



F5 Producciones

PLAN DE MARKETING PARA EL LANZAMIENTO DE F5 PRODUCCIONES

**LUIS BERMUDEZ GOMEZ
SERGIO TORRES ARISMENDI**

**CORPORACION UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
TECNOLOGÍA EN GESTIÓN DE MERCADEO
BOGOTÁ D.C.
2012**



F5 Producciones

PLAN DE MARKETING PARA EL LANZAMIENTO DE F5 PRODUCCIONES

**LUIS BERMUDEZ GOMEZ
SERGIO TORRES ARISMENDI**

**Trabajo de grado para optar por el título de Tecnólogo en Gestión de
Mercadeo**

**Sandra Patricia Ospina
Profesora Plan de Mercados**

**CORPORACION UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
TECNOLOGÍA EN GESTIÓN DE MERCADEO
BOGOTÁ D.C.
2012**



F5 Producciones

Nota de aceptación

Firma Director

Firma Calificador

Bogotá, D.C. Noviembre de 2012



F5 Producciones

Damos gracias a Dios por la
Sabiduría y fortaleza, a nuestras
Familias por el apoyo y comprensión
Brindada, a lo largo de este arduo
Recorrido, a maestros y amigos que
Siempre estuvieron al tanto de
Este proceso.

Luis y Sergio



Contenido

RESUMEN EJECUTIVO.....	11
IMAGEN CORPORATIVA.....	13
Visión	13
Misión.....	13
Objetivos estratégicos.....	13
1. ANÁLISIS SITUACIONAL.....	14
1.1. MATRICES DE ANALISIS.....	16
1.1.1. Matriz MEFI.....	16
1.1.2. Matriz MEFE.....	16
1.1.3. Matriz MIME.....	16
1.1.4. Estrategias DOFA.....	16
2. OBJETIVOS DEL PLAN.....	17
2.1. Objetivo general.....	17
2.2. Objetivos específicos.....	17
3. MARKETING ESTRATÉGICO.....	18
3.1. Perfil del consumidor.....	18
3.1.1. Ficha de caracterización del mercado meta.....	18
3.2. Papeles de compra.....	22
4. MERCADO.....	23
4.1. Historia.....	23
4.2. Tamaño del mercado.....	25
4.2.1. Análisis del sector durante los últimos tres años.....	25
4.3. Impacto tecnológico.....	28
4.4. Competidores.....	29
4.4.1. Fuerzas de Porter.....	33
4.4.2. Matriz MPC.....	33
4.4.3. Segmentación de mercado.....	34
5. MARKETING MIX.....	36
5.1. Estrategias de producto.....	36
5.1.1. Oportunidad de mercado.....	36
5.1.2. Objetivo de mercado.....	36
5.2. Desarrollo y características de la estrategia.....	36
5.2.1. La producción.....	36
5.2.2. Líneas del producto.....	38
5.2.3. Estrategia a utilizar.....	40
5.2.4. Desarrollo de mercados.....	40
5.2.5. Colores.....	40
5.2.6. Calidad.....	40
5.3. Ficha técnica	40



F5 Producciones

5.4.	Estrategia de oferta valor.....	42
5.4.1.	Beneficios para el consumidor.....	42
5.5.	Desarrollo actividades de presupuesto.....	43
5.6.	Estrategia de branding	45
5.6.1.	Imagen corporativa	45
5.6.2.	Estrategias a utilizar.....	46
6.	POSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO.....	48
6.1.	Tipo de posicionamiento	48
7.	ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN	52
7.1.	Canal de bienes de consumo.....	52
7.1.2.	Objetivo.....	52
7.1.3.	Proceso de venta.....	52
7.2.	Transporte.....	52
7.3.	Cadena de valor.....	53
7.3.1.	Actividades primarias	53
7.3.2.	Actividades de apoyo.....	54
8.	ESTRATEGIAS DE PROMOCION Y PUBLICIDAD.....	56
8.1.	Estrategia.....	56
8.2.	Publicidad.....	56
8.3.	Público objetivo.....	56
8.4.	Material P.O.P.....	56
8.5.	Redes sociales.....	59
8.6.	Sitio web.....	60
9.	ESTRATEGIA DE PRECIO.....	62
9.1	Estrategia de precios por penetración.....	62
9.2.	Objetivo de mercado	62
9.2.1.	Objetivo de precio.....	62
9.3.	Justificación de la estrategia.....	63
9.4.	Descuentos no promocionales.....	63
9.5.	Condiciones de pago.....	63
9.6.	Estructura de costos de producción.....	64
9.6.1.	Costos de producción del servicio.....	64
9.6.2.	Costos pre operativos.....	65
9.6.3.	Costos fijos.....	65
9.6.4.	Gastos organizacionales.....	66
10.	ESTRATEGIAS DE VENTAS.....	67
10.1.	Descripción de la estrategia.....	67
10.2.	Objetivo de mercado.....	67
10.3.	Descripción de la estructura de ventas.....	67
10.3.1.	Políticas de venta.....	67
10.3.2.	Técnica de venta con una empresa de publicidad.....	67
10.3.3.	Perfil del vendedor.....	68



F5 Producciones

10.3.4. Marketing directo.....	68
10.3.5. Objetivo y programación.....	69
11. ESTRATEGIA DE SERVICIO.....	69
11.1. Descripción de la estrategia.....	69
11.1.2. Objetivo.....	70
11.1.3. Ciclo del servicio.....	70
11.2. Triangulo del servicio.....	71
12. CONTROL Y AUDITORIA.....	73
13. ASPECTO DE COMERCIALIZACION.....	74
13.1. Agencias nacionales de vigilancia sanitaria.....	74
13.2. Impuestos.....	74
13.3. Control de precios.....	74
13.4. Restricciones de la comunicación.....	74
13.5. Registro de la marca.....	74
14. BIBLIOGRAFIA.....	76
15. ANEXOS.....	77
Anexo 1. Estudio de mercados.....	77
Anexo 2. Formato de encuesta.....	78
Anexo 3. Matriz MEFI.....	84
Anexo 4. Matriz MEFE.....	85
Anexo 5. Matriz MIME.....	86
Anexo 6. Matriz MPC.....	87
Anexo 7. Matriz DOFA.....	87
Anexo 8. Análisis financiero.....	89



F5 Producciones

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Papeles de compra Fuente los autores.....	22
Tabla 2. Equipos activos.....	42
Tabla 3. Desarrollo de actividades de presupuesto.....	44
Tabla 4. Tipo de posicionamiento.....	48
Tabla 5. Relación de gastos publicidad.....	58
Tabla 6. Plan de acción f5 Producciones.....	61
Tabla 7. Objetivo de precio.....	62
Tabla 8. Descuentos no promocionales.....	63
Tabla 9. Costos de producción del servicio de F5 producciones.....	64
Tabla 10. Costos Pre operativos.....	65
Tabla 11. Costos fijos.....	65
Tabla 12. Gastos organizacionales.....	66
Tabla 13. Perfil del vendedor de F5 producciones.....	68
Tabla 14. Objetivo y programación.....	69
Tabla 15. Cronograma triángulo de servicio.....	72
Tabla 16. Auditoría y control.....	73
Tabla 17. Matriz MEFI.....	84
Tabla 18. Matriz MEFE.....	85
Tabla 19. Matriz MIME.....	86
Tabla 20. Matriz MCP.....	87
Tabla 21. Matriz DOFA.....	87
Tabla 22. Maquinaria y equipos.....	90
Tabla 23. Equipos de oficina.....	91
Tabla 24. Capital de trabajo.....	91
Tabla 25. Activos diferidos.....	92
Tabla 26. Proceso para la grabación de un cd.....	93
Tabla 27. Presupuesto de ingresos por ventas a cinco años.....	94
Tabla 28. Organización personal mes.....	94
Tabla 29. Organización personal mes.....	95
Tabla 30. Gastos fijos de servicio de grabación.....	96
Tabla 31. Depreciación y amortización de diferidos.....	96
Tabla 32. Crédito financiero.....	99
Tabla 33. Presupuesto de costo del servicio a cinco años.....	100
Tabla 34. Estado de resultados.....	101
Tabla 35. Flujo de caja.....	102
Tabla 36. Balance general.....	104
Tabla 37. Punto de equilibrio.....	106
Tabla 38. Flujo De Caja Neto.....	107



F5 Producciones

LISTA DE GRAFICAS

Figura 1. Organigrama F5.....	15
Figura 2. Organigramas competencia.....	19
Figura 3. Proceso de segmentación.....	35
Figura 4. Proceso de grabación.....	37
Figura 5. Técnica de venta con empresa de publicidad.....	67
Figura 6. Ciclo del servicio.....	70
Figura 7. Triángulo de servicio.....	71

LISTA DE ILUSTRACION

Ilustración 1. AMG virtual.....	29
Ilustración 2. Ubicación AMG VIRTUAL.....	30
Ilustración 3. Cámara tv.....	31
Ilustración 4. Ubicación cámara tv.....	32
Ilustración 5. Audiosystems.....	32
Ilustración 6. Logo F5 Producciones.....	45
Ilustración 7. Esfero logo f5 producciones.....	57
Ilustración 8. Bolso en cambre logo F5 Producciones.....	57
Ilustración 9. Pad mouse logo F5 Producciones.....	58
Ilustración 10. Vista perfil Facebook.....	59
Ilustración 11. Vista página web F5 Producciones.....	59
Ilustración 12. Punto de equilibrio.....	106



F5 Producciones

INTRODUCCIÓN

La grabación y mezcla de audio aplicado en el ámbito comercial y/o publicitario ha utilizado técnicas convencionales desde que estas se han implementado en Colombia, desde ese momento ha sido muy poco el material grabado con otro tipo de técnicas las cuales hacen de este servicio, algo innovador, llamativo, que muestre una visión y percepción diferente a los métodos de grabación actual.

El presente proyecto de grado pretende desarrollar las aplicaciones y manejos que puedan tener este tipo de grabaciones en el ámbito comercial y/o publicitario como pueden ser la grabación de una canción, un jingle musical, y una cuña radial de un grupo comercial.



F5 Producciones

RESUMEN EJECUTIVO

F5 Producciones. Será una empresa dedicada al audio y video ubicada en la ciudad de Bogotá, siendo la creación de jingle musicales su principal actividad las cuales irán dirigidas a empresas de audio y video, artistas y productores musicales.

En F5 se caracteriza por ofrecer a sus clientes trabajos de alta calidad, ya que contaremos con equipo de última tecnología para la elaboración de los jingles, ofreceremos gran respaldo y garantía de los servicios vendidos a nuestros clientes, siendo estas grandes ventajas que nos diferencian del mercado actual.

Nuestra empresa tiene como objetivo Incursionar en el mercado nacional con productos y servicios de calidad, contando con un excelente recurso humano y con productos de calidad, brindando para ellos equipos de última tecnología y así lograr nuestro posicionamiento.

Realizar los mejores jingles musicales y comerciales, entregándolos a tiempo y con excelente calidad para así lograr reconocimiento.

F5 contara con un gerente general el cual estará a cargo de los clientes y manejo de la empresa, estará siempre al tanto de cada uno de los servicio solicitados y será quien se encargue de dar el visto final cada una de los servicio ya listos para ser entregados al cliente.

Se contara también con personas expertas en el tema de sonido, arreglos musicales, entre otros. Aunque este tipo de personal no estará incluido en el nomina, se les pagara por trabajo o labor, sin dejar a un lado la posibilidad de ser contratados directamente.

El capital que se utilizara para esta inversión es \$ 5.000.000 por parte de los socios y \$25.000.000 los cuales serán financiados en dos bancos.

Pensando el impacto ambiental F5 estará comprometido con el medio ambiente mediante la reutilización de materiales, tales como papel reciclable entre otros, esto no generara desperdicio alguno y aportara un gran porcentaje a la naturaleza. En algunas ocasiones se han realizado exposiciones para dar a conocer a F5, con la acogida de las personas que fueron invitadas. Y gracias al desarrollo de estas se han elaborado nuevos cambios para fortalecer y mejorar nuestra empresa.



F5 Producciones

Hoy contamos con nuevas expectativas y nuevos caminos para realizar nuestras metas y todo eso gracias a los consejos que nos han brindado tanto amigos como docentes.

Se realizó un análisis de la empresa desarrollando diferentes matrices como lo son:

- Matriz MEFI: Caracterización de fortalezas internas de la empresa.
- Matriz MEFE: Caracterización de oportunidades y amenazas.
- Matriz MIME: Obtención de posición estratégica recomendada.
- Matriz DOFA: Análisis del macro y microambiente corporativo.
- Matriz MPC: Análisis de la competencia y sus factores claves de éxito.
- Matriz DOFA: Análisis de estrategias para mejorar la funcionalidad de la empresa

Al realizar las diferentes matrices y luego de su respectivo análisis, podremos implementar y desarrollar estrategias que permitan a F5, darse a conocer en un mercado más específico, como atacaremos a nuestra competencia, como atraeremos a nuestros posibles clientes, que tipo de publicidad podremos manejar, para así, de esta forma lograr posicionarnos como una empresa sólida y competitiva en el mercado.



F5 Producciones

IMAGEN CORPORATIVA

MISIÓN

F5 organización colombiana dedicada a la creación de jingles musicales para comerciales de radio y televisión, bases de audio y video para personas que buscan dejar su huella en el camino, o quienes no se conforman con lo convencional.

En f5 nos destacamos por manejar siempre equipos de última tecnología y la más avanzada técnica de grabación, para contribuir en el desarrollo de nuestra sociedad.

VISIÓN

En el año 2022 f5 será la organización colombiana líder en el mercado audiovisual y comercial de jingles profesionales, posicionándonos como la mejor empresa del país, estando en continuo crecimiento. Contribuyendo así a la generación de empleo para mejora de la economía colombiana.

OBJETIVOS ESTRATEGICOS

- Prestar servicios de audio y video a empresas de publicidad, artistas, y productores musicales, cumpliendo a cabalidad sus requerimientos con el fin de lograr fidelidad, hacia este tipo de segmento meta.
- F5 pretenderá incrementar en un 4% la participación de la empresa en el mercado local (Bogotá D.C), e incursionar nuevos mercados a partir del resultado de investigaciones previamente realizadas.
- Aumentar la rentabilidad de F5 producciones en un 8% para el año 2013.
- Desarrollo de nuevas técnicas para las grabaciones y de esta forma reducir el tiempo de entrega de nuestro producto final.



F5 Producciones

1. ANÁLISIS SITUACIONAL

F5 nace el año 2009 como un emprendimiento productivo, direccionándolo pasó a paso con adquisición de nuevos conocimientos universitarios, los cuales nos llevaran a aproximarlos a un nivel de acomodamiento, para lo laboral y estudiantil. La tarea principal de este emprendimiento, fue para la creación de jingles comerciales para empresas bogotanas (B2B), y empezar así a tener una nueva imagen corporativa en el mercado, y como un complemento a este emprendimiento son las ganas y fuerza de voluntad que se han puesto para así tener éxito.

En algunas ocasiones se han realizado exposiciones para dar a conocer a F5, con la acogida de las personas que fueron invitadas. Y gracias al desarrollo de estas se han elaborado nuevos cambios para fortalecer y mejorar nuestra empresa. Como valor añadido, F5 se destacara por manejar siempre equipos de última tecnología y la más avanzada técnica de grabación, para contribuir en el desarrollo de nuestra sociedad.

Una de las ventajas competitivas es diseñar y desarrollar nuestro propio mundo digital en donde nuestros clientes tienen la oportunidad de interactuar con dicho mundo, en el cual nuestros clientes estén satisfechos de su producto.

Know how Para F5 es muy importante contar con personal de alto rendimiento, lo cual exigirá experiencia, creatividad, espontaneidad, honestidad frente a los servicios que el posible cliente desee.

F5 cuenta con un personal altamente calificado, Luis Bermúdez. El está preparado en conocimientos de audio y video con una trayectoria de:

4 años y 6 meses trabajando con la orquesta internacional TUPAMAROS.

4 años y 6 meses trabajando como asistente de edición en el programa Colombia Tropical emitido los días domingos por el CANAL 1. (Créditos al final del programa)

2 años desempeñándose como ingeniero de sonido en la empresa AUDIO SYSTEMS Colombia.

Sergio Torres Arismendi. El está preparado en conocimientos en el sector financiero con una trayectoria de.

Experiencia en el ámbito musical como músico percusionista.

Estudios de asesoría comercial y administración de actividades financieras en el SENA.

2 años de experiencia ejerciendo este último título mencionado con la entidad financiera AV VILLAS.

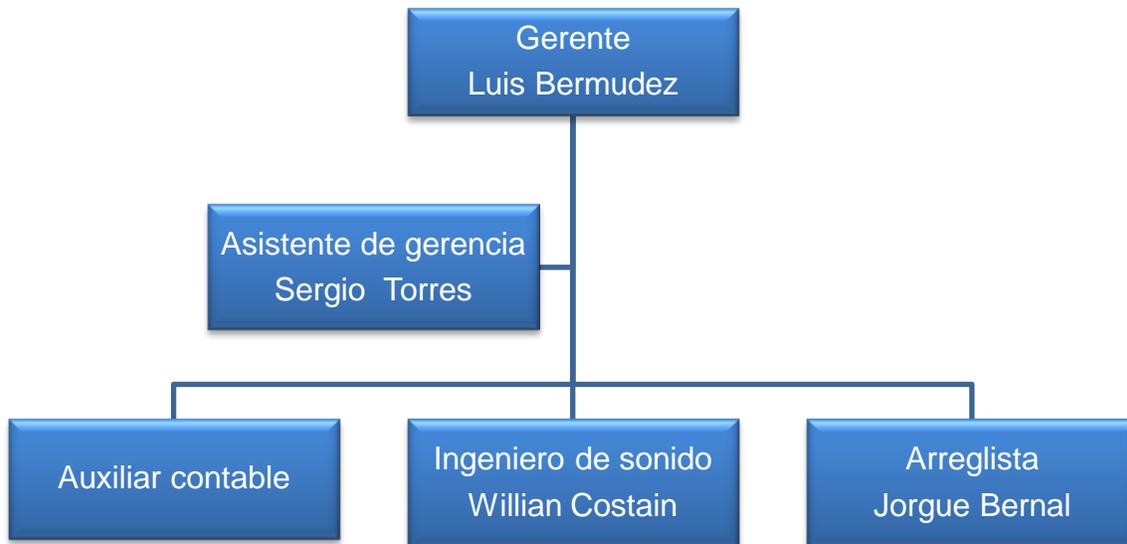


Figura 1. Organigrama F5 producciones.

Estas empresas utilizan tecnología en equipos de gama alta (tecnología de punta) para minimizar tiempo en la creación de jingles comerciales, pistas, demos entre otros, utilizan estudios de grabaciones apropiados con elementos esenciales como:

- espuma para insonorizar.
- puertas de perfección acústica.
- monitoreo estéreo para retroalimentación musical.
- backline (instrumentos de acuerdo a la grabación).
- computadores con interfaces de acuerdo al sistema operativo (Windows o Mac os).
- consolas análogas de no más de 16 canales y 4 sub máster-
- microfoneria especial para cada instrumento, y son utilizados por ingenieros altamente calificados para una mejor conceptualización.



F5 Producciones

1.1 MATRICES DE ANÁLISIS

1.1.1 Matriz MEFI

De acuerdo a los factores internos que influyen en el desarrollo de F5 producciones y tomando como referencia la matriz de evaluación de los factores internos (MEFI), donde se determina que la ponderación realizada en cada una de las variables resalta con el resultado del entorno para F5 producciones es de 3,46, lo cual nos muestra un favorable análisis de fortalezas como lo son 12% la tecnología de punta, 11% el personal altamente calificado y 10% la investigación de mercados la cual se está realizando con profundidad, las cuales se utilizarán como base para contrarrestar debilidades como, la forma de pago del servicio, entre otras que surjan a través del proceso de investigación.

1.1.2 Matriz MEFE

El resultado de factores externos para F5 producciones es de 2,28 lo cual nos muestra un gran reto para este proyecto ya que nos encontramos con una competencia con una alta trayectoria, reconocimiento, solvencia económica y financiera que exige este mercado, un portafolio de servicios favorables para cada una de estas empresas, pero también encontramos puntos a favor los cuales se utilizarán para contrarrestar las amenazas anteriormente mencionadas.

1.1.3 Matriz MIME

Para F5 producciones el resultado de esta matriz, es de crezca y desarróllese, lo cual nos permitirá tomar decisiones relevantes para un sólido crecimiento y así mismo determinar estrategias de mercado contundentes que posicionen a F5, en el actual mercado.

1.1.4 Estrategias DOFA

Las principales debilidades para F5 producciones, aparte de ser un proyecto que está incursionando en el mercado, presenta aspectos como, competidores con alta trayectoria, con un amplio portafolio de servicios, y con una gran participación pretende fortalecer las estrategias publicitarias para de esta forma empezar a atraer nuestro mercado meta.

- Tecnología de punta
- Personal altamente calificado
- Enfoque publicitario
- Comisiones por ventas



F5 Producciones

- Amplio portafolio de servicio
- Servicio al cliente

2. OBJETIVOS DEL PLAN

2.1 Objetivo General

Implementar el uso de diferentes técnicas de grabación y mezcla, con el desarrollo que estas requieren para el ámbito publicitario y/o comercial durante la vigencia del año 2013.

2.2. Objetivos Específicos

- Obtener información y analizar las problemáticas que tienen los clientes cuando necesitan este servicio y así poder satisfacer sus necesidades.
- Brindar a nuestros clientes la información clara y exacta de los equipos de última tecnología y el nivel profesional del personal con el que contamos.
- Realizar los mejores jingles musicales y comerciales, entregándolos a tiempo y con excelente calidad para así lograr reconocimiento.
- El personal de F5 maneja excelentes relaciones interpersonales que les permitan a sus clientes establecer sus ideas y estrategias en el desarrollo de los productos.
- Brindar soluciones prácticas y rápidas a nuestros clientes en el desarrollo de sus productos.



