

**CREACIÓN DE LA PRODUCTORA DE SERVICIOS AUDIOVISUALES
VIAJEROS TV**

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS

**TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE COMUNICADOR SOCIAL
Y PERIODISTA**

**BRAYAN ALEXIS IZQUIERDO PRECIADO
JUAN NICOLÁS AMAYA PUENTES**

**COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO
GIRARDOT**

2018

**CREACIÓN DE LA PRODUCTORA DE SERVICIOS AUDIOVISUALES
VIAJEROS TV**

**TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE COMUNICADOR SOCIAL
Y PERIODISTA**

**BRAYAN ALEXIS IZQUIERDO PRECIADO
JUAN NICOLÁS AMAYA PUENTES**

GIRARDOT

2018

Nota de aceptación

Jurado 1

Jurado 2

Jurado 3

AGRADECIMIENTO

A Dios por darnos la fuerza y sabiduría para poder culminar esta etapa académica.

A nuestros padres, amigos y colegas que nos ayudaron en la formación profesional y a construir el programa Viajeros Tv creyendo en nuestras habilidades audiovisuales.

A nuestros docentes que nos enseñaron con gran amor.

Al director del Canal Regional RTV por creer en nosotros y darnos la mano para empezar este sueño que cada día va creciendo más y más.

TABLA DE CONTENIDO

Resumen	6
Justificación e impacto central del proyecto	7
Planteamiento del problema	13
Objetivos	16
General:.....	16
Específicos:	16
Impactos de la productora en el contexto local.....	17
Producción (televisión- internet).....	17
Visibilidad de la empresa.....	19
Marco referencial.....	25
Marco Contextual:	26
Antecedentes	27
Metodología.....	29
Análisis del sector	38
participantes – población.....	40
Recursos de apoyo	41
Resultados esperados	48
BIBLIOGRAFÍA	49

RESUMEN

Este plan de negocio se centra en la ampliación del programa de televisión Viajeros Tv hacia una productora audiovisual, con el nombre de “Viajeros Tv Producciones”, la cual se transmite en el canal regional RTV de Girardot. Esta empresa se desenvolverá dentro de la industria de la televisión y la web, prestando servicios audiovisuales y de publicidad a las diferentes agencias de viaje y empresas tanto públicas como privadas de orden nacional. Cubrirá eventos turísticos y culturales con un portafolio de precios específicos para cada tipo de cliente. Ante esto, se debe legalizar la empresa y hacer un análisis de mercadeo, apoyado en recursos técnicos para el cumplimiento de los objetivos y buscar estrategias para fidelizar los clientes. Lo anterior se apoyará bajo conceptos del marketing y comunicación organizacional, aportando a la futura conformación de empresas de comunicaciones y análisis de la televisión.

JUSTIFICACIÓN E IMPACTO CENTRAL DEL PROYECTO

La televisión en Colombia a través del tiempo ha pasado por diferentes etapas evolutivas, donde el televidente pasó de ser un espectador a ser parte de ella, lo cual generó un cambio para el desarrollo social y cultural. Asimismo, la tecnología en los medios de comunicación ha tenido grandes avances ofreciéndole al público televisión privada y pública. A continuación, se narrará brevemente la evolución de este medio en el país.

La historia de la televisión en Colombia inicia cuando el general Gustavo Rojas Pinilla asume la presidencia y posteriormente da inicio al medio de comunicación más grande del momento en 1953. Después de ello, en 1954 se realiza la primera señal de prueba emitida en Bogotá y Manizales cuando todo en el país estaba preparado e instalado con la tecnología importada de Estados Unidos y Alemania, asimismo se da la inauguración de la televisión en Colombia como servicio prestado por el Estado. En sus inicios la televisión era cultural y educativa, por lo cual, en 1955 se abre el espacio para la televisión comercial con las cadenas radiales Caracol y Radio Cadena Nacional (RCN). Un evento que dio inicio a la televisión como la conocemos hoy fue la primera transmisión fuera de los estudios en 1958 en el Teatro Colón de Bogotá, con la Novena Sinfonía de Beethoven. En 1963 se crea el Instituto Nacional de Radio y Televisión, por lo cual el medio de comunicación depende desde entonces del Ministerio de Comunicaciones. En 1966 se crea un nuevo canal de televisión con el nombre de Teletigre, que después en 1970 pasó a ser Canal 9 y su nombre continuó cambiando como Canal A y como lo conocemos actualmente: Canal Institucional. El Papa Pablo VI hace la primera visita de un sumo pontífice al país para lo cual se hace una transmisión internacional. Al igual que la visita del pontífice, otro evento memorable fue la llegada del hombre a la luna y en Colombia se logró ver la transmisión vía satélite gracias a la instalación de televisores en plazas y lugares públicos por todo el país. La

televisión en Colombia dio un gran paso con la televisión pública cuando se inauguró el canal 1, gracias al ministro de comunicaciones Antonio Díaz García en 1970, asimismo, fue el inicio de la televisión educativa, puesto que, al poco tiempo de inaugurado se transmiten cursos básicos por este canal. En el mismo año, se logra exportar la programación colombiana transmitida en directo. La televisión a color se pone en operación el 11 de diciembre de 1979. El primer canal regional del país fue Teleantioquia fundado en 1984, a partir de este nacieron más canales como Telecaribe, Canal Capital y Telepacífico. Los canales privados RCN y Caracol fueron los que marcaron la televisión colombiana como la conocemos hoy en día y entraron en funcionamiento a comienzos de 1998. En 2013 el Sistema de Medios Públicos comienza a operar diferentes canales y medios como Señal Institucional, Señal Colombia, las emisoras de radio pública nacional, Radiónica y Canal Uno. Los canales privados RCN y Caracol se posicionan en la cima de los más vistos del país, por lo cual el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones se dedica a promover la televisión pública a través de campañas. En 2014 llega la televisión digital terrestre (TDT), el cual ofrece definición de alta calidad, así como ahorro en el uso del espectro electromagnético.

Dicho lo anterior, teniendo en cuenta el impacto ha tenido la televisión en Colombia, es necesario recalcar la importancia de generar producciones de calidad para este medio, no solo en el sentido técnico de la producción sino en la esencia de su contenido. Ahora bien, el siglo XXI se ha caracterizado por el avance de las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación, y el impacto de la nueva forma de comunicación virtual ha hecho que los telespectadores migren a los medios digitales, dejando atrás los medios tradicionales.

La industria televisiva está comenzando a sufrir una transformación originada por dos factores: la explosión de Internet y la revolución digital. La sinergia producida por estos acontecimientos nos encamina hacia una nueva vida, una era de conjunción audiovisual entre distintos sectores, televisión y PC, de la que se beneficiará el telespectador. (Miranda Cáceres, 2003)

Asimismo, debe tenerse en cuenta que el formato audiovisual de los medios digitales es diferente al de la televisión, puesto que la forma de interactuar con el espectador es más personal, y estos buscan formatos innovadores, fuera de la televisión tradicional. Millones de personas entran a la web para ver toda clase de contenidos, esto indica que el protagonismo de los medios de difusión lo tiene el mundo digital.

Ahora bien, las plataformas virtuales, así como los medios sociales, han venido ganando un espacio importante entre las comunidades y públicos a nivel de difusión “la rapidez y la creatividad que utilizan para comunicar, hacen de este medio una herramienta muy atractiva y llena de recursos, lo que hace que cada día tengan más acogida” (Pazmiño, 2012, p. 4). En Colombia, se tomaron las primeras iniciativas de implementar la internet en 1990 y la primera interconexión de las universidades con el mundo se realizó en 1994, sin embargo, el crecimiento que ha tenido hasta entonces ha impactado a la sociedad colombiana, dando cabida a nuevos programas generados por el gobierno al ser la internet un medio viable para la educación. Siendo así que el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, en aras de visibilizar todas las conexiones a Internet de Banda Ancha, realizó una muestra de los consumidores en 2017 a nivel departamental en Colombia. De esta manera, el Indicador de Conexiones a Internet de Banda Ancha muestra coherencia estadística sobre el acceso universal alcanzado por el servicio de Internet en Colombia, permitiendo realizar análisis comparados entre los indicadores de tecnologías de la información y las comunicaciones tanto de oferta, como de demanda a nivel nacional.

