



Unidad de Emprendimiento  
y Liderazgo de la CUN

**CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIO**

**TRABAJO FINAL OPCIÓN DE GRADO 3**

**“GO FLY ”**

**ASIGNATURA**

**Opción de grado TRES – Grupo 10101**

**NOMBRE DEL ESTUDIANTE**

**Diego Fernando Hernández**

**NOMBRE DEL CATEDRÁTICO**

**Ing. Henry Martínez Vargas**

**Bogotá, Colombia; Noviembre de 2017.**

## INDICE

I.	SERVICIO DE GRABACIONES AÉREAS Y FOTOGRAFÍA.....	5
II.	CARACTERISTICAS DEL SERVICIO .....	6
III.	VALOR AGREGADO.....	7
IV.	INNOVACIÓN.....	8
V.	MERCADO POTENCIAL.....	8
VI.	REQUERIMIENTOS TÉCNICOS .....	9
VII.	MARCO LEGAL.....	10
VIII.	PENTAGONO.....	15
IX.	ANÁLISIS CONCLUYENTE.....	21
X.	¿EL SERVICIO SUPLE LAS NECESIDADES O SUPERA LAS SOLUCIONES EXISTENTES?.....	22
XI.	¿HABRÁ SUFICIENTES PERSONAS QUE COMPREN EL PRODUCTO?.....	22
XII.	CICLO DE ADOPCION DEL SERVICIO .....	22
XIII.	FONDOS DE FINANCIAMIENTO.....	23
XIV.	ESTUDIO DE MERCADO .....	24
	Canales de distribución.....	24
	Segmentación.....	25
	Análisis del sector .....	25
XV.	TRABAJO DE CAMPO .....	27
XVI.	SEGÚNDA ENCUESTA – PÚBLICO POTENCIAL.....	28
XVII.	PLAN MARKETING .....	34
	Estrategias del servicio en el mercado.....	34
	Estrategias de publicidad .....	34
XVIII.	ESTRATEGIAS DE LA MARCA .....	35
XIX.	LOGO.....	36
XX.	Slogan.....	36
XXI.	VENTAJA COMPETITIVA Y COMPARATIVA.....	37
	Ventaja competitiva.....	37
	Ventaja comparativa.....	37
XXII.	ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN.....	38
	Visión.....	38

Imagen .....	38
Estrategia de precio .....	38
Ampliación de segmento de clientes .....	38
Estrategia de Penetración en el Mercado .....	39
XXIII. CAMPAÑA PUBLICITARIA.....	39
XXIV. ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN.....	40
XXV. EJECUCIÓN COMERCIAL.....	41
XXVI. PROYECCIÓN DE VENTAS.....	42
XXVII. POLITICA DE CARTERA.....	43
XXVIII. ESTUDIO ADMINISTRATIVO .....	43
MISIÒN .....	43
VISIÒN.....	43
XXIX. ORGANIGRAMA .....	44
XXX. MANUAL DE FUNCIONES.....	45
XXXI. CAPITAL SOCIAL .....	50
XXXII. D.O.F.A.....	50
Fortaleza – oportunidad .....	51
Fortaleza - amenaza.....	54
Debilidades – oportunidades .....	56
Debilidades – amenazas.....	58
XXXIII. TAMAÑO DE LA EMPRESA.....	60
Área de producción y personal.....	61
Área de mercadeo y ventas.....	61
XXXIV. NORMATIVIDAD .....	63
Trámites ante la Cámara de Comercio.....	64
Solicitud del R.U.T.....	65
Impuestos Nacionales.....	66
Impuesto de industria y comercio.....	67
Impuesto de avisos y tableros.....	67
Registro ante E.P.S.....	67
Registro al Fondo de Pensiones y Cesantías .....	68
Registro ante A.R.P. ....	68
Registro ante la Caja de Compensación Familiar .....	68

Otros Permisos Requeridos.....	69
Permisos de licencias de AVID.....	70
XXXV. ESTUDIO TÉCNICO .....	70
XXXVI. DIAGRAMA FLUJO DE PROCESO.....	73

## SERVICIO DE GRABACIONES AÉREAS Y FOTOGRAFÍA

El concepto audiovisual requiere cada vez más importancia en términos de calidad y eficiencia a partir de la exigencia y demanda que apunta a destacar calidad y precio. Es por ello, que, un punto clave en la creación de esta empresa es la necesidad de ayudar economizar tiempo y dinero a cambio de una excelente calidad.

Los productos audiovisuales en las diferentes categorías han ido evolucionando rápidamente y ha obligado a realizadores a preocuparse cada vez más por el concepto de la estética de la imagen, partiendo desde el concepto de la dirección.

La vanguardia cinematográfica está propiciando que las personas se muevan en un entorno cada vez más acelerado, con un ritmo de vida intensa y continuos desplazamientos, que demanda más tiempos de grabación y por ende más gastos. Es por esto que a través de nuestra empresa, queremos brindarle la facilidad de acceder al material audiovisual (secuencias) enfocada principalmente en las tomas aéreas, esto con el fin de ahorrarles tiempo y gastos a los realizadores, quienes además tendrán la opción de mostrar en cada uno de sus clips, un excelente trabajo bajo los estándares de colorimetría y composición de la imagen, según lo requiera el cliente.

## CARACTERISTICAS DEL SERVICIO

Ofrecemos una amplia variedad de servicios relacionados con la **grabación de imágenes aéreas**: proyectos audiovisuales con **planos aéreos, inspecciones agrícolas aéreas, mantenimiento industrial** con visión aérea y servicios de apoyo en emergencias. Todo ello con la seguridad de trabajar con una **empresa habilitada** y con seguro de responsabilidad civil aeronáutico.

Nos enfocamos en satisfacer la necesidad de los realizadores que buscan optimizar su tiempo, ahorrar dinero y a cambio obtener grandes resultados en sus fragmentos audiovisuales. El equipo de trabajo está compuesto por tres personas: cuatro operadores técnicos y un operador administrativo. Los equipos a implementar, serán 10 drones (y accesorios) diez luces Arri (250) diez luces Arri (1.000). Tanto la duración de la secuencia, como las angulaciones de cámara y demás requerimientos serán ajustados, según preferencias del cliente. El video final será exportado y posteriormente sometido a un proceso de colorimetría en salas AVID. Finalmente, el producto será enviado al cliente ya sea en DVD, USB o por Drive, al lugar de su domicilio o bien sea el sitio de trabajo.

## VALOR AGREGADO

El éxito de una empresa nace por medio de un punto clave, que es el satisfacer o generar una necesidad a un tercero. En este caso, para lograrlo, se satisface la necesidad del cliente, y de esta manera llegar a aquellos colegas audiovisuales a través de un estrategia totalmente distorsionada para crear apoyos audiovisuales en el que se verá beneficiado el cliente. De igual manera, esta iniciativa de trabajo maneja un protocolo estricto para garantizar un buen servicio. Iniciando desde el equipo de trabajo el cual estará altamente calificado en torno a una buena simpatía y comunicación mediante el conocimiento de la diversificación de temas técnicos en la industria audiovisual. Además de ello, todos los clips serán procesado bajo un proceso de post producción (corrección de color) y finalmente se llevara el envío final del producto a cada uno de los cliente. El cliente aparte de ser beneficiado con los servicios, tendrá la opción de recibir el apoyo de asesoramiento en el desarrollo de tratamiento audiovisual con respecto al formato y genero a tratar, según se requiera. Lo anterior si el cliente lo solicita.

## INNOVACIÓN

La compañía trabajará con una táctica de innovación muy atractiva para el cliente en donde se le brindara la facilidad de adquirir imágenes, bajo sus propios requerimientos; ofreciéndole además beneficios en desgaste de días de grabación y por consiguiente reducción de gastos. No obstante, los clientes tendrán la opción de adquirir los derechos totales de las imágenes, en caso de que el producto al que se le vaya a ser integrado el clip obtenga algún beneficio o premio. Una de las características que impacta la estética audiovisual, se trabaja desde las salas de edición ya sea para hacer colorimetría o retoques digitales, según se requiera. Los productos en su fase final, serán expuestos bajo el director quien tendrá el visto bueno, en caso de tener que hacer alguna modificación se hará sin transformar el costo pagado por el cliente directo.

## MERCADO POTENCIAL

En este caso, la segmentación del mercado se enfocara principalmente en las pequeñas productoras que no cuentan con equipos de alta tecnología que les ofrezca la facilidad de realizar tomas aéreas o manejar circuito en escenas de movimiento.

**UBICACIÓN GEOGRÁFICA:** El producto será dirigido aquellos interesados que se encuentren, bajo el rango de extensión que abarca todo las ciudades del país.

**DIRIGIDO A:** El servicio será prestado para cualquier tipo de compañía, productora o canales de televisión bajo las mismas garantías.

Dentro de la industria audiovisual no se ha registrado una marca que se dedique específicamente a producir imágenes de apoyo y ubicación que les permita facilidad a los realizadores.

Las secuencias grabadas por nuestro equipo de grabación están prestas a trabajar en los diferentes géneros narrativos sin importar formato, duración ni nivel de intereses.



## REQUERIMIENTOS TÉCNICOS

Para la elaboración del proyecto se requieren de los siguientes apartes, que resultaran indispensables al momento de ejecutar nuestras labores diarias y por ende entregar trabajos de alta calidad:

- Dos operarios de dron. persona capacitada en manejo de cámara en exteriores, estudio y curso especializado de manejo de dron
- Una persona administrativa: persona con conocimientos de contabilidad y finanzas encargadas de facturación y reservar eventos, teniendo en cuenta disponibilidad de personal y equipos.
- Cuatro drones (accesorios), 10 luces Arri (250), 10 luces Arri (1.000), diez réflex, 20 extensiones de 30 metros, monitor, patch, computador (Mac), 500 DVD, 500 USB, disco duro de 20 teras.
- Permiso de licencia AVID
- Editor (especialista en colorimetría y edición de AVID)
- Arriendo de casa (oficina productora)
- Dos vehículos para transporte de equipos y personal
- Mantenimiento de equipos

## MARCO LEGAL

Dentro de las normas legales que rigen el proceso para creación de empresa hay que tener en cuenta el cumplimiento de los siguientes requisitos.

<b>Asesorías</b>	Ideas de negocio o plan de empresa
<b>Consultas</b>	Documentos necesarios y consultas virtuales previas
<b>RUT</b>	RUT Registro Único Tributario
<b>Documento de constitución</b>	Elaborar el documento de constitución de la sociedad
<b>Formularios</b>	Diligenciamiento de formularios para formalizar la empresa
<b>Formalización</b>	Registro Matricula Mercantil Cámara de Comercio de Bogotá
<b>Cámara de comercio</b>	Certificado de existencia y representación legal
<b>DIAN</b>	Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales de Colombia
<b>Cedula</b>	Representante legal
<b>Portal Nacional de Creación de Empresas</b>	Consulta del nombre de la empresa
<b>Licencia AVID</b>	Permiso oficial para interfaz AVID
<b>Carta - permisos</b>	Permiso de grabación.
<b>Creative Commons</b>	Autenticación de derechos de autor.

