



encasa
PRODUCCIONES

OPCIÓN DE GRADO 2



Encasa Producciones

Juan Camilo Peralta Aldana
Laura Milena Huertas Motta
Daniel Esteban Rodriguez Rodriguez

www.encasaproducciones.com.co

Email: encasaproducciones1@gmail.com

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

Instagram: https://www.instagram.com/encasa_producciones/

Facebook: <https://www.facebook.com/Encasa-producciones-105979044623781>

COMPROMISO DE AUTOR

Yo, Juan Camilo Peralta Aldana con célula de identidad 1020767021 de Bogotá y alumno del programa académico Producción en Medios Audiovisuales, declaró que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al Director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma: *Juan Camilo Peralta Aldana*

COMPROMISO DE AUTOR

Yo, Daniel Esteban Rodriguez Rodriguez con célula de identidad 1003764319 de Bogotá y alumno del programa académico Producción en Medios Audiovisuales, declaró que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al Director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma:

A handwritten signature in white ink on a dark blue background. The signature is stylized and appears to read 'Daniel Esteban Rodriguez Rodriguez'. It features a large, prominent 'D' at the beginning, followed by a series of loops and a long horizontal stroke that extends to the right.

COMPROMISO DE AUTOR

Yo, Laura Milena Huertas Mottacon célula de identidad 1030602700 de Bogotá y alumno del programa académico Administración de Empresas, declaró que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al Director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma:

A handwritten signature in white ink on a dark blue background. The signature is stylized and appears to read 'Laura Milena Huertas Mottacon'.

Índice

1. Resumen ejecutivo	8
1.1. Introducción	8
1.2. Objetivos	8
1.3. Claves para el éxito	8
2. Descripción de la idea de negocio	9
2.1. ¿Cuál es el producto o servicio?	9
2.2. ¿Quién es el cliente potencial?	9
2.3. ¿Cuál es la necesidad?	9
2.4. ¿Cómo?	9
2.5. ¿Por qué lo preferirían?	9
3. Modelo de negocio	10
3.1. Segmento	10
3.2. Modelo de negocio en internet.	00
4. Innovación sostenible	13
4.1. ¿El producto tiene un ecodiseño?	13
4.2. ¿Usa eficientemente el agua?	13
4.3. ¿Reduce el consumo de energía? ¿Qué equipos utiliza?	13
4.4. ¿Reduce los insumos? ¿Utiliza químicos? ¿Qué empaque de embalaje utiliza?	13
4.5. ¿Ha medido su huella de carbono? ¿Cuál es el resultado?	13
4.6. ¿Qué residuos recicla?	15
4.7. ¿Qué medios de transporte utiliza?	15
4.8. ¿Qué materiales utiliza para las actividades de marketing?	15
5. Análisis del sector	15
5.1. Estrategia océano azul	15
5.1.1. Identifique quién es su competencia	15
5.1.2. Defina las variables importantes para su idea de negocio	15
5.1.3. Dele un valor de 1 - 5	16
5.1.4. Desarrolle la estrategia con su explicación de incrementar, reducir, eliminar mantener.	16
6. Análisis de PORTER	17

7. Marketing MIX	19
7.1. Portafolio	20
7.2. Estrategia de precios	21
7.3. Estrategia de distribución	27
7.4. Estrategia de comunicación	00
SEGUNDO CORTE	29
8. Diagnósticos del mercado	29
9. Percepción de las marcas de la competencia	31
10. Estrategia de comunicación	34
11. Estrategia de Marketing Digital	34
12. Estrategia de Marketing Digital (Campaña)	36
13. Estrategia de Marketing Digital 2da semana	39
TERCER CORTE	42
14. Estudio técnico	42
14.1. Localización del proyecto	42
14.2. Macrolocalización	43
14.3. Microlocalización	44
14.4. Instalaciones	44
15. Flujograma del proceso productivo	47
15.1. Ingeniería del proyecto	48
15.2. Estimación del tamaño óptimo	48
16. Ficha técnica	50
17. Lanzamiento del producto mínimo viable	51
18. Bibliografía	52
Índice Figuras y tablas	
Tabla 1	16
Tabla 2	19
Tabla 3	20
Tabla 4	21
Tabla 5	46

Tabla 6	48
Tabla 7	48
Figura 1	14
Figura 2	14
Figura 3	17
Figura 4	28
Figura 5	29
Figura 6	35
Figura 7	35
Figura 8	36
Figura 9	37
Figura 10	37
Figura 11, 12, 13, 14	38
Figura 15, 16, 17, 18	38
Figura 19, 20	42
Figura 21, 22, 23	43
Figura 24, 25, 26, 27	44
Figura 28, 29	45
Figura 30	47
Figura 31	50
Figura 32	51

1. Resumen Ejecutivo

1.1 Introducción:

Una de las necesidades constantes de las empresas, grupos de personas o personas al momento de dar a conocer un producto o servicio es la realización de un contenido audiovisual llamativo que atraiga a su mercado, teniendo presente la buena imagen, el dar a entender el concepto y generar una cadena.

Encasa Producciones plantea la solución a esta necesidad, abarcando un mercado que va desde las empresas, grupo de personas o personas, que plantean una inversión en contenidos audiovisuales, sin importar tamaño, estrato y cultura, ubicados inicialmente en la ciudad de Bogotá.

Nos creamos con el fin de suplir esta necesidad del mercado al momento de crear una idea, nos encargamos de asesorar, diseñar, crear, construir la imagen audiovisual a partir de lo que el cliente solicite, la imagen y el sonido son nuestro medio para satisfacción y agrado por el deber cumplido.

1.2 Objetivos:

- Realizar contenidos audiovisuales que cumplan con los estándares de calidad que exige el mercado.
- Que nuestra empresa se posicione como una de las productoras audiovisuales principales del país .
- Generar contenidos audiovisuales para la venta por plataformas web.
- Crea un estatus que nos posicione como un producto característico y nos permita llegar a clientes que necesiten nuestro producto.
- Formar una Productora líder en el mercado, competitiva y que genere rentabilidad.

1.3 Claves para el éxito:

- Crear una relación con el cliente y hacer un acompañamiento completo buscando crear lealtad con nuestros clientes.
- Realizar un seguimiento postventa para entablar una imagen positiva con el cliente y generar un estatus de buen servicio.
- Realizar un estudio previo investigativo que nos permita encontrar puntualmente las necesidades de nuestros clientes y acompañarlos durante y después del proceso.
- Ofrecer un servicio postventa que le permita al cliente una consultoría totalmente gratuita donde podemos encontrar posibles nuevas oportunidades de negocio y así mismo entregarle al

cliente un respaldo por parte de nuestra empresa.

2. Descripción de la idea de negocio

¿Cuál es el producto o servicio ?

Elaboración de contenido audiovisual para personas o clientes que tengan la necesidad de mostrar una marca, producto o servicio ante su mercado, también creamos contenido promocional de la propia marca, producto o servicio para ventas en plataformas web, elaboramos proyectos audiovisuales ligados al cine como documentales, cortometrajes y largometrajes.

¿Quién es el cliente potencial ?

Empresas , Micro empresas y personas naturales o jurídicas, que necesiten presentar un producto, servicio o marca de manera audiovisual a sus clientes, el uso de herramientas digitales como las redes sociales o la difusión auditiva en eventos semi masivos serán las principales características que definen a nuestro cliente potencial quien tiene estas necesidades.

¿Cuál es la necesidad ?

Presentar su marca, producto o servicio a su mercado potencial con una propuesta audiovisual basada en el concepto de la misma. Ingresar al mercado con una imagen corporativa del producto o servicio que mantenga un concepto y un estilo que lo identifique y diferencie del resto de la competencia.

¿Cómo ?

Con una escucha activa durante el proceso de pre producción de imagen audiovisual, adaptándonos al imaginario del cliente que nos guiará a definir el estilo que se busca para el proyecto, brindando diferentes posibles propuestas del proyecto para que el cliente tenga seguridad al momento de definir el estilo que definirá la imagen de su marca, producto o servicio.

¿Por qué lo preferirán?