F5 Producciones

3. MARKETING ESTRATÉGICO

3.1. PERFIL DEL CONSUMIDOR

3.1.1. FICHA DE CARACTERIZACION DEL MERCADO META

Demográficas

Tamaño de la compañía

F5 estará segmentando su mercado en su fase inicial a empresas de publicidad, audio y video, los cuales se estudian los diferentes tipos de variables como los son:

El tamaño de F5 producciones para su inicio será como una micro empresa local puesto que contaremos con menos de 10 empleados y estará ubicada en la ciudad de Bogotá.

Ubicación

Demográficamente las empresas, a las cuales F5 incursionara principalmente serán ubicadas en la ciudad de Bogotá (Colombia), y se tomaran como una concentración especifica la zona norte (Chapinero). Encontradas en e esta zonas 10 empresas de publicidad dedicadas también a la prestación de audio y video.

Estructura Organizacional

La estructura organizacional de las empresas estará constituida por:

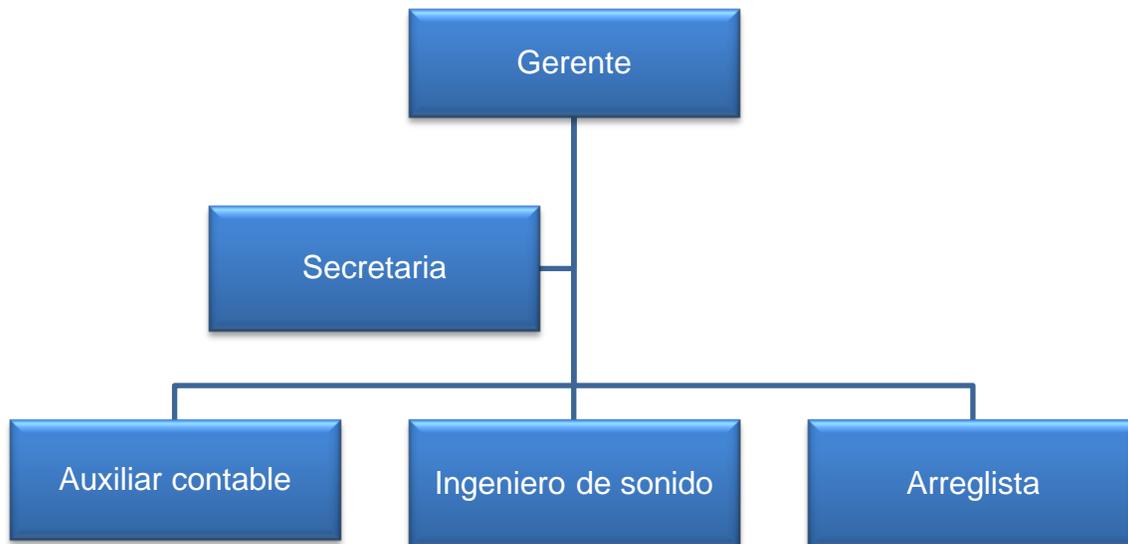


Figura 2. Organigramma competencia

Tipo De Empresa

F5 busca incursionar en la ciudad de Bogotá, nuestros clientes serán micro empresas puesto que sus activos no son mayores a 500 salarios mínimos legales vigentes, ya que estas empresas tienen activos desde 6.000.000 millones de pesos hasta 37.000.000 millones de pesos, y su personal máximo es de 10 empleados.

Las empresas están clasificadas como: prestadoras de servicios, con código CIIU número O921402 ante la cámara de comercio de Bogotá, Servicios proporcionados por autores, compositores, escultores, artistas de espectáculos y otros artistas a título individual.

Variables Operativas

Tecnología

Estas empresas utilizan tecnología en equipos de gama alta (tecnología de punta) para minimizar tiempo en la creación de jingles comerciales, pistas, demos entre otros, utilizan estudios de grabaciones apropiados con elementos esenciales como: espuma para insonorizar, puertas de perfección acústica, monitoreo estéreo



F5 Producciones

para retroalimentación musical, backline (instrumentos de acuerdo a la grabación), computadores con interfaces de acuerdo al sistema operativo (Windows o Mac os), consolas análogas de no más de 16 canales y 4 sub máster, microfoneria especial para cada instrumento, y son utilizados por ingenieros altamente calificados para una mejor conceptualización.

Capacidad del cliente

En cuanto a la capacidad de pago de nuestros clientes, es muy relativa puesto que se estima un costo de acuerdo a su orden de compra y esto puede estar en un rango de 800.000 mil pesos, por un jingle comercial y hasta 4.000.000 por grabación de una canción. También se pueden manejar costos de acuerdo al tiempo de grabación (horas de grabación). Los cuales son manejables

Factores Circunstanciales

Para F5 producciones este nivel de urgencia seria dado por parte de las empresas dedicadas a la publicidad, puesto que nuestros posibles clientes directos, son aquellas que planean minuciosamente la prestación de este tipo de servicio.

Dado el hecho que las empresas publicitarias no puedan cumplir a tiempo con su trabajo, ya sea porque tienen exceso de trabajo o sus instalaciones no pueden con la demanda de sus clientes, y decidan buscar una empresas como F5 para que realice el trabajo, una de nuestras estrategias de venta no será el atacarlos con precios elevados, ni muy bajos, ya que seriamos vistos como si nos aprovecháramos de la situación de esta empresa, y puesto que F5 es una empresa que está incursionando en el mercado, debemos tratar de incentivar a las empresas que nos subcontratan para así tratar de lograr fidealizar esa parte del mercado.

Enfoque Del Proceso De Compra

Proceso de compra

- Nuestro cliente tiene la idea de una nueva canción, o jingle comercial.
- Pregunta, recolecta información de los estudios de grabación o empresas de publicidad en Bogotá.
- Reúne las propuestas entregadas, y las evalúa.
- Escoge la mejor propuesta.
- La empresa que tiene el contrato por medio de tercerización, busca a F5 producciones para hacer la parte musical.



F5 Producciones

- Se firma un contrato por prestación de servicios musicales a favor de la empresa publicitaria.
- F5 como subcontratado expide una póliza, de cumplimiento ante la empresa de publicidad.
- F5 realiza la prestación del servicio, en el tiempo pactado.

Estructura De Poder

Para este punto la estructura de poder se puede generar de acuerdo a la necesidad, si es un joven que quiere presentar un demo musical, quien decide el lugar y el costo que está dispuesto a pagar por el servicio, son sus padres, si es una empresa de publicidad quien decide la compra es el administrador, y si es un cantautor, quien decide es su casa disquera.

Criterios De Compra

Dichos criterios son basados en el conocimiento que tienen los clientes, a la hora de tomar el servicio con la mejor propuesta: tipo de equipamiento en el estudio de grabación, localización del estudio, estructura y adecuamiento, y reconocimiento del grupo de trabajo.

Lealtad

Por lo general en este tipo de mercado no se utiliza mucho este término puesto que se le solicita el trabajo a quien mejor tenga una propuesta por el trabajo.



F5 Producciones

3.2. Papeles De Compra

Papel	Agente
Iniciador	Personas que quieren grabar (canción, jingle,)
Influenciador	Empresas de publicidad
Quien decide	Persona quien utilizara el servicio terminado
Comprador	Encargado de manejar presupuestos (familia, casa disquera)
Usuario	La misma persona quien decide la compra

Tabla 1. Papeles de compra Fuente los autores

El poder de compra para este servicio este dirigido a un segmento determinado de consumidores, puesto que no es un servicio de primera necesidad, y es por ende requiere de una mano de obra especializada con costos que pueden oscilar entre \$ 800.000 y 4.000.000 millones de pesos.

De igual forma este servicio presenta declives en sus ventas entre los meses de enero a mayo y agosto a noviembre, puesto que en los meses de diciembre y julio, los artistas buscan estas épocas en las cuales tienen más captación, de su público objetivo ya que la mayoría de estos se encuentran en recesos, tanto laborales como educativos.



F5 Producciones

4. MERCADO

4.1. Historia

Grabación Del Sonido

El Porqué

Al ser humano siempre le ha obsesionado la idea de dejar una huella de sus actividades. La memoria visual encontró un soporte hace milenios -las pinturas de Altamira dan elocuente testimonio de ello -, pero la memoria auditiva tuvo que esperar hasta el siglo XIX para conocer el suyo. Del fonógrafo al MINIDisc, pasando por el gramófono y el reproductor de disco compacto, sólo en un siglo, la reproducción del sonido ha alcanzado su perfección gracias a las técnicas digitales.

Historia

En 1881 Thomas Edison (1847-1931) creó un aparato capaz de transformar la energía acústica en mecánica: el fonógrafo. Los sonidos se grababan en un cilindro de cera; para escucharlos, una aguja, unida a un audífono de considerable diámetro, debía recorrer los surcos para poder recoger las ínfimas vibraciones allí escritas. En 1888, Emile Berliner (1851-1921) terminó su gramófono, en el que el cilindro de Edison era sustituido por un disco. Gracias a las válvulas electrónicas, inventadas en 1925, fue posible amplificar el sonido antes y después de grabar disco.

Basándose en una idea lanzada en 1888 por el estadounidense O. Smith, el danés Valdemar Poulsen (1869-1942) patentó en 1900 el telegráfico, que grababa los sonidos en un hilo de metal que se desplazaba entre polos de un electroimán.

Nació así la grabación magnética. El alemán Pfeumer hizo más práctico el procedimiento al inventar en 1928 la primera banda magnética con base de papel, a la que sucedería una banda de plástico recubierta por una capa ferro magnético. A pesar de estos progresos, hasta la Segunda Guerra Mundial no se perfeccionaron los procedimientos mecánico y magnético, gracias a los discos de vinilo de los 16, 33 y 45 revoluciones por minuto (1948, disco de microsurcos de larga duración; 1958, disco estereofónico). Para la grabación se emplea un disco de aluminio recubierto de acetato y buril (rubí tallado) que se desplaza según las vibraciones sonoras. En 1965, apareció la cinta magnética, con distintos formatos. Hoy en día, para la grabación del sonido se emplean esencialmente dos técnicas:



75 Producciones

la grabación por rayo láser y el procedimiento magnético. Asistimos también al desarrollo de tratamiento digital de señales por medio de microprocesador.

El proceso de transformación de energía acústica en mecánica y magnética se basaba en un procedimiento analógico. Las vibraciones producidas por los sonidos eran representadas por surcos y niveles de imantación cuyas variaciones eran semejantes a las de los sonidos percibidos. En micrófonos y altavoces pronto hubo enormes progresos. Sin embargo, los soportes, (pre) amplificadores y cables seguían alternando el sonido original. Los ingenieros intentaron solucionarlo aplicando el principio del ordenador a la reproducción sonora.

En los sistemas digitales, se toman muestras del sonido hasta 48.000 veces por segundo. Las características de cada una de estas “porciones” de sonido se convierten en largas series intangibles de 0 y 1. El disco compacto y la cinta de audio digital (DAT) son lo más avanzado en el campo de la alta fidelidad, además de técnicas como el surround sound (sonido envolvente) y el tratamiento digital de las señales.

El Disco Compacto

Este pequeño disco plateado de 12 cm constituye en realidad un subproducto de videodisco que fue inventado por Philips en 1976. En 1980 Philips y Sony (que contribuyó a la elaboración de los sistemas de corrección de errores y modulación) presentaron un procedimiento de grabación óptica que iba a modificar, no sólo la cadena HIFI, sino también las técnicas de grabación de datos. Las cadenas de “porciones” de sonido (series de 0 y 1) se almacenan en el disco en forma de superficies y surcos microscópicos (milésimas de grosor de un cabello). Se completan con datos de servicio. El disco compacto también llamado Compact Disc, que tiene un grosor total de 1,2 mm, está constituido por una base de cloruro de polivinilo con microsurdos, recubierta a su vez por una capa de aluminio reflectante. Esta última refleja el rayo láser producido por el emisor del reproductor de CD. La reproducción se realiza desde el centro (500 r`,) hasta la periferia (200 rpm) con una densidad de información que resulta sesenta veces mayor a la de un disco analógico. El CD requiere un convertidor digital analógico, con el fin de que las señales recogidas por los rayos láser puedan ser transmitidas a los dispositivos analógicos y de aquí a los altavoces (las vibraciones de sus membranas son transmitidas al aire y a continuación a nuestro tímpano.) Con este sistema, la transmisión resulta perfecta.



F5 Producciones

Utilización De La Música

Este tipo de música mueve millones cada año, es la más rentable, tiene pocas utilidades a parte de la suya propia, ser escuchada, puesto que ese es su fin, su venta para su utilización, pero también, adaptando algunas canciones originales se consigue música para anuncios o programas de radio o televisión

4.2 Tamaño Del Mercado

4.2.1 Análisis del sector durante los 3 últimos años

Antecedentes en la información e investigación del sector

Dada la evidente importancia de las industrias culturales y la necesidad de consolidar bases para la actuación del Estado, la evaluación de las políticas públicas y la toma de decisiones por parte de los actores privados, se torna cada vez más apremiante construir información sobre el sector cultural. Son varios los avances que se han dado en esta dirección, con la realización de investigaciones sectoriales que han permitido profundizar en las debilidades y fortalezas de estos sectores. A continuación hacemos mención de algunos de los avances en el campo de la investigación del sector.

Algunas investigaciones han conducido a la formulación de políticas culturales que han incidido positivamente en los sectores que ellas tenían por objeto. Tal es el caso de la investigación contratada con FEDESARROLLO, denominada “Impacto del sector cinematográfico sobre la economía colombiana: situación actual y perspectivas”, la cual dio lugar a la Ley 814 de 2003 o Ley de Cine, que ha permitido crear un fondo parafiscal para el desarrollo de esta industria. Esta ley posibilitó potenciar este sector y condujo a los resultados positivos que se observan en la actualidad. Otra iniciativa del sector cultural que resultó en la elaboración y expedición de una ley con grandes beneficios para un sector específico, se encuentra en el caso del sector editorial. La Ley 98 de 1993 o Ley del Libro, impulsada por el estudio respectivo, determinó acciones concretas para estimular la producción y la exportación de libros colombianos. Existen también otras investigaciones, que aunque no han dado lugar a la formulación de leyes, sí han sido útiles para el conocimiento del sector y el fortalecimiento de un sistema de información que facilitará la toma de decisiones, tanto por parte del sector privado en materia de inversión, como del sector público en lo que se refiere a políticas de apoyo. Desde el año 2003, el Ministerio de Cultura ha implementado



F5 Producciones

como uno de los principales proyectos dirigidos a la caracterización y el soporte informacional del sector, el Sistema Nacional de Información Cultural -SINIC-. Este sistema se ha propuesto ser el instrumento integrador de la información del sector cultural, generada por los agentes, redes y sistemas, mediante su procesamiento, consolidación, interpretación, análisis y difusión, para apoyar los procesos de toma de decisiones en materia cultural en los diferentes niveles de la administración pública, y para fortalecer así el conocimiento ciudadano en los temas relativos al sector cultural y su institucionalidad. Igualmente, esta institución ha promovido varias investigaciones sobre las áreas de su competencia, entre las cuales se encuentran: *Impacto económico de las industrias culturales en Colombia* realizado por el Ministerio de Cultura en asocio con el Convenio Andrés Bello, *Impacto del sector fonográfico en la economía colombiana* contratado por el Ministerio de Cultura en asocio con Asincol y el Convenio Andrés Bello y realizado por Luis Alberto Zuleta y Lino Jaramillo, *la Guía para la elaboración de mapeos regionales de industrias creativas* contratada por el Ministerio de Cultura y realizada por el CRECE, así como el estudio *Diagnóstico económico de los espectáculos públicos de las artes escénicas en Bogotá: teatro, danza, música y circo*, contratado por el Ministerio de Cultura, el Convenio Andrés Bello y el Instituto Distrital de Cultura y Turismo, realizado por el CEDE.

Agenda Interna para la Productividad y la Competitividad

SERIE DOCUMENTOS SECTORIALES. Cultura, publicidad y medios Las dos primeras se concentraron en determinar respectivamente el peso de la industria cultural y de la industria fonográfica dentro de la economía nacional o su aporte al PIB, y proporcionaron información relevante sobre el funcionamiento de estos sectores y sus especificidades, de manera que dieron mayores luces para la toma de decisiones en materia de políticas públicas Entre los resultados que produjeron estas investigaciones está, por ejemplo, la decisión de construir la Cuenta Satélite de Cultura (CSC), como un sistema de información económica confiable sobre las industrias culturales, en la medida en que se construye en forma conjunta entre el Ministerio de Cultura y el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Dane), organismo rector a nivel nacional en materia de información económica. Además, será un soporte informacional de carácter continuo, que ofrecerá resultados anuales comparables, en la medida en que implica la estandarización de una metodología de medición económica del sector cultural. Por su parte, la *Guía para la elaboración de mapeos regionales de industrias creativas* responde a las dificultades que se han encontrado durante el proceso de construcción de la Cuenta Satélite, principalmente la falta de información relativa a las actividades del sector. Con esta Guía se pretende descentralizar el debate alrededor de las industrias creativas y proveer una herramienta para que las propias regiones tengan la capacidad de realizar los diagnósticos de sus sectores creativos y llenen



F5 Producciones

los vacíos que en materia de información aún se presentan en el marco central del sistema de cuentas nacionales del Dane. Es igualmente importante hacer mención de los esfuerzos realizados a nivel local sobre investigación del sector cultural. La Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte, por sólo nombrar un ejemplo, ha contratado investigaciones como las siguientes: *El consumo cultural en Bogotá: experiencias culturales y estéticas : Ver, sentir, pensar*, realizada por Helena Useche, *Mercado laboral artístico - oferta y demanda*, realizado por la Universidad del Rosario y *Diagnósticos culturales locales*, realizada por la Universidad Nacional de Colombia e Ismael Ortiz. Los organismos internacionales, además de apoyar la realización de investigaciones por parte del Estado a nivel nacional y local, han proporcionado ellas mismas investigaciones importantes del sector. Tal es el caso de la investigación realizada por la CEPAL y dirigida por Jorge Katz *Tecnologías de la información y la comunicación e industrias culturales: una perspectiva latinoamericana*. Finalmente, la normatividad en lo referente a políticas culturales que propenden por el desarrollo de la productividad y la competitividad del sector, tiene su principal sustento en la Ley General de Cultura (397/97), en el “Plan Nacional de Cultura (PNC) 2001-2010 – Hacia una ciudadanía democrática cultural. Un plan colectivo desde y para un país plural” y en el documento Conpes 3162 “Lineamientos para la sostenibilidad del PNC 2001-2010”. Todos estos documentos sientan las bases fundamentales de las políticas dirigidas al sector cultura y sus industrias creativas y, como se mencionó arriba, tienden a generar una armonización con leyes específicas de apoyo al desarrollo empresarial. Éstas son las bases sobre las cuales se ha articulado buena parte del desarrollo de las políticas en el sector, a saber, los planes prioritarios de música, lectura y bibliotecas y, recientemente, el plan para las artes y el de medios ciudadanos, éste último en etapa de construcción.

Aproximación Al Estado Actual Del Sector

Las principales industrias de los sectores cultura, Publicidad y medios aportaban en el año 2000 el 1,67% del Producto Interno Bruto (PIB) y para esos mismos años, las tasas de crecimiento de varios de sus subsectores, entre ellos los servicios 5 Estimaciones de la Cuenta Satélite de Cultura, Dane, Ministerio de Cultura. En la estimación de la participación del sector cultural en el PIB se consideran únicamente las actividades culturales “directas”.

Diagnóstico del Sector Cultura, Publicidad y Medios de Comunicación de edición e impresión, de publicidad y de producción cinematográfica, fueron igualmente significativas, con un ritmo de 3% a 4% aún en un momento en que la economía nacional apenas se recuperaba de la crisis de finales de los 90. En general, las actividades e industrias creativas son muy heterogéneas y tratar a cada uno de sus subsectores bajo la misma sombrilla no resulta sencillo, pues tienen distintos



F5 Producciones

grados de desarrollo y su situación en unos casos es crítica, mientras que en otros presenta mayor grado de desarrollo y formalidad. La industria fonográfica es, por ejemplo, una de las que presenta las mayores dificultades: en efecto, la actualización en nuevas tecnologías y la lucha contra la piratería se constituyen en las principales estrategias para lograr detener la caída en las ventas en una época en la cual la inevitable globalización ha incidido en la concentración de la oferta en las llamadas industrias mayores, las grandes compañías del mercado de fonogramas. En este sentido BMG, Time-Warner, EMI y Vivendi-Universal, que controlan el 75% del mercado mundial, están altamente internacionalizadas y poseen filiales en todos los mercados importantes

4.3. Impacto Tecnológico

Para f5 el impacto tecnológico influye de manera directa ya que de esta depende la razón de ser del proyecto. Para empezar debemos tener un estudio de grabación que cumpla con las condiciones y exigencias mínimas para la creación de cualquier proyecto, no solo en la comodidad de las instalaciones sino en los equipos que utilizaremos como herramienta fundamental para prestar un servicio ágil y oportuno.

A parte de los equipos de última tecnología f5 producciones contara con una página web donde los clientes puedan tener un concepto más global, una mejor percepción en cuanto comunicación puesta que esta se presta para podernos contactar más fácilmente, dar sus opiniones y sugerencias. Aprovechar esta tipo de tecnología que nos dará a conocer a más profundidad con nuestros clientes y así mismo darnos a conocer cada vez más hacia nuestro mercado meta.



F5 Producciones

4.4 Competidores

Luego de la investigación de mercados, a nuestros competidores encontramos las siguientes empresas:

Competencia 1:

AMG. (Conocida como Digidesign)

En AMG nos encargamos de organizar, coordinar y dirigir a un equipo de profesionales dispuestos a asesorar y desarrollar proyectos y soluciones integrales en audio, video, iluminación, y automatización para Institutos de Educación, Estudios de Grabación, Cine, Empresas de eventos, Hoteles, Auditorios, Salas de conferencia, Salones de reunión, Clínicas, Estadios, Iglesias, Bares, Discotecas, Restaurantes, etc.