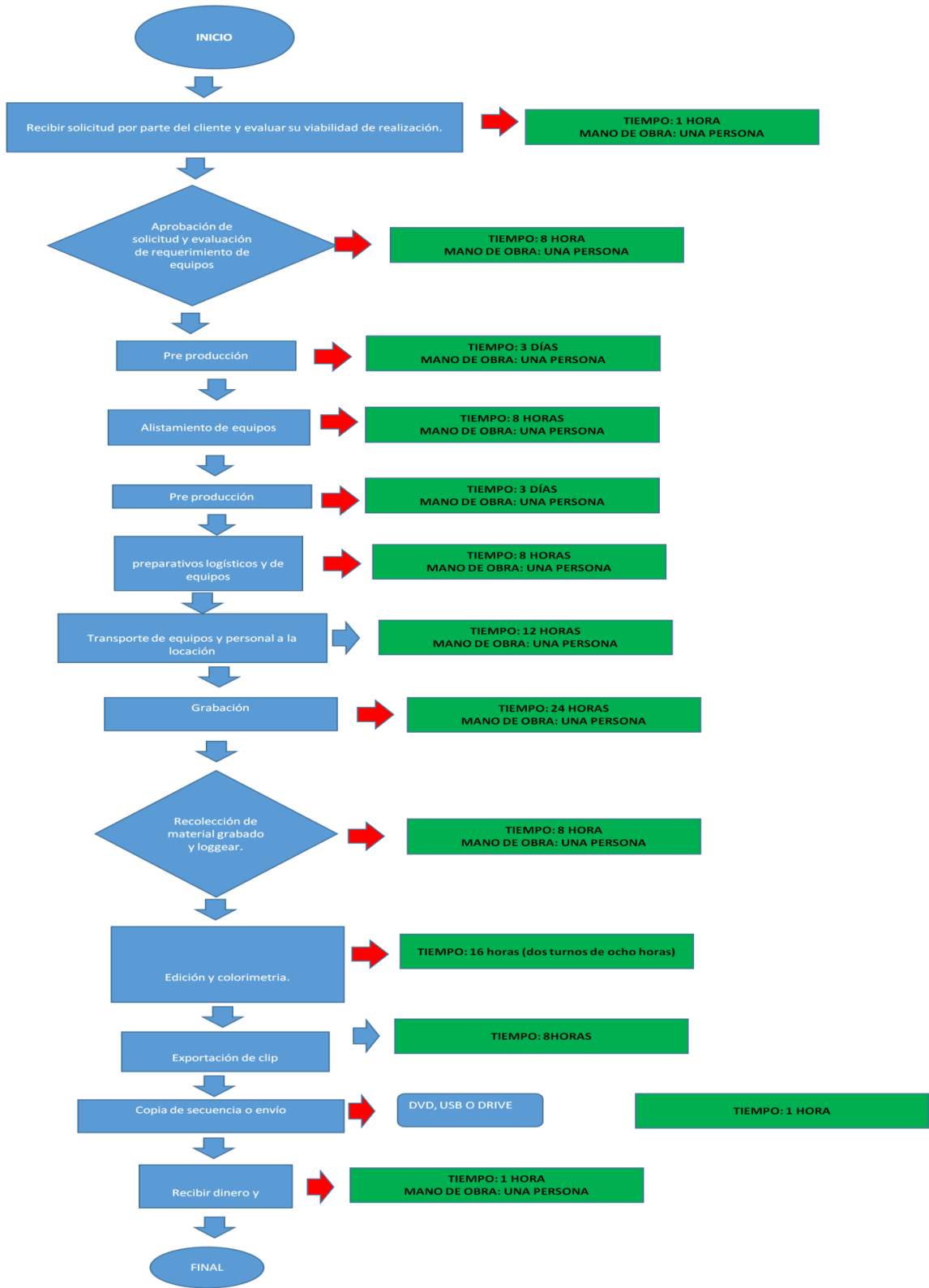
Estos son los aspectos para tener en cuenta en el desarrollo de las actividades de la empresa:

- Fumar sólo en las áreas autorizadas.
- Ordenadores y piezas que están en permanente movimiento limpias y en buen estado (computadores, cargadores, teclados, mouse, drone, cámaras, lentes)
- Realizar labores de mantenimiento y revisión periódica a equipos de grabación.
- Si usted es operador de un equipo, antes de ponerla en funcionamiento asegúrese que el procedimiento a emplear sea el correcto.
- Para evitar accidentes por sobreesfuerzo en el manejo manual de equipos, aplique el método correcto posturas manteniendo la espalda recta y manteniendo las piernas en ángulo de noventa grados.
- Use guantes de carnaza para manipular luces.
- No mantenga bebidas cerca a equipos eléctricos.
- Use aparatos mecánicos y carretillas para levantar y mover cargas pesadas u obtenga ayuda. Mantenga la cabeza erguida, su espalda recta y levante con sus piernas, no su espalda.
- Acerque la carga lo más posible hacia usted antes de levantarla.
- Mantenga la carga directamente enfrente de su cuerpo. Mueva sus pies para dar vuelta así no tuerce su espalda.
- Realice el levante a la altura de la cintura con los codos hacia adentro y lo más cerca posible al cuerpo.
- Limite el levante de materiales por encima del nivel del hombro.
- Manténgase en buen estado físico para evitar lesiones.

- Use anteojos de reflejo o formulados, si es el caso, para estar frente al ordenador.
- Lea cuidadosamente el manual de cada uno de los equipos en caso de no tener conocimiento de su manejo.
- No utilice elementos distractores que le impidan concentrarse en su actividad

<b>MANO DE OBRA</b>	
<b>CARGOS</b>	<b>FUNCIÓN</b>
Director	dirigir y representar legalmente la empresa
Gerente de producción (Bogotá – Colombia)	autorizar, ordenar, capacitar, orientar, supervisar
Coordinador de calidad (Bogotá – Colombia)	verificación y proceso grabación y exportación de video final
Operario A	Organizar equipos para grabación
Operario B	Mantenimiento y suministrar reemplazos de accesorios.
Operario C	Encargado de grabación de locación (registrar grabación de equipos garantizando su fiabilidad)
Operario D	Encargado de grabación de locación (iluminar /asistente de cámara, instalar equipos, guardar backup)
Operario E	Conductor (encargado de transportar al personal de trabajo y los equipos)
Operario F	Editor de video

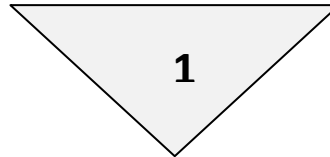
<b>MATERIA PRIMA</b>	
<b>TANGIBLE</b>	<b>INTANGIBLE</b>
Baterías de cámara	El conocimiento del saber hacer.
Patch	Nuestras relaciones con los clientes.
Cable canon	Nuestros procesos operativos
Extensiones	Capacidades, habilidades y motivaciones de los empleados.
Réflex	
Luces Arri	
Portátil (Backup)	
Disco duro	
Cable usb	
Monitor	
Drone	



## PENTAGONO

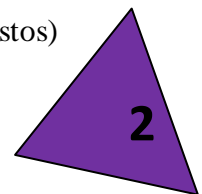
### ❖ **NECESIDADES:**

- ✓ Productores audiovisuales necesitan competir con grandes marcas que elaboran productos en formatos de alta calidad y con equipos que están a la vanguardia.
- ✓ Productores ejecutivos necesitan reducir costos del presupuesto.
- ✓ Productor de campo necesitan reducir tiempos de pre producción y por ende de grabación.



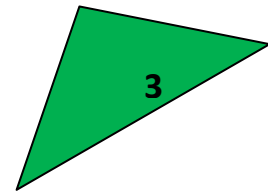
### ❖ **BENEFICIOS Y EXPECTATIVA:**

- ✓ Creemos que las pequeñas productoras audiovisuales necesitan reducir costo y tiempos, pero a su vez, brindar un servicio competitivo.
- ✓ Confiabilidad y transparencia en procesos legales y corporativos.
- ✓ Oportunidad de nuevos negocios.
- ✓ Calidad de servicio.
- ✓ Practicidad en procesos de producción. (tiempo – costos)



❖ **SOLUCIONES ACTUALES:**

✓ Creemos que actualmente, las pequeñas productoras audiovisuales que no han logrado posicionarse en el mercado; ha sido porque los formatos exportados de sus productos no han contado con ciertas estructuraciones dentro de las secuencias que le permita dar cierto estatus y reconocimiento por parte de clientes.

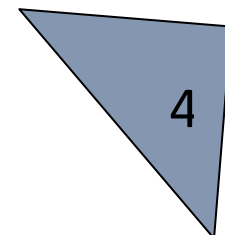


❖ **LIMITACIONES Inconformidades:**

✓ Creemos que la solución actual es insuficiente porque algunos directores de cine y tv, no permitan la participación de un intermediario ajeno al equipo de producción.

✓ El trabajo realizado por nuestra empresa, el cual será incluido dentro de un producto audiovisual, no tendrá reconocimiento de galardones ni tampoco recibirá ningún tipo de remuneraciones aparte de lo acordado entre servidor y cliente.

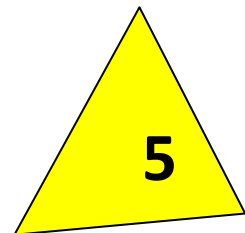
✓ La principal objeción del cliente ante una nueva solución será la falta de experiencia de la y empresa y por ende el respaldo de servicio.

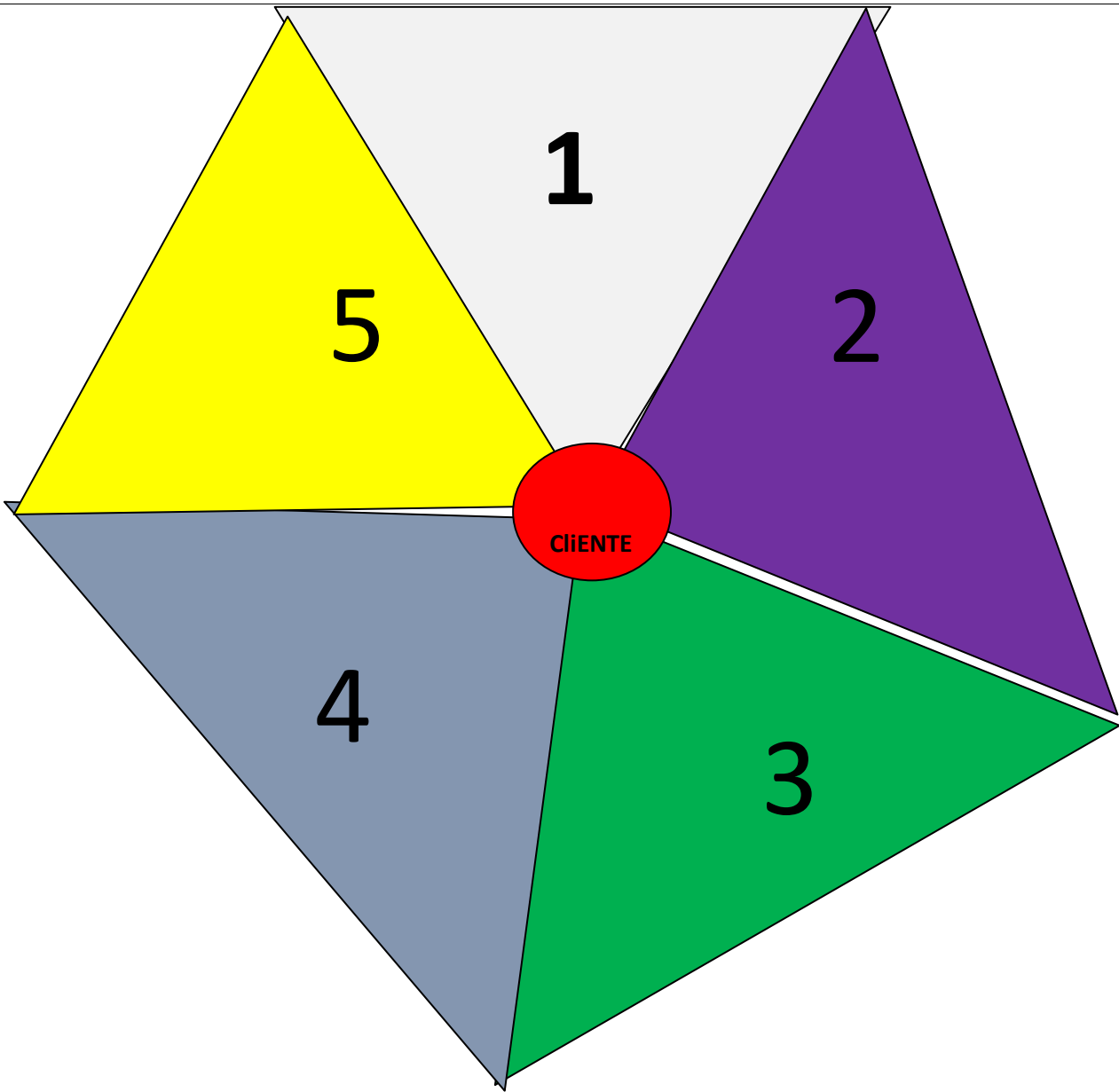
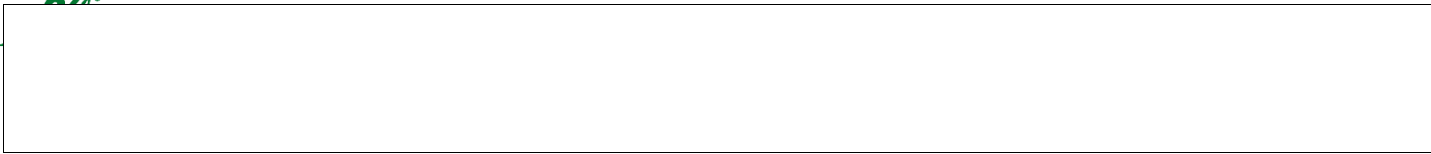




❖ **IDENTIFICAR EL MERCADO:**

- ✓ La segmentación del mercado donde será enfocado nuestro servicio, funcionara inicialmente a nivel nacional.
- ✓ No se tendrá en cuenta la clase social a quien se le prestara el servicio.
- ✓ Se solicita el respaldo y la solvencia económica del cliente para ejecutar nuestro trabajo.
- ✓ Todas las solicitudes se harán a través de mail-s, excepto la firma de contrato donde se vinculara al cliente con nuestra compañía. Motivo que aparta un posible rechazo en términos de ubicación.
- ✓ Se ha evidenciado diferentes comportamientos que se han vuelto tendencia en las redes sociales y que cada vez buscan competir en el mercado audiovisual, partiendo desde el contenido hasta la calidad del formato final; es por esto, que nuestro mercado aparte de brindarle servicio a pequeñas productoras, le ofrecerá el apoyo a talentos que dedican el 100 % de su trabajo a lanzar videos en You Tube (youtubers) y posteriormente posicionarlos dentro de su espacio interactivo el cual tiene bastante demanda y por ende transcendencia.