Debido a nuestro poco reconocimiento, En Casa Producciones ofrece sus servicios con una característica de valor agregado, un precio de entrada al mercado que permita a nuestros clientes acercarse a nuestra empresa con toda seguridad para que conozcan nuestro trabajo y de igual manera puedan ser testigos de la relación costo/ beneficio que adquieren con nosotros, esta es la oportunidad perfecta para entregar un acompañamiento completo a nuestro cliente y dar nuestro respaldo buscando hacer que el cliente se sienta seguro de su inversión, por lo tanto nos decidimos por dar una asesoría post venta durante un mes completamente gratis donde realizaremos análisis de las redes sociales del cliente para dar promoción al producto que el cliente obtuvo con nosotros, nos encargaremos de analizar toda la promoción del producto en redes, analizando

las estadísticas y el comportamiento que tienen los potenciales clientes para con las redes sociales de nuestro cliente y dando así solución a una posible estrategia de campaña para que el cliente analice y pueda entender cómo sacar provecho a una promoción del producto que adquirió, utilizando los elementos de promoción que ofrecen redes sociales como facebook o instagram entregaremos este valor agregado a nuestros clientes.

3. Modelo de negocio

3.1. Segmento

Segmentación Geográfica

Región Bogotá

Ubicada en el centro de Colombia, en la región natural conocida como la sabana de Bogotá, que forma parte del altiplano cundiboyacense, formación ubicada en la cordillera Oriental de los Andes.

Tamaño 1.775 Km²

Densidad 24.643 personas por kilómetro cuadrado

Clima Tropical

Segmentación demográfica

Edad Personas naturales y jurídicas entre los 18 y 65 años,

Sexo Hombres y mujeres

Ingresos Salario mínimo legal vigente en adelante

Ocupación Emprendedores, Pymes, Músicos, Cineastas, Vendedores, Influencers, Youtubers.

Educación Bachillerato, pregrado, posgrado, maestría, doctorado

Nacionalidad Latinoamericano

Segmentación psicográfica

- **Personas naturales y jurídicas entre los 18 y 65 años,**
- **Estrato: 3, 4, 5**
- **Perfil de hábitos y/o actitudes: Hombres y mujeres a quienes les interese aumentar la cantidad de clientes potenciales para su negocio.**
- **Definición: Hombres y mujeres que tengan afinidad por tener soluciones de tipo tecnológico, que deseen brindar nuevas oportunidades para adquirir sus productos o servicios, acomodándose a la actual necesidad mundial por acceder a nuevas tecnologías**

Propuesta de valor

Encasa Producciones está enfocada en personas que necesitan crear o mostrar la imagen

de su negocio, marca o servicio de manera Audiovisual. Nuestra empresa se encarga de acompañar al cliente y dirigir su idea hasta llevarla al diseño, creación y difusión de la misma, con un portafolio integral que permite ahorrar costos y tiempo. Somos una empresa que busca entregar un experiencia de excelente calidad haciendo sentir a sus clientes, como EnCasa.

Arquitectura del servicio

Por medio de sistemas de comunicación masiva y redes sociales como Facebook, instagram o Tiktok buscamos mostrar nuestra publicidad, donde el cliente podrá ingresar a nuestras redes sociales y encontrar allí información acerca de nuestros servicios y de igual manera podrá ver el trabajo que realizamos, podrá contactarnos y contarnos su idea por medio de correo electrónico o mensajería instantánea para recibir una asesoría personalizada por parte de nuestros asesores.

¿Costos y Precios?

Nuestras tarifas varían en función del servicio que el cliente solicite, al ser un servicio intangible nos acoplamos a la idea o propuesta de nuestro cliente ofreciendo una asesoría basada en nuestros paquetes de servicio para así mismo llevar a cabo la realización del producto.

Mecanismos de Entrega

Nuestros productos al tratarse de un servicio intangible se entregarán via correo electrónico o por medio de un sistema de almacenamiento Usb, buscamos garantizar que el archivo finalizado se entregue sin compresión y con la mas alta calidad.

Ganancias esperadas

Actualmente la empresa permite que las ganancias se conviertan en un patrimonio neto, al no tener pasivos nuestra fuente de financiación es totalmente interna, aunque esto nos limita un poco para expandirnos nos evita interés en líneas de crédito o préstamos de socios externos que a largo plazo pueden afectar al patrimonio neto.

Recursos

Nuestro proyecto requiere una cantidad de financiación para su lanzamiento y establecimiento relativamente baja, ya que no necesitamos una sede establecida como tal, también a que nos desplazamos normalmente hacia el cliente para realizar nuestros trabajos .

Para ser sostenibles nos enfocaremos.

1. Controlar y disminuir el consumo energético.
2. Seleccionar nuestros proveedores específicamente.
3. Utilizar medios de transporte sostenibles.

4. Ahorrar papel, enfocándonos en publicidad digital.
5. Gestión eficiente de residuos, reutilización de lo que se pueda y promover el reciclaje.
6. Ecodiseño, tratar de utilizar en lo posible productos de procedencia de fuentes renovables y con bajo consumo de electricidad.
7. Midiendo y reduciendo nuestra huella ambiental, para lograr hacer planes de minimización y ser sostenibles

Fidelidad

Buscamos fidelizar a nuestros clientes con tarifas competitivas que nos permitan crear un vínculo directo hacia sus necesidades, atender sus solicitudes de manera óptima y con agilidad ofreciendo un servicio de post venta que permita un acompañamiento constante en las necesidades que se les presentan, es una forma de mantenerlos vinculados a nuestra empresa y de que muchos aliados suyos se interesen en nuestra marca y vean una posibilidad de crecimiento y posicionamiento de su propia marca.

Cadena

Nuestra empresa cuenta con alianzas estratégicas que nos proveen servicios de manera tercerizada, cuando nuestro cliente exige una mayor demanda estos aliados nos proveen de sus servicios para magnificar el impulso de nuestra empresa y asimismo entregar de manera óptima el producto a nuestro cliente.

3.2 Modelo de negocio en internet

Nuestro tipo de modelo de negocio es el E-commerce; por medio de nuestras redes sociales ; ya que ofrecemos y ofertamos nuestros servicios online 24 horas disponible , con información completa de nuestros servicios y paquetes, con un contacto directo y a domicilio para nuestros clientes.

¿Cómo captará sus clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?

Por medio de plataformas “Social Ecommerce” (redes sociales), correo electrónico y mensajería instantánea, ofreciendo información sobre nuestro producto como servicio, acompañado de fotografías y ejemplos de nuestro trabajo, con una asesoría personalizada si así lo requiere nuestro cliente.

¿Cómo y qué alternativas ofrecerá a los clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?

Mediante pautas promocionales pagas por Redes Sociales para captar la atención de los posibles compradores para así poder dar más información sobre nuestros servicios.

¿Cómo cerrara la venta por Internet y cuáles podrían ser los métodos de pago utilizados acorde al modelo?

Finalizará la venta por internet después de una asesoría personalizada (de acuerdo a la idea de nuestro cliente)y utilizaremos métodos de pago como: tarjetas de crédito, débito, transferencias bancarias.

4. Innovación sostenible

4.1. ¿ El producto tiene un ecodiseño?

Actualmente nuestros productos los entregamos vía correo electrónico al tratarse de archivos digitales, pero estamos comprometidos con el no uso de dispositivos que contengan materiales plásticos como Memorias Usb o CD'S que son en los que normalmente se entregan los productos al cliente.

4.2. ¿ Usa eficientemente el agua ?

Somos conscientes de la importancia del agua para nuestro planeta, por lo tanto estamos comprometidos con el uso razonable de este líquido vital evitando desperdiciarla y dándole un segundo uso cuando es posible hacerlo.

4.3. ¿ Reduce el consumo de energía ? ¿ Qué equipos utiliza?

Actualmente nuestra empresa en su parte operativa cuenta con un Estudio de Postproducción de audio y video en el cual se ubica dos computadores de mesa, altavoces de monitoreo y un convertidor A/D. evitamos el uso de equipos que no son esenciales en la labor que se esté desempeñando, de esta manera contribuimos al disminuir el consumo de energía.

4.4. ¿Reduce los insumos ? ¿utiliza químicos? ¿que empaque de embalaje utiliza?

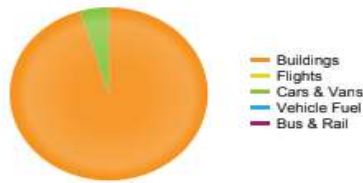
En nuestra cadena de producción el uso de equipos que trabajan con baterías es indispensable, nuestro compromiso con el uso indebido de estas se basa en la utilización de baterías externas como powerbank o baterías recargables las cuales evitan un consumo de energía directo y de igual manera evita el reciclaje de las baterías alcalinas que solo proveen un único uso. No hacemos uso de químicos y tampoco tenemos un embalaje para nuestros productos, en aras de evitar el uso de plásticos o materiales a base de árboles como papel o cartón entregamos nuestros productos vía correo electrónico.