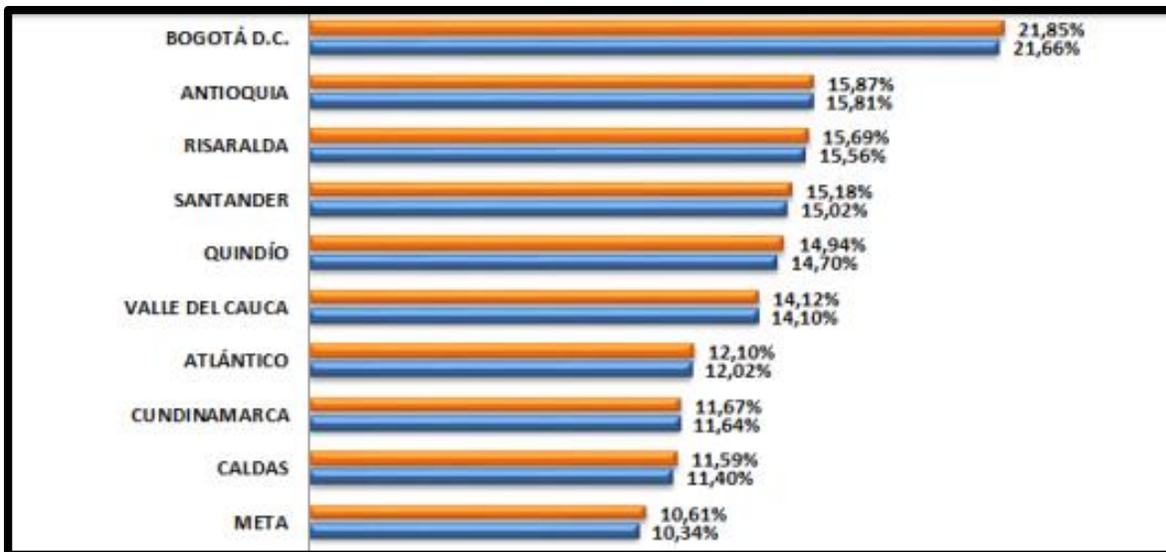


Figura 1: Con mayor uso de la internet en el 2017. Tomado del Boletín Trimestral de las TIC primer trimestre del 2017

Esta estadística muestra que Cundinamarca ocupa el octavo lugar en consumidores de banda ancha, a nivel nacional. Sin embargo, al realizar una búsqueda en la web en páginas oficiales como la Alcaldía Municipal de Girardot, el DANE, MinTIC, entre otras, el municipio de Girardot no cuenta con cifras que permitan conocer la cantidad de consumidores de banda ancha, ni medir el alcance de los medios audiovisuales en la población, cosa que no debería suceder considerando la importancia que han cobrado estos en la cotidianidad de las personas. De acuerdo a cifras reveladas por Kantar Ibope Media Colombia en octubre de 2016, solo la población infantil del país pasa entre 5 y 10 horas semanales en internet “Los sitios más visitados son aquellos con contenido televisivo con 56%, seguido de páginas de juegos con un 28% y páginas de realidad virtual con 22%”.

Esto es tan solo una muestra de la dependencia que se ha generado en la sociedad actual hacia los medios de comunicación y las plataformas virtuales, no solo como una forma de acceder a la información sino como herramientas para la construcción de conceptos, ideas y movimientos.

Dependemos de los media para estar informados acerca de asuntos, personalidades y situaciones hacia los que experimentamos sentimientos de apoyo o de rechazo y para conocer aquellos puntos de atención en los que los sondeos miden el pulso de la comunidad. (McCombs, 1996)

Viajeros Tv es una iniciativa que le apuesta a la producción de contenidos audiovisuales de calidad para la región de Cundinamarca, esto teniendo en cuenta que la productora se enfoca en la elaboración de un formato televisivo con el programa de turismo Viajeros Tv y también pretende llegar a un público más amplio con la elaboración del formato para la web, teniendo como principal canal de difusión YouTube y la Fanpage de Facebook.

Así pues, pese a la gran influencia que tienen los medios de comunicación tradicionales y las innovadoras plataformas electrónicas en la cotidianidad de las personas, el municipio de Girardot no ha explotado al máximo los recursos tecnológicos y digitales para la producción y difusión de información. Actualmente solo existen a nivel local dos canales de televisión, DW Televisión y RTV Canal Regional; y una plataforma virtual llamada Girardot.info. Esto deja una oferta limitada de contenido para el disfrute de la comunidad girardoteña y restringe su visión sobre la realidad del municipio.

En efecto, Girardot se ha caracterizado por la utilización de formatos de difusión tradicionales tanto impresos como hablados, que si bien encuentran eco en la audiencia, no generan impacto en términos comerciales, motivo por el cual esta propuesta conlleva implementar dichas tecnologías con el fin de masificar la transmisión de contenidos, resaltando eventos propios de la ciudad de Girardot, como el Reinado Nacional del Turismo, además de ofrecer una variedad de servicios para la producción de programas culturales, de entretenimiento, sociales, entre otros; no solo aumentando la cantidad de contenido disponible a la comunidad sino también aumentando su calidad, para así mejorar la visión del municipio y en la misma medida contribuir a la generación

de valor tanto a nivel económico como cultural, promoviendo la empresa y la economía local, aportando al desarrollo y el progreso integral, considerando que:

Un aumento cuantitativo no mejora nada si no está acompañado de un progreso sustancial. Lo que equivale a decir que un aumento cuantitativo no es un progreso cualitativo y, por tanto, un progreso en sentido positivo y apreciativo del término. Y mientras que un progreso cualitativo puede prescindir del aumento cuantitativo (es decir, quedar en el ámbito de lo poco numeroso), lo contrario no es cierto: la difusión en extensión de algo se considera progreso sólo si el contenido de esa difusión es positivo, o al menos no da pérdidas, si no está ya en pérdidas (Sartori, 1998, p. 42)

La creación de una empresa audiovisual en Girardot cambiaría el concepto de la ciudad que hay en el imaginario colectivo de los colombianos gracias a las noticias de la televisión nacional, puesto que al ser Girardot pionera en la creación de una productora que muestre los sitios turísticos y promueva una diversidad de contenidos del contexto local, regional y nacional, se contribuirá a mejorar la ciudad, que solo aparece en el contexto nacional con noticias negativas, que además generan desinformación.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La televisión en Colombia, desde su llegada en 1954, surge como un medio de apropiación y transformación cultural. Jesús Martín Barbero (1993) afirma: “la televisión es hoy un espacio particularmente significativo de reconversión económica, de preocupación política y de transformación cultural” (p.44). Así pues, se podría decir que la televisión se convirtió en uno de los medios de mayor difusión en el país.

Girardot es considerada una de las ciudades con más afluencia de turistas del país (Alcaldía Municipal de Girardot, 2016), localizada a dos horas y media de la capital del país, es un municipio que por su ubicación estratégica, su clima cálido, la alegría de sus fiestas y la amabilidad de su gente atrae a una gran cantidad de turistas de todo el territorio nacional. Asimismo, los medios de comunicación de mayor influencia en la ciudad y la región son la prensa y la radio, estos tienen fuerza porque las emisoras hacen parte de los medios de comunicación privados nacionales. La prensa -periódicos y revistas- se han consolidado igualmente como los medios noticiosos más leídos por los ciudadanos. Esto se puede determinar a través de los seguidores de las Fanpage que manejan los diferentes medios de la región:

Tabla 1

Número de seguidores en Facebook

Girardot.info	13.770
Canal Regional RTV	521
DW Televisión	4.794
Todos con Juan Manuel Stereo	9.391
Extra	20.351
Alerta	4.740
Revista Like am	660
Caracol Girardot	14.184
RCN Radio Girardot	4.849
Entes TV	701

Fuente: Propia

Pese al alcance e influencia que tienen los medios de comunicación en la comunidad girardoteña, estos no han sido utilizados para promoción de la cultura, el turismo y los distintos aspectos positivos que el municipio tiene. Durante los años 2016, 2017 y lo que ha transcurrido del año 2018¹, en las plataformas virtuales de importantes medios como Caracol, RCN, El Tiempo y El Espectador se han publicado más noticias negativas relacionadas con atracos, corrupción y desastres naturales, contrario a la cantidad de noticas positivas sobre Girardot las cuales hacen referencia a sus ferias y fiestas.

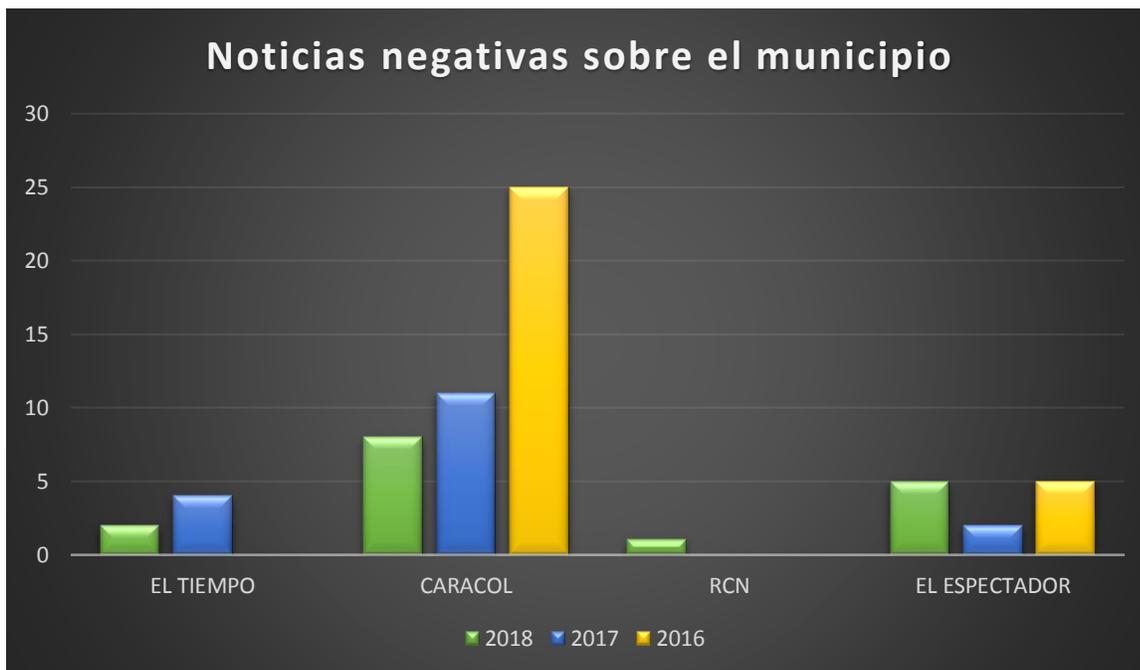


Figura 2: Noticias negativas sobre el municipio encontradas en portales web. Elaboración propia.