Ilustración 1. Amg virtual

Bogotá D.C.
Av. El Dorado
No. 69 A - 51
Local 102 B
Tel. 4124565 Opción 2
tienda@amgvirtual.com

Estamos búsqueda permanente de herramientas que consoliden nuestra relación; para ello hemos dotado nuestra sede con lo mejor, personal capacitado, tecnología de punta, sitio interactivo y de un Show Room con lo más destacado de nuestro portafolio de productos, facilitando la visita y conocimiento de nuestra empresa. Como valor agregado, **AMG** brinda asesoría y capacitación permanente



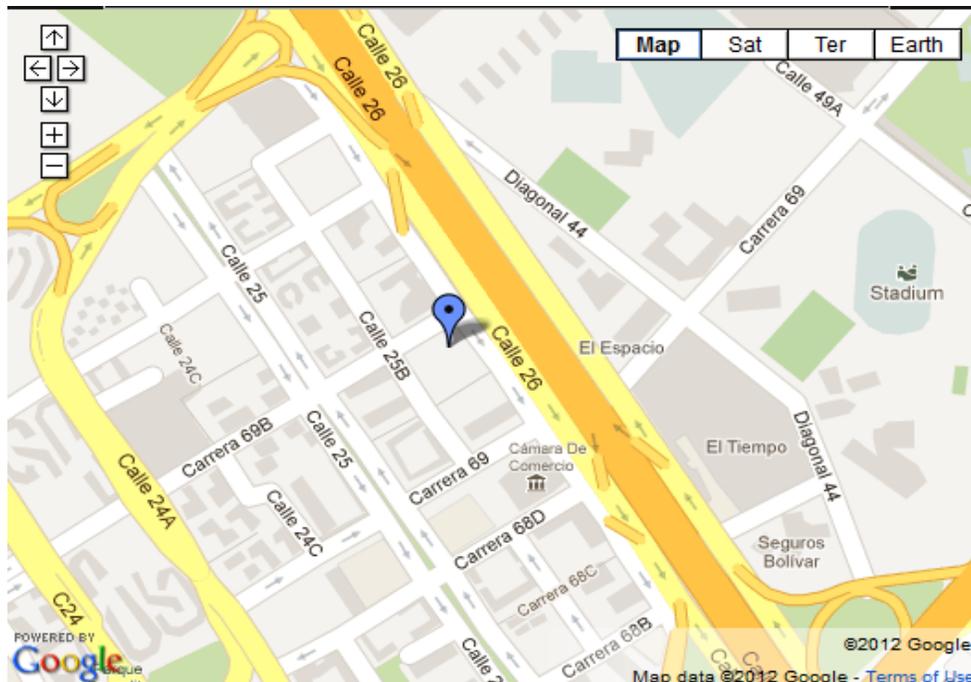
F5 Producciones

con los más destacados representantes de cada una de las marcas, y en los proyectos que desarrolla en la ciudad y el resto del país.

Somos representantes y distribuidores directos de las mejores marcas denon, b&c, digidesign, fbt, krk, furman, avalon, tannoy, akg, eaw, lab gruppen, eighteen sound, cerwin vega, coemar, countryman, slappa, control 4, whirlwind y vendedores de otras prestigiosas marcas como son: ALESIS, ALLEN HEAT, ALTMAN, AMPEG, ANCHOR, APPLE, ASHLY, AUDIO TECHNICA, AUDIX, AURALEX, AVIOM, BBE, BELDEN, BEYERDYNAMIC, BOSE, BSS, CASE logic, cerwin vega, chief, clay packy, control 4, crest audio, creston, crown, daga, da-lite, das, dbx, dod, edirol, electro-voice, epson, ev, extron, fender, focusrite, fostex, gallien-krueger, gator, genelec, general electric, giotto, gitzo, griven, high end, jbl, k&m, klark teknik, klipsh, korg, kramer, krk, lacie, le maitre, leprecon, leviton, lexicon, mackie, marantz, martin, meumann, meyer, midas, mobolaser, motu, native instruments, neumann, neutrick, nsi, numark, onkyo, ortofon, osram, panasonic, pcdj, peavey, philips, pinnacle, pioneer, polycom, powersoft, presonus, proel, qsc, quickloc, rane, rcf, roland, samsung, selenium, sennheiser, sharp, shure, sony, soundcraft, stanton, steinberg, switchcraft, tascam, tc electronic, teac, technics, telex, toa, toshiba, turbosound, ultimate, vari lite, vestax, xta, yamaha, yorkville, zoom.

Todo lo anterior esta soportado por centros de servicio autorizados, facultados para la atención y prestación de garantías que ofrecen las marcas en Colombia. Si tiene alguna inquietud o solicitud quedo en espera de poder atenderle.

Como llegar a nuestras oficinas:





F5 Producciones

Ilustración 2. Ubicación competencia

Competencia 2:

Cámara T.V, es una empresa bogotana dedicada a la grabación de audio y video. Con más de 15 años, cuenta con gran trayectoria en el mercado, y un gran portafolio de servicios entre los cuales se destacan:

- Modernas salas de edición.
- Doblaje
- Transfer
- Ayudas audiovisuales, los cuales hacen de cámara tv, uno de nuestros mayores competidores en la ciudad de Bogotá.



Ilustración 3. Cámara tv

Dirección: CR 14 77-20, Bogotá, Colombia

Teléfono: 6111000

Como llegar a nuestras oficinas:



F5 Producciones



Ilustración 4. Ubicación cámara tv

Competencia 3:

AUDIOSYSTEM'S PPS LTDA, es una compañía fundada en 1991, dedicada tanto al diseño y elaboración de Racks, "Flight cases" como a la prestación de servicios en el área de la producción técnica para eventos y grabaciones.

El objetivo de nuestra empresa es realizar un evento lleno de calidad y eficiencia que cumpla con todos los estándares y requerimientos solicitados por nuestros clientes, entregando así la plena satisfacción de los mismos.

En su búsqueda por la excelencia AUDIOSYSTEMS PPS LTDA se ha convertido en la marca favorita de Artistas Nacionales de talla internacional, al igual que las principales y más reconocidas Empresas de Cine, Televisión, Audio profesional, Iluminación, Laboratorios, Video profesional, Fuerzas militares, Backline, Agencias BTL, Productoras de Eventos, entre otras, donde se reconoce y se demuestra a nivel Nacional e

ilustracion 5. audiosystems



AUDIOSYSTEM'S PPS LTDA.
Dirección: Cll 75 # 24 - 43.
Bogotá – Colombia
Teléfonos:(57-1)3119028/29.



F5 Producciones

Internacional la calidad de nuestros productos y servicios.

4.4.1 Fuerzas de Porter

- La amenaza de los nuevos competidores: En el sector de servicios (audio y video) los competidores nuevos ingresan al mercado con grandes vacíos como lo son el poco reconocimiento en el mercado, cuentan con poco capital de trabajo y su experiencia no es la favorable para suplir los requisitos que los clientes esperan de este tipo de servicio.
- La amenaza de los productos sustitutos: El servicio de audio y video no tiene un sustituto directo lo cual hace de este un servicio de difícil acceso ya que se necesitan recursos como capital de trabajo, tecnología de punta y personal altamente calificado.
- El poder de negociación de los clientes: En este mercado un 75% de las ventas son por referidos de empresas que buscan convenios o alianzas estratégicas (empresas publicitarias) lo que facilita las negociaciones con nuestros clientes.
- El poder de negociación de los proveedores: para este mercado la materia prima surge de la calidad de sus músicos la cual después de conocer el resultado final de cada proyecto nos dejara muy bien referenciado para atraer nuevos clientes y obtener mayor reconocimiento en el mercado.
- Rivalidad entre competidores: este ítem comprende varios factores como, una constante renovación tecnológica de la cual se basa esta industria, un excelente equipo de trabajo donde se demuestra la calidad, eficiencia y eficacia del servicio que se está prestando, y el servicio al cliente que es pieza fundamental para empezar a escalar y obtener un mejor participación y reconocimiento en el mercado.

4.4.2 Matriz MPC

La matriz MPC nos arroja como resultado varios factores relevantes a las hora de prestar un servicio de audio y video, puesto que nuestra competencia se a dado a la tarea de prestar una servicio que cumpla con todas las exigencias que actualmente el mercado meta pretende encontrar a la hora de solicitarlo. Para fortuna de f5 producciones no todas las empresas cumplen con este tipo de competencias, solamente Audio Systems, Digidesing y Cámara Tv



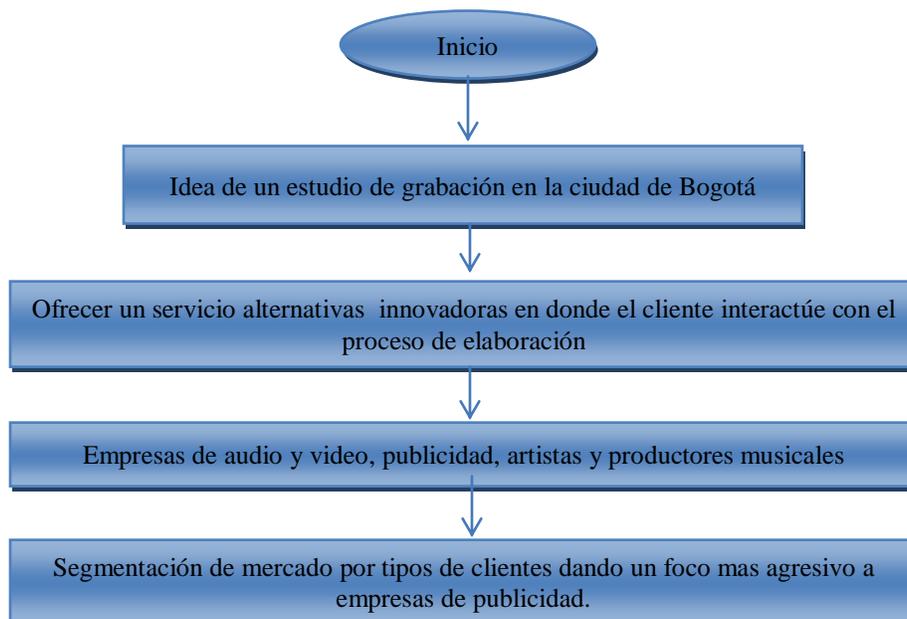
F5 Producciones

son quienes cumplen con un 90% de estas exigencias gracias a su gran trayectoria, su infraestructura, los ha hecho ganar un gran posicionamiento en el mercado. F5 Producciones lograra tener participación en el mercado a través de varias estrategias de mercadeo que nos hará sobresalir ante estos referentes competitivos ya que aparte de ofrecer un servicio de audio y video impecable esperamos brindar marca, empresa y confianza a nuestros clientes.

- Referente Competitivo: Cámara TV será el referente competitivo, ya que cuenta con un amplio portafolio en la ciudad de Bogotá, debido a su antigüedad en el mercado, su estructura organizacional definida, su gran solvencia económica, un personal altamente calificado lo cual hace que presten un gran servicio al cliente y su frecuente actualización tecnológica.
- Gaps Estratégicos: F5 hará enfoque en su publicidad y promoción para captar posibles clientes futuros. En la parte de distribución y logística se enfatizara en mejorar tiempos de entrega del servicio sin afectar la calidad del mismo. Para la parte económica F5 buscara tener siempre apoyo financiero en bancos o entidades que apoyan este tipo de industria.

4.4.3. Segmentación De Mercado

Proceso de segmentación de mercado para F5 Producciones:





F5 Producciones

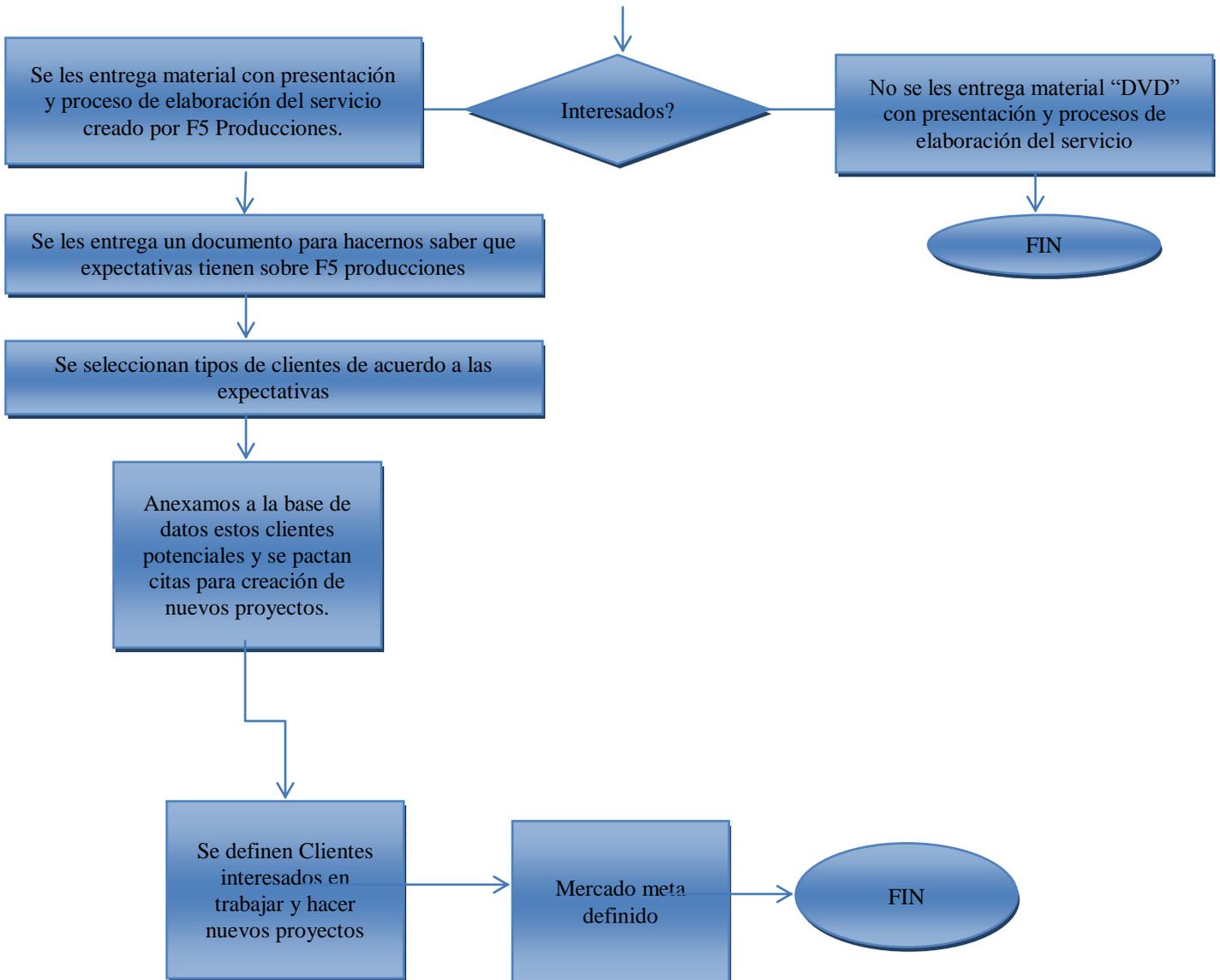


Figura 3. Proceso de segmentación



F5 Producciones

5. MARKETING MIX

5.1 Estrategia De Producto

5.1.1 Oportunidad De Mercado

F5 producciones a partir de la investigación de mercados vio la oportunidad de crear un estudio de grabación en ciudad de Bogotá dando como resultado que las empresas tradicionales de creación de audio y video tienen un modo particular de manejar el servicio al cliente donde no se interactúa de manera personalizada por su misma trayectoria y posicionamiento en el mercado. F5 ve la oportunidad de dar un plus en las relaciones personales para afianzar confianza entre cliente donde se evidencie que los clientes serán los que determinarán gran parte del proyecto que deseen realizar.

La estrategia que implementará f5 producciones será lanzamiento de producto puesto que manejaremos como base fundamental las 4 p's del marketing, ya que es necesario como primer paso tener definido nuestro mercado meta, el precio que se le va a dar al mismo, la plaza donde nos ubicaremos estratégicamente, y la publicidad que manejaremos de manera agresiva para dar a conocer las ventajas y beneficios que los clientes percibirán al momento de elegirnos de principio a fin donde nos enfocaremos en darle protagonismo a estos mismos.

5.1.2 Objetivo De Mercadeo

Crear un portafolio de productos, teniendo en cuenta las exigencias, expectativas y necesidades del mercado.

5.2. Desarrollo Y Características De La Estrategia.

5.2.1. La Producción.

Para f5 producciones es importante desarrollar una producción de muy buena calidad en la parte sonora de nuestro servicio, rapidez en la entrega pero sin afectar la calidad del mismo, manejando relaciones interpersonales con los funcionarios para no sea afectado dicho proyecto a ejecutar. Hacer participe a nuestro cliente en cada grabación programada.



F5 Producciones

- Proceso de grabación:

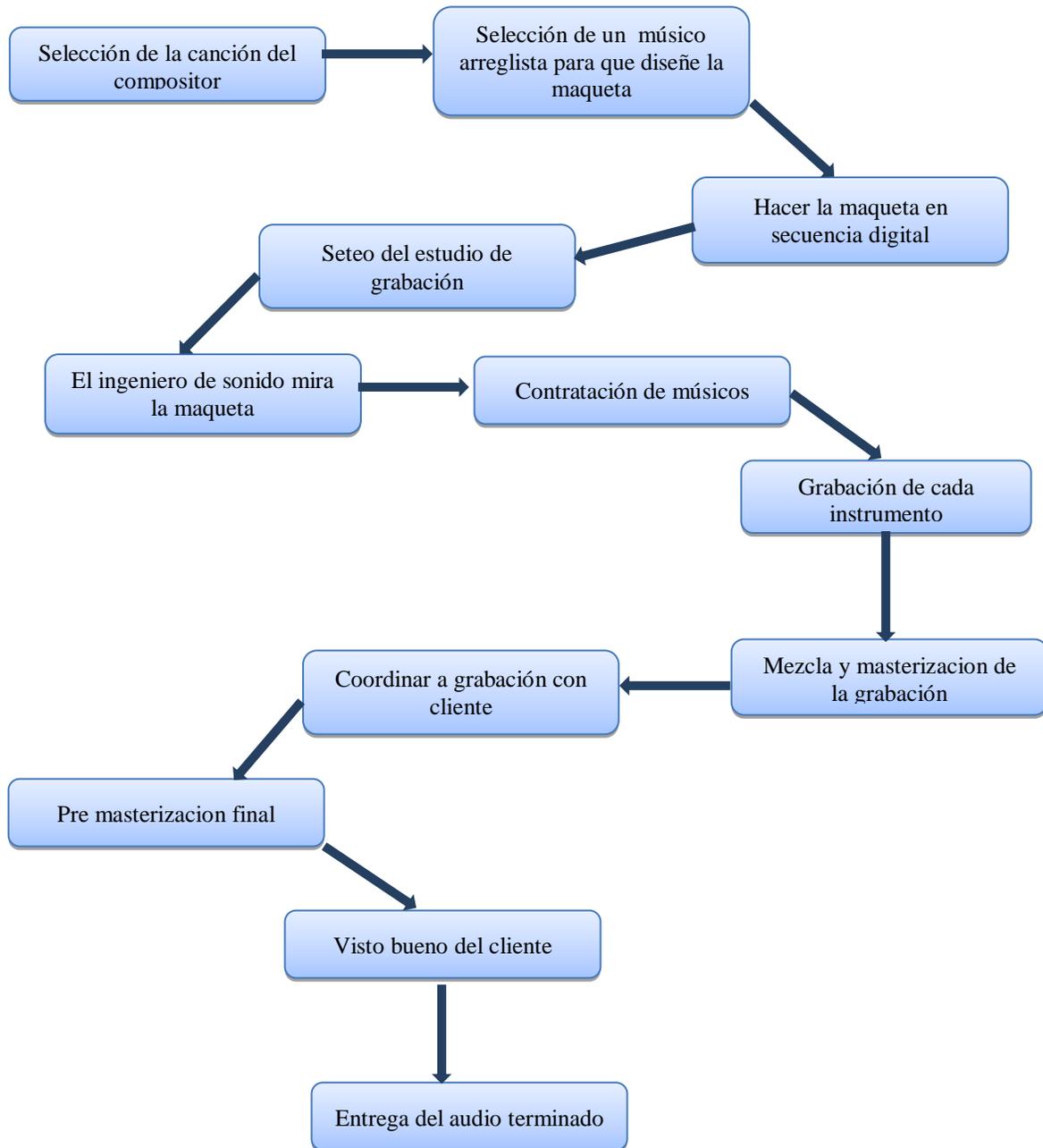


Figura 3. Proceso de grabación



F5 Producciones

5.2.2. Líneas Del Producto

Portafolio.

El portafolio para f5 producciones en la grabación de audio (jingle musicales y canciones)

Tipos De Audio Publicitario

En el campo sonoro de la publicidad existen variadas formas de “mensaje publicitario”. Estos difieren entre sí por el instrumental grabado y mezclado, su duración y el medio por el cual será transmitido. Sin embargo, su rango se puede ampliar al mezclar el sonido con la imagen como en la televisión o internet. De esta manera, muchas características de mensajes publicitarios sonoros tienen una analogía en el campo audiovisual, siendo su única diferencia el medio. Dentro de ese campo se mueven las plataformas digitales y análogas de grabación y mezcla encargadas de capturar la esencia del mensaje. Esto da un margen muy amplio para catalogar los audios publicitarios pues de todas esas variables pueden resultar muchas categorías. Sin embargo, fueron objeto de estudio para el presente proyecto los más usuales en el ámbito comercial dado el interés del proyecto por este ámbito.

Jingle:

El jingle es un audio publicitario muy corto que consiste en un eslogan, una melodía y por lo general un mensaje cantado usado frecuentemente en radio y televisión. La eficacia de un jingle es esencial porque tiene que imprimirse en la memoria de quien lo escucha. Por esa razón, éstos son encomendados a profesionales en el campo de la publicidad y la música que a su vez se encargan del proceso de composición, grabación, mezcla y masterización. Sus inicios se remontan hacia 1940 cuando se transmitió a nivel nacional el primer "Jingle" de publicidad para Pepsi. Su título, "Nickel Nickel", hacía referencia a su precio (5 centavos de dólar). "Nickel Nickel" fue todo un acontecimiento, traducido hasta en 55 idiomas distintos. Por lo general, en el jingle se busca imprimir el mensaje dentro de un género popular y/o que éste en auge en el momento que se componga y que su melodía sea “pegajosa” y de fácil recordación. Su instrumentación debe ser lo más clara posible para una fácil comprensión y que no empañe el mensaje la cual debe ir de acuerdo a su género musical. Sin embargo, el éxito de un jingle no solo depende por sí solo sino también de la campaña publicitaria a la que hace parte y su reiterada reproducción en radio, televisión, perifoneo etc. Si un jingle no cumple unas determinadas reproducciones en algún medio éste no cumplirá su función pues será olvidado rápidamente.