4.5. ¿Ha medido su huella de carbono ? ¿Cuál es el resultado?

Si, se hizo un estudio con resultados desde el 1/8/2019 hasta el 1/8/2020 basándose en el consumo anual promedio de la energía eléctrica, el gas natural y el combustible utilizado dicho estudio arrojó los siguientes resultados:

Encasa Producciones Self Assessed Carbon Footprint Results & Recommendations

Company name	Encasa Producciones
Data entered by	Juan Camilo Peralta Aldana
Number of employees	1
Data period	1 August 2019 to 1 August 2020



Your total carbon footprint is 31.5 tonnes CO₂e
 Carbon intensity (tonnes CO₂/employees) = 31.5
 Read on for your full report & recommendations

Figura 1.

Summary of Data Supplied

Buildings

Tonnes of CO ₂ e	Energy Type
30.0	1824 kWh of electricity at 16.438 kgCO ₂ e/kWh
0.0	1 kWh de gas natural
30.0	Total building emissions footprint

Cars & Vans

Tonnes of CO ₂ e	Car & Van Details
0.0	300 km en un Average Motorbike Petrol Motorbike Medium petrol motorbike (125-500cc) average value
1.5	14400 km en un Average Motorbike Petrol Motorbike Medium petrol motorbike (125-500cc) average value
1.5	Total footprint for cars & vans

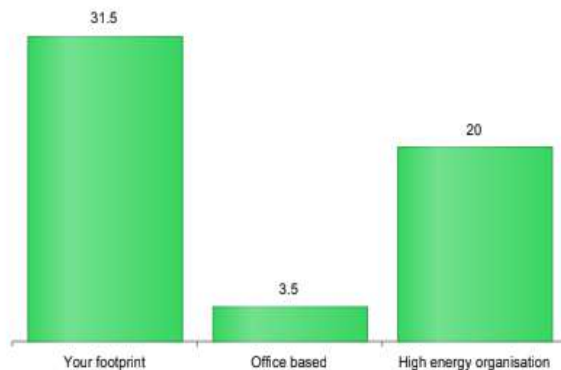


Figura 2.

4.6. ¿Qué residuos recicla?

Evitamos el uso de material impreso, pero cuando es estrictamente necesario damos un segundo uso al mismo, por ejemplo, reutilizando hojas que solo fueron impresas por una cara. Nuestras basuras también están organizadas de manera ecológica separando los elementos reciclables como papel, plástico y cartón de los materiales que no son reciclables.

4.7. ¿Qué medios de transporte utiliza?

Actualmente la empresa cuenta con tres medios de transporte, cada uno se acopla según la necesidad que surge al momento de realizar algún tipo de proyecto. Tenemos un Vehículo tipo camioneta que utilizamos solo cuando hacemos eventos de sonido en vivo o para algún paquete de servicios que exija el transporte de equipos de especial cuidado, también contamos con una motocicleta la cual utilizamos para realizar labores de mensajería o transporte diario que requiera largas distancias de recorrido. Por último, tenemos un vehículo tipo Bicicleta el cual utilizamos la mayor parte del tiempo para realizar recorridos que no requieran el transporte de elementos pesados ni de especial cuidado.

4.8. ¿Qué materiales utiliza para las actividades de marketing?

Actualmente nuestras campañas de publicidad las entregamos vía internet por medio de redes sociales, de igual manera cuando un cliente solicita una tarjeta de nuestra empresa optamos por entregarla de manera digital en un código QR, el cual permite tener una tarjeta digital de presentación. Solo en casos donde el cliente no cuente con dispositivos electrónicos entregamos una tarjeta física de la empresa.

5. Análisis del sector

5.1 Estrategia océano azul

5.1.1. Identifique quién es su competencia

Lond es una empresa dedicada a la producción Audiovisual establecida desde 2010, dentro de sus servicios se encuentran : Fotografía, Producción Audiovisual, Marketing Digital y Producción de eventos, como empresa tienen un recorrido amplio en el sector y son pioneros en la realización de productos Audiovisuales, compite con agencias de publicidad y empresas de producción audiovisual que ofrecen sus servicios de manera independiente pues no cuentan con un portafolio integral.

5.1.2. Defina las variables importantes para su idea de negocio

Alianzas: Creación de alianzas estratégicas que permitan ofrecer un portafolio integral.

Acompañamiento: Ofrecer un servicio de integración total al cliente donde sus necesidades serán acompañadas durante todo el proceso aunque el proceso se realice con aliados y no directamente

con nuestros encargados.

Inmediatez: Servicio 24 horas por medio de E-commerce que permita al cliente una comunicación directa y sin espera.

Estatus: Mantener un estatus de precio vs servicio

Distribución Digital: No ofertamos distribución de material audiovisual, implementamos una metodología de Ecodiseño donde concientizamos al cliente para que evite el uso de plásticos, papel o cualquier material de un solo uso que represente un uso de insumos constante. Ofrecemos un diseño totalmente digital y amigable con el medio ambiente aprovechando el uso de las herramientas digitales que existen hoy en día aportando a disminuir el deterioro ambiental.

5.1.3. Dele un valor de (1 a 5)

Alianzas: 1

Acompañamiento: 4

Inmediatez:5

Status:2

Distribución Digital 5

5.1.4. Desarrolle la estrategia con su explicación de (incrementar, reducir, eliminar o mantener)

Variables	Alianzas	Acompañamiento	Inmediatez	Estatus	Distribución digital
Lond	5	3	2	3	2
Encasa Producciones	3	4	5	3	5
	Reducción	Incremento	Incremento	Mantener	Elimino

Tabla 1.

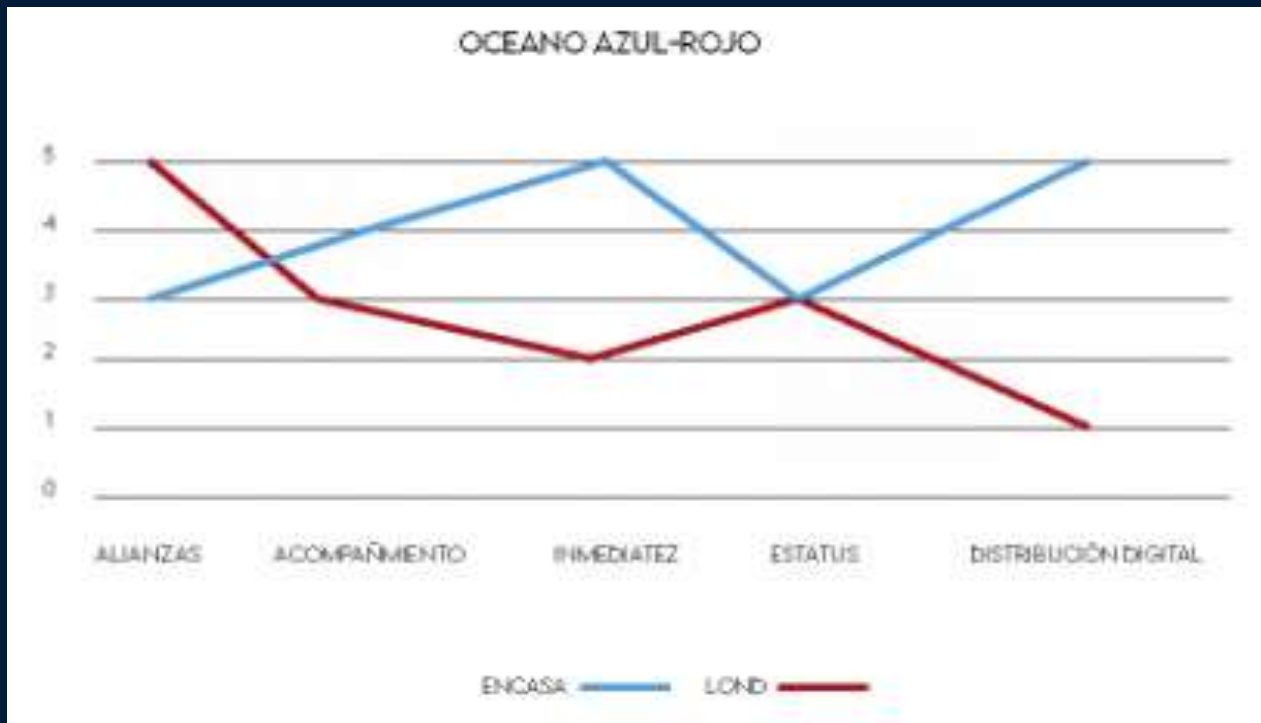


Figura 3.