¹ Mayo de 2018



Figura 3: Noticias positivas sobre el municipio, encontradas en portales web. Elaboración propia.

Como puede evidenciarse las noticias positivas son algo escasas frente a las negativas, y esto en parte puede deberse, no únicamente a que en el municipio no haya eventos positivos y culturales que merezcan ser exaltados y mostrados, sino que se le ha dado mayor prioridad a lo relacionado con la delincuencia, la corrupción y todo aquello que empaña la imagen de Girardot y su gente.

Por otro lado, a nivel local el panorama no mejora demasiado; el municipio cuenta solo con dos canales de televisión, el primero es DW televisión, fundado en el año 2000, este se caracteriza por ser un canal informativo. El canal RTV, fundado en 2015, el cual tiene una programación de entretenimiento regional y nacional.

Desde esta perspectiva se considera importante crear una idea de negocio, es decir, una productora audiovisual, basada en el turismo para ofrecer en la televisión regional programas de calidad y de la misma manera ofrecer este contenido por los medios digitales. Transformar

imaginarios negativos sobre el municipio de Girardot a través de la creación de este escenario de negocio es uno de los resultados esperados de esta propuesta.

OBJETIVOS

General:

Crear una productora audiovisual que ofrezca servicios de grabaciones de eventos, sitios turísticos y videos corporativos empresariales orientados a la divulgación de información positiva de Girardot y la región.

Específicos:

- Identificar clientes potenciales a través de un estudio de mercado.
- Diseñar el portafolio de servicios a ofertar al cliente objetivo.
- Crear una plataforma virtual para la difusión del programa y concertar el espacio de difusión.
- Establecer alianzas y convenios con empresas del sector.

Impactos de la productora en el contexto local

ANTECEDENTE DEL PROGRAMA: VIAJEROS TV

Producción (televisión- internet)

El modelo de producción en televisión está compuesto por fases en las cuales se incluye una evaluación antes de salir al aire; así pues, se inicia con el diseño del proyecto o programa, la preproducción, la producción, la post producción y finalmente la emisión del programa al aire. Todo esto bajo un guion técnico que le permite a la productora llevar el orden del rodaje.

Dentro de la preproducción, como objetivo principal está en asegurar las condiciones óptimas para la realización del rodaje ayudando a evitar errores y olvidos posteriores, optimizando costos y tiempo (Jaunarena, s,f). Esta fase va desde la idea original del video –elección del tema- hasta la estructura del guion que describa el desarrollo del video y el orden del plan de rodaje. Es importante definir el tema y el enfoque que se quiere proyectar según el programa a transmitir.

Tabla 2

Escena	Audio	Video	Tiempo
1	Cortina musical	Logo del programa	In-out-total
2	Fade a silencio	Fade a negro	
3	Audio ambiente de calle	Imágenes de exteriores de la facultad	in-out-total

Fuente: Tomada de Jaunarena en Las etapas del proceso de realización (ficha de cátedra)

Una vez terminado el guion y el plan de rodaje se pasa a la fase de la producción en la cual se ejecuta el trabajo establecido dentro del guion según el tema y enfoque del programa. Según

Rabiger

La etapa de rodaje es aquella donde se realiza el proceso global de grabar o filmar un proyecto audiovisual. En esta etapa se unen tanto el personal humano como los recursos técnicos necesarios para la captura de las imágenes y el sonido, para darle forma a lo que se quiere comunicar. En esta etapa el rol del director es fundamental. Citado por (Jaunarena, s,f)

Por último, en la fase de la postproducción se verifica por completo el material grabado con el guion técnico y se da inicio a la etapa de edición en ella la estructura narrativa toma forma para que pueda ser entendida, se aplican las transiciones entre planos, sonidos, títulos, placas, gráficos, efectos de especiales si el programa lo exige.

El resultado debe quedar listo para transmitir; este es el reflejo audiovisual del guion con la edición. Los materiales rodados o de archivo pueden ser sometidos a procesos correctivos, de color y audio, de cortes de toma, de saltos. Especialmente cuando el material debe cumplir ciertos estándares de calidad para ser emitidos.

Por otro lado, el contenido audiovisual para las plataformas virtuales tiene una alta capacidad de atracción para las audiencias, según el informe de Visual Networking Index (Cisco, 2012)

Para 2015 habrá casi 3.000 millones de usuarios de Internet (más del 40 % de la población mundial proyectada para ese año), con una media de 3 dispositivos por persona con acceso a Internet y un consumo global de vídeos de 1 millón de minutos por segundo, el equivalente a 674 días por segundo. (Fernández Beltrán , 2012)

Este fenómeno ha generado que muchas empresas, productoras, instituciones y demás expongan sus productos, servicios y programas a través de las redes sociales, la cual tiene una

serie de parámetros para lograr impactar en los cibernautas. Según el informe The 2011 Video Over Internet Consumer Usage Survey, “el vídeo por Internet se está consolidando como el nuevo medio de comunicación de masas, con un nivel de penetración superior al 75 % de los consumidores en los principales países del mundo, y con una clara tendencia al alza.” (Fernández Beltrán , 2012)

A diferencia de los formatos de producción para televisión, en la web los videos deben ser más atractivos y de corta duración, de igual manera debe tener un trabajo de preproducción, producción y postproducción, sin embargo, su contenido puede ser manejado por un equipo técnico muy amplio o muy reducido dependiendo del producto a exponer.

La producción audiovisual que se realice para internet deba tener ciertas estrategias para lograr impactar a la audiencia, entre ellas el título del video; es cierto que el contenido audiovisual se basa sobre todo en imágenes y en sonido, pero no debe subestimar el texto que lo acompaña, ya que tiene un valor fundamental a la hora de poder localizar y hacerlo accesible. Uno de sus principales motores se basa en el título, la descripción, las etiquetas para lograr obtener un buen número de visitas y elevar el rating del canal o plataforma.

Visibilidad de la empresa

Viajeros Tv inició con una programación para televisión con un formato juvenil por su musicalización y edición, sin olvidar el formato técnico -profesional de las entrevistas y trabajo de reportaría. Fue necesario adicionar el formato para la web acondicionado al estilo de los youtubers que ha sido el más apetecido por el público de la internet. Ahora bien, las producciones para televisión se transmiten en un espacio de 30 minutos. En cambio, los videos para internet, tienen

una duración máxima de 10 minutos, puesto que para este formato los videos cortos son más efectivos. Esto se elaboró entendiendo la demanda de los nuevos formatos digitales.

Actualmente, el mercado tecnológico audiovisual ofrece una gran variedad de soportes y formatos digitales, pero, en su aplicación práctica a los nuevos diseños de producción que permiten interactividad (desde TV interactiva, mobileTV, archivos digitales, video bajo demanda, retransmisiones en directo, mediatecas digitales) es necesario conocer la mejor adaptación de los mismos a las distintas creaciones de contenidos audiovisuales. (Amorós, 2009, p. 4)

Como parte de la realización de contratación con las agencias de viajes regionales y nacionales, Viajeros Tv ha expuesto su marca en agencias turísticas de Girardot y Popayán, ofreciendo sus servicios y mostrando su formato audiovisual de carácter periodístico juvenil.

En la ciudad de Girardot, Viajeros Tv ha llevado a ofrecer sus servicios a las agencias de viaje Aquy Toy y teniendo como miembro activo la Agencia de viajes Mariana Tour.



Firma de contratación con Claudia Zapata, Representante Legal de Mariana Tour

Durante el mes de diciembre de 2017, Viajeros Tv realizó grabaciones en la ciudad de Popayán – Cauca enriqueciendo su contenido y mostrando la belleza histórica de Colombia, además, teniendo la oportunidad de visitar las agencias turísticas de la ciudad con el fin de visibilizar la

empresa mostrando sus contenidos y entregando un portafolio de servicios en las agencias de viaje Praga Tour, Avialoi, Vivan Tour y el Centro de guías turístico de Popayán.



Asesora turística de la Agencia de Viajes Praga, Popayán – Cauca



Asesora turística de la Agencia de Viajes Avialoi, Popayán – Cauca



Asesora turística de la Agencia de Viajes Vivan Tours, Popayán Cauca



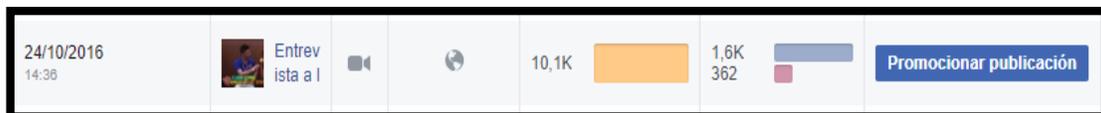
Centro de guía turístico de Popayán – Cauca

Con este procedimiento que se realizó en la ciudad de Popayán, Viajeros Tv pudo obtener mayor alcance en redes sociales, generando una buena aceptación del público.