F5 Producciones

De acuerdo a su duración el jingle puede ser usado con diferentes propósitos. Jingles de 1 minuto por lo general son para campañas grandes o mensajes que están reforzados por gran instrumentación, largas letras, etc. Jingles cortos se usan para enfatizar un producto o servicio de una marca ya posicionada. Estas duraciones de los jingles traen una consecuencia económica para quien los solicite. Estando en un ámbito comercial donde se manejan relaciones económicas, estos se ajustan a unas tarifas por tiempo de duración (además de 56 su tiempo al aire en algún medio) de tal manera que los jingles de más tiempo de duración son más costoso que los de menos duración.

Cuña:

Por lo general aplicada al campo radial, la cuña es un audio publicitario muy corto que consiste únicamente en un eslogan, una melodía (o colchón musical) o una combinación de ambos. A diferencia del jingle, una cuña transmite el mensaje sin recurrir a la interpretación musical vocal del mismo. Debido a su simplicidad es el formato básico de los audios publicitarios y que tiene cabida en muchos medios masivos de comunicación. En televisión, por ejemplo, su equivalencia audiovisual es el spot que comparte la misma simplicidad y por lo general la misma duración estándar (30 segundos), sólo con la salvedad que en el spot se maneja imagen contra audio y que, por lo tanto, añade otro proceso en la grabación; la post-producción.

La eficacia de una cuña radial es esencial porque tiene que imprimirse en la memoria de quien lo escucha, al igual que el jingle. Por esa razón tiene que ser claro, corto y fácilmente identificable para poder ser distinguido rápidamente. Quien locuta debe tener voz agradable (ya sea mujer u hombre) con una articulación al hablar muy clara para su entendimiento de las palabras y oraciones, así mismo de un timbre y tono de voz adecuado para cada intención de cuña. Cuñas de baja intención necesitan voces graves y suaves. Cuñas con intencionalidad elevada necesitan voces con potencia y un timbre alto. Al mismo tiempo las cuñas radiales son importantes porque son parte de la construcción del formato radiofónico: también sintetizan el estilo y el alma de la emisora. Al igual que los jingles tienen fines comerciales y por tanto se ajustan a tarifas por duración (aparte de la duración al aire). Sin embargo, hay cuñas (o spots en su análogo audiovisual) que no tiene fines comerciales sino institucionales los cuales se hacen llamar “promo”, nombre coloquial para referirse a promociones.



F5 Producciones

5.2.3. Estrategia a utilizar

f5 producciones utilizara la estrategia distribución multisegmento, donde buscamos establecer precios según perfil de clientes potenciales. Con el fin de darles desde un inicio del proyecto un trato preferente sin importar su estatus económico.

5.2.4. Desarrollo de mercados

Con el fin de ampliar nuestro portafolio de nuestro servicio, f5 producciones después de haber obtenido un nivel moderado de reconocimiento podremos incursionar en servicios que son creación de salas para ensayos musicales, compra de sonido para eventos a gran escala.

5.2.5. Colores

Los colores utilizados en el logo de f5 producciones son el gris negruzco (ral 721) azul genciana (ral 5010) blanco puro (ral 9010) puesto que el color negro representa imponencia y el azul (de fondo) con blanco (rayos) nos da una impresión de actualización constante.

5.2.6. Calidad

Cuando f5 producciones habla de calidad hace referencia a:

- Calidad armónica vocal.
- Calidad en conteo metrical.
- Calidad en lectura musical.

5.3. Ficha técnica.

Nombre: Producciones F5

Responsables del servicio: Luis Bermúdez Gómez, Sergio Torres Arismendi

Dirección: Cra 48 N° 101 – 19

Celular: 310 679 3837

Email: bermudez1040@hotmail.com

Clientes externos: Productores musicales, artistas

Proceso: Acceso a nuevos mercados

Objetivos: Diseñar y desarrollar nuestro propio mundo digital en donde nuestros clientes tienen la oportunidad de interactuar con dicho mundo y encuentren satisfacción en su producto final.



F5 Producciones

Descripción del producto: Elaboración de audio Grabación, mezcla y masterización de diferentes instrumentos con músicos profesionales., jingles comerciales con los que pretendemos lograr una pieza musical o canción que se caracteriza por ser de corta duración y fácil de recordar que se usa especialmente para acompañar a los anuncios de publicidad.

Descripción de equipos: En F5 contamos con un personal altamente calificado, y equipos de última tecnología tales como:

El grupo de trabajo de F5 producciones lo conformaran:

- Gerente general
- Asistente de gerencia y contable
- Ingeniero de sonido
- Músicos

El personal estará en constante rotación puesto que por su contrato (contrato de prestación de servicios musicales), no todos los proyectos que se realicen, serán requeridos el número de músicos, puesto que varía de acuerdo al proyecto, para un jingle musical se utilizan entre 3 a 6 músicos y para grabar una orquesta se necesitan entre 10 y 25 músicos.

F5 producciones contará con equipos de última tecnología los cuales nos permitirán tener una mejor percepción y credibilidad de nuestros posibles clientes los cuales buscan un servicio con mayor calidad armónica la cual se verá reflejada en la combinación de un personal altamente calificado y equipos de alta tecnología que relacionaos a continuación:

EQUIPOS ESTUDIO		
ACTIVOS	CANTIDAD	VALOR
COMPUTADOR I MAC	1	3.500.000
SISTEMA DE GRABACION PROO TOLS	1	2.200.000
MICROFONO PARA VOCES	1	1.000.000
KIT DE MICROFONOS PARA PERCUCION	4	800.000
MICROFONO PARA INSTRUMENTOS DE VIENTOS	1	200.000
WORK ESTATION PARA ESTUDIO DE GRABACION	1	1.600.000
DEDUZA DE CABLES PARA MICROFONOS	2	380.000



F5 Producciones

INTERFACE DIGI DESING DIGITAL	1	3.000.000
CONSOLA DE GRABACION	1	2.000.000
AUDIFONOS	1	350.000
BAJOS	2	1.600.00
MONITORES PARA MEZCLA YAMAHA NS10 FLAC	2	2.500.00
ESPUMA AISLANTE ACUSTICA	80 (METROS)	2.400.00
SILLAS	2	160.000
PRE AMPLIFICADORES PARA MICROFONO	4	1.600.00
AMPLIFICADORES DE MONITORES	2	1.200.000
PUERTAS DE AISLAMIENTO ACUSTICO	2	800.000
VIDRIOS DE SEPARACION ACUSTICA	2	240.000
TOTAL		17.430.000

Tabla 2. Equipos activos

5.4. Estrategia de oferta valor.

F5 producciones se encuentra en la etapa de introducción al mercado según el ciclo de vida de los productos.

Estrategias para esta etapa.

- Realizar un estudio de mercado para conocer aceptación del producto
- Invertir en publicidad para dar a conocer un producto nuevo en el mercado
- Se realizara una conferencia ante nuestro público objetivo con el fin de dar a conocer nuestro servicio.

5.4.1. Beneficios para el consumidor.

F5 Producciones ofrecerá a sus clientes beneficios tales como calidad en el proceso de producción, agilidad en las fechas pactas de entrega e interacción con los clientes en la etapa grabación cliente.



F5 Producciones

OBJETIVO 5.5. Desarrollo Actividades De Presupuesto

PROGRAMA		ACTIVIDADES A DESARROLLAR	PLAN ACCIÓN	DE				
			Fecha Inicio	Fecha Final	Responsable			
1	Planeación de promoción de Producciones F5	1.1 Determinamos nuestro segmento empresas de audio y video con las diferentes ofertas	Enero 3 2013	Enero 3 2013	Gerente	Y	Asistente	De
		1.2 F5 resaltara beneficios, características y ventajas sus clientes potenciales.	Mayo 1 2013	Marzo 15 2013	Gerente	Y	Asistente	De
		1.3 F5 revelara los precios determinados para cada servicio.	Mayo 1 2013	Mayo 15 2013	Gerente	Y	Asistente	De
		1. 4 F5 realizara un análisis para distribuir y administrar el material p.o.p..	Junio 16 2013	Junio 17 2013	Gerente	Y	Asistente	De
		1.5 F5 determinara por medio de la investigación de mercado cual es la competencia directa a e indirecta que pueda llegar a presentar cierta amenaza	Junio 18 2013	Junio 18 2013	Gerente	Y	Asistente	De
		1.6 F5 obtendrá resultados de las promociones que se realizaran con el fin de obtener un resultado satisfactorio.	Julio 1 2013	Julio 2 2013	Gerente	Y	Asistente	De
2	Desarrollo, ubicación de la publicidad de Producciones F5	2.1 Se realizaran conferencias donde podremos dar a conocernos por medio de material P.O.P. de manera contundente.	Julio 3 2013	Octubre 1 2013	Gerente	Y	Asistente	De
		2.2 Plan de marketing para un servicio con beneficios y ventajas haciéndonos únicos en el mercado.	Octubre 2 2013	Octubre 30 2013	Gerente	Y	Asistente	De
		2.3 Definición de fecha y estrategias de lanzamiento.	Noviembre 2013	Diciembre 1 2013	Gerente	Y	Asistente	De



F5 Producciones

		2.4 Realizara un seguimiento a las actividades que se ejecutaran en el lanzamiento del nuevo producto que nos permita medir la efectividad de las mismas.	Diciembre 3 2012	Enero 10 2013	Gerente Y Asistente De Gerencia
3	AUDITORIA ACTUALES PRODUCTOS	3.1 Diseñar procedimientos necesarios de cada uno de los procesos de alimentación, crecimiento y desarrollo de los cerdos de forma que sea procedente de la empresa chanco del el campo para el cumplimiento de los objetivos.	Marzo 1 de 2013	Mayo 1 2013	Gerente Y Asistente De Gerencia
		3.2 Mantener un seguimiento continuo y revisión por parte de los responsables de las actividades o funciones para un mejor manejo de las actividades de la empresa.	Enero 3 de 2013	Diciembre 30 2013	Gerente Y Asistente De Gerencia
		3.3 Se debe realizar un análisis de las ventas del nuevo producto para asegurar la aceptación del mercado.	Noviembre 30 2013	Diciembre 30 2013	Gerente Y Asistente De Gerencia
		3.4 Mantener un constante análisis de los costos de producción para lograr una mayor rentabilidad de la empresa.	Mayo 3 2013	Diciembre 30 2013	Gerente Y Asistente De Gerencia
RECURSOS		HUMANOS	Gerente Y Asistente De Gerencia		
		MATERIALES	Bases de datos de clientes actuales, Catálogo, Pendones, Fichas Técnicas, tarjetas de presentación etc.		
		ECONÓMICOS	\$ 2.000.000		

Tabla 3. Desarrollo actividades de presupuesto



F5 Producciones

5.6. Estrategia De Branding

5.6.1. Imagen Corporativa.

La marca

El tipo de marca que maneja f5 producciones es la correspondiente a marcas mixtas puesto que pretendemos manejar un componente nominativo y un componente gráfico.

El nombre “f5 producciones” proviene del significado el cual se le da a dos elementos muy importantes de la tecnología. El primero es conocido en PC con la tecla F5 como actualización y la segunda en equipos MAC con el insert F5 como refresh. Los cuales tienen un significado de actualizaciones constantes en dichos dispositivos a nivel mundial. Por tal motivo estaremos en la obligación de estar siempre en constante innovación.

El logo.



Ilustración 6. Logo F5 Producciones



F5 Producciones

Nombre: F5 Producciones

Tipo de letra: Rose Wood Std

Descripción: F5 busca con este diseño tener una imagen más irreverente puesto que el color negro y los rayos de fondo describen la rapidez de las actualizaciones y un estilo imponente en comparación con la competencia. Con un diseño clásico por su sencillez pero impactante a su vez por su parlante moderno que refleja la credibilidad por un trabajo realizado con los mejores estándares de calidad.

Eslogan

Se escogió el eslogan “**Un Paso Adelante En Tecnología**” puesto que f5 estará siempre a la vanguardia en la parte tecnológica, implementación de nuevas técnicas de grabación.

5.6.2. Estrategias a utilizar

Establecer convenios con empresas de publicidad y mercadeo las cuales tengan incluido la prestación de audio y video en su portafolio de servicio. Aparte entraremos a negociar canjes en cuanto material P.O.P. (vallas de publicidad, folletos, pendones) que nos ahorrara en gran parte costos de publicidad. Lo que nos permitirá empezar a obtener reconocimiento y poco a poco posicionarnos más en el mercado.

- Cómo se logrará identidad de marca?

F5 producciones buscara una identidad de marca dando alcance a las exigencias del público objetivo para generar una gran percepción a la hora de pensar en este tipo de servicio, manteniendo un estudio detallado de lo que ofrece nuestra competencia directa para atacar esos vacíos o puntos específicos donde no se está satisfaciendo al cliente final.

- Cómo se logrará imagen de marca?

F5 producciones buscara plantear una imagen de marca donde pueda sobresalir por su diseño irreverente lo cual nos hace diferentes a nuestros competidores ya que deja a un lado las imágenes clásicas lo que nos hace aún más atractivos y nos exige demostrar nuestra solida infraestructura tanto en el factor humano como en las aplicaciones que se utilicen para la elaboración del servicio.



F5 Producciones

- Cómo se espera lograr valor de marca?

Para lograr valor de marca f5 producciones, tendrá como prioridad ventas personalizadas ya que estos tendrán una nueva perspectiva acerca de cómo esta nueva empresa presta este tipo de servicios, dejando a un lado lo convencional y lo genérico como lo suele hacer nuestra competencia. f5 producciones dará como valor agregado la interacción entre nuestro personal de grabación y nuestro cliente resolviendo y generando nuevas dudas para que ambas partes se familiaricen con el proyecto que se esté realizando. Empezando así una fidelización con nuestros clientes.



F5 Producciones

6. Posicionamiento Del Producto

6.1. Tipo De Posicionamiento

Estrategia De Posicionamiento

Estrategia de posicionamiento por calidad o precio

Se llevara a cabo un proceso para definir la mejor estrategia de posicionamiento de la siguiente forma:

- Identificaremos el mejor atributo de nuestro servicio
- Estudiaremos la posición de nuestra competencia en función al atributo mencionado anteriormente.
- Decidir nuestra estrategia en función de las ventajas competitivas
- Comunicar el posicionamiento al mercado atreves de la publicidad.

Declaración de posicionamiento.

Para clientes que no se conforman solamente con lo convencional. F5 producciones les brindamos pautas para que sus ideas se hagan realidad.

Tipo de posicionamiento

Posicionamiento por calidad y precio, F5 producciones se lograra posicionarse en el mercado ofreciendo a sus clientes mayor cantidad de beneficios a un precio razonable, o altamente competitivos.

PASO 1. Identificar un producto relevante de productos competitivos.	La competencia para f5 producciones está dada por empresas de publicidad y mercadeo y estudios de grabación.
PASO 2. Identificar atributos determinantes de su producto. Características Beneficios Usos	Audio, video y jingles comerciales. F5 Producciones ofrecerá a sus clientes beneficios tales como calidad en el proceso de producción, agilidad en las fechas pactas de entrega e interacción con los clientes en la etapa grabación cliente.



F5 Producciones

<p>Fabricante</p> <p>Proceso De Fabricación</p> <p>Garantía</p> <p>Precio – calidad</p>	<p>Empresas de publicidad, mercadeo, artistas y productoras musicales.</p> <p>F5 Producciones.</p> <ul style="list-style-type: none">• Selección de la canción del compositor• Selección de un músico arreglista para que diseñe la maqueta• Hacer la maqueta en secuencia digital• Seteo del estudio de grabación• El ingeniero de sonido mira la maqueta• Contratación de músicos• Grabación de cada instrumento• Mezcla y masterización de la grabación• Coordinar a grabación con cliente• Pre masterización final• Visto bueno del cliente• Entrega del audio terminado <p>En este tipo de servicio se maneja garantía en cuanto a cumplimiento y reserva del MIDI del proyecto (maqueta del proyecto)</p> <p>Abra un precio máximo de 4 millones aunque se manejaran precios según perfil de nuestro cliente y tipo de proyecto (jingle comercial, audio, grabación orquesta), lo cual varia número de personal que intervienen en cada grabación.</p>
---	---



F5 Producciones

PASO 3. País de origen	Colombia, este servicio será realizado distribuido en la ciudad de Bogotá
PASO 4. Qué posición ocupan los productos competidores en el conjunto competitivo.	Nuestros competidores ocupan en primer lugar puesto que por su trayectoria y amplio portafolio han obtenido un gran reconocimiento.
PASO 5. Redactar la declaración de posicionamiento.	Para clientes que no se conforman solamente con lo convencional. F5 producciones les brindamos pautas para que sus ideas se hagan realidad.

Objetivo de mercadeo

Lograr un posicionamiento de marca en la mente de nuestros posibles clientes a la hora de elegir este tipo de servicios.

Estrategia de mercadeo

Posicionamiento por calidad o precio. F5 hará promoción de una grabación totalmente gratuita en una conferencia, la cual se llevara a cabo para darse a conocer con nuestro mercado meta demostrando sus técnicas, equipos y personal de grabación.

DESARROLLO DE TACTICAS

ACTIVIDAD	DESCRIPCION	RESPONSABLE Y FECHA
Invitaciones a conferencia.	Luis Bermúdez Y Sergio Torres, Durante 30 días harán ante sala a empresas de publicidad y mercadeo, artistas, productores musicales, para llevar a cabo una conferencia donde trataremos las diferentes técnicas de grabación las cuales se implementaran en F5. Y en donde se promocionara una grabación totalmente	GERENTE GENERAL 01-02-2013



F5 Producciones

	gratuita.	
Condiciones mínimas para asistir y participar en la conferencia.	Asistirán a esta conferencia solamente empresas de mercado y publicidad, artistas y productores musicales previamente invitados. Quienes por medio de una rifa se harán acreedor a una grabación totalmente gratis. La cual tendrá un costo de \$ 2.700.000 mil pesos.	ASISTENTE DE GERENCIA 01-02-2013
Impresión de folletos	Se imprimirán 100 folletos, con un costo de \$20.000 mil pesos, (invitación) los cuales tendrán un numero asignado con el cual participara en la rifa y se hará efectivo por medio de balotera una vez haya terminado la conferencia.	GERENTE GENERAL 02-03-2013

Tabla 4. Tipo de posicionamiento



F5 Producciones

7. ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN

7.1. Canal De Bienes De Consumo.

Canal

F5 producciones se dará a conocer a nuestros posibles clientes, con el novedoso sistema de grabación de audio y video, por medio de distribución directa, atreves de empresas de publicidad, artistas y compositores. Así de esta forma tendremos más acercamiento con el mismo, para de esta forma cuando se esté grabando el pueda decidir qué cosas quiere cambiar o dejar, así mismo reduciremos el tiempo de grabación.

7.1.2. Objetivo

Detectar y analizar a nuestros futuros clientes, por medio de sus iniciativas y gustos a la hora de elegir el tipo de estudio para hacer sus grabaciones.

7.1.3. Proceso De Venta

Para F5 producciones, su proceso de ventas estará ligado al tipo de cliente con el cual se grabara (Canción, jingle musical), ubicadas en la ciudad de Bogotá, tomando como sector potencial de ventas la localidad de chapinero, y de forma moderada su amplitud a toda la ciudad.

Para empresas de publicidad F5 producciones, buscara ser su proveedor directo en todo momento, y esto se lograra, prestándoles un servicio de costos favorables para ambas partes, calidad y cumplimiento, F5 trabajara con ideas innovadoras, avances en tecnología, y buenas relaciones con los clientes.

7.2. Transporte

Se maneja de dos formas:

- Para empresas de publicidad se maneja por medio de mensajería en la misma ciudad, y esto tendrá un costo de aproximadamente de \$ 3500 pesos mcte.
- Para personas como artistas y compositores, no se maneja ningún tipo de transporte puesto que esto se entregara en nuestro estudio de grabación.



F5 Producciones

7.3 Cadena De Valor

7.3.1 Actividades primarias:

Logística interna

F5 Producciones empezara manejando en su respectivo archivo bases de datos de clientes ya sean empresas o personas naturales con el fin de hacer seguimiento a cada uno de ellos para ofrecerles un servicio postventa mas personalizado.

Operaciones

F5 Producciones maneja el montaje para realizar su respectivo servicio (audio y video):

- Selección de la canción o jingle musical del compositor.
- Un músico arreglista diseña una maqueta.
- Montaje de la maqueta en una secuencia digitalizada.
- El ingeniero de sonido mezcla y masteriza la pre mezcla
- Grabación de voces e instrumentos (según el número a utilizar)
- Masterización de la mezcla final.

Logística Externa

F5 producciones manejaremos este aspecto utilizando el sistema MIDI el cual nos permite crear una carpeta de almacenamiento en donde los proyectos de nuestros clientes tengan puedan tener la opción de hacer respectivos cambios y copias cuando este lo requiera.

Marketing Y Venta

F5 producciones demostrara ante sus respectivos clientes por medio de teleconferencia o DVD el proceso de producción de audio y video (como se hace, quienes lo hacen, con que se hace). Así nuestros clientes tendrá una perspectiva de la calidad con la que f5 producciones trabajara cada proyecto.

Posicionamiento por calidad o precio. F5 hará promoción de una grabación totalmente gratuita en una conferencia, la cual se llevara a cabo para darse a conocer con nuestro mercado meta demostrando sus técnicas, equipos y personal de grabación



F5 Producciones

Servicio De Post Venta

F5 Producciones estará en constante comunicación con sus clientes una vez haya finalizado el proyecto designado para dar de manera gratuita algún soporte ya sea técnico o aclarando dudas con respecto a las posibilidades de algún tipo de modificación al sistema operativo de servicio.