6. Análisis de PORTER

<p>Amenaza de Nuevos Competidores : Los competidores entrantes amenazan a las nuevas compañías establecidas</p> <p>Ventajas absolutas de Costo</p> <p>Lealtad de marca</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Incrementar el consumo de Medios Audiovisuales 2. Establecer alianzas estratégicas con entidades del mismo oficio 3. Crear nuevas estrategias 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tarifas competitivas 2. Nuevas tecnologías 3. Inversión de capital elevado
--	--	---

<p>Poder de negociación con los clientes</p> <p>Un cliente tiene mayor necesidad de compra cuando</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Es el cliente informado en cada proceso de la venta 2. Tiene una oferta de servicios amplia 3. Puede elegir diferentes opciones de compra 4. El cliente confía en su proveedor 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Acompañar al cliente para ofrecerle ofertas acorde a su necesidad 2. Fidelizar la marca 3. Crear confianza con el cliente 4. Servicio con flexibilidad 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Acompañamiento dependiente del cliente 2. Igualar la oferta puesta por la competencia
<p>Amenaza de servicios Sustitutivos</p> <p>Los servicios sustitutos pueden verse reflejados en la elaboración de material no profesional y por el contrario contenido casero ofertado como profesional.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aplicar conocimientos adquiridos 2. Competencia con calidad y servicio profesional 3. Creatividad activa en cada proyecto 4. Oportunidad de aprendizaje activa 	<ol style="list-style-type: none"> 1. No relevancia por parte del cliente en cuanto al concepto profesional. 2. Preferencia de mano de obra no profesional por creencia de desconocimiento.
<p>Poder de negociación con los proveedores</p> <p>Los proveedores serán quienes presten un servicio de alquiler en equipamiento o instalaciones</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Equipamiento profesional a bajo costo 2. Alianzas directas con beneficios económicos 3. Negociación directa 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Precios elevados o incremento de los mismos 2. No encontrar el stock de equipamiento necesario 3. Sujeto a disponibilidad de inventario por parte del proveedor

<p>Rivalidad entre los competidores existentes</p> <p>La competitividad en la industria surge de:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. La estructura de la industria 2. Las condiciones de demanda 3. El tamaño de las barreras de salida en la industria 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mantener buenas prácticas de competencia 2. Mantener la relación Costo beneficio y Calidad 3. Diferenciarse en la oferta del servicio. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Competencia desleal 2. Guerra de Precios 3. Mayor opción de compras
---	---	--

Tabla 2.

7. Marketing MIX

Ficha técnica	
CARACTERÍSTICAS	DESCRIPCIÓN
Denominación del servicio	Artes y Creatividad
Denominación técnica del servicio	Asesorías publicitarias
Grupo / Clase / Familia a la que pertenece el código	<p>Segmento 80000000 – SERVICIOS DE GESTIÓN, SERVICIOS PROFESIONALES DE EMPRESA Y SERVICIOS ADMINISTRATIVOS</p> <p>Familia 80140000 – COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN</p> <p>Clase 86141600 – ACTIVIDADES DE VENTAS Y PROMOCIÓN DE NEGOCIOS</p> <p>Producto 80141607 – GESTIÓN DE EVENTOS</p>

Unidad de Medida	Entregables formatos audiovisuales
Descripción General	Servicios de creación Audiovisual. Actividades de producción y postproducción de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión. Actividades de grabación de sonido y edición musical.

Tabla 3.

7.1. Portafolio

<p>Fotografía</p> 	<p>Se garantiza la experiencia y los elementos necesarios, para brindar a los clientes un proceso fotográfico el cual potencie la imagen con altos estándares de calidad, de los productos o servicios de los clientes y de esta manera contribuir al buen flujo de ventas.</p>
<p>Video</p> 	<p>La edición de video hace parte de los medios convencionales publicitarios, no solo es una ficha audiovisual sino que es la forma más completa de dar a conocer un producto o servicio, además permite llegar al público objetivo de una forma impactante pues las personas prefieren visualizar el contenido antes que ver anuncios o detenerse a leer descripciones de productos.</p>
<p>Animación</p> 	<p>En la actualidad este es un formato novedoso ya que juega con la creatividad de las empresas para llegar a los clientes de igual manera Encasa Producciones cuenta con las herramientas necesarias y el conocimiento de las más modernas técnicas en animación.</p>

Audio



La idea es brindar diferentes soluciones ante problemas de comunicación, de esta manera surge la producción de audio, que permite una experiencia innovadora en donde Encasa Producciones compone, produce, graba y se mezcla música, se diseña sonido en general.

Tabla 4.

Fuente imagenes: Elaboración propia

7.2 Estrategia de precios Propuesta De Video

Paquete de Servicio #1 (Video Publicitario)

- Diseño de guion
- Diseño de piezas graficas para el clip
- Grabación de Audio y video a una cámara tipo DSLR
- Drone
- Edicion de material grabación de voz en off (si es necesaria)
- Entrega de un clip tipo publicitario en formato Full HD (1920X1080 Pixeles) con una duración maxima de 7 minutos
- Transporte de equipos ida y vuelta hasta dos locaciones y dos días para el rodaje de maximo 8 horas por día
- Hasta tres correcciones despues de la entrega.



No se incluye: Iluminación para exteriores, Diseño de Arte, Escenografía, Entrevistador o Personal fuera de la ciudad de bogotá o gastos de alquiler por locaciones.

Precio: \$954.285

Costos por servicio:

Alimentación (Dia) :\$34.000 x2 dias 68.000

Transporte personal y equipos ida y vuelta (Dia): 30.000 x2 dias 60.000

Dia laboral \$70.000 x2 dias 140.000

Diseño de guion : 100.000

piezas graficas \$100.000

Edición video clip:100.000

Alquiler de Luces: 100.000

Costo: 668.000

Utilidad 30%:286.200

Paquete de Servicio #2 (Entrevistas)

- Grabación de Audio y video a una cámara



- Edición y entrega de un clip tipo entrevista en formato Full HD (1920X1080 Pixeles) con una duración máxima de 5 minutos



- Transporte de equipos ida y vuelta a una unica locación y un solo día para el rodaje de maximo 8 horas



- Hasta tres correcciones despues de la entrega.



No se incluye: Iluminación para exteriores, Diseño de Arte, Escenografía, Iluminación de locacion, Entrevistador o Personal fuera de la ciudad de bogotá o gastos de alquiler por locación.

Precio: \$ 620.000

Costos estimados por Servicio:

Alimentación (Dia) :\$34.000

Transporte personal y equipos ida y vuelta (Dia): 30.000

Dia laboral \$70.000

piezas graficas \$100.000

Edición video clip:\$100.000

Alquiler de luces :\$100.000

Costo: \$434.000

Utilidad 30%: \$186.000

Propuesta De Fotografia

Paquete de Servicio #1 (Fotografia de Producto para Redes sociales o Ecommerce)

- Sesion fotografica de hasta 25 productos con fondo blanco,neutro o ambiente
- Se entrega una fotografia digital por producto con finalización
- Se incluye iluminación para el producto en fondo neutro o blanco
- Incluye el transporte de personal y equipamento en la ciudad de Bogotá
- El servicio consta de una sesion que se llevara a cabo en un mismo día y lugar.



No se incluye: Transporte de los productos a fotografiar, iluminacion para fondos ambiente, gastos de renta por locaciones.

Precio: \$ 477.000

Costos estimados por Servicio:

Alimentación (Dia) :\$34.000

Transporte personal y equipos ida y vuelta (Dia): 30.000

Dia laboral \$70.000

Retoque Fotografico : 100.000

Alquiler de Luces :100.000

Costo:\$334.000

Utilidad 30%:143.000

Paquete de Servicio #2 (Fotografía de Producto para Redes sociales o Ecommerce)

- Sesión fotográfica de hasta 25 productos con fondo blanco, neutro o ambiente
- Se entregan tres fotografías digitales por producto con finalización
- Se incluye iluminación para el producto en fondo neutro o blanco
- Incluye el transporte de personal y equipamiento en la ciudad de Bogotá
- El servicio consta de una sesión que se llevará a cabo en un mismo día y lugar.