Público mediante la web.

Por medio de la creación de una Fanpage en la red social con mayor alcance a nivel mundial (Facebook), Viajeros Tv cuenta con más de 600 seguidores los cuales observan las publicaciones de videos e imágenes publicitarios, viajes que se realizarán con agencias de viajes, así como pequeños fragmentos de los capítulos que se transmitirán en televisión y todos los servicios que ofrece la productora. Así pues, ha sido evidente el alcance gracias a todas las divulgaciones realizadas. Estas son una de las publicaciones con más alcance de la página de Facebook:

- Entrevista Reinado Nacional del Turismo (2016), con más de diez mil personas alcanzadas:



- Comercial de Panchori, con más de ocho mil personas alcanzadas:



- Cubrimiento de Batalla de Carnavales (2017), con más de siete mil personas alcanzadas:



La productora Viajeros Tv nace por la necesidad de hacer producciones de calidad para la región, puesto que existe una oferta escasa de producciones a nivel regional. Por otro lado, en el contexto laboral actual la creación de una empresa con el enfoque de comunicaciones es necesaria para ser agente generador de empleo y desarrollo en el país.

La televisión local tendrá un cambio de mejoramiento en la calidad de su programación, el cual le podrá ofrecer a los televidentes de Girardot y la región contenidos que unifiquen la calidad técnica (grabación, edición) y cultural (grabación de sitios y eventos turísticos).

Proyección

Es necesario recalcar que a nivel nacional hay convocatorias para proyectos audiovisuales como Viajeros Tv, el cual hacen una evaluación para saber si los proyectos son viables y posteriormente dar una ayuda económica. Algunas de estas entidades encargadas de patrocinar estos proyectos son el Ministerio de las TIC, las gobernaciones departamentales y el Mercado de Coproducción de Señal Colombia. Viajeros Tv Producciones le apuesta a recibir estas ayudas nacionales para fortalecer el proyecto y alcanzar una meta mayor de producción.

Beneficios

Este tipo de programas y productoras son importantes para el desarrollo turístico y económico del país, puesto que la promoción y divulgación de los lugares más representativos incrementa la visita del turista extranjero.

Como se ha mencionado anteriormente, Girardot es un municipio con un gran atractivo turístico para visitantes de todo el territorio nacional, sin embargo, esto no ha sido explotado ampliamente, ni tampoco se ha hecho gran uso de los medios audiovisuales para contribuir al desarrollo local. Con solo dos canales de televisión locales, y uno de ellos dedicándose netamente a la difusión de contenido noticioso poco elaborado, la oferta de contenido audiovisual de calidad es escasa y limitada y sin el alcance suficiente para hacer grandes aportes a la economía y la promoción del desarrollo y la cultura del municipio. Es por esto que surge Viajeros Tv Producciones, a fin de ampliar la variedad en el contenido disponible, para responder a las necesidades e intereses de la comunidad al tiempo que se contribuye al crecimiento económico y se promueve la responsabilidad social y el sentido de pertenencia, transformando de igual forma imaginarios colectivos que afectan de forma negativa la percepción general del municipio.

MARCO REFERENCIAL

Este plan de negocio está apoyado en el libro “Gestión de empresas de comunicación” de Rosario de Mateo Pérez, Laura Berges Saura y Marta Sabater Casáis, quienes explican la forma en que se debe llegar al público, ofertar los productos y concretar el precio de venta, en consideración a que el Marketing es el punto inicial para definir la estrategia de la empresa.

De igual manera, Pérez, Berges y Sabater (2009) en el libro “Los retos de la televisión pública: financiación, servicio público y libre mercado” enseñan cómo se puede sostener una empresa de comunicación y cómo llevar a cabo el avance socio-económico de ella. Se debe hacer el procedimiento para la conformación de la empresa según los requisitos legales. Por lo cual, se debe registrar en la Cámara de Comercio de Girardot la empresa con el nombre de ‘Viajeros Tv Producciones’. Por otro lado, se debe hacer un estudio de mercado para determinar cuál es la oferta y la demanda, y de esta manera cumplir con los objetivos de la empresa. Así como lo señala De Mateo, R y Berges, L. (2009), en el libro Gestión de empresas de comunicación “a partir del análisis del mercado, la empresa está en disposición de establecer y desarrollar las estrategias que le permitan poner en el mercado un producto, que se adapte a las necesidades y oportunidades detectadas, con un precio que le permita asegurar el intercambio, un sistema de distribución que haga llegar el producto a sus destinatarios y unas estrategias de comunicación que den a conocer su oferta entre los consumidores potenciales”. (p. 102)

De la misma manera, este estudio permitirá la misma elaboración del servicio adaptado a las necesidades de los clientes, esto frente a lo que piden y necesiten las agencias de viaje para promocionar sus viajes o las empresas con las pautas publicitarias, como también es señalado en este libro “El público objetivo escogido, por tanto, condicionará, no solo el tipo de producto que

la empresa ofrece en cuanto a sus características físicas y al servicio que aporta, sino también el tipo de anunciantes que escogerá ese medio de comunicación para hacer llegar sus mensajes publicitarios a sus clientes reales o potenciales. (p. 99)

Marco Contextual:

La empresa Viajeros tv producciones planteada en el presente proyecto, plantea llevar a cabo su desarrollo empresarial en la ciudad de Girardot-Cundinamarca, cumpliendo con las expectativas y condiciones de la misma y por supuesto del mercado meta encontrado en la encuesta.

Girardot es un municipio del departamento de Cundinamarca, está ubicado en la provincia del Alto Magdalena, limitando al norte con municipios de Nariño y Tocaima y al sur con el municipio de Flandes y el río Magdalena, al oeste con el municipio de Nariño, el río Magdalena y el municipio de Coello y al este con el municipio de Ricaurte y el río Bogotá, además de estar ubicado a 134 km al suroeste de Bogotá, siendo Girardot un atractivo climático para muchos residentes de la capital quienes gozan de la temperatura la cual tiene una media anual de 27.8 °C. (Alcaldía Municipal de Girardot, s.f.) Asimismo, se ha caracterizado como un municipio de alta afluencia de turistas, teniendo en cuenta su reconocimiento como uno de los principales lugares para desarrollar eventos importantes como el Reinado Nacional del Turismo y grabaciones de novelas y series vistas a nivel nacional e internacional, lugar el cual muchos comerciantes y productoras audiovisuales pueden vender y realizar contenido que potencialice al municipio.

Girardot, también conocida como “la ciudad de las acacias” es un municipio con gran influencia en el sector turístico teniendo una población de 150.178 habitantes según estadísticas del DANE para 2005 y con una población de la conurbación Girardot, Flandes y Ricaurte de 184.075 habitantes, además de los turistas que llegan para la Semana Santa, las fiestas, los fines

de semana y días festivos. Siendo así Girardot una ciudad con gran potencial en el comercio, potencial que sería impulsado a través de la creación de la productora teniendo como énfasis mostrar al público externo la cantidad de localidades, lugares turísticos y comercio que tiene la ciudad.

Antecedentes

Como antecedentes del proyecto Viajeros Tv se tienen en cuenta productoras similares como:

- **Productora Audiovisual Tusdestinos.net**

En la productora audiovisual tusdestinos.net, colaboran toda una serie de profesionales independientes vinculados al mundo de los audiovisuales y periodismo. Fruto de este trabajo han confiado durante todos estos años un gran número de empresas que han visto cumplidas sus expectativas con los trabajos realizados. (Tus destinos, s.f.)

Esta productora, con sede central en Barcelona, ha estado trabajando desde el 2003 en la producción de todo tipo de contenido audiovisual: videos corporativos, empresas, reportajes, documentales, promoción turística, publicidad, proyectos, celebraciones, entre otros. Trabajan con oficinas y empresas de turismo, agencias de comunicación, también hacen convenios con cadenas hoteleras realizando publicidad y promoción para sus instalaciones; de igual forma manejan una plataforma de YouTube donde se encuentran disponibles todos los videos que realizan de los diferentes destinos que recorren. (Tus destinos, s.f.)

- **AMBIMEDIA producciones**

Esta productora se dedica a la realización de videos corporativos, videos de producto y eventos, turismo y hotelería, ferias y eventos, entre otros; sus principales clientes son aquellas empresas pequeñas y grandes que quieren darse a conocer y poner sus productos en el mercado. Cada caso es estudiado de forma individual, se aportan ideas y soluciones reales de acuerdo a las necesidades de la empresa, se crea una propuesta formal desde la experiencia del equipo de producción a fin de conseguir el objetivo y una vez aprobada se da inicio a la grabación y el montaje.

(Producciones Ambimedia, s.f.)

En estas dos productoras es posible encontrar puntos de referencia frente a lo que se quiere logra con el proyecto ya que ambas se han dedicado a mercados similares, ayudando a empresas y comunidades a promover sus atractivos a través de la producción audiovisual, conectando servicios y productos con el público y abriendo nuevas oportunidades de mercado; además penetrando también en las plataformas virtuales como una forma de ampliar la cobertura y la difusión de su trabajo y sus propósitos.