Por favor, dedique un momento a completar esta pequeña encuesta, la información que nos proporcione será utilizada para mejorar nuestro servicio. Sus respuestas serán tratadas de forma confidencial y no serán utilizadas para ningún propósito distinto a la investigación llevada a cabo por G-FLY marque con una X

Sexo: Mujer \_\_\_\_ Hombre \_\_\_\_

Edad: \_\_\_\_\_

1. ¿Cuál es su grado de satisfacción general con las nuevas tecnologías en la industria audiovisual?

<input type="checkbox"/>	Completamente satisfecho
<input type="checkbox"/>	Satisfecho
<input type="checkbox"/>	Normal
<input type="checkbox"/>	Insatisfecho

4. Basándose en su experiencia, cree que la industria audiovisual requiere más calidad en la producción de las imágenes?

<input type="checkbox"/>	Seguro que si
<input type="checkbox"/>	Probablemente
<input type="checkbox"/>	Probablemente no
<input type="checkbox"/>	Seguro que no

2. ¿Con qué frecuencia usted pide la ayuda de intermediarios para el desarrollo de sus productos audiovisuales?

<input type="checkbox"/>	Una vez a la semana
<input type="checkbox"/>	Varias veces al mes
<input type="checkbox"/>	Nunca solicito esa ayuda

3. Basándose en su experiencia, contrataría los servicios de GO- FLY?

<input type="checkbox"/>	Si
<input type="checkbox"/>	No

5. Conoce usted alguna compañía que ofrezca el servicio de grabación de videos aéreos y fotografía?

<input type="checkbox"/>	SI
<input type="checkbox"/>	NO

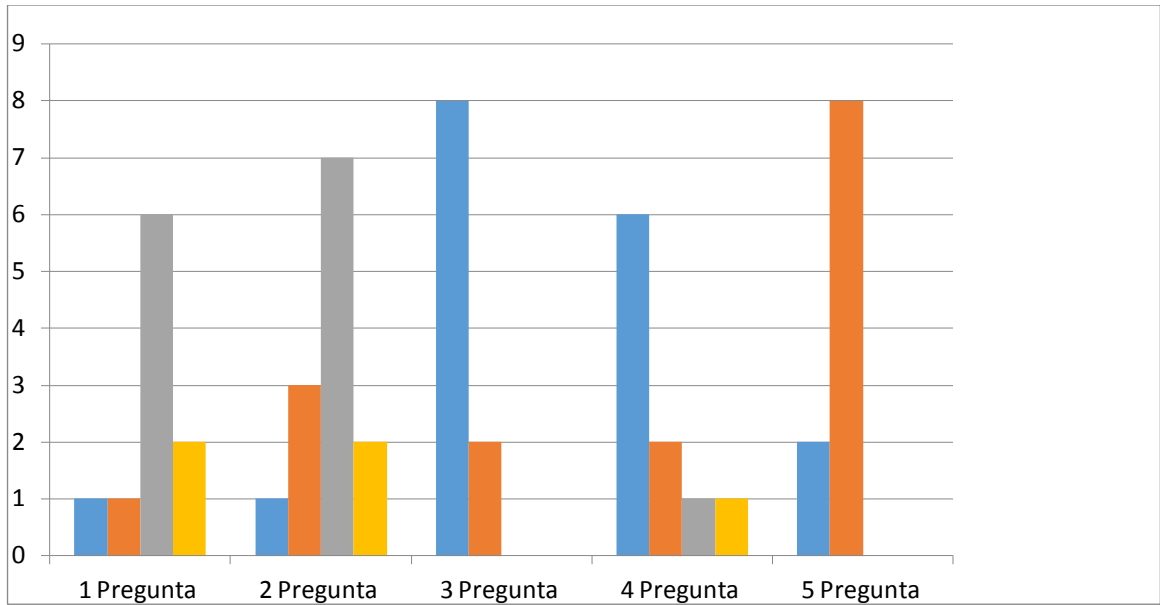
### SUGERENCIAS

¿Hay alguna cosa que le gustaría decirle a GO – FLY que no le hayamos preguntado en esta encuesta? Si es así, por favor, díganos de que se trata:

---

---

*Su opinión para nosotros es muy importante, muchas gracias por su colaboración...*



### ANÁLISIS CONCLUYENTE

Las anteriores preguntas fueron dirigidas a personas que se encuentran involucradas en el campo audiovisual. Basado en las respuestas, se logra demostrar que muchas de las personas no conocen muy bien el manejo del servicio a ofrecer, pero si muestran mucho interes por estar a la vanguardia de los temas tecnologicos. Entre tanto, se logro determinar que la industria audiovisual aun tiene muchas falencias en cuestion de planeaciòn estrategica en recursos tècnicos.

## ¿EL SERVICIO SUPLE LAS NECESIDADES O SUPERA LAS SOLUCIONES EXISTENTES?

Creemos que el servicio que ofrecemos suple las necesidades de muchas de los colegas que requieren ahorrar tiempo y dinero dentro del cronograma y presupuesto que fue estudiado desde la pre-producción.

## ¿HABRÁ SUFICIENTES PERSONAS QUE COMPREN EL PRODUCTO?

Teniendo en cuenta que el mercado audiovisual crece exponencialmente en las diferentes plataformas tecnológicas, que cada vez exige estar más posicionado en cuestión de garantía y calidad, muchos de los realizadores optan por crear estrategias que les permitan tener un producto de calidad ahorrándose todo un proceso logístico, que en muchos casos resulta ser más costoso. Por ende, el servicio a ofrecer está abierto a cualquier actividad que nos resulte útil al momento de capturar imágenes desde el cielo, es decir ya sea para temas corporativos, entretenimiento o búsqueda; un target bastante amplio que permite extender nuestro mercado.

## CICLO DE ADOPCION DEL SERVICIO

Nuestro servicio será dirigido a miembros de pequeñas productoras que están iniciando en la industria audiovisual que no cuenta con los equipos ni con el personal adecuado para obtener resultados. Es por esto que, el segmento de clientes que queremos enfocar el servicio a ofrecer son los usuarios tempranos; esto debido a que la gran mayoría de clientes va a querer ser los primeros en contratar nuestro servicio de última tecnología y tendencia sin importar su aplicación. Por otra parte, nuestros clientes potenciales contarán con las siguientes características:

- 1) Tienen o pueden conseguir presupuesto
- 2) Ha creado una solución usando diferentes partes
- 3) Ha estado buscando una solución activamente
- 4) Es consciente de que tiene un problema

Lo anterior, será un nuestro punto de partida para crear vínculos de publicidad que le sea atractivo al cliente, teniendo en cuenta sus necesidades y sus preferencias con base a los estudios y resultados obtenidos en el trayecto de la micro empresa a contratar.

El cliente aparte de ser beneficiado con los servicios, tendrá la opción de recibir el apoyo de asesoramiento en el desarrollo de tratamiento audiovisual con respecto al formato y genero a tratar, según se requiera. Lo anterior si el cliente lo solicita.

### FONDOS DE FINANCIAMIENTO

Nuestro proyecto, inicialmente será financiado por recursos propios del cuerpo gerencial de la empresa. Junto a ello, también se reforzara el sistema de ingresos aplicando a diferentes convocatorias que impulsa a jóvenes emprendedores; para ello se presentara una pitch ante jurado donde se venderá la idea y se hará resaltar la importancia de contribuir a mejorar la calidad de productos audiovisuales, que en algunos casos son expuestos en festivales de cine a nivel nacional e internacionales; quienes dentro de sus parámetros de calificación estipulan todos los parámetros técnicos que fueron empleados en cada uno de los trabajos, partiendo desde la ejecución de planos hasta la conceptualización de ideas en compañía de la estética audiovisual.

Adicionalmente, se trabajara en dupla con la empresa fabricante de drones, para posicionar la marca y generar nuevas tendencias a partir de novedosos equipos que permiten ampliar nuevas espectros de percepción audiovisual, que además de aportarle a contenido

estético le brinda cierto nivel de profesionalismo. Para ello, se trabajara en beneficio de la empresa con el objetivo de mostrar la gran variedad de ventajas, beneficios y funcionalidades, a otro segmento de clientes que a diferencia de nuestro cliente potencial se ofrecerá a grandes productora de cine y televisión que cuentan con los recursos económicos para adquirir un equipo nuevo y de última tecnología. Este trabajo, se realizara en beneficio de la misma compañía para contribuir en costos y gastos requeridos por la parte contable.

## ESTUDIO DE MERCADO

### Canales de distribución

- Cine /tv: Pequeñas productoras que no tengan la facilidad de adquirir estos equipos de alta tecnología por cuestión de presupuesto, y/o por recortar gastos y de esta manera evitar tiempos de grabación.
- Empresas de publicidad: empresas que requieran el apoyo de toma aérea de gran magnitud para sus spots publicitarios.
- Inmobiliaria: Promoción de inmobiliaria aéreas que requieren calcular espacios más detallado de las dimensiones de sus construcciones.
- Eventos: Cubrimiento de eventos de gran magnitud que requieren abarcar tomas en grandes terrenos.
- Emergencias: Se brinda la opción de realizar toma aérea en áreas extensas para identificación de personas en accidentes o extraviada.



## Segmentación

El servicio va dirigido a todo público que esté interesado en adquirir una pieza audiovisual que le permita tener una óptima vista desde una gran altura, ya sea con fines académicos, publicitarios, artísticos y hasta para prestar servicio de socorro.

Nuestro servicio está destinado a las microempresas que no tienen la opción de adquirir equipos de alta tecnología, ya sea por costos o por tiempo. Nuestro target de consumidor va dirigido a realizadores o ejecutivos entre los 20 y 35 años, que tiene una idea más clara de los nuevos avances tecnológicos y como atacar a los nuevos mercados.

## Análisis del sector

Dentro del sector audiovisual se puede destacar varias de las empresas que prestan el servicio de toma aérea y fotografía, bajo elevados costos y sin contar con una tecnología tan avanzada si no estándar. Ventaja que nos permite lanzarnos dentro de mercado con drones hechos de materiales compuestos ligeros para reducir peso y aumentar la capacidad de maniobra, que puedan ser manejados desde tierra o vía satelital, de manera simple o con programas de precisión de vuelo.

Es decir, nuestro servicio aplicará las siguientes facilidades y mejoras teniendo en cuenta el estudio previo de mercado que está impactando actualmente la industria audiovisual:

- ✓ Presentaciones en spot publicitarias. Reducción general de precio, en especial frente a alternativas pilotadas.
- ✓ Mejora de las prestaciones: mayor estabilidad (que permite mejores fotografías) sin renunciar al dinamismo (renuncia propia de los zeppelines) y posibilidad de vuelo a bajas velocidades y cerca del suelo o de obstáculos.
- ✓ Simplificación del proceso.
- ✓ Automatización del proceso cuando es necesario fotografiar un área más grande.
- ✓ Reducción del tiempo de trabajo.
- ✓ Reducción de los efectivos humanos necesarios: Una persona puede realizar el trabajo.

## TRABAJO DE CAMPO

Aunque en este país este tipo de industria se encuentra bien cimentado, la innovación hace parte importante del éxito del negocio, por esto los estudios de mercado realizados arrojan resultados a favor de nuestro negocio en el nicho que se va a mover.