No incluye: Transporte de los productos a fotografiar, iluminación para fondos ambiente, gastos de renta por locaciones.

Precio: \$ 762.000

Costos estimados por Servicio:

Alimentación (Día) :\$34.000

Transporte personal y equipos ida y vuelta (Día): 30.000

Día laboral \$70.000




Retoque Fotográfico : 300.000

Alquiler de Luces :100.000

Costo: \$534.000

Utilidad 30%:\$228.000

Paquete de Servicio #3 (Animación de Logo)

- Creación de animación 
- Diseño sonoro edición y entrega de material en archivo digital con calidad Full HD (1920x1080 pixeles) 
- Hasta una corrección (si es necesaria) luego de la entrega. Duración del material entregado hasta de 10 segundos. 

No Incluye: Diseño de Logo, el cliente debe facilitar el logo al cual se realizará la animación.

Precio: \$ 570.000

Animacion: 200.000

Diseño sonoro:200.000

Costo:\$400.000

Utilidad30%:170.000

Paquete de Servicio #2 (Grabacion de Voz en Off en Estudio profesional) CONVENIO

- Grabación en estudio profesional de Voz en Off para entrevistas, doblajes y Foley, incluye un ingeniero de sonido para el estudio.



- Una variedad de microfones de diafragma grande o pequeño, microfones dinámicos, condensadores, de cinta y de tubo de vacío para el registro de audio.



- Un archivo en formato .wav a 24bits y 48.000Khz



No se incluye: Locutor, Foley Pits, artista Foley, Edición ni Mezcla.

Precio por hora: \$100.000

Hora de estudio con descuento: 80.000

Ingeniero \$20.000

Paquete de Servicio #3 (Creacion de Logo sonoro)

- Diseño, Creación, Pre producción, Produccion, Edicion y mezcla de Logo sonoro completamente diseñado de foma digital para marca empresarial



- Incluye un archivo en formato .wav a 24bits y 48.000Khz y tres propuestas de la cual el cliente solo elegira una que tendra una duracion maxima de 5 seg.



No se incluye: Grabacion de instrumentos analogos.

Precio: \$640.000

Diseño: 100.000

Pre y post produccion: 100.000

Edicion : 150.000

Mezcla: 100.000

Costo: 450.000

Utilidad 30%: 190.000

7.3. Estrategia de distribución

Las herramientas digitales como la internet nos permiten hacer uso de ella para la distribución de nuestros productos a nuestros clientes, las entregas se realizarán por medio de correo electrónico especializado buscando la mayor rapidez de entrega para el cliente y dando así un aporte importante al medio ambiente lo cual hace parte de nuestro diseño de Eco-innovación.

7.4. Estrategia de comunicación

Principalmente nuestra estrategia de comunicación se realizará a través internet, por medio de redes sociales dispondremos de publicidad gráfica y audiovisual que permita a nuestros posibles clientes recibir de manera directa y rápida la información acerca de nuestros productos, nos enfocaremos completamente a la comunicación digital pues creemos que hoy la tecnología permite llegar a más clientes de esta manera.

De igual manera es importante realizar alianzas con plataformas de consulta masiva como por ejemplo: Olx, dondo , mercado libre y demás empresas dedicadas a las ventas digitales, por medio de estas alianzas podemos ubicar publicidad gráfica de nuestra empresa buscando atraer más clientes de esta manera el siguiente es un ejemplo de Brochure Digital para Redes.



Misión & Visión

En casa es una empresa Colombiana comprometida con sus clientes destacándose por la excelencia en su trabajo. La última tecnología, la puntualidad y la eficiencia en cada uno de sus servicios y procesos prestados, como lo define nuestro logo y lema el cual nos impulsa a prestar el mejor servicio para nuestros clientes y hacerlos sentir como en casa esperando lograr la expectativa y satisfacción en nuestros clientes queremos catalogarnos como una de las empresas más grandes del país por nuestro compromiso y puntualidad siendo no solo una empresa de sonido & eventos si no una familia comprometida con nuestro trabajo y nuestros clientes prestando el mejor servicio para que usted se sienta como en casa.

En casa Productora de eventos.
Carrera 8ª # 187-53
Bogotá - Colombia



encasaproducciones@gmail.com
encasaproducciones@gmail.com

Tel: [318-454-4849]
Tel: [318-866-0779]



Alquiler de Sonido para eventos

- Amplificación de sonido para orquestas y grupos musicales, mini teclas, viejotecas, conferencias etc.
- Iluminación con luces audio rítmicas, Pares Led, cabezas móviles.
- Fotografía Profesional, Fotografía aérea y video (próximamente)

Nuestros eventos se caracterizan por nuestro compromiso con nuestros clientes ya que contamos con un equipo de profesionales altamente calificados.

- Dj's
- Animadores
- Músicos
- Fotógrafos Ingenieros y mas.



Grabación, Producción Musical & Mezcla

Desde su creación hasta su ejecución, basados netamente en el buen trato y compromiso con nuestros clientes. Con varios años de experiencia en la industria en casa se convierte en una empresa basada en los mas altos estándares de calidad en la industria musical.

- Asesoramiento
- Grabación Profesional
- Producción Musical & Arreglos
- Mezcla & Edición de audio

Somos un equipo joven & dinámico con mas de 10 años de experiencia generando respaldo, confianza y buena satisfacción con nuestros clientes quienes nos respaldan por nuestro compromiso y por nuestra calidad que también es respaldada por nuestro equipamiento completamente profesional ya que contamos con las mejores marcas de el mercado.



Figura 4.

SEGUNDO CORTE

Evidencia asistencia semana emprendimiento

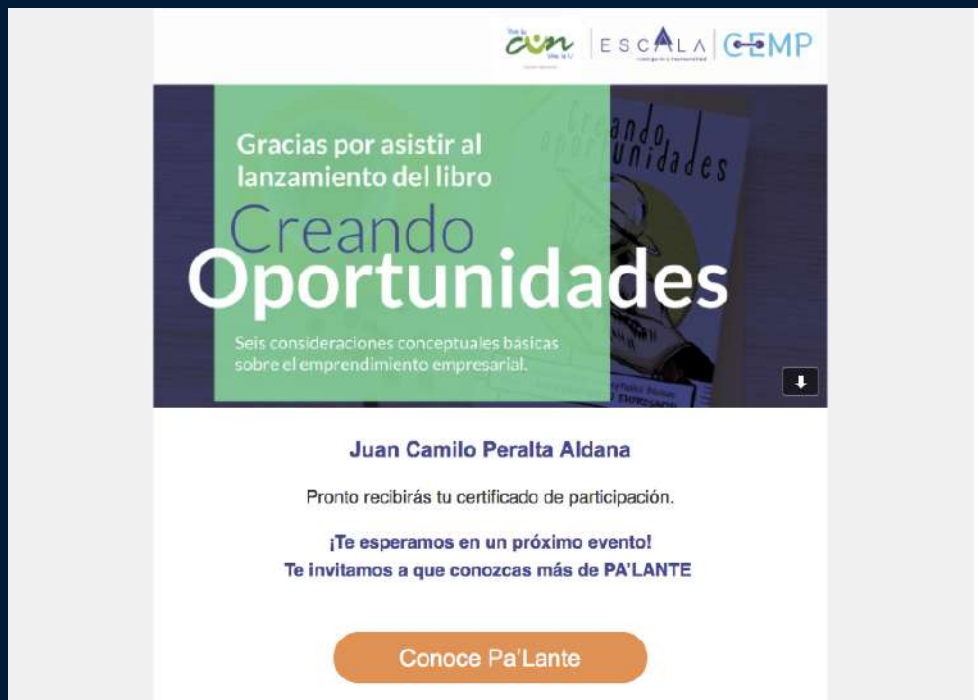


Figura 5.

8. Diagnóstico del Mercado

Nombre de la idea: Encasa producciones

Identificación del sector (Según actividad)

En casa producciones se encuentra ubicado dentro del tipo de empresas del sector terciario o de servicios, en el cual se incluye a empresas cuyo elemento es la capacidad humana para realizar labores físicas o intelectuales. Comprende también una gran variedad de empresas, como las de transporte, bancos, comercio, seguros, hotelería, asesorías, educación, restaurantes, etc.

Identificación del sector (Según tamaño)

En casa producciones se encuentra ubicado dentro del sector de Microempresas basado en que la empresa es de propiedad individual, nuestra maquinaria y equipos son elementales y reducidos también nuestros temas de administración, producción y finanzas son elementales y reducidos y todos son atendidos por su propietario.