METODOLOGÍA

Para la descripción de los factores requeridos para la elaboración de los servicios y contenidos que permita concretar el modelo organizacional y administrativo de la empresa dedicada a la producción de contenidos audiovisuales en la ciudad de Girardot, el presente proyecto de grado se sustenta en una investigación de tipo descriptivo, que, según Carlos Sabines (1992) se enfoca en lo siguiente:

Su preocupación primordial radica en describir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos. Las investigaciones descriptivas utilizan criterios sistemáticos que permiten poner de manifiesto la estructura o el comportamiento de los fenómenos en estudio, proporcionando de ese modo información sistemática y comparable con la de otras fuentes. (P, 47)

Mediante el método analítico–deductivo se realizará un análisis de los factores que caracterizan la producción de contenidos de los programas de televisión local que permitirán identificar los aspectos fundamentales para el diseño del modelo organizacional y administrativo de la productora.

Como metodología se ha seleccionado la propuesta por la Guía del Estudio de Mercado para la Evaluación de Proyectos (Orjuela Cordova & Sandoval Medina, 2002). En este, las autoras plantean pasos para realizar un estudio de mercado.

Necesidades y fuentes de información

Se recurrirá como fuente primaria a los propietarios de los negocios dedicados a prestar servicios de agencias de publicidad, servicios turísticos, comercio, restaurantes, así como los pobladores de la ciudad de Girardot.

De igual manera como fuentes secundarias se tendrá a aquellas que contengan información pertinente al tema como bibliotecas entre las que se encuentran las del Banco de la República, Corporación Universitaria Minuto de Dios, Universidad de Cundinamarca, Universidad Piloto, entidades como la Cámara de Comercio, FENALCO, Planeación Municipal, libros, revistas especializadas, web site, entre otras.

Diseño de recopilación y tratamiento estadístico de los datos

Para la recopilación de información se diseñó y aplicó una encuesta que según García Ferrando (citado por J. Casas Anguitaa, J.R. Repullo Labrador y J. Donado Campos) es:

Una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativa de una población o universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características. (p, 1)

En esta, a través de la formulación de 9 preguntas de opción múltiple se pretende conocer la principal actividad económica de la población, que tan familiarizados están con el manejo de productos audiovisuales para la promoción de sus negocios y que tanta aceptación tienen frente a ellos como un servicio que puedan utilizar. Como población muestra se tomaron 17 encuestados entre establecimientos turísticos, educativos y hoteleros: entre ellos a Viajemos por Colombia, Hotel Zamba Resort, Universidad Piloto de Colombia, Colegio Americano de Girardot, Panchori, Mariana Tour, Cuchara de Palo, On Vacation, Girardot Travel, Hotel Union, Aquy Toy, Casa del

Ventilador, Que Onda Sushi Bar, Pueblito Paisa, Escuela de Artes y Letras, Colegio Liceo Moderno y Girardot Resort.

ENCUESTA

1. ¿A qué tipo de actividad comercial pertenece su empresa?
 - A. Educativa (Colegios, Universidades)
 - B. Hotelera y Turística
 - C. Restaurantes – Almacenes

2. ¿Conoce alguna productora audiovisual en la región?
 - A. Sí
 - B. No
 - C. Cuáles _____

3. Si se creara una productora audiovisual, ¿en qué servicios usted estaría interesado?
 - A. Publicidad de la empresa mediante imágenes en redes sociales y televisión.
 - B. Publicidad de la empresa mediante videos en redes sociales y televisión.
 - C. Todas las anteriores.

4. Teniendo en cuenta que Girardot es conocida como una ciudad turística, ¿cree que en la región se hace necesario contar con una productora audiovisual, que ofrezca diferentes servicios como pautas publicitarias y comerciales?
 - A. Sí

B. No

C. ¿Por qué? _____

5. ¿Teniendo en cuenta el impacto de las redes sociales, estaría dispuesto a publicitar su empresa a través de las RRSS?

A. Sí

B. No

C. ¿Por qué? _____

6. ¿Cuánto usted está dispuesto a pagar por un producto audiovisual de 10 minutos?

A. De 50.000 a 80.000

B. De 100.000 a 150.000

C. De 200.000 a 250.000

7. ¿Cuánto usted está dispuesto a pagar por una pauta publicitaria?

A. De \$ 50.000 a \$ 80.000

B. De \$ 100.000 a \$ 150.000

C. De \$ 200.000 a \$ 250.000

8. ¿Conocía previamente la existencia del programa de Comunicación Social y Periodismo de UNIMINUTO Girardot?

A. Sí

B. No

C. ¿Por qué? _____

9. ¿Estaría interesado(a) en ver un programa de televisión local en los que se muestre diferentes sitios turísticos de la región y el país?

A. Sí

B. No

C. ¿Por qué? _____

Procesamiento y análisis de los datos

Al realizar la encuesta, se les preguntó a las diferentes empresas comerciales y educativas si conocían la existencia de una productora audiovisual en la región. Este fue el resultado:

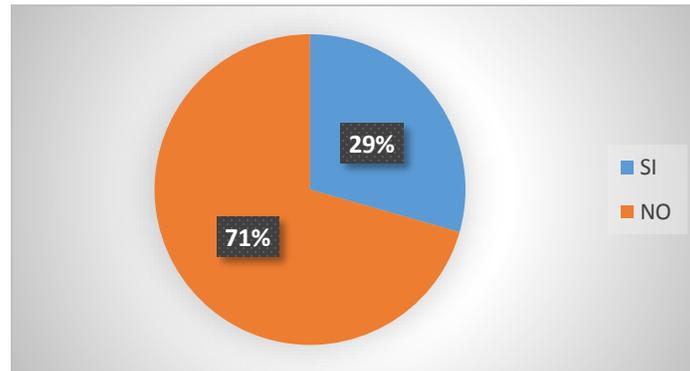


Figura 4. Elaboración propia

El 71% de la población entrevistada no conoce la existencia de una productora en la región de Cundinamarca, sin embargo, el 29% respondió que sí conoce confundiendo con los canales locales como DW televisión, Giravisión, Tv Bunde y cadenas radiales como Radio Uno.

Se les preguntó también si se creara una productora audiovisual, en qué servicios ellos estarían más interesados, si en publicidad de la empresa por imágenes en redes sociales y televisión o por videos en redes sociales y televisión. Este fue el resultado:

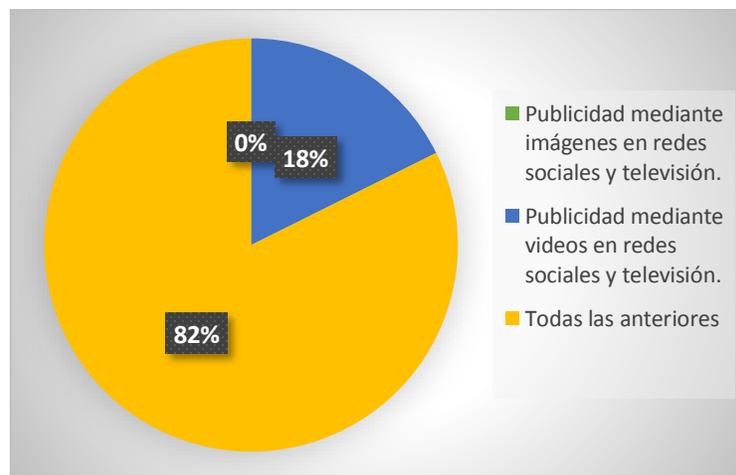


Figura 5. Elaboración propia

El 82% de los encuestados optó por todas las anteriores, puesto que para ellos es necesario la publicidad por imágenes y videos que de forma atractiva generen impacto en los clientes y garantice el consumo de ello.

Teniendo en cuenta que Girardot ha sido catalogada como ciudad turística se les preguntó si sería necesario que haya una productora audiovisual que ofrezca servicios como pautas publicitarias y comerciales en los cuales puedan exponer su empresa a los turistas y residentes dando a conocer sus servicios.

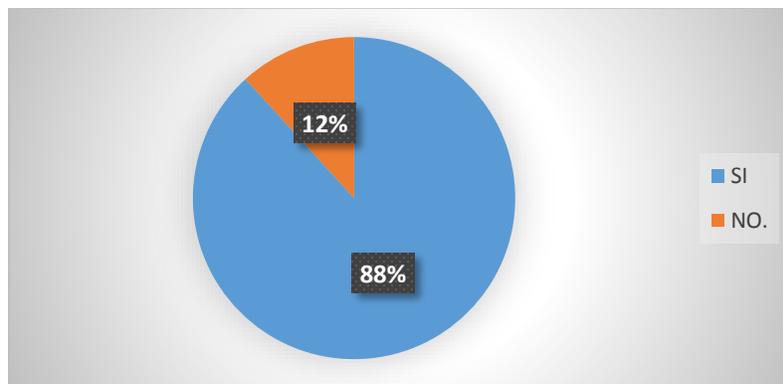


Figura 6. Elaboración propia

El 88% respondió que sí era necesario, puesto que para ellos impulsa el turismo, y amplía la imagen de las empresas.