7.3.2 Actividades De Apoyo

Infraestructura De La Empresa

F5 producciones necesitara para iniciar sus actividades un total treinta millones de pesos m/c distribuidos en 5 millones de recursos propios y 25 millones que se licitan en entidades financieras.

Gestión De Recursos Humanos

F5 Producciones convocara a una serie de músicos e ingenieros de sonido los cuales demostraran quien tiene un mejor acople armónico, aclarándoles que la remuneración será una vez finalizada la grabación de cada proyecto.

Desarrollo De Tecnología

La investigación de mercados se realizó para tener un segmento meta más definido con el cual poder empezar a demostrar nuestro trabajo y diferenciarnos de lo que nuestra competencia a estado presentando sus productos durante mucho tiempo.

En cuanto a la presentación de nuestro producto final f5 lo hará llegar a sus clientes por medio de una estuche identificado con logo y datos de contacto para generar una mayor recordación de marca.

Compras

F5 producciones contara con un distribuidor (digidising) el cual es la única franquicia representada en nuestro país (proo tols) que son los fabricantes del software que se utilizan en los estudios de grabación.

F5 producciones en su parte publicitaria (pad mouse, esferos, pendones, vallas publicitarias, etc...) lo trabajara por medio de canje en donde ambas partes se verán beneficiadas.



F5 Producciones

DESARROLLO DE LA VENTA		
ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE Y FECHA
Verificación de la información de los clientes	Verificar la base de datos obtenida por la Cámara de Comercio, o datos obtenidos	Gerente y asistencia de gerencia.
Caracterización del cliente	Verificar la información obtenida y analizar la viabilidad.	Gerente y asistencia de gerencia
Preparación de la propuesta comercial.	Definir precios, descuentos, promociones, y el tipo de negociación.	Gerente y auxiliar contable
Preparación y ejecución de la visita	Gestión de ventas con el cliente. Cierre de la venta	Gerente y asistencia de gerencia.
Entrega, cobro y postventa	Se realiza la entrega del producto, al mismo tiempo se recibe el pago. Se realiza posventa continuamente para mejorar el servicio y los productos.	Gerente general
	Volantes con información del servicio	Costo de material: descrito en la promoción del producto. \$ 20.000

Tabla 5. Desarrollo de ventas



F5 Producciones

8. ESTRATEGIAS DE PROMOCION Y PUBLICIDAD

8.1 Estrategia.

Implementación de merchandising, relaciones públicas, material P.O.P. promociones.

Objetivo de la estrategia.

F5 producciones buscara no solamente reconocimiento si no tambien fidelizacion de los clientes para de esta forma obtener mas cobertura teniendo en cuenta los tiempos que se manejan por grabacion para no disminuir la calidad de nuestros servicios.

8.2 Publicidad.

F5 producciones se encuentra en este momento en la posicion crezca y desarrollese la cual se ve reflejada en la matriz MIME donde nos indica que debemos enfatizar nuestro servicio para que nuestro futuros clientes tengan mayor conocimiento no solo en de la marca si no tambien de que hacemos, como lo hacemos y con que lo hacemos para de esta forma tener una mayor aceptacion en el mercado y en poco tiempo estar captando mas nuestro mercado meta.

8.3 Publico objetivo.

nuestra publicidad va enfocada a empresas de audio y video,empresas de publicidad y mercadeo, artistas y compositores musicales.

8.4 Material P.O.P y medios de comunicación.

F5 producciones implementara diferentes canales de comunicación para dar a conocer los servicio que prestamos

- Redes sociales
- Pagina web
- Cuñas radiales

F5 Producciones



Esferos.

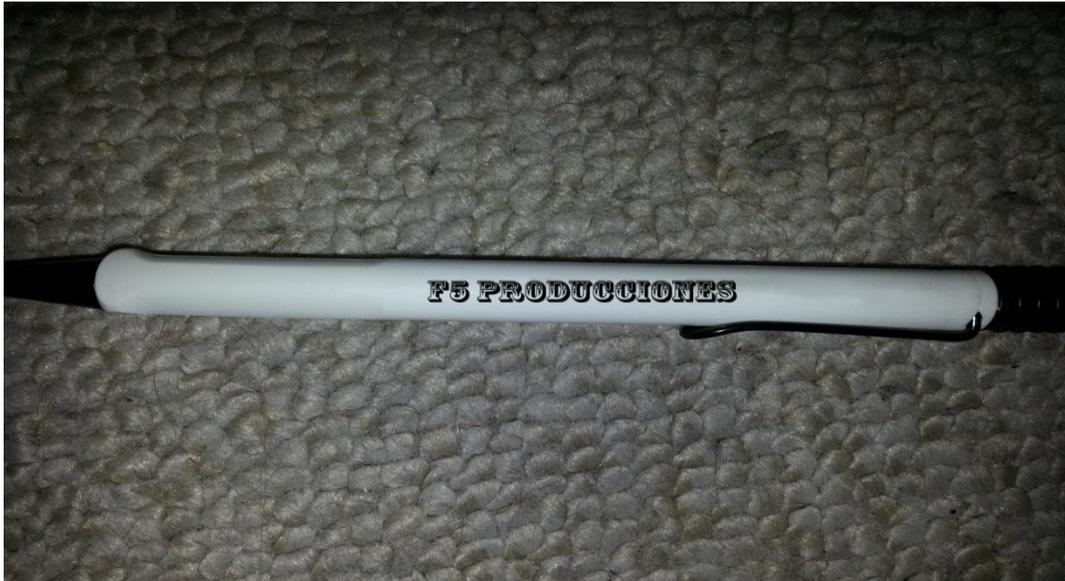


Ilustración 7. Esfero logo f5 producciones

Bolsos en cambre:



Ilustracion 8. Bolso en cambre logo F5 Producciones



F5 Producciones

Pag mouse con logo de f5 producciones:



Ilustración 9. Pad mouse logo F5 Producciones

Relación De Gastos Para Merchandising:

<u>Cantidad</u>	<u>Producto</u>	<u>Descripción</u>	<u>Valor unitario</u>	<u>Valor total</u>
<u>100</u>	<u>GORRAS</u>	<u>Gorra bordada en el frente</u>	<u>6.000</u>	<u>600.000</u>
<u>100</u>	<u>ESFEROS</u>	<u>Esfero tipo Lamy marcado una tinta</u>	<u>1.000</u>	<u>100.000</u>
<u>100</u>	<u>PAD MOUSE</u>	<u>Pad mouse impresos en 3 tintas</u>	<u>4.000</u>	<u>400.000</u>
<u>100</u>	<u>BOLSAS</u>	<u>Bolsa en cambre impresa una cara</u>	<u>3.000</u>	<u>300.000</u>
<u>100</u>	<u>MUGS</u>	<u>Mugs plásticos marcado a una cara</u>	<u>4.000</u>	<u>400.000</u>
TOTAL			18.000	1.800.000

Tabla 5. Relación de gastos publicidad



F5 Producciones

8.5 Redes sociales

F5 Producciones, muestra en una galería de fotografías -los equipos con los que presta el servicio y condiciones para vincularse como seguidor de producto, características, beneficios y contacto para información y consultas.



Ilustración 10. Vista perfil facebook



F5 Producciones

8.6 Sitio Web

F5 Producciones tendrá contacto por medio de página web donde los clientes ya vinculados y posibles clientes podrán estar en constante contacto, sugerir comentarios y hacer cualquier tipo de consulta.

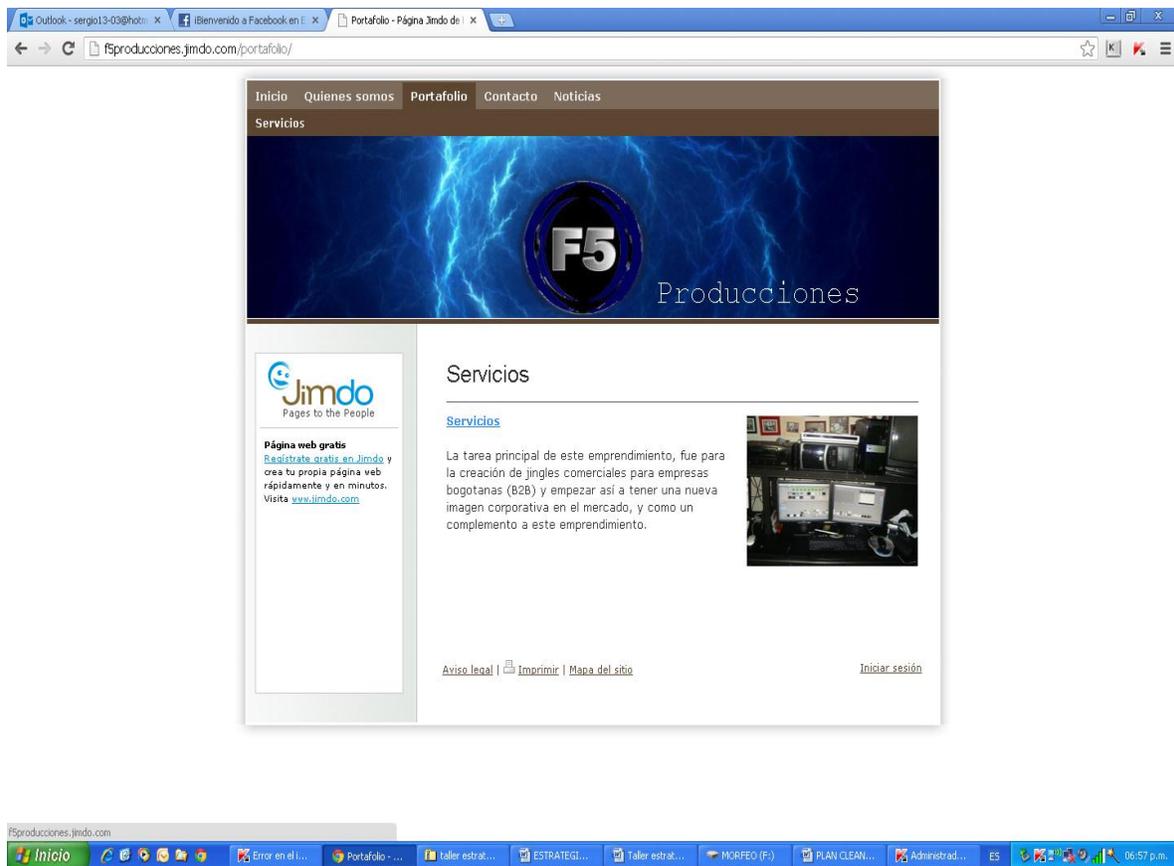


Ilustración 11. Vista página web F5 Producciones



F5 Producciones

Plan de acción F5 Producciones

Programa	Plan	Fecha inicial	Fecha final
Planeación de promoción F5 Producciones	Determinamos nuestro segmento empresas de audio y video con las diferentes ofertas	02 de enero de 2013	25 de enero de 2013
	F5 resaltara beneficios, características y ventajas sus clientes potenciales.	02 de enero de 2013	25 de enero de 2013
	F5 revelara los precios determinados para cada servicio.	02 de enero de 2013	25 de enero de 2013
	F5 realizara un análisis para distribuir y administrar el material p.o.p.	02 de enero de 2013	25 de enero de 2013
	F5 determinara por medio de la investigación de mercado cual es la competencia directa a e indirecta que pueda llegar a presentar cierta amenaza	02 de enero de 2013	25 de enero de 2013
	F5 obtendrá resultados de las promociones que se realizaran con el fin de obtener un resultado satisfactorio	02 de enero de 2013	25 de enero de 2013
Desarrollo, ubicación de la publicidad F5 Producciones	Se realizaran conferencias donde podremos dar a conocer por medio de material P.O.P. de manera contundente.	13 de febrero de 2013	25 de febrero de 2013
	Plan de marketing para un servicio con beneficios y ventajas haciéndonos únicos en el mercado.	13 de febrero de 2013	25 de febrero de 2013
	Definición de fecha y estrategias de lanzamiento	01 de marzo de 2013	01 de marzo de 2013

Tabla 6. Plan de acción f5 Producciones



F5 Producciones

9. Estrategia De Precio.

9.1. Estrategia de precios por penetración.

Se decide este tipo de estrategias con la intención de tener una mayor participación en el mercado por medio de precios bajos para que nuestros posibles futuros clientes conozcan nuestra empresa, portafolio de servicio, como trabajamos y como está conformado nuestro personal con el fin de que se familiaricen con nuestra marca.

9.2. Objetivo de mercado.

El objetivo real es obtener reconocimiento comenzando con precios razonables para captar cierta participación en el mercado y así irnos expandiendo.

9.2.1. Objetivo de precio.

El costo total obtenido del costo de venta unitario más el porcentaje de rentabilidad que f5 producciones tiene definido en un 31.25% el cual nos da un precio de venta unitario.

TIPO DE GRABACION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO DE VENTA	PORCENTAJE DE RENTABILIDAD	PRECIO DE VENTA UNITARIO
audio	1	2.750.000	31.25%	4.000.000

Tabla 7. Objetivo de precio



F5 Producciones

9.3. Justificación de la estrategia

De acuerdo con la investigación de mercado f5 encontró falencias en su competencia como lo son:

- Pese a su amplio portafolio de servicio los clientes están inconformes puesto creen que no están recibiendo por parte de estos el tiempo necesario que requiere este servicio.
- Por su amplio portafolio establecen precios fijos sin importar la magnitud del proyecto a desarrollar.

9.4. Descuentos no promocionales.

F5 producciones maneja promociones con empresas de publicidad y mercadeo por tema de canjes publicitarios y con clientes preferentes de acuerdo al número de grabaciones realizadas.

Cantidad de grabación	Tipo de cliente	Porcentaje de descuento
5 grabaciones	Clientes preferentes	8%
8 grabaciones	Empresas de publicidad	10%
10 grabaciones	Empresas de publicidad	15%

Tabla 8. Descuentos no promocionales

9.5. Condiciones de pago.

Para las condiciones de pago f5 producciones maneja un sistema de a la firma del contrato cancelara el 50% y la entrega de este el 50% restante.

9.6. Estructura De Costos De Producción Del Servicio De F5 Producciones



F5 Producciones

9.6.1. Costos De Producción Del Servicio De F5 Producciones

Proceso	Descripción	Físicos	Humanos	Costo unitario
Selección	Se selecciona la canción entre varios compositores		X	100.000
Arreglos música	Se selecciona un músico arreglista para diseñar la maqueta		X	
Diseño	Hacer la maqueta en secuencia		X	150.000
Alquiler estudio	Se alquila un estudio de grabación por una duración de 10 horas	X		300.000
Ingeniero	Ingeniero de sonido para el estudio		X	300.000
Contratos	Contrato de 15 músicos para grabar instrumentos y coros por valor de de 50.000 pesos por persona		X	750.000
Estructuración	Mezcla y masterización de la grabación	X		150.000
Diseñador	Diseño gráfico de la caratula y label del Cd		X	150.000
Productor	Coordinador, jefe de proyecto, en todo el proceso.		X	400.000
Otro gastos	Envíos, trasportes, alimentación músicos, y refrigerios (diez días de grabación)	X		150.000
	10 horas de estudio	X		300.000
	Total costo del servicio			2.750.000

Tabla 9. Costos de producción del servicio de F5 producciones



F5 Producciones

9.6.2. Costos Pre Operativos.

ESTUDIO PRELIMINARES	600.000
PUBLICIDAD	100.000
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	650.000
TOTAL	1.350.000

Tabla 10. Costos Pre operativos.

9.6.3. Costos Fijos

Gastos	
Servicios	
Agua	140.000
Luz	250.000
Internet- teléfono	92.500
Arriendo	900.000
Publicidad	100.000
Varios	50.000
Total gastos fijos	1.532.500

Tabla 11. Costos fijos



F5 Producciones

9.6.4. Gastos Organizacionales

Organización personal								
Cargo	Cantidad	Salario	Auxilio transporte	Total salario	Prestaciones	Parafiscales	Seguridad social	Total
					21,82%	9%	20,50%	Gastos
Gerente	1	1.000.000	63.600	1.063.600	232.078	90.000	205.000	1.590.678
Asistente de gerencia y contable	1	535.600	63.600	599.200	130.745	48.204	109.798	887.947
Total		1.535.600	127.200	1.662.800	362.823	138.204	314.798	2.478.625

Tabla 12. Gastos organizacionales



F5 Producciones

10. Estrategia De Ventas

10.1. Descripción De La Estrategia

Estrategia de venta directa: F5 producciones maneja este tipo de estrategia ya que tendremos contacto con nuestro cliente.

10.2. Objetivo De Mercado

- Aumento de las ventas a partir de la calidad de nuestro servicio.
- Incrementar la frecuencia compra
- Disminuir el tiempo de producción y entrega de cada proyecto
- Mejorar las relaciones interpersonales con nuestros clientes

10.3. Descripción De La Estructura De Ventas

10.3.1. Políticas De Venta

- No se otorgan créditos de ninguna índole
- Se harán descuentos por volumen de ventas
- Si nuestro servicio presenta alguna deficiencia, se realizarán los respectivos cambios en el menor tiempo posible
- Por cada canal adicional al mismo proyecto, tendrá un sobrecosto.

10.3.2. Técnica De Venta Con Una Empresa De Publicidad

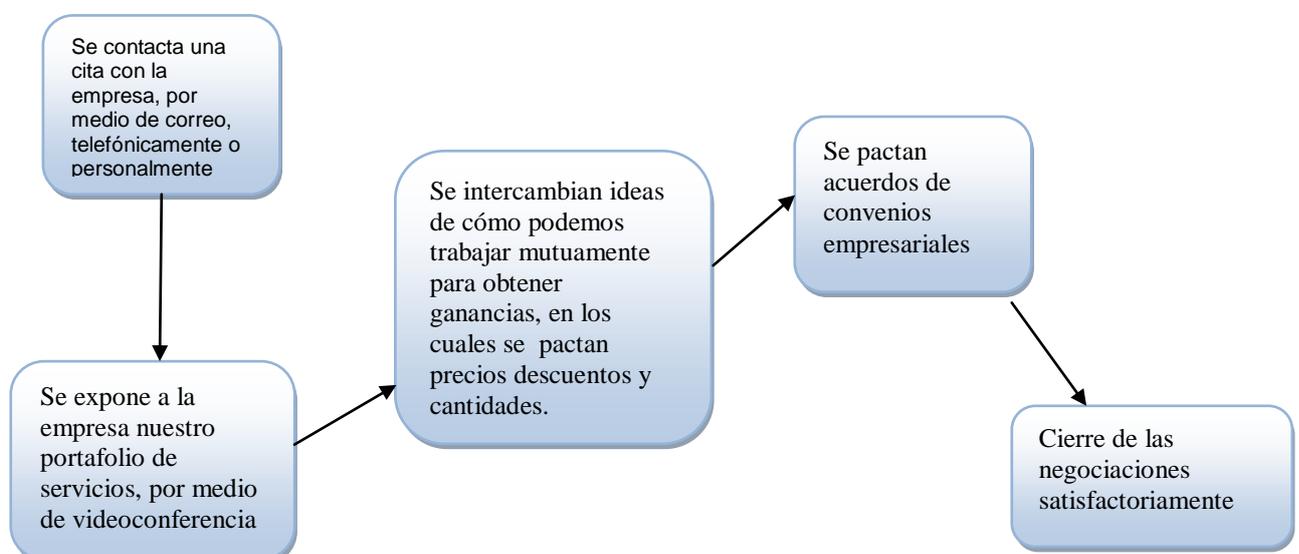


Figura 5. Técnica de venta con empresa de publicidad



F5 Producciones

10.3.3. Perfil Del Vendedor De F5 Producciones

Objetivos del cargo	Define las estrategias comerciales dejando claro los objetivos de la organización y los beneficios para la empresa
Educación	Tecnólogo en mercadeo, o carreras afines como publicidad y ventas
Experiencia	Mayor de 26 años con experiencia en el sector mínima de 3 años
Entrenamiento	Para desempeñar este cargo se hará una inducción acerca de lo referente al audio y video de un mes
Habilidades	Excelente presentación personal, buen manejo de sistemas, buenas relaciones interpersonales y buen negociador
Esfuerzos	Exigencias mentales, concentración y lucidez para dar respuestas rápidas y concretas
Funciones	Realiza la revisión de los contratos antes de su firma. Mantiene contactos con el Cliente, informándole sobre modificaciones o no conformidades que afecten al contrato aprobado Gestiona las Reclamaciones de Clientes, informándoles de los resultados obtenidos

Tabla 13. Perfil del vendedor de F5 producciones

10.3.4. Marketing Directo

Se tendrá contacto con nuestros clientes de manera telefónica y por medio de email, con el fin de obtener una respuesta, y generar relaciones más personalizadas.

10.3.4. Evento

Se realizara una conferencia con el fin de dar a conocer nuestro servicio, a empresas de publicidad y mercadeo, a las cuales se les enviaran invitaciones vía email, personalizadas indicándoles las actividades y la finalidad de la conferencia. Y se requerirá confirmación por este mismo medio.



F5 Producciones

10.3.5. Objetivo y Programación

Se realizara esta conferencia ante nuestro público objetivo con el fin de dar a conocer nuestro servicio, y los beneficios que consigo traen tales como, calidad en el proceso de producción, agilidad en las fechas pactadas de entrega, e interacción con los clientes en la etapa grabación – cliente.

Actividad	Descripción	Responsable y fecha
Preparación para el evento	Alquiler del salón más adecuado para llevar a cabo la conferencia. Envío de invitaciones y confirmación de la asistencia. Realización de conferencia.	Gerente y asistente de gerencia
Evento	Exponer las características de la empresa y el servicio. Recopilación de datos y llenado de base de datos de la empresa.	Gerente y asistente de gerencia
	Presupuesto para esta actividad.	\$ 1.700.000 Auxiliar contable

Tabla 14. Objetivo y programación

11. ESTRATEGIA DE SERVICIO

11.1. Descripción De La Estrategia

11.1.1. Servicio Posventa

Para F5 producciones será fundamental la satisfacción del cliente más que en la posventa que en la preventa, puesto que nos demuestra de forma completa la satisfacción de nuestro cliente ante las expectativas creadas para la realización de su proyecto.