Identificación marcas en competencia

Algunas de las microempresas del sector que representan una competencia directa para en casa producciones son Octopus media, Lond agencia y Icaro Films. Empresas dedicadas a la producción audiovisual con basta experiencia en realización. Existen más empresas en el sector como Congo Films, Rolsh Films y Cine Market que prestan de igual manera un servicio de

realización audiovisual pero que tienen más trayectoria, experiencia y reconocimiento en el país lo cual las ubica dentro de un sector de gran empresa, por lo que no se acomoda al perfil que tiene Encasa Producciones y por esta razón no se ubica dentro de la competencia actual nuestra.

Soluciones principales y alternativas

Servicios de fotografía digital y analógica con un estudio dedicado para las sesiones, equipamiento de filmación profesional de la propia empresa, un equipo de trabajo de hasta 6 profesionales especializados en cada rama del audiovisual (fotografía, cinematografía, luminotecnia, sonido). una sede o locación propia donde se ubica su planta de trabajo.

Tendencias del mercado

Actualmente el mercado audiovisual dispone de un amplio rango de características tecnológicas que permiten a sus usuarios gozar de una experiencia que se destaca con respecto a lo que ya se conoce habitualmente, hoy en día podemos encontrar algunas tendencias dentro del mercado audiovisual que destacan una importante demanda con lo que respecta a temas de Resolución, Realidad virtual y Streaming estos importantes elementos hacen parte de nuevas tecnologías que hacen aportan de manera importante a la evolución del mercado audiovisual, ofrecen características únicas y nuevas que permiten una experiencia que crea una tendencia en el mercado, de igual manera las OTT o plataformas Over the top son una tendencia mundial en cuanto a lo que es contenido audiovisual, hoy en día plataformas como apple tv +, amazon prime, netflix y etc.. son una tendencia en el mercado del consumidor, por lo que generar contenido que pueda asemejarse como trailers tipo cinematográficos o propuestas de este estilo son una tendencia al momento de abordar un diseño de marca pues es la referencia común en el mercado, gracias a este tipo de plataformas que muestran estas características en su contenido audiovisual los clientes potenciales quieren enfocar sus ideas en contenidos que contemplen una puesta en escena cinematográfica pues da un estatus y un estilo característico.

Resolución

En términos generales la resolución de imagen se conoce como la calidad de imagen que una pantalla puede entregar, pero más allá de eso es un estándar de calidad que radica desde el dispositivo donde se captura la imagen, por lo tanto el flujo que comprende el uso de tecnología en términos de resolución nos lleva a mencionar de manera muy superficial algunas características que de manera técnica se traducen a un lenguaje más común como una mejoría en la imagen. Hoy en día la tendencia principal en resolución está marcada por el 4K, lo vemos en televisores, en el cine e incluso en equipos de cómputo, esta experiencia nos permite tener una percepción visual mucho más fluida, amplia y de calidad superior con respecto a lo que hace algunos años

conocíamos como Full HD. Por esta razón la tendencia a consumir productos que desde su creación utilicen esta tecnología crea una tendencia al convertirse en una moda por decirlo de alguna manera.

Realidad Virtual

La realidad virtual se hace presente en diferentes dispositivos del mercado, pero esta es generada o creada en su mayoría a partir de programación computacional la cual también tiene algunos procesos que competen al tema audiovisual. Aunque la realidad virtual no es muy fuerte desde la parte de realización audiovisual ya que no toda la realidad virtual se crea directamente por medios digitales como cámaras fotográficas o de video, existen un importante círculo de personas interesadas por la creación de imagen de realidad virtual a partir de video o fotografía, por lo cual se convierte en tendencia importante al momento de realizar labores audiovisuales con este tipo de tecnología.

Streaming

Actualmente en medio de la pandemia el auge que ha tenido esta característica de transmisión de imagen por medio del internet se ha convertido en una tendencia que ha obligado a gran parte del mundo a considerar su uso como uno de los medios más importantes para diferentes tareas del diario vivir, desde el sector audiovisual el Streaming tiene muchos años en el mercado pero solo hasta ahora se ha visto como una necesidad diaria, por lo cual varios concedores del medio streaming se han visto bastante lucrados gracias a esto, cabe resaltar que este tipo de herramienta audiovisual no había tenido tanta importancia en años anteriores, puede que esta tendencia desaparezca junto con la pandemia que vivimos actualmente o se quede debido a que muchas empresas optaron por convertirse en home office lo cual hace que esta herramienta sea más importante aún.

Arquetipo de marca

Nuestro arquetipo de marca se centra en el de Creador debido a que somos directos creadores de contenido, nuestra labor se enfoca en innovar y contar historias de diferentes maneras aplicando la tecnología y la innovación como pilares fundamentales de nuestra marca.

9. Percepción de las marcas de la competencia

Octopus Media, Lond Agencia e Icaro Films

Aunque estas empresas representan un sector importante en Bogotá, haciendo un análisis en sus redes sociales pudimos observar que la interacción de sus seguidores en las mismas no es tan dedicada, es claro que sus productos son para redes sociales y se diseñan para posicionamiento audiovisual de empresas que ofrecen marcas o servicios, pero la interacción no se ve directa-

mente relacionada en las empresas que diseñan o crean el material audiovisual, más bien esta se representa en los clientes a quienes ellos asesoran y para quienes desarrollan un producto por lo tanto la percepción de marca en este aspecto está directamente relacionada con el producto aplicado en la campaña de la empresa cliente mas no en la empresa desarrolladora del producto, mas sin embargo haciendo un análisis basado en las publicaciones de las redes sociales de las tres empresas podemos encontrar que en su gran mayoría la percepción en cuanto sus productos o servicios es muy buena, no encontramos comentarios negativos en ninguno de sus interacciones, por el contrario todos los comentarios denotaban una actitud positiva frente al material que la empresa subía por lo que basándonos en estos datos tan mínimos podemos inferir que las empresas tienen una percepción buena que no se aplica a un concepto de marca o de diseño en empresas como coca-cola o netflix las cuales representan un concepto o tendencia, si no a un servicio bueno, que cumple con su prometido.

Identificar variables de neuro marketing

Las variables de neuromarketing que analizaremos para nuestra empresa serán las Emociones, los niveles de atención e indicadores culturales, económicos y sociales. Al estar ubicados dentro de un segmento de empresa que permite que diferentes tipos de personas se acerquen a adquirir alguno de nuestros productos queremos diseñar desde nuestro E-commerce la oportunidad de crear una característica de confianza aplicando 8 técnicas conocidas del neuromarketing que pueden potencializar estas variables para que nuestro interesado sienta más empatía por nuestra marca. Como ya vimos anteriormente como empresa no podemos dedicar un espacio dentro de nuestro producto a mostrar nuestra marca de una manera radical o muy invasiva, pues la finalidad de nuestro servicio es que el cliente sea el protagonista, por lo tanto nuestras variables de neuromarketing se enfocan más en practicidad hacia el cliente en facilidad comunicación, interacción y respuesta, de igual manera nuestra recordación por parte de marca nos identifica con un servicio que promete una experiencia hogareña o como lo dice nuestro nombre de empresa como Encasa.

Facilidad y simplicidad de uso: Optamos por una interfaz web sencilla e intuitiva que permita al usuario acceder a una gran cantidad de información sin necesidad de indagar mucho dentro de la página.

Evitar la publicidad disruptiva o que distraiga: Evitaremos la publicidad web, entendemos que esto puede generar un rechazo por parte del interesado.

Cuidar el diseño: Nuestro diseño web busca agrandar a nuestros usuarios, por lo que utilizaremos herramientas de composición visual para hacer más amigable y entendible nuestra

plataforma.

Provocar un flechazo: La sencillez y simplicidad será el mejor aliado para nuestra marca, desde el minimalismo pensamos cautivar a nuestros usuarios con una interfaz gráfica que con muy pocos elementos generan ese flechazo a sus cerebros.

Crear contenido visual: Nuestro contenido es netamente Audiovisual, al ser directos creadores de contenido, nuestro producto se ofrece por medio de contenido digital por lo tanto tenemos la capacidad de mostrarnos a nuestros clientes potenciales por medio de videos, imágenes y sonidos.

Las cifras absolutas son más eficaces que los porcentajes: Implementaremos los descuentos como lo sugiere esta técnica, a partir de valores exactos y no porcentajes.