El impacto que ha generado las redes sociales han puesto muchas empresas a exponer sus servicios, es por esto que se les pregunto a las diferentes empresas en que, si estarían dispuesto a publicitar su empresa a través de las RRSS², este fue el resultado:

² Redes sociales

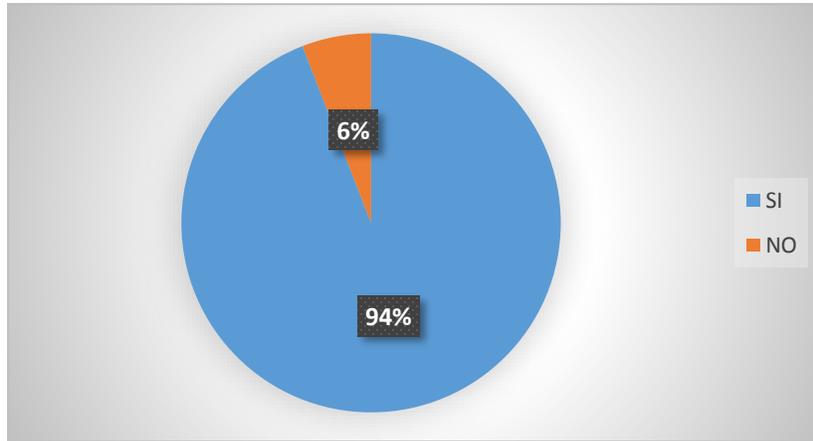


Figura 7. Elaboración propia

El 94% de la población entrevistada estaría dispuesta en pautar a través de las redes sociales de preferencia por medio de la Fanpage de la plataforma virtual Facebook, sin embargo, el 6% no lo estaría puesto que prefieren la voz a voz para generar influencia entre los mismos habitantes y turistas.

Para establecer el portafolio de servicios es necesario saber cuánto estaría dispuesto el cliente en pagar por un producto audiovisual de 10 minutos, se establecieron diferentes precios y estos fueron los resultados obtenidos:

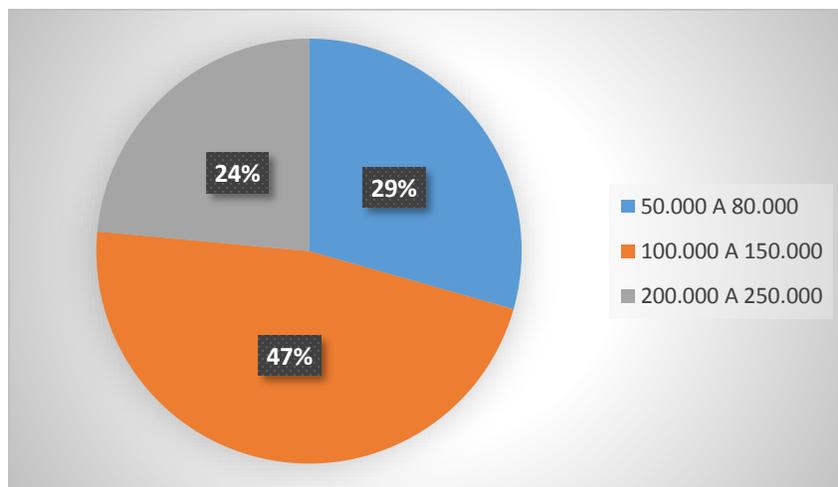


Figura 8. Elaboración propia

El 47% de las empresas y centros educativos optaron por un precio de 100.000 a 150.000 teniendo en cuenta que era uno de los precios no superiores ni inferiores, sin embargo, el 29% de la población entrevistada optó por un precio de 50.000 a 80.000 dado a los fotógrafos y camarógrafos empíricos que ofrecen sus servicios a un precio cómodo sin tener experiencia alguna y el 24% de la población mencionó pagar por un precio de 200.000 a 250.000 teniendo en cuenta que las empresas que escogieron esta respuesta son empresas reconocidas y de alta calidad en la ciudad.

De la misma manera y con los mismos precios se les preguntó cuánto estarían dispuestos a pagar por una pauta publicitaria, el 41% escogió un precio de 100.000 a 150.000, mientras que el 30% está dispuesto a pagar por un precio de 50.000 a 80.000 pesos y el 29% por un valor de 200.000 a 250.000 pesos.

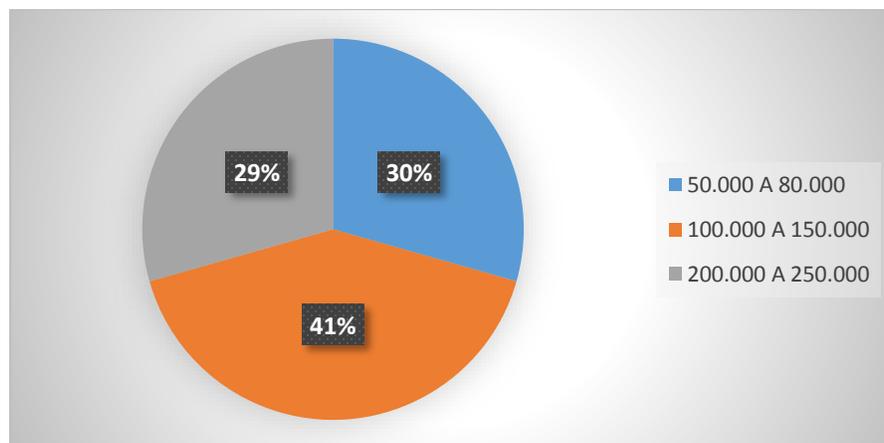


Figura 9. Elaboración propia

Para la creación de la productora audiovisual, es necesario que las empresas tengan conocimiento del programa de Comunicación Social y Periodismo que ofrece UNIMINUTO en Girardot con el fin de darles a conocer que las personas que manejarán la productora son profesionales en el manejo de las comunicaciones. Sin embargo, el 41% no conocía la existencia del programa, mientras que el 59% ya sabía de ello.

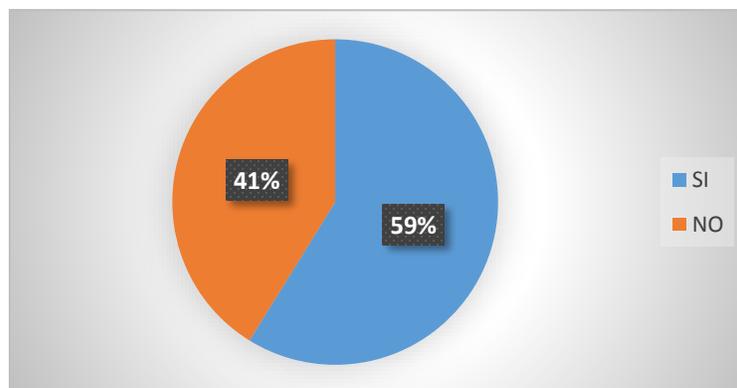


Figura 10. Elaboración propia

Por último, se les preguntó si estarían interesados en ver un programa de televisión local en los que se muestre los diferentes sitios turísticos de la región y el país. El 95% respondieron en que sí estarían interesados y algunos de ellos ya tenían conocimiento del programa Viajeros Tv y el 5% respondió que no, puesto que están más interesados en las noticias.

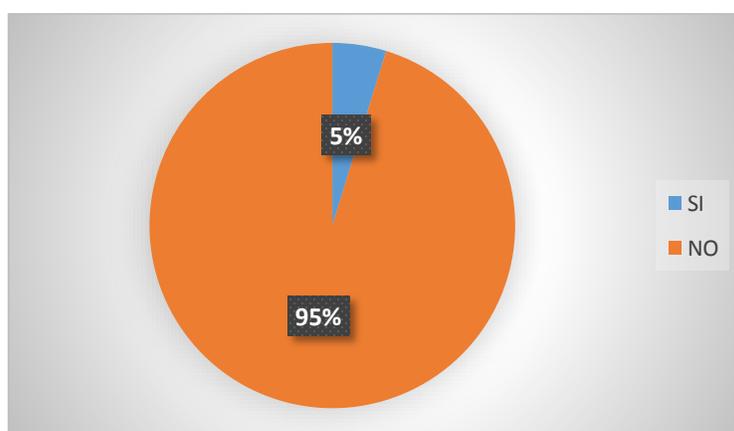


Figura 11. Elaboración propia

Análisis del sector

Se tiene la percepción que, en Girardot, la calidad de la televisión y su contenido está limitado a los programas informativos y musicales, por lo cual, las personas de la región se ven obligados a ver televisión nacional para encontrar programas culturales y de entretenimiento de calidad.

Las personas buscan entretenimiento en todos los medios audiovisuales, las ganancias que se adquieren por la pauta publicitaria en televisión o internet tienen éxito gracias a esta clase de contenido, de igual manera, la gente busca identificarse en los contenidos que ve, es decir tener un referente.

Es notable la inversión publicitaria que hacen las empresas en la televisión abierta, pero en canales regionales y televisión por cable es precaria esta inversión, por lo cual es necesario buscar las estrategias para fidelizar los clientes y ofrecerles un servicio de calidad que llegue a tener los resultados de venta esperados.

En cuanto a los avances tecnológicos de los últimos años en el ámbito de las telecomunicaciones han llevado a las transmisiones de televisión a pasar desde señales analógicas a señales digitales, lo que ha generado cambios tanto en las normas técnicas como nuevas regulaciones. De igual manera, las redes sociales han creado grandes estrategias de venta generando ganancias millonarias a las empresas que usan esta exitosa herramienta.