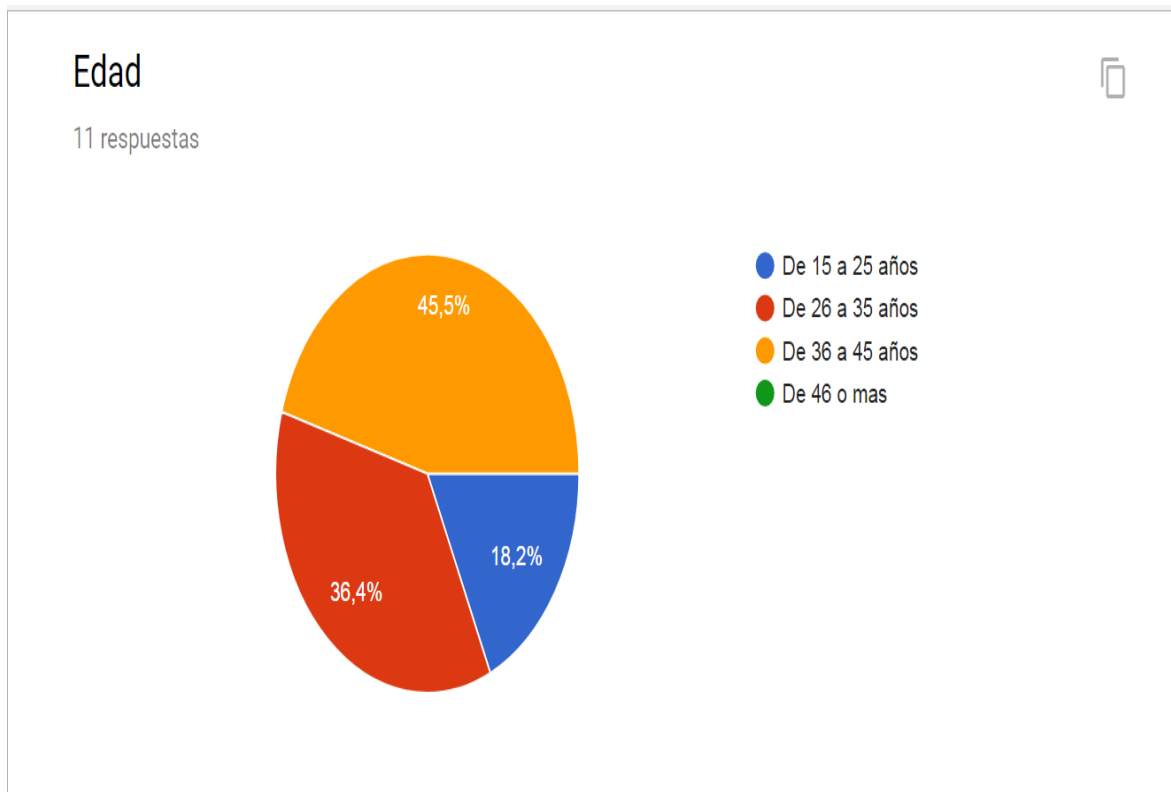
Determinar qué tan factible es la realización de este proyecto es decir; evidenciar óptimos resultados.

### Objetivos Específicos del Trabajo de Campo:

- Hacer uso de la herramienta de la encuesta investigando y conociendo así, el estado del mercado y/o la opinión pública frente al producto.
- Se dará a conocer nuestro servicio a través de una pieza publicitaria audiovisual que le permita al cliente tener un grado de aceptación.
- Analizar el comportamiento con respecto a productos competidores donde se concluirá cual es de mayor consumo, de esta forma tener una idea de posicionamiento con respecto a la segmentación.

## SEGUNDA ENCUESTA – PÚBLICO POTENCIAL

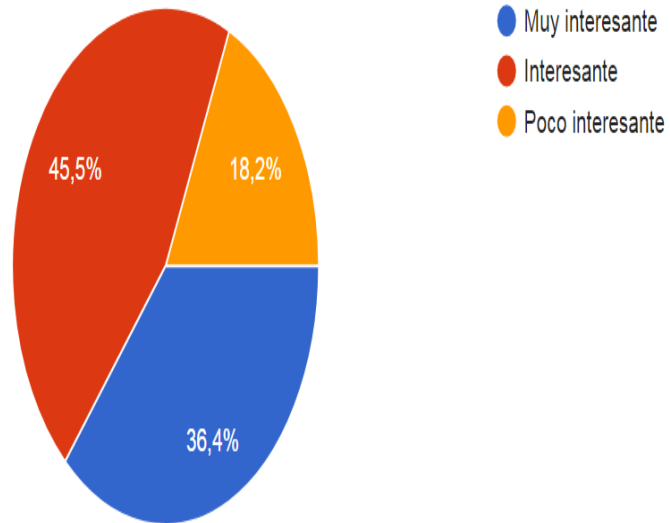
Te invitamos a contestar las siguientes preguntas que nos ayudaran a definir mejor nuestros servicios, tus respuestas serán 100 % confidenciales.



## ¿Cree qué es interesante una empresa que se llame [GO FLY]?



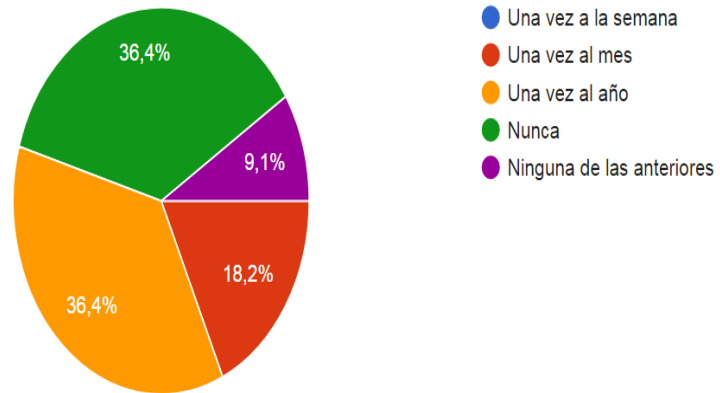
11 respuestas



## ¿Con qué frecuencia usted contrata los servicios de proveedores especializados para el desarrollo de productos audiovisuales?

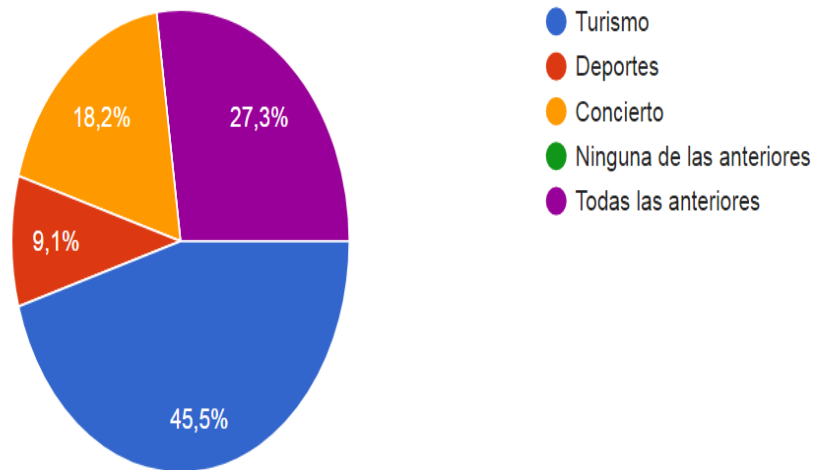


11 respuestas



## ¿En sus ratos libres cuál de estas actividades disfruta más?

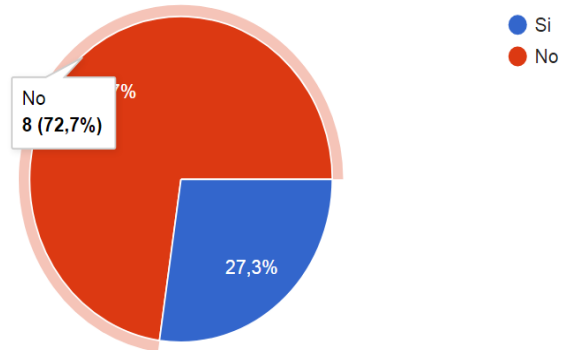
11 respuestas



¿Conoce usted alguna compañía que ofrezca el servicio de grabación de vídeos aéreos y fotografía?



11 respuestas



Si su respuesta es: sí, ¿Cuál compañía conoce que ofrezca estos servicios?

3 respuestas

TimeMachine Pictures

ehansen

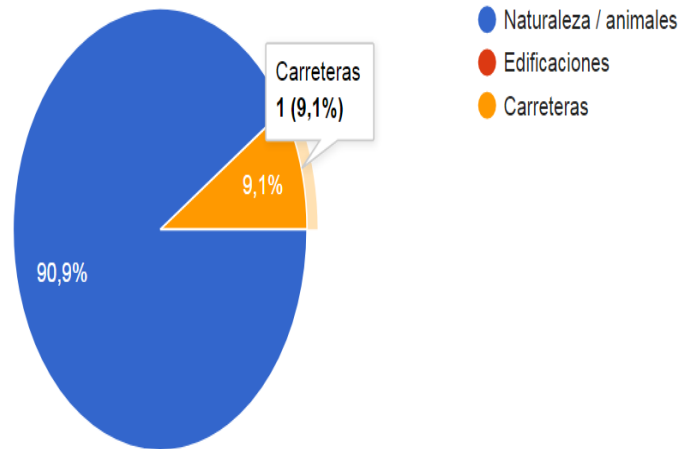
No



## ¿Qué imágenes le impactarían ver desde el aire?



11 respuestas



## PLAN MARKETING

### Estrategias del servicio en el mercado

Una vez diseñada la marca hay que posicionarla en el mercado, esto es otorgarle un reconocimiento de marca. No se trata sólo de prestar servicio de calidad o de menor precio, hay un paso previo imprescindible para llegar a ser líder del mercado, que la marca sea reconocida como líder por parte de los clientes.

### Estrategias de publicidad

Ser la empresa líder en el mercado no significa ser la que mayor volumen de beneficios obtiene, sino ser identificada como tal por parte de clientes, es decir, contar con un reconocimiento de marca que nos sitúe como líderes. De hecho, sin este requisito es imposible llegar a convertirse en líder de ventas en ningún sector, dada la influencia de los medios de comunicación sobre el consumidor actual, el cual asocia, en la mayoría de los casos, la popularidad de un artículo con la calidad del mismo. Para llegar a este punto tenemos que tener en cuenta el proceso comunicativo: GO FLY difundirá información a través de una página web, donde se relacionará todo nuestros proyectos y de esta manera conseguir una mayor cobertura en aquellos clientes potenciales. Aún en el caso de llegar un menor número de espectadores; llegaremos a un número mayor de posibles compradores. En definitiva, la correcta definición de los valores de marca y su correcta difusión a través de los medios adecuados pueden convertir una empresa en líder del mercado, por lo que las Relaciones Públicas cumplen un papel primordial para el desarrollo de la empresa.

## ESTRATEGIAS DE LA MARCA

Es importante brindarle garantías a nuestros clientes que los motive a brindarnos toda su apoyo y confianza en pro de la elaboración de cada uno de los procesos que requiere elaborar un producto final, es por esto que, a través de nuestra imagen corporativa y los componentes visuales pretendemos acercarnos a nuestro cliente a nuestro labor para que sienta gran confiabilidad y sobre todo grandes garantías frente al desarrollo del proyecto.

Nuestro eslogan hace referencia al enfoque de nuestro trabajo en relación con los nuevos espacios que podemos explorar a través de tomas panorámicas desde el cielo y con ello crear un vínculo de recordación en cada uno de los clientes que muestre interés en nuestros servicios. Por otra parte, el logo estará construido de manera tal, que pueda transmitir al cliente conocimiento respecto a la albor inicial que se presta. Se empleará dos colores. Blanco queriendo reflejar cielo y pureza.

## LOGO



## Slogan

**“Somos parte de tus metas, desde donde las quieras ver, elige GO – Fly”**

## VENTAJA COMPETITIVA Y COMPARATIVA

### Ventaja competitiva

Gracias a que contamos con profesionales en el campo audiovisuales nos permite brindarle un concepto de calidad y estética a la imagen. Al mismo tiempo aparte de realizar nuestra labor, se ofrecerá una asesoría en cuestión de locaciones, planos e intención de la imagen que quiere representar según sea la ocasión. El cliente recibirá al lugar de residencia o trabajo el producto final en memoria USB 1 GB personalizada con el estilo referente a nuestra marca. Todo ello con la seguridad de trabajar con una **empresa habilitada** y con seguro de responsabilidad civil aeronáutico.