Incluir testimonios de otros usuarios: Para nosotros es muy importante la opinión del cliente, es por este motivo que siempre cuando finalizamos un producto o servicio para el mismo le pedimos que nos entregue una pequeña entrevista de su experiencia con nosotros.

Reducir el miedo a pagar : Utilizamos palabras como pruebame, cotizame, no lo pienses mas o añadir al carrito, para que nuestros clientes no sientan presión a la hora de adquirir uno de nuestros servicios o productos, de igual manera ofrecemos diferentes métodos de pago que evitan que el cliente se pueda sentir desconfiado como pago contra entrega o de adelanto previo y finalización de pago al recibir el producto.

Estas técnicas nos permiten entender un poco las variables de neuromarketing que son importantes factores en la toma de decisión por parte de un cliente.

Top of mind

En el caso de nuestro medio, a grandes rasgos identificar un top of mind resulta dispendioso y una tarea un poco difícil, si lo analizamos dentro de un contexto local este top of mind no tiene algún tipo de recordación por usuarios pues evidentemente no es un producto de consumo que pueda adquirir cualquier persona, esto debido a que nuestros servicios son para clientes que buscan algo en específico, pero si lo analizamos desde un puntos de vista donde el contexto de nuestro producto es entregar un servicio audiovisual el cual tiene una finalidad informativa, documental o de entretenimiento entonces podríamos definir que el top of mind en un contexto general puede transferirse a plataformas OTT (over the top) que permiten la difusión de contenido por medio de internet, en este caso en específico encontramos que el Top of mind identificado es Netflix una plataforma de distribución audiovisual que permite por medio de un pago de mensualidad acceder a contenido digital de Entretenimiento, documental o informativo.

Top of heart

Al igual que el top of mind, el top of heart se mantiene dentro del mismo parámetro, siendo Netflix la empresa elegida puesto que al ser pionera del servicio tiene aún mayor auge y credibilidad para quienes la observan, lo que hace que sea el top of heart sobre otras plataformas más recientes como amazon prime, apple + o Hbo Go.

Realidad Material de la marca

Encasa Producciones se basa en un concepto familiar, buscamos desde nuestra marca transmitir un ambiente no ajeno a nuestros clientes, queremos hacerlos sentir en confianza y que nuestra marca sea un símbolo de identidad para generar una empatía que se traduce en un concepto de sencillez, por ello nos representan una taza de café lo cual traduce nuestro concepto de hogar, acompañada del aroma del mismo representado por unas notas musicales que centran nuestra marca en una combinación de palabras clave como lo son En-Casa. Es esto lo que buscamos, que nuestros clientes se sientan tranquilos y confiados con nuestros servicios como si estuvieran en su propia casa con la confianza de que todo estará bien, entregándoles desde nuestra marca la percepción de tranquilidad, hogar y familia.

10. Estrategia de comunicación

Logotipo



11. Estrategia de marketing Digital

Como punto de partida nuestro landing page nos permitirá mantener una breve introducción a la iniciativa de nuestro proyecto como empresa, se hace necesario la creación del mismo para dar un canal de acercamiento y expectativa, pero se hace necesario la creación de una página web la cual brinde el soporte, confianza y credibilidad a la empresa, uno de los objetivos a mediano plazo es la apertura de un sitio web, esta herramienta debe acompañar perfectamente los demás mecanismos tecnológicos que ya acompañan la empresa como las redes sociales, de igual manera es estrictamente necesario ir de la mano a las nuevas tecnologías a causa de la

actualidad donde la pandemia de coronavirus ha convertido la conectividad digital en auge principal de comunicación.

Landing Page

<https://danielesrodriguez.wixsite.com/misitio>

Abordamos nuestro landing page desde un diseño breve y minimalista, la pagina muestra un clip de video de un minuto que permite mostrar piezas visuales de nuestro trabajo, seguido a esto una breve descripción de nuestra empresa y un espacio para depositar un correo electrónico y poder contactar nuestros servicios.



Figura 6.



Figura 7.

12. Estrategia de Marketing Digital (Campaña)

Decidimos realizar nuestra primera campaña sujetándose a las sugerencias establecidas por la maestra en clase, se hizo una pieza visual que describe nuestros servicios de manera breve, llamativa y directa. También se creó la página oficial de Instagram de la empresa, donde se realizó el respectivo ajuste inicial que se solicita y seguido a esto se dio inicio al lanzamiento de la promoción por medio de una cuenta diferente a la creada para poder analizar las estadísticas a manera de simulación, por último se creó un perfil en Mailchimp y se ejecutó una plantilla de correo, esta fue enviada como un mensaje de prueba para revisar que la promoción estuviera diseñada de manera directa y breve como se puede evidenciar a continuación.

Flyer de Campaña

The flyer is a vertical graphic with a dark blue background and a red-to-blue gradient at the bottom. At the top left is the logo for 'encasa PRODUCCIONES', featuring a white bowl with a musical note above it. To the right of the logo are three hexagonal images: a landscape with a waterfall labeled 'FOTOGRAFIA', a person in a field labeled 'LARGO Y CORTOMETRAJE', and a person playing a guitar labeled 'VIDEO'. Below these is a circular graphic with the year '2020'. The main headline reads 'SIENTASE COMO ENCASA' in white and red. Below the headline is a short paragraph: 'Nos encargamos de asesorar, diseñar, crear y construir su imagen audiovisual a partir de sus necesidades, la imagen y el sonido son nuestro medio para comunicar su idea.' At the bottom left are three icons with contact information: a location pin for 'BOGOTÁ-COLOMBIA', a phone icon for '+57 311-868-3224', and an email icon for 'ENCASAPRODUCCIONES1@GMAIL.COM'. At the bottom right is a QR code with the text 'MÁS INFORMACIÓN' below it.

Figura 8.

Campaña Mailchimp

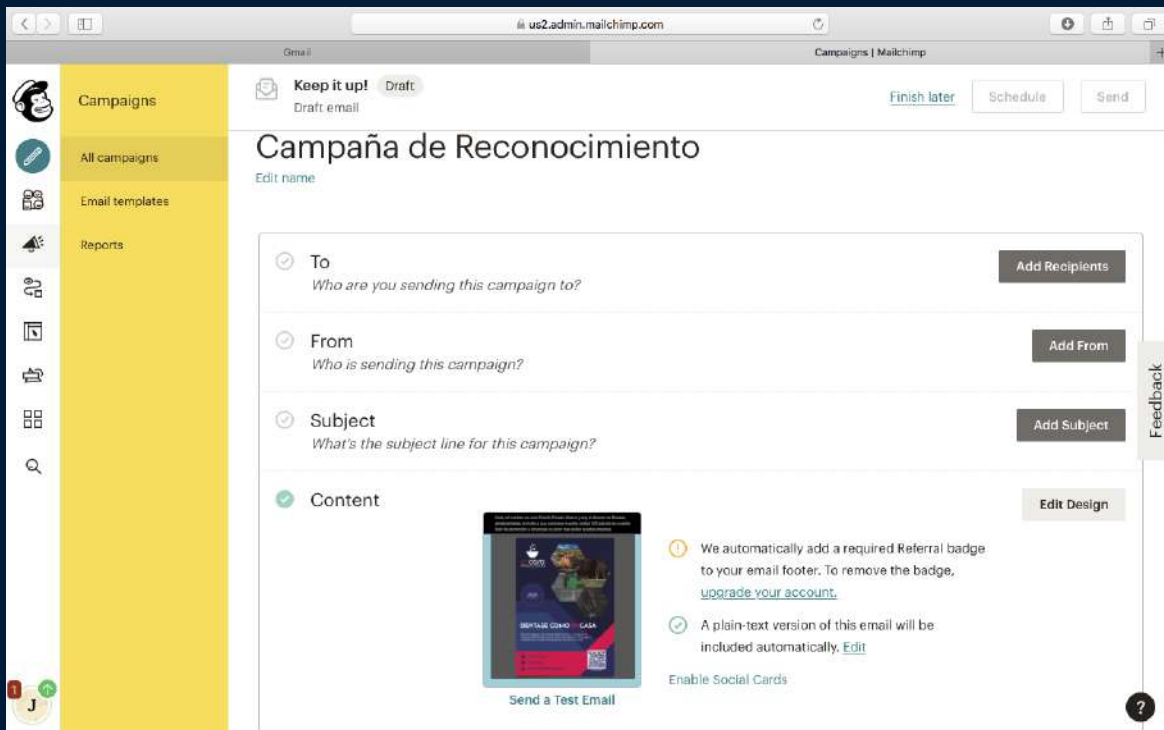


Figura 9.

