastos de papelería: impresión y copia de los contratos una para los clientes y otro para la empresa: 40 mil pesos por mes.	Materia prima: cantidad de eventos al mes por cada fin de semana. Por fin de semana un aproximado de 5 a 7 montajes entre montajes medianos y grandes, al mes suman 20 a 26 aproximadamente montajes en la sumatoria de los 4 fines de semana. Costos 350 mil pesos montajes pequeños. Montaje Mediano 500- 600 mil. Montaje Grande (\$ 1.200.000) millón doscientos mil pesos m/ cte.y (\$ 1.300.000) trescientos mil pesos dependiendo de los efectos que requiera el cliente adicionales. General mes aproximadamente 10 -15 millones de pesos. Se dividen en gastos de servicios, pagos de nómina, alimentación, restauración de equipos y base para adquisición de equipos nuevos. Producción y mano de obra: costo por operario (\$ 100.000) cien mil pesos m/cte. (\$ 110.000) ciento diez mil pesos m/cte.pesos por fin de semana Dj 120 -130 mil por turno de 7 horas.- Dependiendo la cantidad de eventos Gastos de transporte: vehículo de la empresa aproximadamente dependiendo de los recorridos si son dentro de la ciudad de Bogotá o a sus afueras 80- 100 pesos por fin de semana.

Fuente: Construcción e investigación propia de J&P PRODUCCIONES S.A.S

10. LIENZO MODELO DE NEGOCIO –CANVAS

Aliados Clave 	Actividades Clave 	Propuesta de Valor 	Relación con el Cliente. 	Segmentos de Clientes 
Zeven producciones, New Time Producciones ,Producciones Fabio Parable Entertainment, con las cuales hacemos colaboraciones comerciales y apoyos logísticos. Adquirir recursos o actividades especiales	1-Acercamiento con nuevos clientes (De manera telefónica o virtual) 2-Dar a conocer nuestros servicios. 3- Agendar una cita personal. 4 -Exponer el portafolio. 5-firma del contrato.	Es importante para la organización contar con un plan estratégico, en la creación de una propuesta comunicativa para la adecuación de espacios. - Último en tendencias e innovación. - Diseños únicos y personalizados para nuestros anfitriones	Contamos con asistencia personal y co-creación para el servicio y desarrollo del evento que el cliente necesita.	Tenemos dos tipos de clientes. Nuestros clientes naturales que contratan nuestros servicios para eventos sociales o familiares como lo son : Cumpleaños, bodas, graduaciones.
	Recursos Clave  Personal capacitado.		Canales  Redes Sociales Portafolio	Clientes corporativos. Son clientes empresariales

	Recursos económicos. Equipos de sonido e iluminación además de diversos equipos para el montaje completo de los eventos.			que contratan nuestros servicios de diseño y planeación de eventos.
Estructura de Costos  Costos fijos : Salarios empleados.			Estructura de Ingresos  Los clientes pagan el paquete que requieren para su evento.	

Fuente: Construcción e investigación propia de J&P PRODUCCIONES S.A.S

“Muchos miran al empresario como el lobo que hay que abatir; otros lo miran como la vaca que hay que ordeñar, y muy pocos lo miran como el caballo que tira el carro”

Winston Churchill

BIBLIOGRAFÍA O CIBERGRAFÍA

- Acosta Oviedo, K. (2012). La Pirámide de Maslow [Blog]. Retrieved from <https://www.eoi.es/blogs/katherinecarolinaacosta/2012/05/24/la-piramide-de-maslow/>
- Bernays, E. L. (1990). Los años últimos: radiografía de las Relaciones Públicas (1956-1986). Barcelona: ESRP-PPU. Recuperado de http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/alumnos/trabajos/8245_7642.pdf
- Castells, Manuel (2008). Creatividad, innovación y cultura digital. Un mapa de sus interacciones. Revista Telos: Comunicación e Innovación, 77, 50-52.
- DANE. (2012). CLASIFICACIÓN INDUSTRIAL INTERNACIONAL UNIFORME DE TODAS LAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS Revisión 4 adaptada para Colombia CIIU Rev. 4 A.C. [Ebook] (4th ed., pp. 24,70,73,74,). Bogotá D.C - COLOMBIA: Diseño y diagramación en la Dirección de Difusión, Mercadeo y Cultura Estadística del Departamento Administrativo Nacional de Estadística. Retrieved from http://file:///C:/Users/sebas/Downloads/11510_ciiudane4.pdf
- Habermas, Jürgen (1987). *Teoría de la acción comunicativa [1981]*. Taurus, Madrid. ISBN 8430603417
- MANUEL CASTELLS, C. (2014). COMUNICACIÓN Y CULTURA EN MANUEL CASTELLS [Ebook] (14ª ed., P. 361). Córdoba - Argentina: Esteban Torres. Recuperado de <http://file:///C:/Users/escenarioradio/Desktop/Dialnet-ComunicacionYCulturaEnManuelCastells-4722761.pdf>
- Martinez, C. (2018). Sector Terciario en Colombia: Actividades Principales. Retrieved 21 May 2020, from <https://www.lifeder.com/sector-terciario-colombia/>
- Sampieri Hernandez, r. (2010). Metodología de la investigación. México d.f, Recuperado de <https://www.emprendices.co/resumen-del-libro-metodologia-la-investigacion-roberto-hernandez-sampieri/>
- Schumpeter, Joseph A. 1949/1951. “Economic Theory and Entrepreneurial Theory”. Reimpreso en R. V. Clemence, Essays of J. A. Schumpeter.

Cambridge, MA: Addison-Wesley, pp. 248-266. Recuperado de https://docs.google.com/document/d/1XTfnwvNx6xOtSM6xdBzEAAEB9_Jqy3jmKeliKoK-cPU/edit

- SEVILLA, A. (2012). Dick Clark, pionero de la industria musical de EE.UU., muere a los 82 años. Retrieved 25 April 2020, from https://www.abc.es/cultura/musica/abci-dirk-201204190000_noticia.html
- Tamayo y Tamayo, Mario, El proceso de la investigación científica, , p. 21. México, Limusa, 2009. Recuperado de. <https://clea.edu.mx/biblioteca/Tamayo%20Mario%20-%20El%20Proceso%20De%20La%20Investigacion%20Cientifica.pdf>
- Varó, A. (2008). *Algunas teorías éticas occidentales -- Filosofem*. [online]. Recuperado de: <https://www.nodo50.org/filosofem/spip.php?article12>