### Ventaja comparativa

Muchas de las pequeñas productoras buscan ahorrar dinero del presupuesto al momento de realizar la preproducción. No obstante, realizar una toma aérea les representa altos gastos y por ende un desfase dentro del control del presupuesto, pues tendrían además de contratar personal a cargo, hacerse cargo de la compra y mantenimiento de cada uno de los drones, eso sin contar los permisos, transporte y tiempo que implica desarrollar una idea de estas. Eso por la parte de las productoras, Todo lo anterior se podría considerar como ventaja que está a nuestro favor que nos permite explotar aún mas nuestro mercado potencial.

## ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

Estrategia de servicio: ejecutado con equipos de última tecnología que producirán productos finales de alta confiabilidad para el cliente

### Visión

Ser una empresa líder a nivel nacional e internacional, reconocida por su transparencia, confiabilidad y calidad de nuestros servicios, en beneficio de la satisfacción de nuestros clientes.

### Imagen

Nuestra imagen será renovada cada dos años variando la composición de color o pequeños detalles de la estructura de logo sin cambiar mucho su distribución para evitar la distracción en el reconocimiento de la marca al cliente.

### Estrategia de precio

Los precios de nuestros servicios son accesibles a toda la población que desee tener la experiencia de obtener material con los más exóticos paisajes y panorámicas extraordinarias registrada bajo los estándares de calidad. No obstante no solo se genera la satisfacción al cliente vendiendo un solo proyecto, sino fomentar la idea de negocio a distintas personas y/o almacenes de cadena que quieran invertir en nuestros productos al por mayor.

### Ampliación de segmento de clientes

Diferentes canales de distribución se abren al pasar los tiempos, pues por una parte, la industria audiovisual la está liderando las redes sociales y con ello los influenciadores o bien llamados “YouTubers” quienes además de competir en el mercado por su contenido compiten en las diferentes plataformas tecnológicas con la calidad de video. Es por esto que este mercado que se encuentra en furor se podría convertir en un cliente preferencial de nuestros servicios.

Los magnos eventos que necesitan un control de seguridad para no perder el control sobre las personas asistentes requieren tener un apoyo visual que les permita coordinar y vigilar cada uno de los espacios, para así mismo tomar decisiones con el personal que se encuentre en tierra.

Por otra parte, es de gran provecho poder crear un vínculo con las fuerzas armadas que requieran nuestra ayuda para poder localizar personas que se encuentren secuestradas o extraviadas en zonas boscosas difíciles de inspeccionar con transporte terrestre.

### Estrategia de Penetración en el Mercado

Todos nuestros clientes cuentan con un valor agregado al momento de contratar nuestros servicios, ya que se adicionara a su pedido totalmente gratis una memoria USB donde quedara guardado el video exportado en formato.mov

## CAMPAÑA PUBLICITARIA

Con clientes cada vez más exigentes, nosotros como empresa enfrentamos el reto de replantear estrategias de marketing para hacerlas más eficientes y responder a las necesidades de los nuevos usuarios digitales. Con la continua actualización e innovación de la tecnología de tabletas, Smartphone y demás dispositivos móviles inteligentes, ha impulsado el desarrollo de este tipo de formatos multimedia les que despiertan interés y emoción en el espectador, a la vez impulsando la compra y reconocimiento de la marca de nuestro producto, Los anuncios interactivos con video multiplican las visitas a nuestro sitio web ya que las nuevas generaciones prefieren los contenidos que tienen un alto componente visual, igualmente contamos con otros medios para promocionar nuestro producto; las redes sociales son las principales aliadas de las estrategias de marketing, en ellas como empresa generamos la mayor parte del tráfico directo y se facilita la comunicación entre empresa y cliente.

## ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN

Estrategia de Distribución y Canales: Nuestra distribución podrá ser directa al cliente final (microempresas). Para lograr esa buena comunicación con el cliente y/o empresarios interesados en iniciar un negocio, contamos con varias herramientas de distribución, herramientas de contacto como lo son el correo electrónico [Gofly@gmail.com](mailto:Gofly@gmail.com) o a través de nuestras líneas telefónicas, a nivel nacional 7754601 / 3202397191 o para fuera del país a la línea gratuita 018000-7754602.

Canales de distribución:

Mail ⇨ comunicaciones ⇨ Transporte ⇨ asesorías Microempresas (productoras)

Mail ⇨ comunicaciones ⇨ Transporte ⇨ Asesorías Canales de You Tube (youtubers)

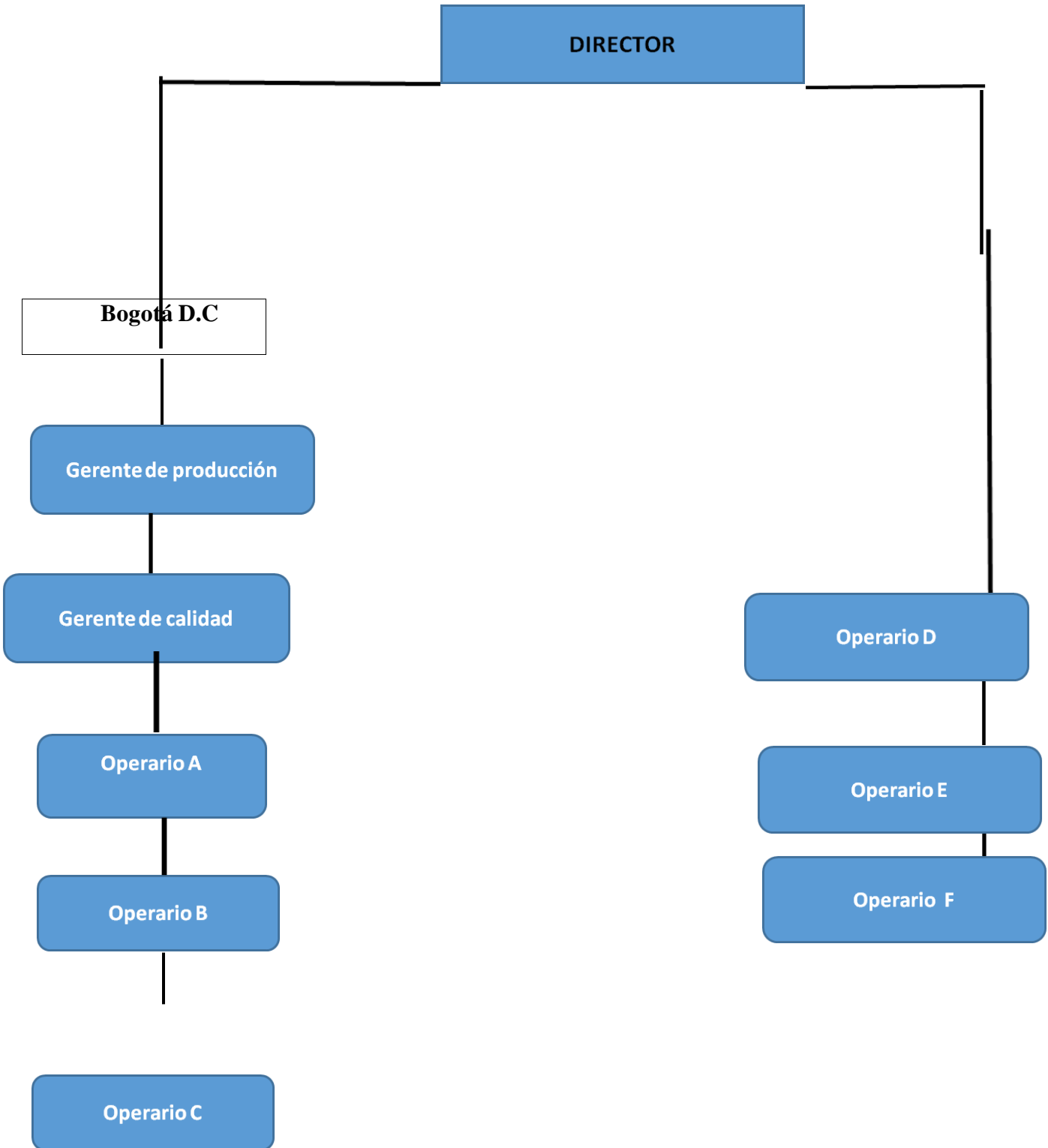
Mail ⇨ comunicaciones ⇨ Transporte ⇨ Asesorías ⇨ Agencias de publicidad.

Mail ⇨ comunicaciones ⇨ Transporte ⇨ Fuerzas de socorro

Mail ⇨ comunicaciones s ⇨ Transporte ⇨ Asesorías ⇨ Empresas de eventos

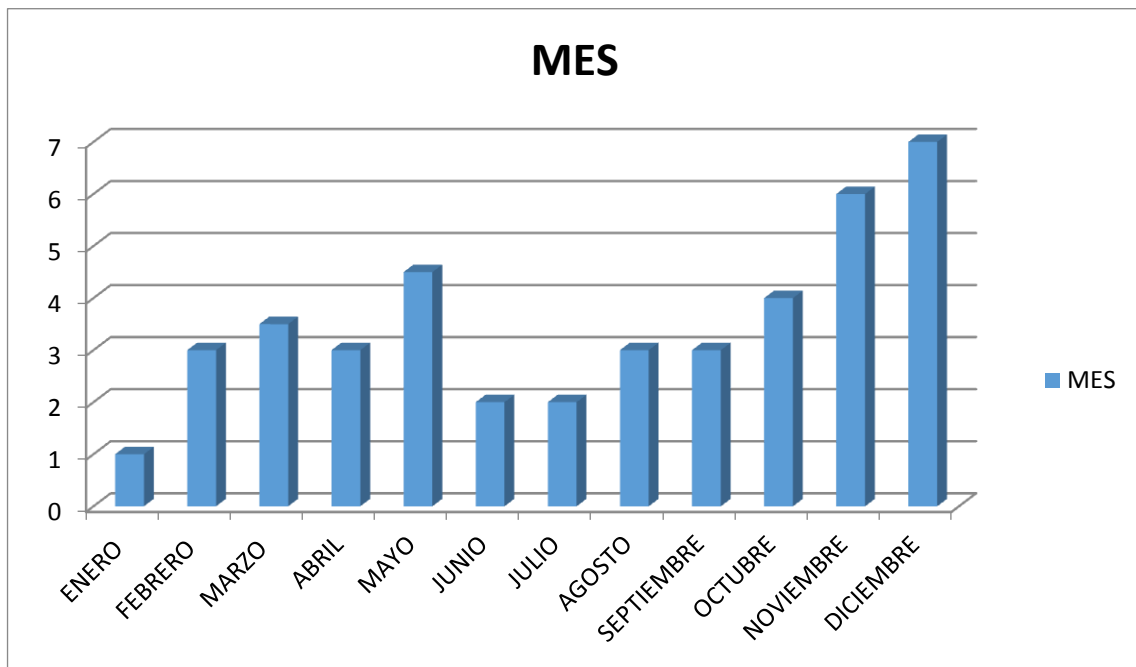


## EJECUCIÓN COMERCIAL



## PROYECCIÓN DE VENTAS

Con el fin de hallar el comportamiento en cada uno de los meses del año se tienen en cuenta las temporadas bajas y altas del año. A continuación se establecen una secuencia del balance del año de las ventas que se esperan.



En la anterior gráfica se evidencia el comportamiento de las ventas que se esperan analizado basado a las temporadas en que las que nuestros canales de distribución se encuentran con mas movimiento dentro de la industria.

## POLITICA DE CARTERA

Para garantizar una transparencia todos los pagos se realizaran en línea o vía consignación por intermedio de CITIBANK, para firma de contrato y dar inicio con el proyecto se le pide al cliente consignar la totalidad de la factura al número de cuenta de la empresa: 1000937745.

Posterior al a cancelación nuestro equipo administrativo hará llegar al notificación de su pago.

Entre tanto, se irá notificando al cliente de cada uno de las acciones que realiza nuestro equipo de producción para brindarle mayor confiabilidad al cliente

## ESTUDIO ADMINISTRATIVO

### MISIÒN

Garantizar a cada uno de nuestros clientes un trabajo satisfactorio que además cumpla con altos estándares de calidad y que llene las necesidades que exige las últimas tendencias en el mercado, a través de un proceso ejecución sencilla donde se les brindara a los clientes diferentes estrategias de mercado y de servicio que les permitirá satisfacer sus necesidades, según se requiera.