Esto ha producido un cambio de norma que afecta la transmisión de señales a través del espectro concesionado que utilizan los canales de televisión abierta. Sin embargo, su impacto se concentra sólo en algunos de los actores de la industria y en una parte muy particular de la cadena del negocio. En especial porque los operadores de cable y la producción de la mayoría de los contenidos de televisión ya son digitales hace varios años.

Según las cifras y estadísticas de diciembre de 2017 de la Autoridad Nacional de Televisión (ANTV) se tiene un registro de 553.846 suscriptores de televisión satelital, 520.422 suscriptores de televisión por cable, 3.530.099 suscriptores de televisión por licencia única y 181.120 asociados a televisión comunitaria. Por otro lado, se hizo una inversión de \$ 2.670.289.999 para 2 convocatorias realizadas para la televisión pública en 2017. Respecto a la Televisión Digital

Terrestre (TDT) se tiene un estudio de su cobertura con el 70,3% en la televisión pública y el 88,44% en la televisión privada.

PARTICIPANTES – POBLACIÓN

Los participantes del proyecto son los estudiantes de noveno semestre de Comunicación Social y Periodismo Juan Nicolás Amaya y Brayan Alexis Izquierdo, el área de emprendimiento de Centro Progresá y el docente de comunicación Cristian García. Los sujetos de estudio son los posibles clientes de la empresa (agencias de viaje, hoteles y empresas). La participación de las agencias de viaje se traduce en contratos en el cual esta patrocinará viajes a destinos turísticos a cambio de publicidad. Con hoteles y empresas se realizan pautas publicitarias para ser transmitidos en televisión e internet. Asimismo, se ofrece el servicio de realización de videos corporativos para todo tipo de empresas. Por otro lado, para medir el nivel de audiencia es pertinente hacer un estudio de rating en la ciudad de Girardot por medio de una encuesta.

RECURSOS DE APOYO

La productora Viajeros Tv cuenta con el apoyo técnico del Canal Regional RTV, el cual brinda equipos de producción (cámara, trípode, iluminación, etc.) que son fundamentales para el servicio que presta la productora. Por otro lado, como los contenidos audiovisuales son trabajo de campo se debe tener claro cuáles son los gastos que requiere la productora.

Tabla 2
Estrategias de aprovisionamiento

INSUMO	CANTIDAD	PROVEDOR
Computador de Edición	1	Casa del Computador Guadalupe (Girardot)
Cámara de Video	2	Gymphotography Bogotá
Disco Externo (1 Tb)	1	Casa del Computador Guadalupe (Girardot)
Tarjeta de Memoria (32 Gb)	1	Casa del Computador Guadalupe (Girardot)
Trípode	2	Gymphotography Bogotá
Unidad de luces	2	Gymphotography Bogotá
Extensiones (20 mt)	2	Gymphotography Bogotá
Micrófono Solapa	2	Gymphotography Bogotá
Micrófono base	1	Gymphotography Bogotá
Impresora	1	Casa del Computador Guadalupe (Girardot)
Papel (Resma)	5	Papelería Copynitido (Girardot)
Tintas (Lt)	4	Casa del Computador Guadalupe (Girardot)
USB	4	Casa del Computador Guadalupe (Girardot)
CDs	100	Casa del Computador Guadalupe (Girardot)

Elaboración propia.

Proyección de ventas

Por línea de servicio y cobertura se determinaron los contratos que se van a suscribir mensualmente.

Tabla 3

Video institucional

MES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Cantidad	0	0	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Precio			1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000
Ingreso	0	0	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000

Ingreso anual proyectado: \$ 12.000.000^{oo}

Elaboración propia.

Aquí la duración de la pauta se estima con un mínimo de 30 segundos, pero esto no constituye un límite para elaborar pautas de mayor duración.

Tabla 4

Pauta publicitaria 30 segundos

MES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Cantidad	0	0	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Precio	0	0	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000
Ingreso	0	0	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000	1.800.000

Ingreso anual proyectado: \$ 18.000.000^{oo}

Elaboración propia.

Tabla de precios



VIAJEROS TV

PRODUCCIONES

Tarifa de Precios

AUDIOVISUAL

PRE PRODUCCIÓN	\$80.000
PRODUCCIÓN	\$150.000

¡Equipo Profesional!

REDES SOCIALES

YOUTUBE 10min	\$500.000
CAMPAÑA EXPECTATIVA	\$450.000
FOTOS CON LOGOTIPO	\$100.000
GRABACIÓN EN VIVO	\$200.000

¡Estrategia Comunicativa!

EDICIÓN

10 MIN	\$200.000
15 MIN	\$250.000
20 MIN	\$300.000
25 MIN	\$350.000
30 MIN	\$400.000
35 MIN	\$450.000
40 MIN	\$500.000

¡Creatividad! Sin Límites!

FOTOGRAFÍA

25 FOTOS	\$100.000
30 FOTOS	\$120.000
35 FOTOS	\$150.000
40 FOTOS	\$170.000

¡Alta Calidad!

TELEVISIÓN

COMERCIAL 30s	\$600.000
VIDEOREPORTAJE	\$800.000
PROMOCIÓN DE LA EMPRESA	\$1.000.000
DERECHOS DE AUTOR	\$500.000
LOGOTIPO	\$400.000

¡Visualización Regional!



viajeros.tv@hotmail.com 

Viajeros Tv 

viajeros.tv 

Viajeros Tv 

Política de cartera

Para los productos audiovisuales cortos como publicidad y videos institucionales se hará un adelanto del 50% del valor del servicio y después de elaborado, al momento de la entrega se cobrará el valor restante. Por otro lado, para servicios extensos como documentales o promoción de las empresas en los capítulos de televisión se hará otro tipo de pago.

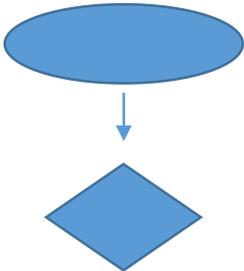
Formas de pago para trabajos extensos:

Es necesario para este tipo de trabajos visualizar el esquema general que el cliente propone o desea que se haga de acuerdo a sus intereses, para lo cual se hace una visita previa sobre las áreas que se quieren resaltar en el documental. Una vez realizado el paso anterior se procede a elaborar la cotización con el valor total del trabajo.

Una vez el cliente haya aceptado la cotización y autorice elaborar el trabajo, se cobrará un 30% para iniciar el trabajo de campo, cuando se tenga el tráiler general del video, se discutirá con el cliente los aspectos de contenido y técnica utilizada, allí se cobra otro 30% y a la entrega del trabajo totalmente terminado se cobra el 40 % restante.

Tabla 5

Diagrama de flujo

Procedimiento	Diagrama de flujo	Responsable
Acercamiento con la empresa		Representante legal
Decisión del tipo de producto para comprar		Representante legal

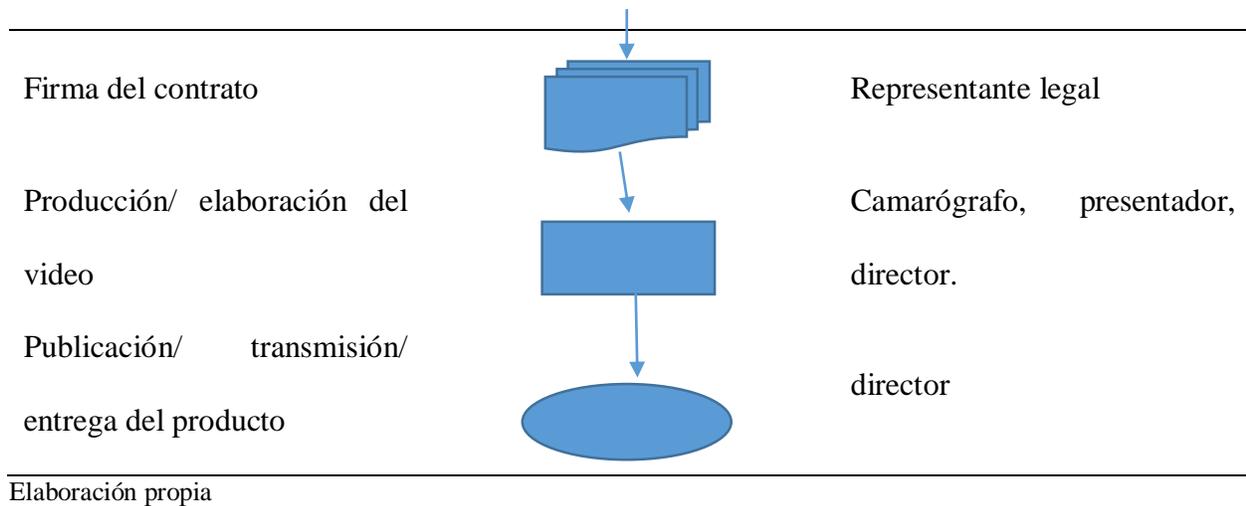


Tabla 6
Costo de producción

Materiales	cantidad	Costo unitario (\$)
Tarjeta de memoria	1	90.000
Internet	Mes	80.000
Servicios públicos	Mes	50.000
Minutos	Mes	70.000
CD	1	1.000
Impresora	1	120.000
Resma de papel	1	12.000
Tintas (Kit)	1	40.000
Computador de Edición	1	3.200.000
Cámara de Video	1	2.500.000
Disco Externo (1 Tb)	1	350.000
Trípode	1	120.000

Unidad de luces	1	180.000
Extensiones (30 mt)	1	60.000
Micrófono Solapa	1	120.000
Micrófono base	1	80.000
USB	1	40.000

Elaboración propia.