F5 Producciones

11.1.2. Objetivo

Generar satisfacción en los clientes a partir de nuestro servicio final.

11.1.3. Ciclo Del Servicio

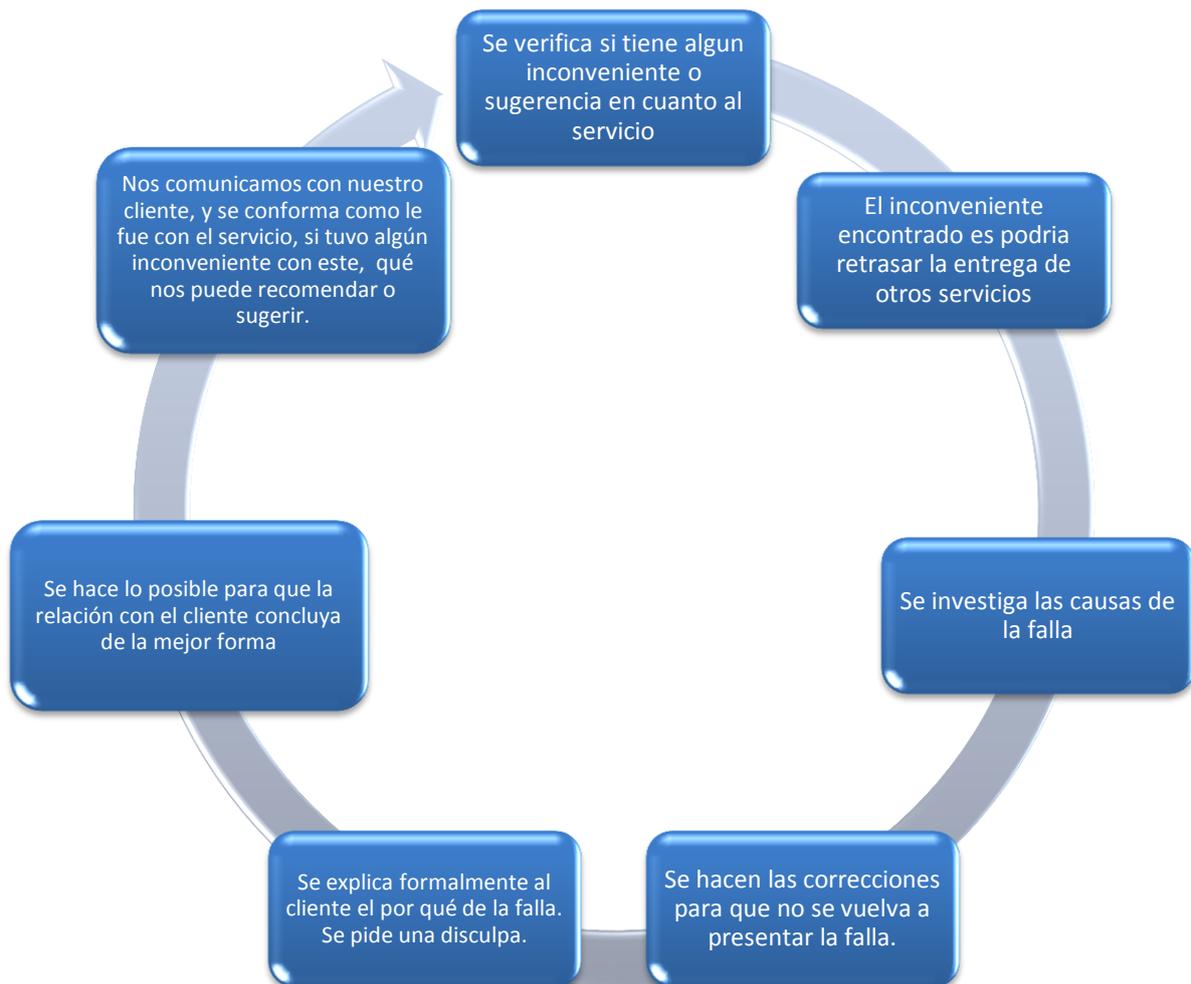


Figura 6. Ciclo del servicio



11.2. Triangulo de servicio



Figura 7. Triangulo de servicio

El triángulo de servicio es una cadena que gira en torno al cliente, dándole solución a cada uno de los inconvenientes, sugerencias con el fin de buscar una mejor relación con el mismo.

El triángulo una como una de las estrategias la utilización de sistemas como el teléfono, e-mail, y contactos en la web, para permitirle al cliente tener más contacto con la empresa.

- Teléfono: Permite tener mayor contacto con los clientes
- Correo – e-mail: Se utiliza para envíos de información acerca de los servicios de F5 producciones sin necesidad de traslados hasta donde se encuentre ubicado nuestro cliente.
- Sitio web: La ventaja que este nos trae, es que puede ser viste desde cualquier lugar del mundo, este sitio web, describe la empresa, los servicios que prestamos y facilita el contacto con nuestros clientes.



F5 Producciones

ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE Y FECHA
Compruebe la entrega	F5 contactara a su cliente para confirmarle que ya finalizo el proyecto y que puede acercarse a nuestra oficina para verificar el servicio y dé el visto bueno de la entrega.	Asistente de gerencia Marzo 15 de 2013
Compruebe la instalación	El gerente de la empresa realizara visitas frecuentemente a nuestros clientes con el fin de darle un trato especial puesto que estos siempre tendrán presente el trato con el que F5 se caracterizara.	Gerente general Dos veces al mes
Capacitación al personal	Se le darán inducciones al asistente de gerencia, en cuanto a falencias en los temas referentes al audio y video.	Gerencia Una vez al mes
	Presupuesto para esta actividad	500.000

Tabla 15. Cronograma triangulo de servicio



F5 Producciones

12. CONTROL Y AUDITORIA

Para F5 producciones es muy importante que durante sus producciones se requiera de un control y revisión, el cual nos permitirá tener una perspectiva de cómo va la grabación, y así no tener ningún tipo de retrasos, o errores en la ejecución del servicio.

ESTRATEGIA	ACTIVIDAD DE CONTROL	INDICADOR	RESPONSABLE
Estrategia de Producto	Verificar cada mes el portafolio de producto, y verificar el nivel de aceptación de los clientes con respecto a los productos.	Introducción de productos = productos nuevos / portafolio de productos*100	Gerente general
Estrategia de Branding	Investigación de mercados para verificar el nivel de recordación y de posicionamiento de la marca.	Share de marce = recordación de marca / mercado total estudios de grabación*100	Gerente general
Estrategia de Posicionamiento	Verificar semestralmente entre los estudios de grabación cual es el de mayor aceptación.	Impacto = N° de clientes satisfechos / N° de clientes registrados *100	Gerente general
Estrategia de Distribución	Verificar la efectividad en tiempos de entrega de cada proyecto	Efectividad en entregas = entregas oportunas / total de despachos *100	Gerente general
Estrategia de Precio	Verificar semanalmente que los precios manejados estén a nivel de competencia frente a los demás estudios de grabación.	Ajuste de precio = precio de nuestros productos / precio de la competencia *100	Gerente general y auxiliar contable
Estrategia de Promoción	Verificar si después de la promoción ejecutada se ve reflejado en las ventas.	Activación de marca = adecuación de piezas publicitarias / impacto de	Gerente general y auxiliar contable



F5 Producciones

		ventas	
Estrategia de Ventas	Revisar el porcentaje de descuento que se podrá manejar según el volumen de compra del cliente	Medición de ventas = descuentos en volumen de ventas	Gerente general y auxiliar contable
Estrategia de Servicio	Realizar encuestas de satisfacción de clientes actuales	Clientes satisfechos / total de clientes	Gerente general

Tabla 16. Auditoría y control

13. ASPECTOS LEGALES DE COMERCIALIZACIÓN

13.1. Agencias Nacionales De Vigilancia Sanitaria.

Pare F5 producciones por ser una empresa prestadora de servicios (estudio de grabación), no tienen ningún régimen el cual especifique funciones de salubridad.

13.2. Impuestos.

Cuando se presta el servicio de un estudio fonográfico, nosotros como empresa cuando se presenta la factura por prestación del servicio correspondiente, se cobra el impuesto de ley que para este caso sería el IVA, impuesto que debe ser cancelado por la persona a quien se le presta el servicio, es decir, recaudado por F5 producciones bimestralmente y deberá ser cancelado por F5 producciones en las fechas establecidas, a la DIAN.

13.3. Control de precios.

Es regulado por las condiciones y características del mercado ej: la calidad del servicio, trayectoria y valor agregado.

13.4. Restricciones a la comunicación.

No tienen ningún tipo de restricción puesto que el mercado objetivo es libre (Todo tipo de persona).

13.5. Registro de la marca.



F5 Producciones

Es un petitorio (formulario), que se hace y se tramita ante superintendencia de industria y comercio para obtener la exclusividad de explotar el uso de la marca, ya sea un producto o un servicio.

Etapas del registro.

- Consulta de listado de antecedentes marcarios
- Solicitud del registro de marca o petitorio
- Estudio de forma (es la evaluación de formulario por parte de los funcionarios de la superintendencia de industria y comercio donde se debe cumplir con toda la normatividad y procedimientos exigidos por la SIC. Para tal fin.
- Publicación revista la gazeta (es la revista oficial de la SIC donde se publican todos los registros sucedidos en un tiempo determinado. Esto con el fin de dar a conocer a la opinión pública en general, el nombre de la marca a registrar, para quien crea tener derechos sobre la misma, se opongá al registro de la misma.
- Decisión final sobre la marca (concesión o negación)



F5 Producciones

14. BIBLIOGRAFIA

JANY, Nicolás. Investigación Integral de mercados. Segmentación de mercados industriales. Ed. Mc Graw Hill

Diez de Castro, Enrique Carlos. Distribución Comercial. Editorial McGraw-Hill, 2004

http://www.bogotacundinamarcacompite.org.co/documentos/414_Agenda_Interna_Sector_Cultura_Publicidad_y_Medios.pdf

<http://www.sic.gov.co/en/web/guest/grupo-de-estudios-economicos>

<http://www.saycoacinpro.org.co/links.php>



F5 Producciones

15. ANEXOS

ANEXO 1. Estudio De Mercados

1. Problema de mercadeo

Determinar si el target al que pretendemos dirigirnos es el adecuado. Definir el prototipo de servicio más adecuado para lograr la mayor aceptación en dicho mercado.

2. Problema de investigación

Determinar la el comportamiento y la frecuencia de compra de las diferentes empresas, determinar el motivo que los lleva a la compra y así mismos saber cuánto estarían dispuestos a pagar por este tipo de servicios.

3. Objetivo General

- Determinar las principales características del mercado de audio y video en las zonas de Bogotá, Colombia.

3.1. Objetivos Específicos

- Percepción del comprador actual del servicio en relación con el precio.
- Identificar principales competidores en la región objeto de estudio.
- Caracterizar la competencia identificada.
- Establecer disposición de compra y capacidad de pago.

Nuestro grupo objetivo son empresas de audio, video, mercadeo, publicidad, productoras musicales y artistas ubicados en la ciudad de Bogotá, Colombia, cuya actividad se basa en promocionar sus diferentes actividades ya sea con jingles musicales, canciones o videos.

El mercado meta está conformado por empresas y personas naturales quienes interactúan entre sí con el fin de tener un mejor posicionamiento en el mercado con base en su publicidad. Estas empresas y personas pertenecen a un estrato socioeconómico medio alto y su nivel de educación es superior, convirtiendo esta actividad en un servicio que dirigido a un sector más preferente por su tecnificación.



F5 Producciones

4. Metodología

Con el fin de darle un enfoque que nos permita observar el problema de una forma total, sistemática y disciplinada tomamos como referencia el estudio exploratorio ya que es apropiada para la identificación de problemas, su diseño nos permite obtener una investigación preliminar sobre la situación que estamos analizando y posteriormente tener alternativas y tomar acciones determinantes para la empresa F5 Producciones.

Nuestra investigación es de tipo cuantitativo debido a que nos permite recoger y analizar datos cuantificables sobre las variables y resultados de nuestro mercado meta, en esta parte del proceso la herramienta fue la encuesta estructurada que nos permitió obtener la información más clara y fácil de analizar.

Como segunda herramienta realizamos investigación de tipo cualitativo este método se centra en la subjetividad, descripción, inferencia de datos y orientación del proceso la cual nos permite observar los comportamientos, actitudes, experiencias, ideas y reflexiones de las personas que participan en la actividad para tal fin se realizó un focus group orientado al consumidor final.

FORMATO DE ENCUESTA PARA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Buen día, soy ejecutivo de la empresa prestadora de servicios F5 producciones, en este momento me dirijo a usted para enseñarles todo lo relacionado con el audio y video, que usted y su empresa necesita para un mejor desempeño laboral.

Razón social de la empresa: _____

Nit: _____

Nombre: _____ Cargo: _____

Sector empresarial _____ Teléfono: _____

1. Qué opina del nombre F5 producciones.
 - Interesante
 - Neutro
 - Poco interesante
2. ¿Qué marca de instrumentos es mejor para usted?
 - ASHLY
 - B&C
 - JBL
 - BOSE
 - Otros (Diga cuales)



F5 Producciones

3. ¿Tiene usted un proveedor directo para sus grabaciones?

SI NO

A quien?

4. ¿Qué tipo de conexión tiene instalada en su estudio?

5. A través de qué medios le gustaría estar informado de nuestros nuevos servicios?

- Revistas
- Radio
- Internet
- Otros (Diga cuales)

6. ¿Qué opina usted del nuevo sistema de Pro tolos 8?

- Bueno
- Regular
- Malo

7. En que formato le gustaría grabar el audio de su audio.

- 5.1
- 7.1
- 21.1

8. Hace uso permanente de sus equipos empresariales.

- SI NO

9. Por favor escriba brevemente a la hora de elegir un servicio de audio y video cuáles son sus preferencias.



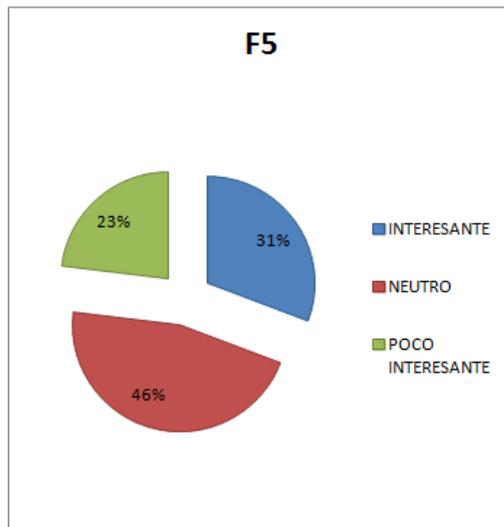
Análisis Y Graficas De La Encuesta Del F5 Producciones

RESPUESTA A LA PREGUNTA Nº 1: QUE OPINA DEL NOMBRE F5

INTERESANTE	4
NEUTRO	6
POCO INTERESANTE	3

La respuesta a la pregunta Nº 1 las personas respondieron que puede ser neutro el nombre puesto que para algunos es muy corto y no trasmite mucha informacion, pero para otras oersonas F5 significa renovacion.

Creo que el nombre puede tener inconvenientes ya que no es una empresa conocida ni esta posecionada en el mercado.

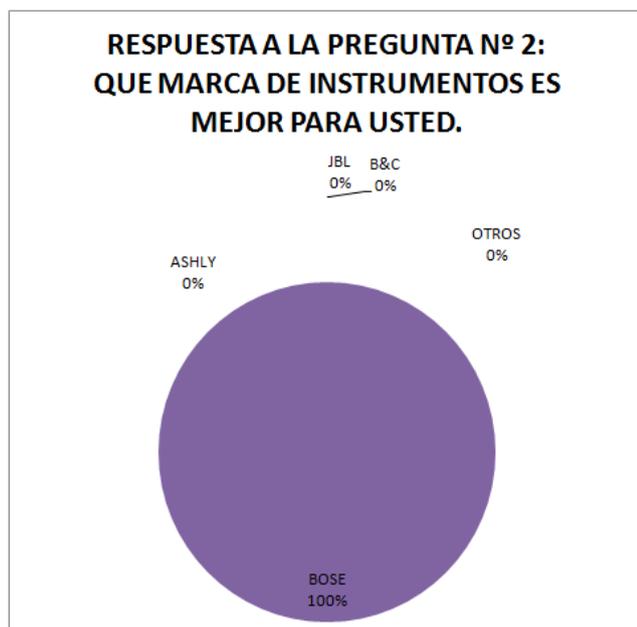


Grafica 8. Pregunta 1

RESPUESTA A LA PREGUNTA Nº 2: QUE MARCA DE INSTRUMENTOS ES MEJOR PARA USTED.

ASHLY	0
JBL	0
B&C	0
BOSE	13
OTROS	0

Een esta pregunta las personas respondieron Bose puesto que es una muy buena marca reconocida a nivel mundial.





F5 Producciones

Figura 9. Pregunta 2

SI	6
NO	7



En la respuesta a la pregunta n° 4 las personas respondieron, el 54% no tiene un proveedor directo y esto es porque los compradores siempre buscan calidad y buenos precios, y el 46 % si lo tiene puesto que algunos clientes prefieren pagar un poco mas de lo normal pero que esten en completa seguridad del servicio que estan tomando, para esto se tendria que hacer un muy buen analisis de mercado para saber con que precios entraria a competir en el mercado.

RESPUESTA A LA PREGUNTA N° 3: TIENE USTED UN PROVEEDOR DIRECTO PARA SUS GRABACIONES

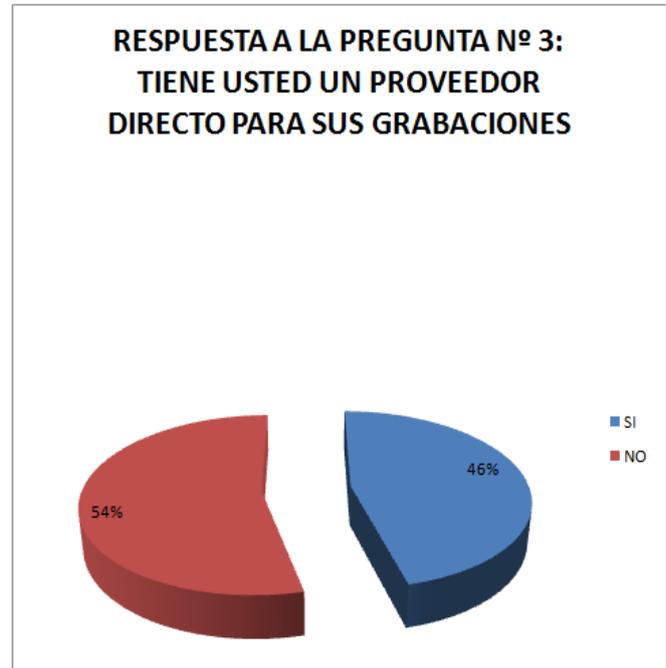


Figura 10. Pregunta 3



F5 Producciones

RESPUESTA A LA PREGUNTA Nº 4: QUE TIPO DE CONECCION TIENE INSTALADO EN SU EMPRESA.

FIRE WIRE	6
MIDI	5
EMBOX	2
U.S.B	0

La pregunta nº 4 fue mas enfocada a que tipo de coneccion digital para así saber cuales son los estudios de grabacion que aun cuentan con coneccone antiguas y así saber a quienes le podemos ofrecer nuestro producto, lo cual nos fue de mucha ayuda porque mas del 50% no tiene coneccciones nuevas, a este problema podemos hacer una estrategia y es por ejemplo vender nuestras coneccciones a credito y no de contado como se vende hoy en dia.



**RESPUESTA A LA PREGUNTA Nº 4:
QUE TIPO DE CONECCION TIENE
INSTALADO EN SU EMPRESA.**

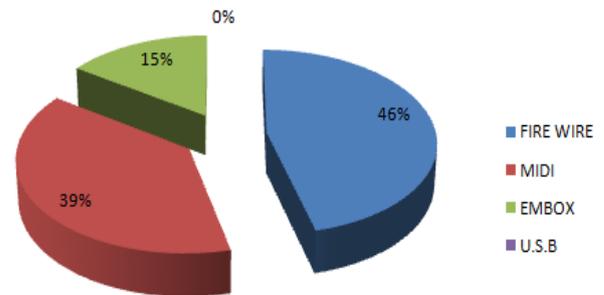


Figura 11. Pregunta 4

RESPUESTA A LA PREGUNTA Nº5: A TRAVES DE QUE MEDIOS LE GUSTARIA ESTAR INFORMADO DE NUESTROS PRODUCTOS.

REVISTAS	7
RADIO	0
INTERNET	6
OTROS	0

A la pregunta nº 5 las personas respondieron que las revistas y el internet son muy buenas pautas publicitarias ya que los gerentes delos estudios frecuentan un poco mas estas dos citios. Esto nos sirve para retirar por completo de nuestra publicidad lo que no frecuentan o no loes gusta.

**RESPUESTA A LA PREGUNTA Nº5: A
TRAVES DE QUE MEDIOS LE
GUSTARIA ESTAR INFORMADO DE
NUESTROS PRODUCTOS.**

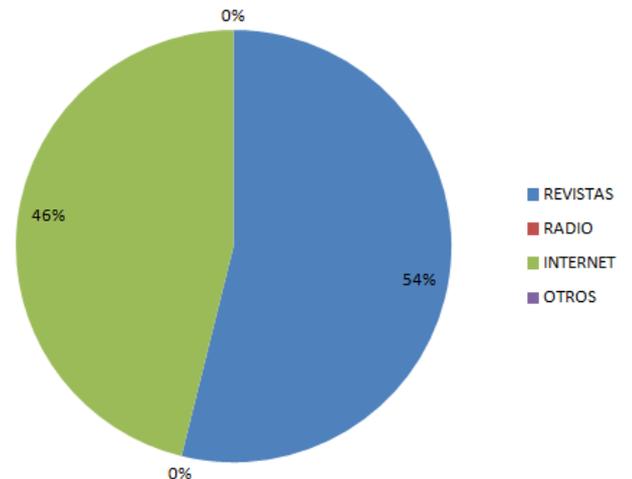


Figura 12. Pregunta 5

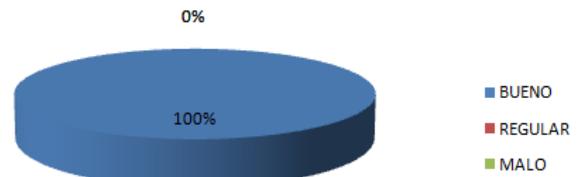


RESPUESTA A LA PREGUNTA Nº 6: QUE OPINA USTED DEL NUEVO SISTEMA DE PRO TOOLS 8.