### VISION

GO - FLY, será una compañía privada comprometida con estar a la vanguardia en términos de tecnología e implementar nuevas alternativas de negocios que le permitan explorar nuevos campos preestablecidos donde sea necesario incursionar con nuevas tendencias con base a las necesidades donde se proyectara nuestros objetivos potenciales.

## ORGANIGRAMA



## MANUAL DE FUNCIONES

### Denominación del Cargo: Dirección

#### **FUNCIONES:**

- Dirigir y representar legalmente a la empresa. planear, Supervisar, coordinar y controlar los procesos productivos de la empresa la ejecución de las funciones y estar pendiente del cumplimiento de las normas legales de la Empresa.
- Encargarse de dirigir todo el Proceso de grabación.
- Presentar informes a la Junta de Socios de planes a realizar mensualmente.
- Supervisar, controlar y medir la eficiencia del personal de ventas.

### Denominación del Cargo: Gerente de Producción

#### **FUNCIONES:**

- Autorizar y ordenar los respectivos pagos.
- Contratación, capacitación y solicitud de Personal
- Orientar y supervisar las personas que tiene a cargo, que cumplan con cada una de sus funciones
- Velar por el cumplimiento de los tiempos establecidos y numero de productos terminados
- Garantizar el cumplimiento de los tiempos estipulados para llevar a cabo el proceso de grabación.

### **Denominación del Cargo: Coordinador de Calidad**

#### **FUNCIONES:**

- Recepción y compra de equipos, bodegajes, transportes, manejo de los equipos, entrega productos terminados, revisión del estado de los equipos.
- Verificar que todos los equipos estén en perfecto estado tanto en cantidad como en calidad
- Realizar todo el Proceso de copiado y envíos finales.

### **Denominación del Cargo: Operario A.**

- Encargado de cumplir con el proceso de Producción y alistamiento de equipos solicitados para cada evento.
- Realizar las funciones asignadas por el jefe inmediato
- Informar al Gerente de Producción o al Coordinador de Calidad cualquier anomalía referente a su cargo.
- Responder por los implementos de trabajo asignados.
- Comunicar cualquier daño encontrado en alguno de los sitios de trabajo.
- Velar por el orden y aseo del lugar.
- Llevar al día los registros requeridos para el control de la producción.

### **Denominación del Cargo: Operario B.**

- Encargado de cumplir con el proceso de la pre - producción.
- Realizar las funciones asignadas por el jefe inmediato (Gerente de Producción).
- Informar al Gerente de Producción o al Coordinador de Calidad cualquier anomalía que se presente dentro del Proceso.
- Responder por los implementos de trabajo asignados.
- Comunicar cualquier daño encontrado en alguno de los sitios de trabajo.
- Velar por el orden y aseo del lugar.
- Encargado del mantenimiento y suministro de reemplazos de accesorios

### **Denominación del Cargo: Operario C.**

- Encargado de cumplir con el proceso de Producción.
- Informar al Gerente de Producción o al Coordinador de Calidad cualquier anomalía que se presente dentro de la grabación.
- Responder por los implementos de trabajo asignados.
- Comunicar cualquier daño encontrado en alguno de los equipos suministrados por el operario B.
- Encargado de la grabación de locación (registrar grabación de equipos garantizando su fiabilidad)
- Llevar al día los registros requeridos para el control de la producción (plan de grabación)

### **Denominación del Cargo: Operario D**

- Realizar las funciones asignadas por el operario C
- Informar al Gerente de Producción o al Coordinador de Calidad cualquier anomalía que se presente dentro del Proceso.
- Responder por los implementos de trabajo asignados.
- Comunicar cualquier daño encontrado en alguno de los sitios de trabajo.
- Garantizar el desarrollo de la grabación y velar por la seguridad de los archivos (backup)
- Llevar al día los registros requeridos para el control de la producción.

### **Denominación del Cargo: Operario E**

- Informar al productor de cualquier anomalía que se presente dentro del Proceso de su labor.
- Cumplir con la normatividad de documentos exigidos por transito (SOAT, EMISIÓN DE GASES, IMPUESTO, TARJETA DE PROPIEDAD Y PASE)
- Comunicar cualquier daño encontrado en alguno de los equipos.
- Transportar al equipo de producción respetando los límites de velocidad.



- Llevar al día los documentos requeridos para transportar carga.

#### **Denominación del Cargo: Operario F**

- Encargado de cumplir con el proceso de edición y colorimetría, bajo parámetro técnicos.
- Realizar las funciones asignadas por el director.
- Informar al Gerente de Producción o al Coordinador de Calidad cualquier anomalía referente al material salido de grabación.
- Responder por los implementos de trabajo asignados.
- Comunicar cualquier daño encontrado en alguno de los sitios de trabajo.
- Velar por el orden y aseo del lugar.
- Llevar al día los registros requeridos con base a los registros del script.

## CAPITAL SOCIAL

La compañía Go Fly estará constituido por accionistas donde dicha empresa estaran representados por las siguientes aportes:

Diego Fernando Hernández Muñoz.....\$20.000.000 COL \$

Jaime Andrés Rojas..... \$20.000.000 COL \$

Carolina Andrea Rodríguez.....\$10.000.000 COL \$

## D.O.F.A

<b>F</b>	<b>D</b>
1. Estrategias de marketing 2. Clientes transversales 3. Precios accesibles 4. Equipos de alta calidad 5. Rápida ejecución de proyecto	1. Pautas publicitarias 2. Falta de reconocimiento 3. Cantidad de equipos 4. Número de vehículos para transportar 5. Falta de personal
<b>O</b>	<b>A</b>
1. Que se retire una empresa dentro de la competencia 2. Expandir el servicio en varios sectores a nivel nacional e internacional 3. Eventos con el patrocinio de la empresa 4. Financiación en nuestro producto 5. Promociones y descuentos por la compra al por mayor	1. Ingreso de nuevos competidores al sector 2. Robo de quipos de grabación 3. Inflación de precios 4. Deterioro de equipos 5. Robo por parte del personal de la compañía

## Fortaleza – oportunidad

F1-O1: Empleando estrategias de marketing dirigidas a cliente directo podremos entrar al mercado logrando así posicionarnos como líderes frente a otras empresas con actividades similares a nuestra empresa.

F1-O2: Uno de nuestros objetivos como empresa, es extender nuestro servicio a nivel nacional como a nivel internacional.

F1-O3: Las diversas plataformas digitales son una excelente canal para exhibir y promocionar nuestro servicio.

F1-O4: La empresa con el lanzamiento de este producto es una buena oportunidad de inversión para posibles socios capitalistas.

F1-O5: Con la implementación de este servicio en conexión con otras herramientas transversales, las ventas al por mayor a posible clientes fijos se convierta en una difusión macro.

F2-O1: Por las estrategias de servicio al cliente y los procesos administrativos es fácil de posicionar en el mercado como una nueva alternativa de servicios similares y cubrir la satisfacción del cliente.

F2-O2: Por la variedad de implementación del servicio tiene la opción de expandirse a otros sectores que cubran una necesidad en común.

F2-O3: Se puede aprovechar el reconocimiento del trabajo en las diferentes piezas audiovisuales para impulsarlos en ferias de nuevos empresarios, en sitios de asistencia masiva de gente o eventos destinados a productos del mismo sector.

F2-O4: Por el diseño del servicio es un buen proyecto de inversión.

F2-O5: Es posible aprovechar el impacto que genera el servicio para penetrar masivamente en el mercado.

F3-O1: En una sana competencia se puede dar precios muy bajos para incursionar en el mercado, captando así clientes de la competencia.

F3-O2: Teniendo un precio bajo para la incursión en el mercado es posible generar ganancias debido a un buen volumen de ventas estimado, creando un margen más amplio posibles clientes.

F3-O3: Con buen precio se puede captar los diferentes sectores que se encuentren interesados en adquirir el servicio.

F3-O4: Dando un precio de venta accesible a una mayor cantidad de clientes se genera una mayor rapidez en la venta, por lo tanto se genera mayor flujo de liquidez por venta del servicio, asegurando el retorno de la inversión

F3-O5: Por su precio y las estrategias enfocadas al servicio al cliente, se facilita la venta y distribución del servicio

F4-O1: Con la garantía que respalda un servicio de buena calidad se puede abarcar nichos de mercado de empresas con productos similares pero de menor calidad o de mayor precio.

F4-O2: con una buena reputación por la calidad del nuestro servicio se facilita la incursión en mercados de otras regiones.

F4-O3: Se pueden hacer exhibiciones públicas en ferias y puntos de venta mostrando como atributo especial la calidad de nuestro servicio.

F4-O4: La calidad del servicio ofrecido por la empresa es el respaldo para los posibles socios capitalistas ya que muestra que va a tener buena imagen y posicionamiento en el mercado.

F4-O5: A través de los equipos con los que cuenta la empresa se muestra la confianza y respaldo para quien decida ser distribuidor o comprar al por mayor debido a la menor posibilidad de quejas o reclamos de clientes.

F5-O1: El rápido proceso de producción permite cumplir con alzas inesperadas de la demanda del producto o cubrir necesidades de clientes de la competencia.

F5-O2: A medida que se expande más la cantidad de clientes y cubrimiento en otros estados, se puede aumentar sin problema la cantidad de unidades a producir y por ende la adquisición de nuevos equipos.

F5-O3: se puede contar con programas flexibles de producción para asegurar el cumplimiento o para la asistencia a eventos.

F5-O4: La posibilidad de fabricar en corto tiempo garantiza que los recursos de la empresa se mantienen en rotación.

F5-O5: En caso de ventas inesperadas por eventos o clientes no proyectados se puede cumplir con los pedidos sin demora en la entrega.

## Fortaleza - amenaza

F1-A1: Se debe mantener en constante investigación y desarrollo los equipos y estrategias de marketing para evitar que nuevos competidores que ganen mercado con innovaciones

F1-A2: El diseño único de este servicio y su bajo costo son factor importante que se debe utilizar para que los clientes refieran este producto antes que otro servicio con menos respaldo.

F1-A3: Se debe mantener actualizado y controlado el estudio de costos y su proyección para no afectar el precio de venta final de manera brusca en el mercado.

F1-A4: La seguridad de la información garantiza que no se pierdan o filtren información confidencial, así se minimiza el riesgo de competencia desleal.

F1-A5: Las medidas de seguridad y niveles de confianza aseguran que no se pierda información o equipos al interior de la compañía.

F2-A1: Mantener la seguridad en la información y tener permanente investigación y desarrollo asegura tener una ventaja competitiva e ir delante de la competencia.

F2-A2: La Permanente investigación y desarrollo asegura la diferenciación frente a posible competencia de servicios similares.

F2-A3: El análisis de costos frente a cada posible innovación permitirá una proyección de impacto en la demanda y ventas.

F3-A1: La política de precios de venta cómodos al público da una ventaja frente a la posible competencia en el mercado.

F3-A2: El bajo precio de venta al público hace más competitiva la empresa en el mercado.

F3-A3: Tener un bajo precio de venta hace que un aumento en el futuro no genere alto impacto en el consumo del producto en el mercado.

F3-A4: La seguridad informática es primordial para la confidencialidad y datos internos de fabricación y distribución.

F3-A5: Se debe mantener control en el inventariado de los equipos y sus accesorios que componen todo el equipo de grabación.

F4-A1: Manejar equipos de grabación de alta tecnología hace más difícil, la posible competencia de entrar al mercado con las mismas condiciones de nuestro producto.

F4-A2: la producción en todas sus fases de una pieza audiovisual genera una ventaja competitiva en el mercado ya que se tiene la percepción de que muchos videos elaborados en otras categorías no son de alta calidad.

F4-A3: Es importante tener negociaciones y proyecciones de compra de equipos con los proveedores para no afectar bruscamente el precio al público y no afectar la rentabilidad.

F4-A4: Los extractos, movimientos bancarios e información confidencial, deben ser mantenidas bajo seguridad para evitar filtraciones.

F4-A5: El estricto control de inventarios y manejo de seguridad es primordial para evitar pérdidas internas.

## Debilidades – oportunidades

D1-O: Realizar permanente estudio de mercados para analizar adquisiciones de de equipos en las productoras que permitan mejorar la producción.