Tabla 7

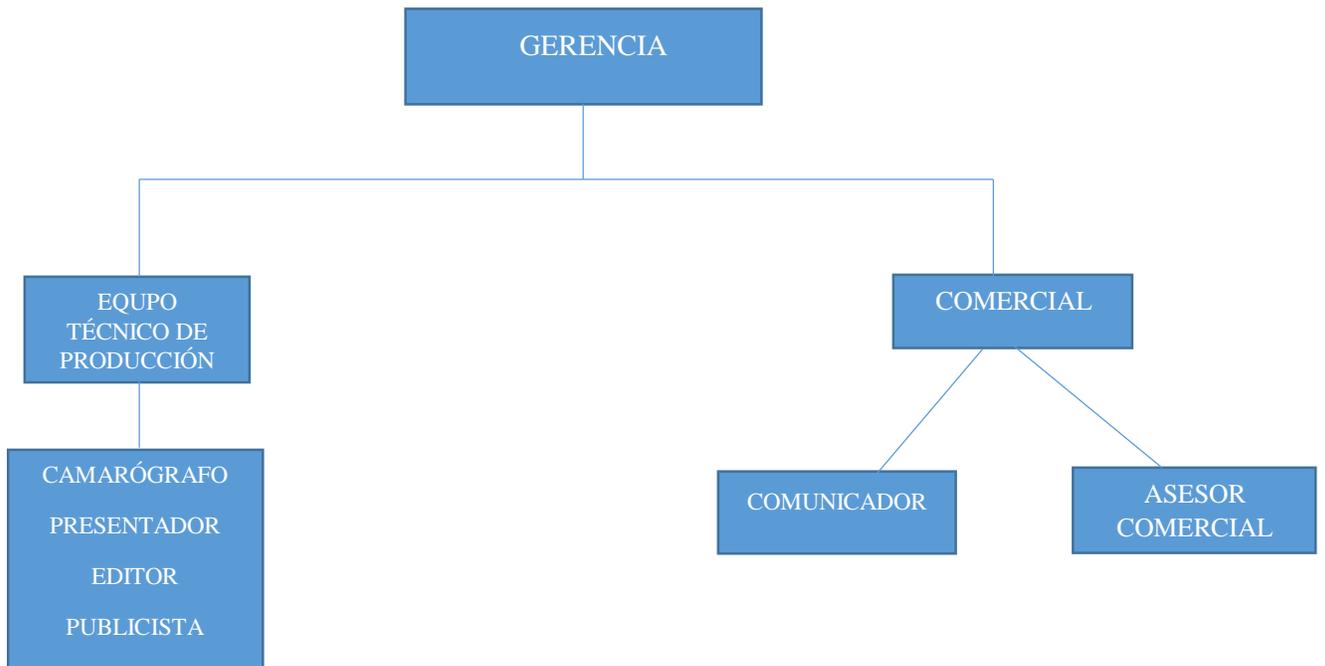
Plan de compras (administrativo y de producción)

Materiales	cantidad	Costo unitario (\$)	Costo total (\$)
Tarjeta de memoria	5	90.000	450.000
Internet	Ilimitado	80.000	960.000
Servicios públicos	Mes	50.000	600.000
Plan de datos	Mes	70.000	840.000
CD	100	1.000	100.000
Impresora	1	120.000	120.000
Resma de papel	3	12.000	36.000
Tintas (Kit)	4	40.000	120.000
Computador de edición	1	3.200.000	3.200.000
Cámara de Video	2	2.500.000	5.000.000
Disco Externo (1 Tb)	1	300.000	300.000
Trípode	2	120.000	240.000
Unidad de Luces	2	180.000	360.000

Extensión (30 mt)	2	60.000	120.000
Micrófono de solapa	2	120.000	240.000
Micrófono Base	2	80.000	160.000
USB	4	40.000	160.000
Valor Total Año			13.006.000

Elaboración propia

Estructura Organizacional de la Empresa



Elaboración propia

RESULTADOS ESPERADOS

Se determinará cuáles son los clientes según la segmentación realizada y los servicios ofrecidos. Se tendrá el estudio de la competencia en la región tanto en televisión como en medios digitales. De la misma manera, se efectuará cuál es el portafolio de ventas para los respectivos grupos de clientes. Asimismo, se creará una plataforma virtual para la difusión de los contenidos de la productora y se tendrá el estudio de la cantidad de personas alcanzadas para saber qué estrategias de venta plantear.

Con este plan de negocio se pretende aportar una imagen positiva de la ciudad de Girardot cambiando el imaginario colectivo que han creado los medios informativos tanto nacionales como regionales, basándose en la difusión de sitios turísticos, lugares de comercio y eventos culturales, aportando estrategias de promoción a las micro, pequeñas y medianas empresas ubicadas en la región. De igual manera, se aspira llegar a ser una empresa promotora de empleo para muchos comunicadores, diseñadores, administradores y demás que se relacionen con la empresa.

BIBLIOGRAFÍA

Alcaldía Municipal de Girardot. (2016). *Alcaldía de Girardot*. Obtenido de

<http://www.girardotcundinamarca.gov.co/MiMunicipio/ProgramaDeGobierno/Plan%20de%20desarrollo%2020162019%20GIRARDOT%20PARA%20SEGUIR%20AVANZANDO.pdf>

Alcaldía Municipal de Girardot. (s.f.). *Alcaldía de Girardot*. Obtenido de

<http://girardotcundinamarca.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Informacion-del-Municipio.aspx>

De Mateo, R y Bergés, L. (2009). *Gestión de empresas de comunicación*. Sevilla/ Zamora: Comunicación Social.

De Mateo, R y Bergés, L. (2011) “Reflexiones sobre el proceso de cambios en la estructura de la industria de la comunicación y en la gestión empresarial” A: Francisco Campos. *El nuevo panorama mediático*. Sevilla/Zamora: Comunicación Social.

De Mateo, R y Bergés, L. *los retos de las televisiones públicas: financiación, servicio público y libre mercado*. Sevilla/Zamora. Comunicación Social.

Fernández Beltrán , F. (03 de octubre de 2012). *socialancer.com*. Obtenido de

<http://www.socialancer.com/5-claves-para-producir-contenidos-audiovisuales-en-internet/>

Jaunarena, J. (s,f). Obtenido de

http://perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/07_jaunarena_jorge_las_etapas_del_proceso_de_realizacion__ficha_de_catedra_.pdf

kantar Ibope. (12 de Octubre de 2016). *Kantar Ibope Media*. Obtenido de

<http://ibope.com.co/NoticiaNinosInternet.html>

Mazziotti, N. (s.f.). *El espectáculo de la pasión Las telenovelas latinoamericanas*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Colihue. Obtenido de

<https://books.google.com.co/books?id=DmmSoDr3AggC&printsec=frontcover&dq=E+Espect%C3%A1culo+de+la+pasi%C3%B3n,+las+telenovelas+latinoamericanas+pdf&hl=es419&sa=X&ved=0ahUKEwiM1bKunMXaAhUPVt8KHSSrBf8Q6AEIJzAA#v=onepage&q=reconversi%C3%B3n%20econ%C3%B3mic>

McCombs, M. (1996). Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo. En *los efectos de los medios de comunicación*.

Miranda Caceres, R. (2003). Nuevos modelos de producción audiovisual. *Revista Latina de Comunicación*. Obtenido de <https://www.ull.es/publicaciones/latina/200353miranda.htm>

Orjuela Cordova, S., & Sandoval Medina, P. (Diciembre de 2002). Guía del Estudio de Mercado para la Evaluación de Proyectos. Chile. Obtenido de https://www.eenasque.net/guia_transferencia_resultados/files/Univ.Chile_Tesis_Guia_del_Estudio_de_Mercado_para_la_Evaluacion_de_Proyectos.pdf

Pazmiño Benavides, P. (Junio de 2010). El impacto de las redes sociales y el internet en la formación de los jóvenes de la Universidad Politécnica Salesiana. Quito. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/2618/1/Tesis%20Impacto%20de%20las%20Redes%20Sociales%20y%20el%20Internet.pdf>

Producciones Ambimedia. (s.f.). *Producciones Ambimedia*. Obtenido de <http://producciones.ambimedia.net/>

Ruiz, P. Estrategias de negocio para una empresa productora audiovisual. Universidad de Chile. Ingeniería civil industria.

Sartori, G. (1998). *Homo Videns La Sociedad Teledirigida*. Argentina. Obtenido de http://centromemoria.gov.co/wpcontent/uploads/2013/11/Homo_Videns_La_sociedad_teledirigida.pdf

Tus destinos. (s.f.). *Tusdestinos.net*. Obtenido de <https://tusdestinos.net/productora-audiovisualempresa-video-barcelona-audiovisuales-producciones/>

Tus destinos. (s.f.). *Tusdestinos.net*. Obtenido de <https://tusdestinos.net/productora-videoaudiovisuales-viajes-turismo-barcelona/>