BUENO
REGULAR
MALO

13
0
0

**RESPUESTA A LA PREGUNTA Nº 6:
QUE OPINA USTED DEL NUEVO
SISTEMA DE PRO TOOLS 8.**



La respuesta a la preguntata nº 6 las personas respondieron que lo nuevo siempre va a tener cosas inimaginables como lo es el Pro tools 8, y esto creo que nos da un poco de credivilidad puesto que F5 cuenta con esta programa, así que un paso a seguir es la piblicidad para que nuestros posibles clientes conoscan un poco mas de nuestra empresa.

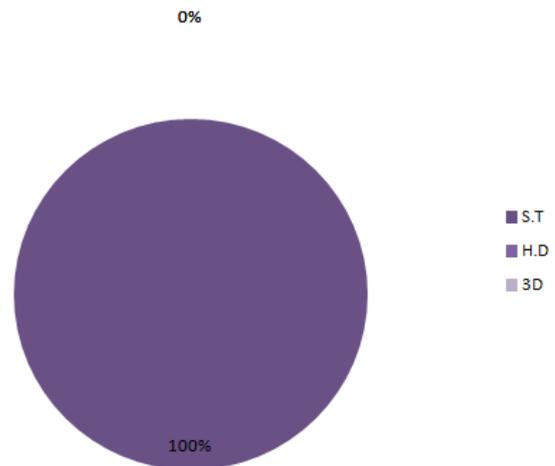
Figura 13. Pregunta 6

RESPUESTA A LA PREGUNTA Nº 7: EN QUE FORMATO LE GUSTARIA GRABAR SU VIDEO.

S.T
H.D
3D

13
0
0

**RESPUESTA A LA PREGUNTA Nº 7: EN
QUE FORMATO LE GUSTARIA GRABAR
SU VIDEO.**



La respuesta a la pregunta nº 7 fue S.T puesto que es un formato excelente para trabajar y muy economico en el mercado.



F5 Producciones

RESPUESTA A LA PREGUNTA N° 8: HACE USO PERMANEBTE DE SUS EQUIPOS EMPRESARIALES.

SI
NO

13
0

La respuesta a la pregunta n° 8 las personas respondieron que utilizan sus equipos con frecuencia y esto hace que todos estos necesiten un mantenimiento constante y el nivel de daños pueda ser mas a menudo, y es así como F5 sabe quienes son las personas a las cuales debe mantener constantemente en informacion sobre equipos de ultima tecnologia.

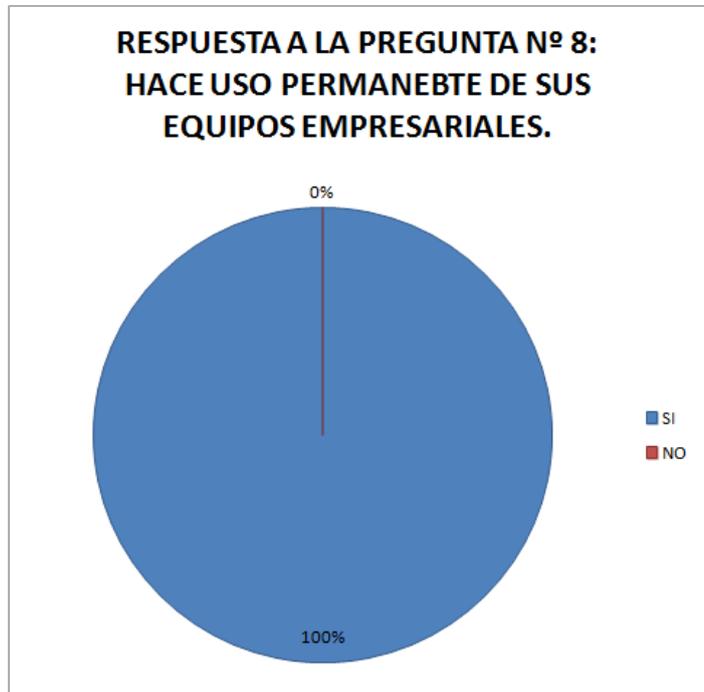


Figura 15. Pregunta 8

En respuesta a la pregunta n° 9, Por favor escriba brevemente a la hora de elegir un servicio de audio y video cuáles son sus preferencias.

El análisis realizado por parte de los autores fue: nuestros posibles compradores son empresas de publicidad, las cuales buscan, cumplimiento, calidad del servicio, precios en volumen de órdenes de compra, esto ya que de esta forma ambas partes tendrán utilidades.

ANEXO 2. MATRIZ MEFI

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS - MEFI F5 PRODUCCIONES

No.	FACTOR INTERNO	Ponderación	Calificación	Resultado	DEBILIDAD	FORTALEZA
1	Amplio portafolio de servicio	7%	3	0,21		F



F5 Producciones

2	Ubicación estratégica	6%	3	0,18		F
3	Forma de pago del servicio	5%	2	0,1	D	
4	Servicio al cliente	9%	4	0,36		F
5	Investigación de mercado	10%	4	0,4		F
6	Costos	8%	3	0,24		F
7	Segmentación y cobertura	9%	4	0,36		F
8	Tecnología de punta	12%	4	0,48		F
9	Comisiones por ventas	8%	3	0,24		F
10	Enfoque publicitario	5%	3	0,15		F
11	Personal altamente calificado	11%	4	0,44		F
12	Investigación de la competencia	6%	3	0,18		F
13	Instalaciones cómodas para el servicio	4%	3	0,12		F
		100%		3,46		

Tabla 17. Matriz MEFI

ANEXO 3. MATRIZ MEFE

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS - MEFE F5 PRODUCCIONES

No.	FACTOR EXTERNO	Ponderación	Calificación	Resultado	Amenaza	Oportunidad
1	Frecuencia de compra	5%	2	0,1	A	
2	Poca participación en el mercado	4%	1	0,04	A	
3	Competidores con alta trayectoria	4%	1	0,04	A	
4	Fidelidad de clientes con los competidores	5%	2	0,1	A	
5	Oportunidad en nuevos mercados por bajos precios	6%	4	0,24		O
6	Créditos bancarios	6%	3	0,18		O
7	Poco reconocimiento en el mercado	4%	2	0,08	A	
8	"Digidesing" tiene una solida solvencia económica	2%	2	0,04	A	



F5 Producciones

9	"Digidesing" tiene participación en el mercado definida	3%	1	0,03	A	
10	"Digidesing" no maneja ningún tipo de convenios con otras empresas	5%	4	0,2		O
11	"Digidesing" no maneja amplio portafolio de servicios	5%	4	0,2		O
12	"Digidesing" importa sus propios productos y es el mayor proveedor en Bogotá	4%	2	0,08	A	
13	"Audiosystems" tiene una trayectoria en el mercado media	2%	1	0,02	A	
14	"Audiosystems" amplio portafolio de servicios	2%	1	0,02	A	
15	"Audiosystems" tiene participación definida de mercado	3%	1	0,03	A	
16	"Audiosystems" a participado internacionalmente	4%	1	0,04	A	
17	"Audiosystems" tiene un muy buen servicio al cliente	2%	2	0,04	A	
18	"Audiosystems" tiene una solida solvencia económica	2%	2	0,04	A	
19	"Cámara TV" cuenta con el portafolio más amplio en la ciudad de Bogotá	3%	1	0,03	A	
20	"Cámara TV" cuenta con la mayor antigüedad en el mercado	3%	1	0,03	A	
21	"Cámara TV" tiene una solida solvencia económica	2%	2	0,04	A	
22	"Cámara TV" cuenta con una estructura organizacional defina	3%	2	0,06	A	
23	"Cámara TV" cuenta con personal ampliamente calificado y antigüedad	3%	1	0,03	A	
24	"Cámara TV" cuenta con participación definida del mercado	3%	1	0,03	A	
25	"Cámara TV" cuenta con muy buen servicio al cliente	2%	2	0,04	A	
26	Estabilidad de proveedores	4%	4	0,16		O
27	Situación política y económica	1%	2	0,02	A	
28	Cantidad, calidad y precio de los proveedores	4%	4	0,16	A	
29	Situación actual del sector	4%	4	0,16		O
		100%		2,28		

Tabla 18. Matriz MEFE

ANEXO 4.



F5 Producciones

MATRIZ CONTRASTACION MIME- FACTORES INTERNOS - FACTORES EXTERNOS				
F5 PRODUCCIONES				
MEFE	MEFI			
	4	3	2	1
	3	CD	CD	R
	2	CD	R	D
1	R	D	D	
MEFI	3.46			
MEFE	2.28			
CD	Crecza y desarróllese (Ataque)			
R	Resista			
D	Desposeimiento			

Tabla 19. Matriz MIME

ANEXO 5. MATRIZ MPC

MATRIZ DE PERFIL DE COMPETENCIA - MPC									
F5 PRODUCCIONES									
FACTOR CLAVE DE ÉXITO	%	F5		Audiosystems		Digidesing		Cámara TV	
		E	R	E	R	E	R	E	R
1 FACTOR HUMANO	20%	4	0,8	4	0,8	4	0,8	4	0,8
2 ACTUALIZACION TECNOLOGICA	19%	4	0,76	4	0,76	4	0,76	4	0,76
3 SOLVENCIA ECONOMICA	18%	2	0,36	4	0,72	4	0,72	4	0,72
4 PROMOCION Y PUBLICIDAD	12%	3	0,36	3	0,36	4	0,48	4	0,48
5 DISTRIBUCION Y LOGISTICA	12%	2	0,24	4	0,48	3	0,36	4	0,48
6 CALIDAD EN ARMONIA	19%	4	0,76	4	0,76	4	0,76	4	0,76
	100%		3,28		3,88		3,88		4

Tabla 20. Matriz MCP



F5 Producciones

ANEXO 6. MATRIZ DOFA

MATRIZ DOFA F5 PRODUCCIONES		FORTALEZAS		DEBILIDADES	
		F1	Amplio portafolio de servicio	D1	Forma de pago del servicio
		F2	Ubicación estratégica	D2	
		F3	Servicio al cliente	D3	
		F4	Investigación de mercado	D4	
		F5	Costos	D5	
		F6	Segmentación y cobertura	D6	
		F7	Tecnología de punta	D7	
		F8	Comisiones por ventas	D8	
		F9	Enfoque publicitario	D9	
		F10	Personal altamente calificado	D10	
		F11	Investigación de la competencia	D11	
		F12	Instalaciones cómodas para el servicio	D12	
OPORTUNIDADES					
O1	Oportunidad en nuevos mercados por bajos precios	O1,F4,F1,F1,F5	A través de nuestra investigación de mercado podremos determinar que haciendo enfoque publicitario a nuestra gran variedad de servicios lograremos captar atención de un segmento más específico. Y con nuestros bajos costos vamos a determinar una diversificación de clientes dentro de nuestro mercado meta.	O1,D1	En el sector actual se evidencia que la forma de pago no influye de manera determinante por los bajos costos con los que F5 busca penetrar el mercado.
O2	créditos bancarios	O2,F7,F10	gracias a la colaboración de entidades financieras obtendremos no solamente personal altamente calificado sino también estaremos en constantes actualizaciones tecnológicas, y adaptaciones para mayor comodidad de nuestros clientes.		
O3	"Digidesign" no maneja ningún tipo de convenios con otras empresas	O3,F6,F8	A través de convenios y comisiones por ventas para empresas de publicidad f5 buscara no solamente obtener reconocimiento en el mercado si no también cobertura con lo que lograremos ampliar nuestro portafolio.		
O4	"Digidesign" no maneja amplio portafolio de servicios	O4, O5, F1, F5, F11	con nuestro amplio portafolio de servicios nuestros cómodos costos y la ya antes mencionada investigación de mercados podremos detectar falencias en nuestra competencia como lo son la inestabilidad de sus proveedores y limitaciones a la hora de ofrecer variedad de servicios.		
O5	estabilidad de proveedores				
O6	situación actual del sector	O6,F3	con nuestra investigación de mercados determinamos que es estable el sector de servicios en nuestro país lo cual nos demuestra una gran oportunidad para invertir en este mercado.		
AMENAZAS					
A1	Frecuencia de compra	A1, A2, A4, A5, A8, A12, A21, F1, F3, F7, F10,	f5 explotara aun mas sus fortalezas demostrando un amplio portafolio de servicios, mayor calidad en sus trabajos, constante renovación tecnológica para afianzar la relación con cada uno de nuestros clientes, mejorando la participación, el reconocimiento y idealización de nuestros clientes.		
A2	Poca participación en el mercado				
A3	Competidores con alta trayectoria				
A4	Fidelidad de clientes con los competidores				



F5 Producciones

A5	Poco reconocimiento en el mercado				
A7	"Digidesign" tiene una solida solvencia económica	A7, A15,A18, F5, F8.	F5 tratara de contrarrestar una de las más grandes amenazas de sus competidores como lo es la solvencia económica con bajos costos en sus servicios e incentivando a sus convenios con comisiones por ventas.		
A8	"Digidesign" tiene participación en el mercado definida				
A9	"Digidesign" importa sus propios productos y es el mayor proveedor en Bogotá				
A10	"Audiosystems" tiene una trayectoria en el mercado media				
A11	"Audiosystems" amplio portafolio de servicios				
A12	"Audiosystems" tiene participación definida de mercado				
A13	"Audiosystems" a participado internacionalmente				
A14	"Audiosystems" tiene un muy buen servicio al cliente	A14, A20,A22, F3, F10, F12	F5 buscara hacer frente a estos ítems con el mismo factor con el que actúa la competencia haciendo énfasis en algunos aspectos que nos hagan sobresalir ante ellos.		
A15	"Audiosystems" tiene una solida solvencia económica				
A16	"Cámara TV" cuenta con el portafolio más amplio en la ciudad de Bogotá				
A17	"Cámara TV" cuenta con la mayor antigüedad en el mercado				
A18	"Cámara TV" tiene una solida solvencia económica				
A19	"Cámara TV" cuenta con una estructura organizacional definida				
A20	"Cámara TV" cuenta con personal ampliamente calificado y antigüedad				
A21	"Cámara TV" cuenta con participación definida del mercado				
A22	"Cámara TV" cuenta con muy buen servicio al cliente				
A23	situación política y económica				
A24	cantidad, calidad y precios de los proveedores				

Tabla 21. Matriz DOFA



F5 Producciones

Análisis Financiero Y Evaluación De Proyectos

La parte de análisis económico se pretende determinar el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto; cual será el costo total de la operación del servicio que se desea prestar (que abarca las funciones de producción, administración y ventas), así como otras series de indicadores que sirven de base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación económica.

Determinación De Las Inversiones

A continuación se describirá la inversión en activos fijos, diferidos y capital de trabajo para poder cumplir con el proceso de la prestación del servicio de grabación para suplir la demanda esperada

- **Maquinaria y Equipos**

EQUIPOS ESTUDIO		
ACTIVOS	CANTIDAD	VALOR
COMPUTADOR I MAC	1	3.500.000
SISTEMA DE GRABACION PROO TOLS	1	2.200.000



F5 Producciones

MICROFONO PARA VOCES	1	1.000.000
KIT DE MICROFONOS PARA PERCUSSION	4	800.000
MICROFONO PARA INSTRUMENTOS DE VIENTOS	1	200.000
WORK ESTATION PARA ESTUDIO DE GRABACION	1	1.600.000
DEDUZA DE CABLES PARA MICROFONOS	2	380.000
INTERFACE DIGI DESING DIGITAL	1	3.000.000
CONSOLA DE GRABACION	1	2.000.000
AUDIFONOS	1	350.000
BAJOS	2	1.600.00
MONITORES PARA MEZCLA YAMAHA NS10 FLAC	2	2.500.00
ESPUMA AISLANTE ACUSTICA	80 (METROS)	2.400.00
SILLAS	2	160.000
PRE AMPLIFICADORES PARA MICROFONO	4	1.600.00
AMPLIFICADORES DE MONITORES	2	1.200.000
PUERTAS DE AISLAMIENTO ACUSTICO	2	800.000
VIDRIOS DE SEPARACION ACUSTICA	2	240.000
TOTAL		17.430.000

Tabla 22. Maquinaria y equipos

Muebles y Enseres

EQUIPOS OFICINA		
ACTIVOS	CANTIDAD	VALOR
COMPUTADOR TIPO PC	1	1.500.000
ESCRITORIO CON SILLA	1	900.000
SILLAS	2	100.000
TELEFONO	1	80.000
IMPRESORA	1	300.000
CAJA RESMA PAPEL (3.000 HOJAS)	1	60.000
OTROS GASTOS (LAPICEROS, LAPIZ, BORRADORES, PEGANTE, COCEDORA, GRAPADORA)	1	50.000
TOTAL		2.990.000



F5 Producciones

Figura 23. Equipos de oficina

EL total de la maquinaria, equipos, muebles y enseres es de \$20.420.000

- **Capital de trabajo**

Se debe tener capital de trabajo necesario para los gastos de iniciación operativa, primeros meses producción mientras se estabiliza el desarrollo normal de la empresa:

GASTOS	VALOR
GRABACION DE UN CD	2.750.000
NOMINA	2.478.625
OTROS GASTOS	3.001.375
TOTAL	8.230.000

Tabla 24. Capital de trabajo

- **Activos Diferidos**

Se requieren recursos económicos para realizar una serie de gastos diferidos como estudios previos como investigaciones técnicas, adecuación de la planta y oficina, constitución de la empresa. Estos gastos pre operativos son:

ACTIVOS DIFERIDOS	Valores
Estudios	600.000
Publicidad	100.000
Gastos legales	650.000
Total Diferidos	1.350.000

Figura 25. Activos diferidos

El total de la inversión es de \$30.000.000, en cual será aportado por el socio de \$5.000.000 y \$25.000.000 con recursos de financiamiento.

PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN



F5 Producciones

De acuerdo con la capacidad del estudio se estableció la cantidad de grabaciones a realizar durante un mes es de 4 y para el año es de 48 grabaciones. Este servicio será constante en todos los años de operación ya que es la capacidad máxima del negocio con la inversión destinada.

El costo del servicio tiene las siguientes características:

PROCESO PARA LA GRABACION DE UN CD				
PROCESO	DESCRIPCION	FISICOS	HUMANOS	COSTO UNITARIO
SELECCIÓN	SE SELECCIONA LA CANCION ENTRE VARIOS COMPOSITORES		X	100.000
ARREGLOS MUSICA	SE SELECCIONA UN MUSICO ARREGLISTA PARA DISEÑAR LA MAQUETA		X	
DISEÑO	HACER LA MAQUETA EN SECUENCIA		X	150.000
ALQUILER ESTUDIO	SE ALQUILA UN ESTUDIO DE GRABACION POR UNA DURACION DE 10 HORAS	X		300.000
INGENIERO	INGENIERO DE SONIDO PERA EL ESTUDIO		X	300.000



F5 Producciones

CONTRATOS	CONTRATO DE 15 MUSICOS PARA GRABAR INSTRUMENTOS Y COROS POR VALOR DE DE 50.000 PESOS POR PERSONA		X	750.000
ESTRUCTURACIÓN	MAZCLA Y MASTERIZACIÓN DE LA GRABACION	X		150.000
DISEÑADOR	DISEÑO GRAFICO DE LA CARATULA Y LABEL DEL CD		X	150.000
PRODUCTOR	COORDINADOR, JEFE DE PROYECTO, EN TODOS EL PROCESO.		X	400.000
OTRO GASTOS	ENVIOS, TRASPORTES, ALIMENTACION MISICOS, Y REFRIGERIOS (DIEZ DIAS DE GRABACION)	X		150.000
	10 HORAS DE ESTUDIO	X		300.000
	TOTAL COSTO DEL SERVICIO			2.750.000

Tabla 26. Proceso para la grabación de un cd

Los costos de este servicio para los años de proyección son los siguientes:

PRESUPUESTO DE INGRESOS POR VENTAS A CINCO AÑOS

PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GRABACION DE UN CD	48	48	48	48	48
Precio Unitario	4.000.000	4.200.000	4.410.000	4.630.500	4.862.025
TOTAL	192.000.000	201.600.000	211.680.000	222.264.000	233.377.200

Tabla 27. Presupuesto de ingresos por ventas a cinco años

El precio se incrementa con el IPC del 5% promedio

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS



F5 Producciones

- Personal

Para el área administrativa se cuenta con el siguiente personal:

ORGANIZACIÓN PERSONAL MES				
CARGO	CANTIDAD	SALARIO	AUXILIO TRANS	TOTAL
GERENTE	1	1.000.000	63.600	1.063.600
ASISTENTE DE GERENCIA Y CONTABLE	1	535.600	63.600	599.200
TOTAL		1.535.600	127.200	1.662.800

Figura 28. Organización personal mes

Se les paga todas las prestaciones y apropiaciones de ley.

ORGANIZACIÓN PERSONAL MES					
CARGO	TOTAL SALARIO	PRESTACIONES	PARAFISCALES	SEGURIDAD SOCIAL	TOTAL
		21,82%	9%	20,50%	GASTOS
GERENTE	1.063.600	232.078	90.000	205.000	1.590.678
ASISTENTE DE GERENCIA Y CONTABLE	599.200	130.745	48.204	109.798	887.947
TOTAL	1.662.800	362.823	138.204	314.798	2.478.625

Tabla 29. Organización personal mes

- Otros gastos

Actualmente se cancela de servicios de públicos para la prestación del servicio por concepto de, energía, teléfono internet, acueducto por valor de \$482.500



F5 Producciones

Adicional se cancela por concepto de contabilidad a un contador la suma de \$300.000 y publicidad mensual es del \$30.000 de la actualización de la página de promoción y servicios. Varios por valor de \$50.000 que son para papelería aseo y cafetería.