D1-O2: Expandiendo a otros mercados se puede reinvertir la utilizad en nuevos equipos y proveedores.

D1-O4: Dada la buena oportunidad del negocio, es bueno capitalizar la empresa e invertir en nuevos equipos y más personal.

D2-O1: Es de gran importancia que se contrate personal que tenga experiencia en los procesos en empresas similares.

D2-O2: En la expansión de la empresa se debe contar con la experiencia del personal antiguo y contratar más empleados con experiencia.

D3-O1: Aprovechar las fallas de la competencia permite aumentar las ventas y así capitalizarla.

D3-O2: Conseguir nuevos socios para los proyectos de expansión y recursos financieros.

D3-O3: Para la consecución de recursos y tener flujo de caja es conveniente los planes promocionales en ferias y eventos públicos.

D3-O4: Buscar alianzas estratégicas con proveedores es un método de no endeudamiento financiero y mutuo beneficio comercial.

D3-O5 Al no tener disponibilidad de recursos para invertir en publicidad se pueden hacer contratos de eventos públicos de promociones del servicio para ganar divulgación de la marca.



D4-O1 Una de las mejores oportunidades de posicionamiento y recordación en el mercado es la publicidad voz a voz entre las colonias de Colombianos en las diferentes ciudades.

D4-O2 la proyección de expansión debe incluir publicidad y atención en diferentes idiomas en términos entendibles así aparte del público Colombiano también pueden llegar de otros países con otro idioma.

D4-O3 La asistencia a eventos masivos es un muy buen multiplicador de clientela potencial ya que cada posible cliente puede comunicar a más personas de esta nueva opción de servicio.

D4-O4 Los convenios por publicidad son una buena herramienta con otras empresas que busquen también reducir costos en la producción de sus piezas audiovisuales.

D4-O5 El uso de herramientas de divulgación masiva como las redes sociales puede servir para dar a conocer la empresa y sus promociones.

D5-O1 Solamente contratar con proveedores reconocidos y certificados es la mejor decisión de garantizar calidad en el producto final, teniendo en cuenta las referencias de empresas similares actuales o retiradas.

D5-O2 la evaluación de los proveedores nos facilita la aceptación del producto en otros mercados.

D5-O3 La garantía de los equipos que se adquieren es esencial para la producción y ejecución de cada uno de los proyectos.

D5-O4 Las alianzas estratégicas en descuentos con buenos proveedores es garantía de calidad y buena imagen en el mercado.

D5-O5 los convenios con proveedores permiten que entre los dos ganando publicidad para ambos se creen buenas promociones y aumentar las ventas y ganar nuevos clientes para los dos negocios.

### Debilidades – amenazas

D1-A1: La optimización del proceso y actualización de equipos disminuye el riesgo que nuevos competidores con mayor capital entren a cubrir parte de nuestro actual y potencial clientela, debido a la reducción de costos y mayor efectividad.

D1-A2: El riesgo de tener equipos no tan avanzados es que los productos no se pueden enfrentar a las diferentes situaciones que requieren hacer una toma panorámica.

D1-A3: La proyección de actualización de equipos se debe hacer teniendo en cuenta la variación de precios de los precios de los equipos para no afectar financieramente la compañía.

D1-A4: La confidencialidad y seguridad en la información de las recetas y su formulación así como la adecuación de los equipos debe ser prioridad en la empresa.

D1-A5: Por ser una empresa nueva la gente con la que se comience debe ser del círculo cercano de confianza y de buenas referencias para minimizar los riesgos de robo y pérdida

D2-A1: Por ser una empresa nueva las personas que comiencen debe ser especialistas en una labor pero también poli funcionales para cubrir todas las labores, esto genera sentido de pertenencia, también fidelidad de los clientes. Con esto se minimiza el riesgo de que la nueva competencia nos quite clientes.

D2-A2: La falta de personal frente solo nos afectaría en la rapidez de atención y despacho a los clientes.

D2-A3: No hay relación directa entre contar con poco personal y la variación de precios.

D2-A4: El riesgo al ser poco personal es bajo sin embargo se debe tener la mayor seguridad y salvaguarda de información.

D2-A5: Solo las personas de más confianza y responsabilidad deben tener acceso a información, dinero y recursos de la empresa así se minimiza el riesgo de pérdida.

D3-A1: La falta de una buena planeación financiera puede afectar a la empresa si entran al mercado empresas similares que cuenten con una mejor Planeación y den mejor respuesta a los clientes.

D3-A2: a pesar de contar con muchos recursos financieros se pueden hacer Planeación de compras y pagos que ayuden a contar con flujo de efectivo y asegurar dinero para los pagos y reinvertir en la empresa en mejora continua, así se puede hacer frente a la competencia de productos importados.

D3-A3: la mejor herramienta para hacer frente a la variación de precios es la Planeación financiera y búsqueda de negociaciones de mejores y estables precios con los proveedores.

D3-A4: El no contar con considerables recursos financieros es una motivación para que se piense en vender información a la competencia de las recetas para obtener dinero fácil y rápido. Por lo cual se debe velar por su seguridad.

D3-A5: Al ser una empresa pequeña es susceptible de la pérdida o robo por parte de la compañía por eso es importante al momento de contratar un personal de confianza

## TAMAÑO DE LA EMPRESA

Determinación de las Áreas Funcionales. Según la ley 590 del 2.000 la planta el personal no puede ser superior a los diez (10) trabajadores; entre tanto, Activos totales por valor inferior a quinientos uno (501) salarios mínimos mensuales legales vigentes. Teniendo en cuenta lo anterior la empresa Go – FLY, estará constituida por nueve empleados que van a estar en conectividad con 3 áreas principales básicas de trabajo las cuales son:

- Área de Dirección General y Financiera de la empresa
- Área de Producción y Personal
- Área de Mercadeo y Ventas

A continuación expondremos cada una de las áreas y su importancia dentro de la empresa lo cual nos ayudara al mejoramiento continuo de los procesos internos dentro de nuestra compañía logrando así la coordinación y planificación de todas las actividades con el fin de garantizar la satisfacción de nuestros clientes.

Área de Dirección General y Financiera de la Empresa, conformada por la Gerente General de la empresa, Diego Fernando Hernández, quien estará encargado de determinar la parte financiera y contable de la empresa, además, se debe declarar y cancelar periódicamente, los impuestos según los resultados de los libros contables que la empresa lleva, la emisión de facturas, las proyecciones de ingresos por ventas y los costos asociados con el desarrollo del negocio son tomados en cuenta en esta área.

Además mantienen en unidad el equipo de trabajo y un ambiente de cordialidad y respeto en la empresa para motivar a los trabajadores de la misma. Nuestra empresa mantiene una excelente relación entre el equipo de trabajo y una comunicación constante, respetuosa y honesta entre los miembros que conforman la empresa.

### Área de producción y personal

En esta área encontraremos en cabeza de este proceso a nuestra Gerente de Producción, Jaime Rojas quien estará a cargo de tomar todo lo relacionado con el personal de la empresa, desde la contratación del personal hasta la compra de insumos, el pago del personal, la firma de los cheques, verificar que el personal cumpla con su horario, así mismo verificando que el personal cumpla su manual de Funciones, en esta área encontraremos también todo lo relacionado al sistema de producción, donde el Coordinador de Calidad estará encargado de verificar que los operarios (A, B, C, D, E, F) lleven a cabo el proceso de Producción en perfecto orden y a tiempo.

### Área de mercadeo y ventas

En esta área encontraremos en cabeza de este proceso a nuestra Gerente de Ventas, Andrés Rodríguez quien estará a cargo de supervisar que se cumpla el paso a paso desde el momento que se haga la solicitud hasta la entrega del producto final. Igualmente se realizara en esta área todo lo relacionado con la estrategia de mercadeo del negocio, es decir, las estrategias publicitarias y el posicionamiento de la marca en la industria audiovisual.

Determinación del Requerimiento en Metros Cuadrados del área funcional principal del proyecto.



Aéreas	Mtr <sup>2</sup>
<b>Primer piso</b>	
baño, cocina y escalera	65 mt <sup>2</sup>
Oficina de juntas y Oficina gerencia	120 mt <sup>2</sup>
Área Total	185 mt <sup>2</sup>

## NORMATIVIDAD

Go –Fly S.A.S estará constituida mediante persona jurídica la cual es una persona ficticia, capaz de ejercer derechos y contraer obligaciones, y de ser representada judicial y extrajudicialmente.

A continuación expondremos los pasos que se deben tener en cuenta para constituir empresa como Persona Jurídica:

<b>Asesorías</b>	Ideas de negocio o plan de empresa
<b>Consultas</b>	Documentos necesarios y consultas virtuales previas
<b>RUT</b>	RUT Registro Único Tributario
<b>Documento de constitución</b>	Elaborar el documento de constitución de la sociedad
<b>Formularios</b>	Diligenciamiento de formularios para formalizar la empresa
<b>Formalización</b>	Registro Matricula Mercantil Cámara de Comercio de Bogotá
<b>Cámara de comercio</b>	Certificado de existencia y representación legal
<b>DIAN</b>	Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales de Colombia
<b>Cedula</b>	Representante legal
<b>Portal Nacional de Creación de Empresas</b>	Consulta del nombre de la empresa
<b>Licencia AVID</b>	Permiso oficial para interfaz AVID
<b>Carta - permisos</b>	Permiso de grabación.
<b>Creative Commons</b>	Autenticación de derechos de autor.

## Trámites ante la Cámara de Comercio

Documentos necesarios para registrarse como persona jurídica ante la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB):

- Original del documento de identidad

Formulario del registro único tributario RUT

- Formulario Registro Único Empresarial y Social (RUES)
- Formulario registro con otras entidades.

Consultas virtuales que deben realizarse antes de realizar el registro ante la Cámara de Comercio de Bogotá.

- Nombre del establecimiento: Si usted va a matricular un establecimiento de comercio, confirme que el nombre que quiere usar no se encuentre matriculado.
- Consulta de marca.
- Actividad: Consulte aquí la actividad económica de su empresa (Nuevo Código CIIU)
- Consulta tipo de sociedad: a través de esta guía se suministra información precisa sobre las principales formas jurídicas previstas en nuestra legislación para el ejercicio de cualquier actividad económica, así como las características más relevantes de cada una de ellas
- Trámite Notarial y Formulario Único Empresarial



Minuta de constitución: Por documento privado si la empresa a constituir posee activos totales por valor inferior a quinientos (500) salarios mínimos mensuales legales vigentes ó una planta de personal no superior a diez (10) trabajadores y no se aportan bienes inmuebles. (Ley 1014 de 2006, Decreto 4463 de 2006)

Tenga en cuenta que el documento privado debe contener presentación personal de todos los socios o accionistas ante Notaría, o en cualquiera de nuestras sedes al momento de presentarlo para registro.

Escritura pública: En cualquier notaría sin importar el valor de los activos o el número de trabajadores, según lo establecido en el Artículo 110 del Código de Comercio cuando se aporten bienes inmuebles, el documento de constitución deberá ser por escritura pública, el impuesto de registro deberá ser cancelado en oficina de instrumentos público y presentar copia del recibo o certificado de libertad que acredite la inscripción previa de la escritura pública en esa oficina, al momento de presentar los documentos.

### Solicitud del R.U.T.

El Registro Único Tributario (RUT), administrado por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) constituye el mecanismo único para identificar, ubicar y clasificar:

- Las personas y entidades que tengan la calidad de contribuyentes, declarantes de impuesto sobre la renta y no contribuyentes.
- Declarantes de ingresos y patrimonio.
- Responsables del régimen común y los pertenecientes al régimen simplificado.

- Los agentes retenedores, importadores, exportadores y demás sujetos con obligaciones administradas por la DIAN.
- Los demás sujetos con obligaciones administradas por la DIAN

El Número de Identificación Tributaria (NIT), constituye el código de identificación de los inscritos en el RUT.

Este número lo asigna la DIAN a las personas naturales o jurídicas nacionales o extranjeras o a los demás sujetos con obligaciones administradas por dicha entidad.

Con este formulario junto con los demás documentos exigidos para la matrícula, la DIAN asigna el NIT y lo incorpora en el certificado de existencia y representación legal.

## Impuestos Nacionales

Los principales impuestos nacionales son el de renta y complementarios, y el cree (impuesto sobre la renta para la equidad)

Presentados a la DIAN (dirección de aduanas y impuestos nacionales) mediante el formulario 110 y formulario 140 respectivamente.

### Solicitud del R.I.T. tramites secretaria nacional

El registro de información tributaria - RIT, es el mecanismo de identificación, ubicación y clasificación de los contribuyentes del Impuesto de Industria y Comercio, Avisos y Tableros.

La inscripción en el RIT se debe efectuar entre los dos meses siguientes a la fecha de iniciación de operaciones.

### Impuesto de industria y comercio.

Está constituido por el ejercicio o realización directa o indirecta de cualquier actividad industrial, comercial o de servicios, en jurisdicción del Distrito Capital de Bogotá, ya sea que cumplan de forma permanente u ocasional, en inmueble determinado, con establecimiento de comercio o sin ellos.

### Impuesto de avisos y tableros

Es el impuesto que se paga por la instalación de avisos en el espacio público como vallas, avisos, tableros y emblemas, ubicados en la vía pública, en lugares públicos o privados, visibles desde el espacio público o en cualquier clase de vehículo.

El pago de este impuesto se realiza a través de la página de la secretaría de hacienda diligenciando el formulario para pago en bancos o a través de medios electrónicos.

### Registro ante E.P.S.

El sistema General de Seguridad Social en Salud, es el conjunto de entidades públicas y privadas, normas y procedimientos, destinado a garantizar a toda la población Colombiana, el servicio público esencial de salud. La afiliación a este sistema es obligatoria para todos los habitantes del territorio nacional.

## Registro al Fondo de Pensiones y Cesantías

Son las sociedades de servicios financieros cuyo objeto principal lo constituye la administración de fondos de cesantía creados por la Ley 50 de 1990, de fondos de pensiones del Régimen de Ahorro Individual con Solidaridad de que trata la Ley 100 de 1993 (fondos de pensiones obligatorias) y de fondos de pensiones de jubilación e invalidez (fondos de pensiones voluntarias), así como de otros patrimonios autónomos en los términos que señala la ley.

## Registro ante A.R.P.

Es la entidad encargada de Cubrir todos los eventos o enfermedades de origen ocupacional sin los límites del POS. Son garantizados por las Administradoras de Riesgos Profesionales-ARP.

## Registro ante la Caja de Compensación Familiar

Son corporaciones de derecho privado, con patrimonio propio y sin fines de lucro, las cuales han tenido un sostenido desarrollo y crecimiento en las últimas cuatro décadas principalmente, tanto en este país como en el extranjero.

El objetivo de las Cajas de Compensación originalmente era la administración de las "prestaciones de seguridad social" las cuales tendían al desarrollo y bienestar del trabajador y su familia.

## Otros Permisos Requeridos

A partir del mes de septiembre del 2015, la circular regulatoria 002 de Aerocivil implantó las siguientes reglas para volar drones:

1. Los drones deben tener un peso NO superior a 25Kg.
2. No volar cerca o sobre personas, ni cerca o sobre edificios, ni cerca de aeropuertos (5 km a la redonda).
3. Altura máxima permitida de vuelo: 152 Metros
4. Distancia máxima a la que se puede alejar el dron del operador o del lugar de despegue: 750 metros horizontalmente.
5. NO volar en zonas restringidas o prohibidas del espacio aéreo, ni en lugares sensibles: instalaciones militares, policiales, o centros carcelarios.
6. NO volar en un radio de 1.8Km de cualquier lugar en el que se encuentre el presidente, vice presidente u otras autoridades nacionales y extranjeras.
7. NO se pueden transportar animales
8. NO se puede arrojar objetos desde el aire
9. NO se puede volar cerca de cualquier aeronave tripulada.
10. NO se pueden efectuar operaciones autónomas con los drones
11. Únicamente vuelos de día y en condiciones meteorológicas que permitan ver la aeronave en todo momento.

1789 del Código de Comercio, en la norma RAC 1 de los Reglamentos Aeronáuticos de Colombia y en los Anexos técnicos al Convenio sobre Aviación civil Internacional; dichos aparatos son aeronaves para todos los efectos, y en consecuencia estarán sujetos a las condiciones técnicas que para ellas determine la autoridad aeronáutica.

## Permisos de licencias de AVID

Avid Certification ayuda a los profesionales a obtener y demostrar las habilidades y credenciales que necesitan para aumentar su valor, competencia y eficiencia en la industria de los medios altamente competitiva.

Reconocido por las mejores instalaciones de música, posproducción, cine, televisión y transmisión en todo el mundo, la Certificación Avid sirve como validación de la experiencia de una persona como Usuario Avid, Administrador, Instructor, Desarrollador o Representante de Soporte.

### ESTUDIO TÉCNICO

**Etapa uno:** El cliente realiza su solicitud a través de los número de contacto que parecen en la página web oficial de la compañía, o envía un correo electrónico especificando cuáles son sus requerimientos en concreto; para ello el cliente diligencia un formato ya estipulado por la empresa en donde se filtrara toda la información respecto a los obligaciones

**Etapa dos:** Se evalúa el proyecto que requiere el cliente para su proyecto, a partir de su viabilidad en concepto de realización como en términos técnicos; partir de ello, se realiza un estudio financiero con base a los parámetros establecidos por la propia empresa para decidir un valor al trabajo que será realizado.

**Etapa tres:** Se inicia la etapa de pre producción en la que se estipula el guión literario (si es necesario), luego se hace la solicitud de equipos que se requieren para la ejecución del proyecto, se estudian los permisos que se requieran (si es necesario), se estipula la fecha más apropiada para realizar la grabación.

**Etapa cuatro:** Se alistan los equipos que serán utilizados en la grabación influyendo los accesorios de cada uno. Si es necesario, se realiza un mantenimiento preventivo al dron; también se revisan la carga de baterías de la cámara, el espacio de las memorias sd, los discos duros, y se confirman las existencias de todos los accesorios a utilizar solicitados en la segunda etapa.

**Etapa cinco:** Se nombra al personal a cargo que estará cubriendo la grabación, entre ellos se incluye el nombre del conductor quien se encargará de velar por la seguridad del equipo de producción que se transporta desde las oficinas hasta el punto de grabación.

**Etapa seis:** Se hace la verificación de los equipos que salen de la oficina con un inventario que controla el coordinador de calidad. Se carga el vehículo con todos los equipos y se sube el personal a cargo de realizar la grabación.

**Etapa siete:** Se llega al punto del llamado y se realiza la grabación. Cada personal cumple con su rol estipulado desde su contrato.

**Etapa ocho:** Se descarga el material, se logea y se realiza un backup en un portátil; se verifica su almacenamiento y enseguida se procede a guardar todos los equipos en cada uno de los estuches para luego subirlos nuevamente al vehículo.

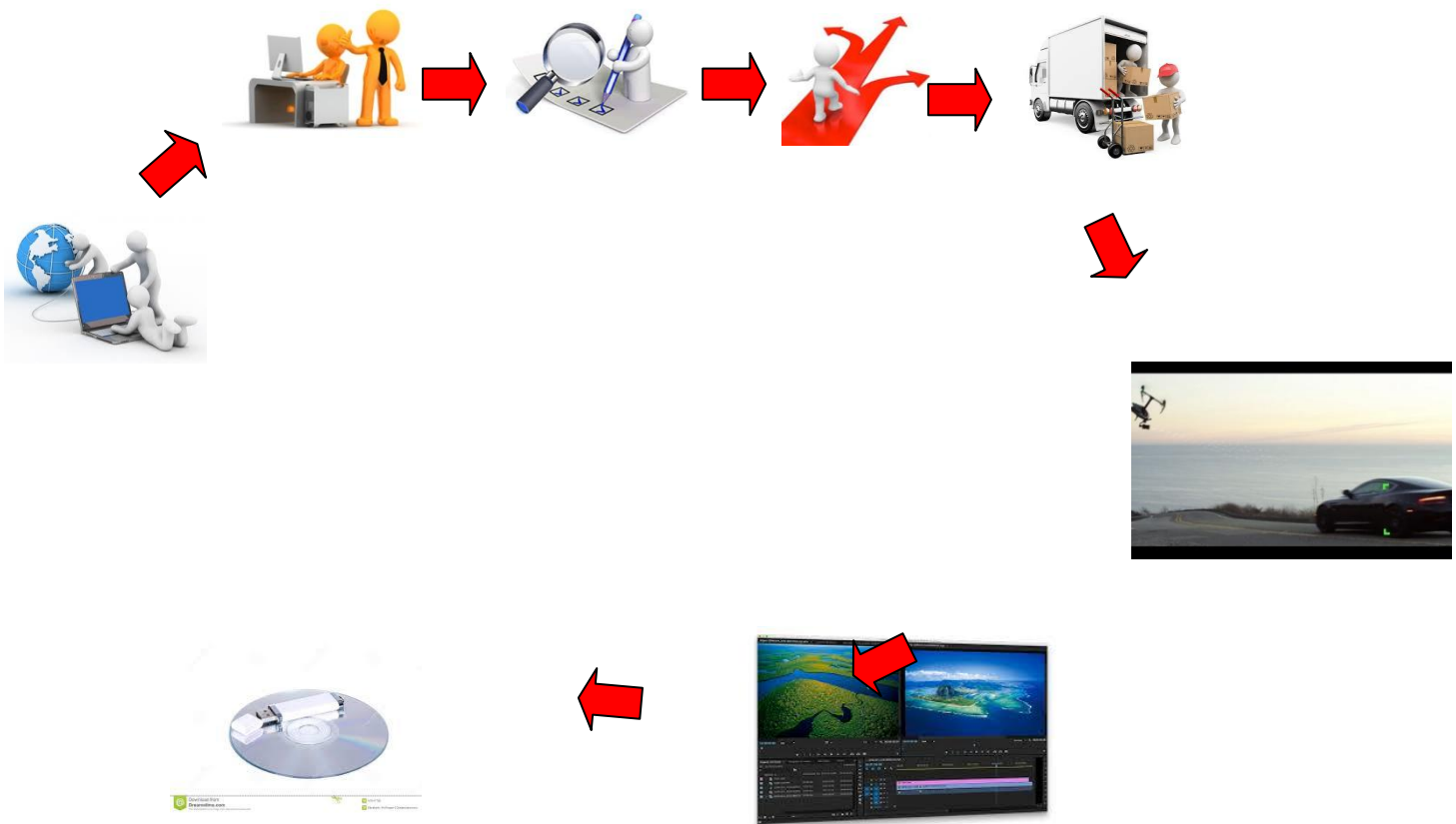
**Etapa nueve:** Se llega a la oficina se descargan los equipos y se realiza su respectiva verificación con base al inventario de salida; posteriormente se verifica el material grabado y se entrega al editor de video.

**Etapa diez:** Se realizan los ajustes de video técnicos y conceptuales requeridos por el cliente, también se hacen retoques de colorimetría o se corrigen posibles errores de origen de grabación.

**Etapa once:** se exporta el video en formato estándar, o en su defecto el requerido para el proyecto del cliente.











**Etapa doce:** se avisa al cliente de la culminación del trabajo, se recibe el valor acordado del proyecto para realizar el envío hasta el punto donde se encuentre el cliente.

**Etapa trece:** Cliente recibe su trabajo en un dvd o memoria (según lo prefiera personalizada por Go Fly) y se ofrece las diferentes plataformas para que comparta su experiencia del servicio en las diferentes plataformas tecnológicas.





## DIAGRAMA FLUJO DE PROCESO

ACTIVIDADES	OPERACIÓN	TRASLADO	TIEMPO	ALMACENAJE
Recibir solicitud del cliente			1 hora	
Evaluación de viabilidad	-	-	4 horas	
Aprobación y requerimiento	-	-	4 horas	
Pre producción	-	-	2 días	
Preparativos logísticos		-	1 horas	
Transporte a locación			4 horas	-
Grabación		-	8 horas	-
Recolección de material grabado		-	2 horas	-
Transporte a oficina	-		4 horas	-
Edición		-	1 días	-

Exportar y copiar	♦	-	<b>2</b> horas	-
Consignación	-	-	<b>2</b> horas	-
Envío al cliente final	-	⬡	<b>2</b> horas	-

<b>TOTALES</b>	<b>7</b> <b>OPERACIONES</b>	<b>4</b> <b>TRASLADOS</b>	<b>3 DÍAS Y 34</b> <b>HORAS</b>	<b>5</b> <b>ALMACENAJES</b>
----------------	--------------------------------	------------------------------	------------------------------------	--------------------------------