El arriendo del estudio es de \$900.000

Los impuestos aplicables son el Ica 11,04*1000 y la tasa de renta el 33%.

GASTOS FIJOS SERVICIO DE GRABACIÓN					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ADMINISTRACIÓN Y VENTAS					
Gasto Gerente	19.088.130	20.042.537	21.044.664	22.096.897	23.201.742
Gasto Asistente de Gerencia y Contable	10.655.369	11.188.138	11.747.545	12.334.922	12.951.668
Gasto contador	3.600.000	3.780.000	3.969.000	4.167.450	4.375.823
Arriendo	10.800.000	11.340.000	11.907.000	12.502.350	13.127.468
Plan etb	1.110.000	1.165.500	1.223.775	1.284.964	1.349.212
Energía	3.000.000	3.150.000	3.307.500	3.472.875	3.646.519
Agua	840.000	882.000	926.100	972.405	1.021.025
Publicidad	360.000	378.000	396.900	416.745	437.582
Varios	600.000	630.000	661.500	694.575	729.304
Industria y Cio	3.179.520	3.338.496	3.505.421	3.680.692	3.864.726
Total	53.233.020	55.894.670	58.689.404	61.623.874	64.705.068

Tabla 30. Gastos fijos de servicio de grabación

DEPRECIACION Y AMORTIZACION DE DIFERIDOS

Los activos fijos se depreciarán por el método de línea recta según la vida útil de cada activo, no tendrá valor de salvamento. Los gastos diferidos se amortizan en los cinco periodos de evaluación.

GASTOS DEPRECIACION Y DIFERIDOS					
Depreciación Maquinaria y	1.743.000	1.743.000	1.743.000	1.743.000	1.743.000



F5 Producciones

equipos					
Depreciación Muebles y Enseres	299.000	299.000	299.000	299.000	299.000
Diferidos	450.000	450.000	450.000		
TOTAL	2.492.000	2.492.000	2.492.000	2.042.000	2.042.000

Tabla 31. Depreciación y amortización de diferidos

Gastos Financieros

Dentro de la inversión se tiene un préstamo financiero que será otorgado por Bancoldex que incentiva a los pequeños empresarios en la creación de proyecto productivo. La modalidad de crédito es de cuota fija a 5 años con una tasa de interés del 2.18% efectiva mensual. A continuación se muestra la tabla de amortización:

Credito Financiero		tasa de interés 2,18%		
	Cuota Mensual sin seguro	Abono a Interés	Abono a Capital	Saldo
				\$ 25.000.000
1	\$ 750.882	\$ 545.000	\$ 205.882	\$ 24.794.118
2	\$ 750.882	\$ 540.512	\$ 210.370	\$ 24.583.749
3	\$ 750.882	\$ 535.926	\$ 214.956	\$ 24.368.793
4	\$ 750.882	\$ 531.240	\$ 219.642	\$ 24.149.151
5	\$ 750.882	\$ 526.451	\$ 224.430	\$ 23.924.721
6	\$ 750.882	\$ 521.559	\$ 229.323	\$ 23.695.398
7	\$ 750.882	\$ 516.560	\$ 234.322	\$ 23.461.076



F5 Producciones

8	\$ 750.882	\$ 511.451	\$ 239.430	23.221.646	\$
9	\$ 750.882	\$ 506.232	\$ 244.650	22.976.996	\$
10	\$ 750.882	\$ 500.899	\$ 249.983	22.727.013	\$
11	\$ 750.882	\$ 495.449	\$ 255.433	22.471.580	\$
12	\$ 750.882	\$ 489.880	\$ 261.001	22.210.579	\$
13	\$ 750.882	\$ 484.191	\$ 266.691	21.943.888	\$
14	\$ 750.882	\$ 478.377	\$ 272.505	21.671.383	\$
15	\$ 750.882	\$ 472.436	\$ 278.445	21.392.938	\$
16	\$ 750.882	\$ 466.366	\$ 284.516	21.108.422	\$
17	\$ 750.882	\$ 460.164	\$ 290.718	20.817.704	\$
18	\$ 750.882	\$ 453.826	\$ 297.056	20.520.648	\$
19	\$ 750.882	\$ 447.350	\$ 303.531	20.217.117	\$
20	\$ 750.882	\$ 440.733	\$ 310.148	19.906.968	\$
21	\$ 750.882	\$ 433.972	\$ 316.910	19.590.059	\$
22	\$ 750.882	\$ 427.063	\$ 323.818	19.266.240	\$
23	\$ 750.882	\$ 420.004	\$ 330.878	18.935.363	\$
24	\$ 750.882	\$ 412.791	\$ 338.091	18.597.272	\$
25	\$ 750.882	\$ 405.421	\$ 345.461	18.251.811	\$
26	\$ 750.882	\$ 397.889	\$ 352.992	17.898.819	\$
27	\$ 750.882	\$ 390.194	\$ 360.687	17.538.132	\$
28	\$ 750.882	\$ 382.331	\$ 368.550	17.169.581	\$
29	\$ 750.882	\$ 374.297	\$ 376.585	16.792.996	\$
30	\$ 750.882	\$ 366.087	\$ 384.794		\$



F5 Producciones

				16.408.202
				\$
31	\$ 750.882	\$ 357.699	\$ 393.183	16.015.019
				\$
32	\$ 750.882	\$ 349.127	\$ 401.754	15.613.265
				\$
33	\$ 750.882	\$ 340.369	\$ 410.512	15.202.753
				\$
34	\$ 750.882	\$ 331.420	\$ 419.462	14.783.291
				\$
35	\$ 750.882	\$ 322.276	\$ 428.606	14.354.685
				\$
36	\$ 750.882	\$ 312.932	\$ 437.949	13.916.736
				\$
37	\$ 750.882	\$ 303.385	\$ 447.497	13.469.239
				\$
38	\$ 750.882	\$ 293.629	\$ 457.252	13.011.987
				\$
39	\$ 750.882	\$ 283.661	\$ 467.220	12.544.766
				\$
40	\$ 750.882	\$ 273.476	\$ 477.406	12.067.361
				\$
41	\$ 750.882	\$ 263.068	\$ 487.813	11.579.548
				\$
42	\$ 750.882	\$ 252.434	\$ 498.447	11.081.100
				\$
43	\$ 750.882	\$ 241.568	\$ 509.314	10.571.787
				\$
44	\$ 750.882	\$ 230.465	\$ 520.417	10.051.370
				\$
45	\$ 750.882	\$ 219.120	\$ 531.762	9.519.608
				\$
46	\$ 750.882	\$ 207.527	\$ 543.354	8.976.254
				\$
47	\$ 750.882	\$ 195.682	\$ 555.199	8.421.055
				\$
48	\$ 750.882	\$ 183.579	\$ 567.303	7.853.752
				\$
49	\$ 750.882	\$ 171.212	\$ 579.670	7.274.082
				\$
50	\$ 750.882	\$ 158.575	\$ 592.307	6.681.776
				\$
51	\$ 750.882	\$ 145.663	\$ 605.219	6.076.557
				\$
52	\$ 750.882	\$ 132.469	\$ 618.413	5.458.144



F5 Producciones

53	\$ 750.882	\$ 118.988	\$ 631.894	\$ 4.826.250
54	\$ 750.882	\$ 105.212	\$ 645.669	\$ 4.180.581
55	\$ 750.882	\$ 91.137	\$ 659.745	\$ 3.520.836
56	\$ 750.882	\$ 76.754	\$ 674.127	\$ 2.846.708
57	\$ 750.882	\$ 62.058	\$ 688.823	\$ 2.157.885
58	\$ 750.882	\$ 47.042	\$ 703.840	\$ 1.454.045
59	\$ 750.882	\$ 31.698	\$ 719.183	\$ 734.862
60	\$ 750.882	\$ 16.020	\$ 734.862	\$ 0

Tabla 32. Crédito financiero

Presupuesto De Ingresos

Se empezará a producir en el primer periodo de evaluación de acuerdo a lo estimado. Los precios de venta para cada periodo se calculo de acuerdo a unas estimaciones iniciales que quedaron como política de precio. Los precios crecerán el 5%. Las ventas pronosticadas para cada período son las siguientes:

PRESUPUESTO DE COSTO DEL SERVICIO A CINCO AÑOS

PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GRABACION DE UN CD	48	48	48	48	48
Costo Unitario	\$ 2.750.000	\$ 2.887.500	\$ 3.031.875	\$ 3.183.469	\$ 3.342.642
TOTAL	\$ 132.000.000	\$ 138.600.000	\$ 145.530.000	\$ 152.806.500	\$ 160.446.825

Tabla 33. Presupuesto de costo del servicio a cinco años



F5 Producciones

Proyección De Estados Financieros

A continuación se muestra los estados financieros básicos proyectados a 5 años.

Estado De Resultados

ESTADO DE RESULTADOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	192.000.000	201.600.000	211.680.000	222.264.000	233.377.200
(-) COSTOS DE VENTAS	132.000.000	138.600.000	145.530.000	152.806.500	160.446.825
(=) UTILIDAD BRUTA	60.000.000	63.000.000	66.150.000	69.457.500	72.930.375
(-) GASTOS OPERACIONALES	54.665.180	57.273.838	60.012.930	62.438.977	65.458.826
(=) UTILIDAD OPERATIVA	5.334.820	5.726.162	6.137.070	7.018.523	7.471.549
(+) OTROS INGRESOS					
(-) GASTOS FINANCIEROS	6.221.158	5.397.273	4.330.043	2.947.596	1.156.827
(=) UTILIDAD OPERATIVA	-	-	-	-	-
	886.338	328.889	1.807.027	4.070.927	6.314.722
(-) IMPUESTO DE RENTA	-	-	-	-	-
	4.596.354	4.583.891	5.085.379	5.219.330	5.446.603
(=) UTILIDAD FINAL	-	-	-	-	-
	5.482.692	4.255.002	3.278.352	1.148.402	868.119

-
456.891

Tabla 34. Estado de resultados



F5 Producciones

FLUJO DE CAJA

Estado de caja Proyectado						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SALDO INICIAL DE CAJA		8.230.000	9.062.321	3.774.353	(1.085.203)	(6.009.501)
INGRESOS						
INGRESOS SERVICIO DE GRABACIÓN	0	192.000.000	201.600.000	211.680.000	222.264.000	233.377.200
PRESTAMO BANCARIO	25.000.000					
APORTES PROPIOS	5.000.000					
TOTAL INGRESOS	30.000.000	192.000.000	201.600.000	211.680.000	222.264.000	233.377.200
EGRESOS						
Compra de Maquinaria y equipo	17.430.000					
Compra de muebles y enseres	2.990.000					



F5 Producciones

Gastos de estudios técnicos -económicos-organización	1.350.000					
Pago servicio de grabación		132.000.000	138.600.000	145.530.000	152.806.500	160.446.825
Pago de Nomina		28.080.700	29.484.734	30.958.971	32.506.920	34.132.266
Pago de Cesantías			1.662.800	1.745.940	1.833.237	1.924.899
Honorarios		3.600.000	3.780.000	3.969.000	4.167.450	4.375.823
Arriendo		10.800.000	11.340.000	11.907.000	12.502.350	13.127.468
Servicios Públicos		4.950.000	5.197.500	5.457.375	5.730.244	6.016.756
Varios		600.000	630.000	661.500	694.575	729.304
Publicidad		360.000	378.000	396.900	416.745	437.582
Industria y Cio		1.766.400	2.208.000	2.318.400	2.434.320	2.556.036
Pago Renta			4.596.354	4.583.891	5.085.379	5.219.330
Pago Intereses crédito		6.221.158	5.397.273	4.330.043	2.947.596	1.156.827
pago amortización crédito		2.789.421	3.613.307	4.680.536	6.062.984	7.853.752
TOTAL EGRESO	21.770.000	191.167.679	206.887.968	216.539.556	227.188.299	237.976.867
SALDO FINAL DE CAJA	8.230.000	9.062.321	3.774.353	(1.085.203)	(6.009.501)	(10.609.168)

Tabla 35. Flujo de caja



F5 Producciones

BALANCE GENERAL

Balance General Proyectado						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CORRIENTE						
EFFECTIVO	8.230.000	9.062.321	3.774.353	(1.085.203)	(6.009.501)	(10.609.168)
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	8.230.000	9.062.321	3.774.353	(1.085.203)	(6.009.501)	(10.609.168)
ACTIVO FIJOS						
MAQUINARIA Y EQUIPO	17.430.000	17.430.000	17.430.000	17.430.000	17.430.000	17.430.000
MUEBLES Y ENSERES	2.990.000	2.990.000	2.990.000	2.990.000	2.990.000	2.990.000
DEPRECIACIÓN		(2.042.000)	(4.084.000)	(6.126.000)	(8.168.000)	(10.210.000)
TOTAL ACTIVOS FIJOS	20.420.000	18.378.000	16.336.000	14.294.000	12.252.000	10.210.000
OTROS ACTIVOS						
PREOPERATIVOS	1.350.000	900.000	450.000	-	-	-
TOTAL OTROS ACTIVOS	1.350.000	900.000	450.000	-	-	-
TOTAL ACTIVO	30.000.000	28.340.321	20.560.353	13.208.797	6.242.499	(399.168)
PASIVOS						
CORRIENTE						
OBLIGACIONES FINANCIERA	25.000.000	22.210.579	18.597.272	13.916.736	7.853.752	0
IMPUESTOS POR PAGAR		353.280	370.944	389.491	408.966	429.414
RENTA POR PAGAR		4.596.354	4.583.891	5.085.379	5.219.330	5.446.603
CESANTIAS		1.662.800	1.745.940	1.833.237	1.924.899	2.021.144



F5 Producciones

TOTAL PASIVO	25.000.000	28.823.013	25.298.047	21.224.843	15.406.946	7.897.161
PATRIMONIO						
CAPITAL PAGADO	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000
RESERVA LEGAL UTILIDADES (O PERDIDAS) ACUMULADAS		-	-	-	-	-
UTILIDAD DEL EJERCICIO		(5.482.692)	(4.255.002)	(3.278.352)	(1.148.402)	868.119
TOTAL PATRIMONIO	5.000.000	(482.692)	(4.737.693)	(8.016.045)	(9.164.448)	(8.296.329)
TOTAL PASIVO +PATRIMONIO	30.000.000	28.340.321	20.560.353	13.208.797	6.242.499	(399.168)

Tabla 36. Balance general

Evaluacion del proyecto

punto de equilibrio

Se observa el punto de equilibrio en ingresos totales del producto para el 1 año de operación los ingresos en unidades son de 50 grabaciones en el primer año alcanzando su punto de equilibrio desde el inicio del proyecto. En los siguiente años la fase operativa de la empresa está dentro de su punto de equilibrio.

$$PE = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{\text{PRECIO DE VENTA UNITARIO} - \text{COSTO VARIABLE UNITARIO}}$$

PUNTO DE EQUILIBRIO EN INGRESOS						
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	PROYECTO
COSTOS Y GASTOS FIJOS	61.946.178	63.783.943	65.511.447	66.613.470	67.903.895	325.758.933
Costos Variable Unitario	2.750.000	2.887.500	3.031.875	3.183.469	3.342.642	3.039.097
Precio Unitario de Venta	4.000.000	4.200.000	4.410.000	4.630.500	4.862.025	4.420.505



F5 Producciones

al sustituir estos valores en la formula de punto de equilibrio da:						
Punto de equilibrio en Unidades	50	49	48	46	45	236
Punto de equilibrio en \$ de ventas en cada uno de los años proyectados	198.227.769	204.108.618	209.636.631	213.163.104	217.292.465	1.042.428.586

Tabla 37. Punto de equilibrio

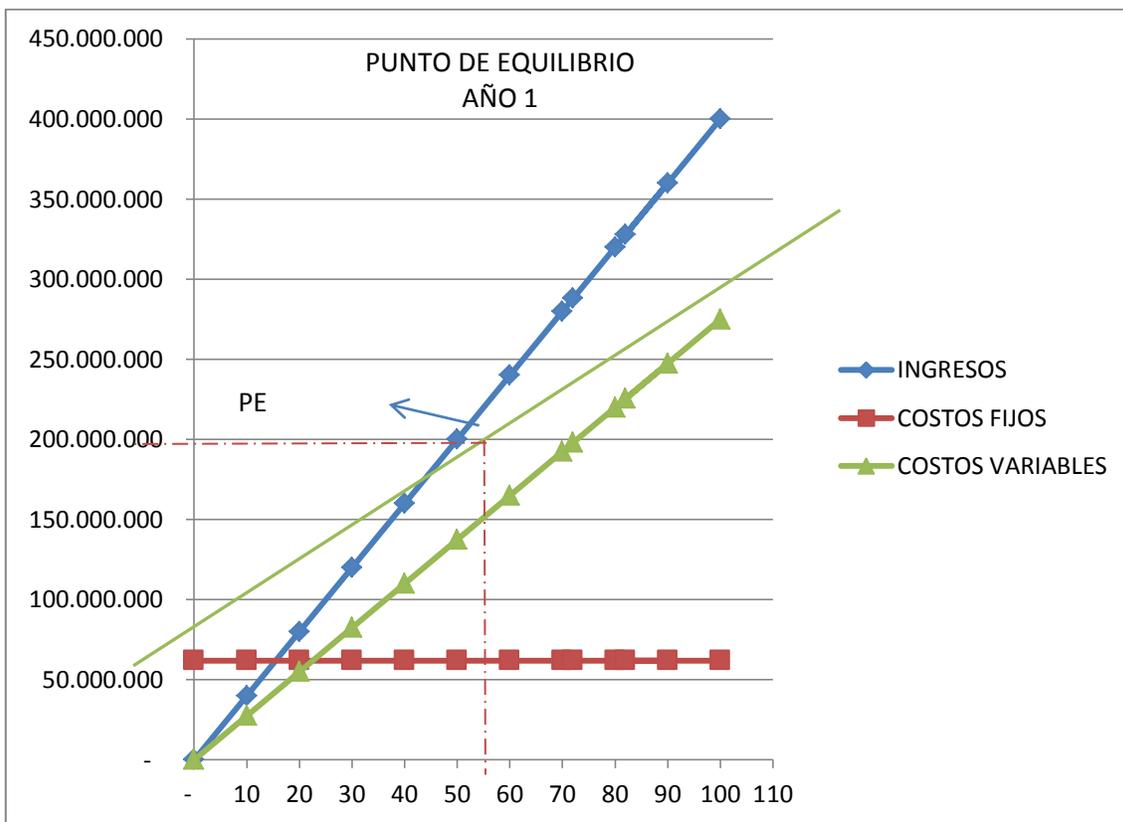


Ilustración 12. Punto de equilibrio



F5 Producciones

Evaluación Económica

A continuación se determina el flujo neto de efectivo del proyecto para determinar la viabilidad del proyecto con los 5 años de operación proyectada.

FLUJO DE CAJA NETO						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE OPERACIONES						
INGRESOS		192.000.000	201.600.000	211.680.000	222.264.000	233.377.200
(-) COSTOS DE VENTAS		132.000.000	138.600.000	145.530.000	152.806.500	160.446.825
(=) UTILIDAD BRUTA		60.000.000	63.000.000	66.150.000	69.457.500	72.930.375
(-) GASTOS OPERACIONALES		54.665.180	57.273.838	60.012.930	62.438.977	65.458.826
(=) UTILIDAD OPERATIVA		5.334.820	5.726.162	6.137.070	7.018.523	7.471.549
(+) OTROS INGRESOS						
(-) GASTOS FINANCIEROS		6.221.158	5.397.273	4.330.043	2.350.581	1.156.827
(=) UTILIDAD OPERATIVA		- 886.338	328.889	1.807.027	4.667.942	6.314.722
(-) IMPUESTO DE RENTA			- 4.583.891	- 5.085.379	- 5.219.330	- 5.446.603
(=) UTILIDAD FINAL		- 886.338	4.912.780	6.892.405	9.887.271	11.761.325
(+) DEPRECIACIONES		2.042.000	2.042.000	2.042.000	2.042.000	2.042.000
(+) AMORTIZACIONES		450.000	450.000	450.000	-	-
TOTAL FLUJO DE OPERACIONES		1.605.662	7.404.780	9.384.405	11.929.271	13.803.325



F5 Producciones

FLUJO DE INVERSIONES						
INVERSIONES	- 30.000.000					
(+) PRESTAMO BANCO	25.000.000					
(-) PAGO DEUDA		- 2.789.421	- 3.613.307	- 4.680.536	- 6.062.984	- 7.853.752
TOTAL FLUJO DE INVERSIONES	- 5.000.000	- 2.789.421	- 3.613.307	- 4.680.536	- 6.062.984	- 7.853.752
TOTAL FLUJO NETO DE CAJA (FO+FI)	- 5.000.000	- 1.183.759	3.791.473	4.703.869	5.866.287	5.949.573

TIO	30%
VPN	\$ 2.130.276,22
TIR	43%

PERIODOS	FLUJOS	FORMULA	VPN
0	-5.000.000	0	-5.000.000
1	-1.183.759	$FCN1/(1+i)^1$	(910.584)
2	3.791.473	$FCN2/(1+i)^2$	2.243.475
3	4.703.869	$FCN3/(1+i)^3$	2.141.042
4	5.866.287	$FCN4/(1+i)^4$	2.053.950
5	5.949.573	$FCN5/(1+i)^5$	1.602.393
			2.130.276

Tabla 38. Flujo De Caja Neto

-Valor Presente Neto (Vpn)

Como se sabe el valor presente Neto es el valor presente de todos los egresos y lo ingresos involucrados en el proyecto llevado al año 0 con una tasa de oportunidad específica de accionista (30%) que es la tasa promedio calculada;

Se dice que si este VPN es mayor que 0 como en el proyecto, que es de \$2.130.276,22 es económicamente factible, y se debe aceptar. (Cálculos hechos Excel)



F5 Producciones

Tasa Interna Retorno (Tir)

Cuando el Valor Presente Neto es igual a 0, la rentabilidad obtenida del proyecto se denomina TIR que debe ser mayor, de la CPC DE 30% para que el proyecto sea viable, en este caso la $TIR > TIO$ (TIR 43%), entonces se debe aceptar el proyecto. (Cálculos hechos Excel)