Correo de prueba

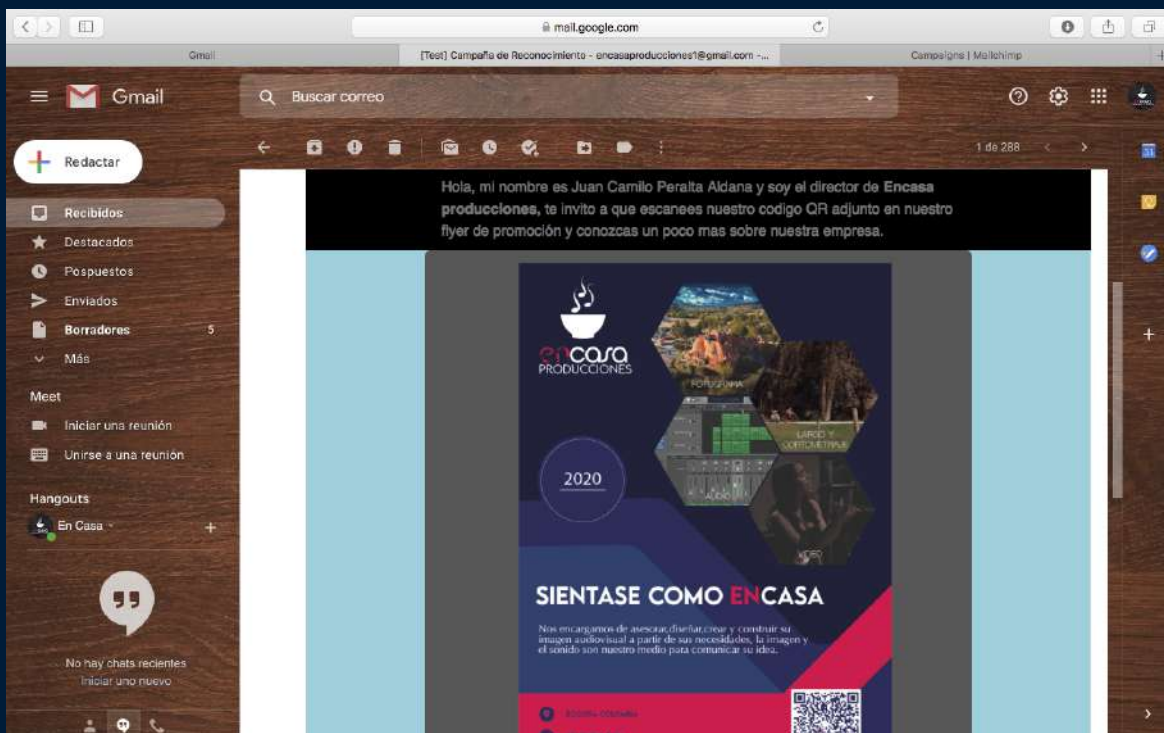


Figura 10.

Simulación de promoción campaña Instagram

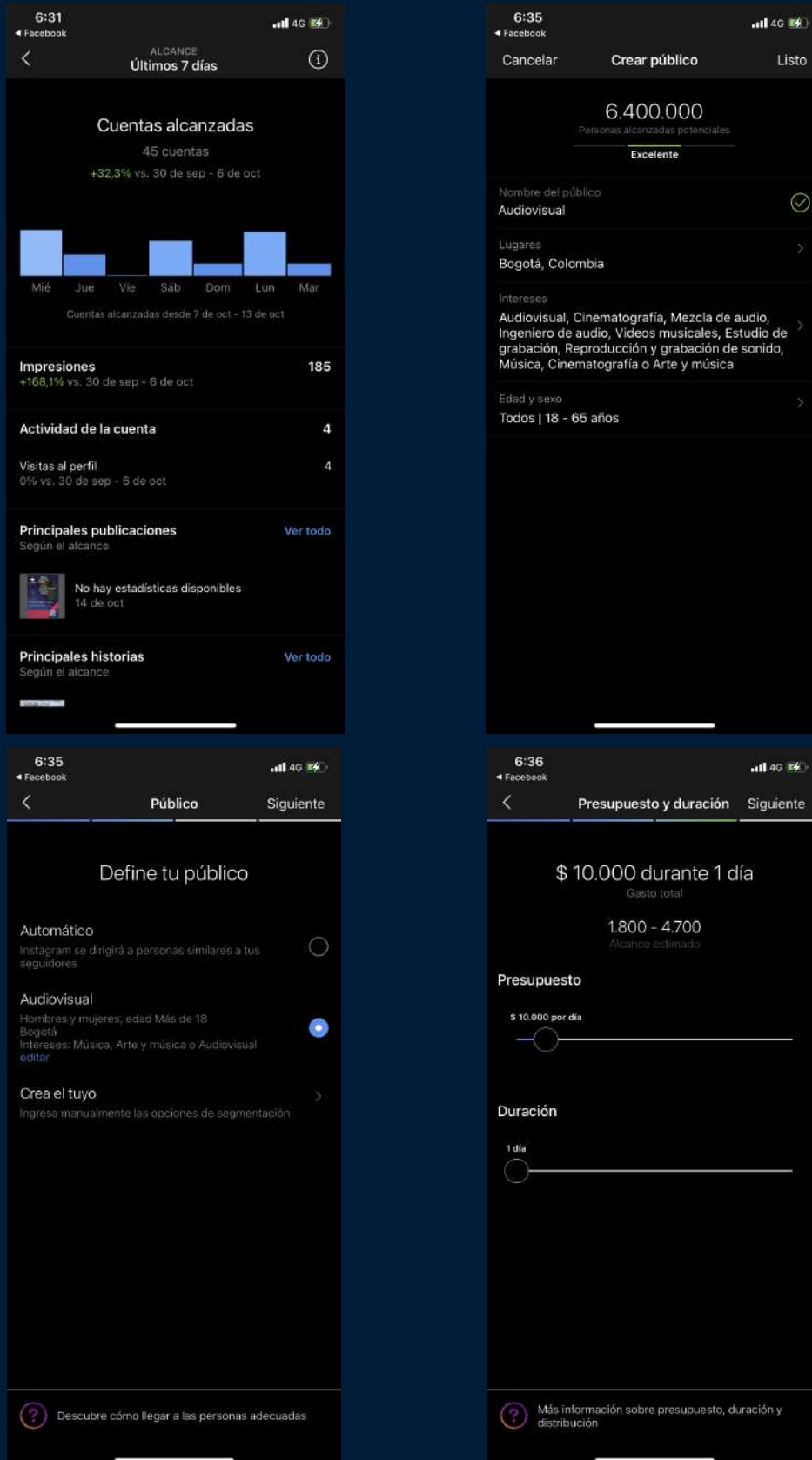


Figura 11, 12, 13, 14.

13. Estrategi

Semana



Figura 15, 16, 17, 18.

CAC

Para esta campaña se contó con un equipo de trabajo ágil que permitió la creación de una pieza digital informativa acerca de nuestro portafolio de servicios, el costo de esta pieza audiovisual fue de 100.000 pesos correspondientes al desarrollo de la misma. Por otro lado la segmentación y publicación de la pieza aplicada a la campaña se hizo por medio de la plataforma instagram, esta se realizó por un precio de 50.000 pesos. La publicación tuvo un alcance de 59 cuentas donde 9 personas tuvieron interacción con la misma y a modo de simulación diremos que 2 personas compraron un paquete cada una de nuestros servicios. Diremos que el paquete que compraron estas personas fue:

Paquete de Servicio #3 (Creación de Logo sonoro)

Diseño, Creación, Pre producción, Producción, Edición y mezcla de Logo sonoro completamente diseñado de forma digital para marca empresarial, incluye un archivo en formato .wav a 24 bits y 48.000Khz y tres propuestas distintas de la cual el cliente solo elegirá una que tendrá una duración máxima de 5 seg.

No se incluye: Grabación de instrumentos análogos.

Precio: \$640.000

Diseño: 100.000

Pre y post producción:100.000

Edición : 150.000

Mezcla:100.000

Costo: 450.000

Utilidad 30%: 190.000

CAC

Entonces diremos que la inversión para realizar el producto fue de \$1'280.000 pesos, a esto se sumaría el costo de diseño a la campaña que fue de \$100.000 pesos, más el costo de la segmentación y publicación de la pieza gráfica que fue de \$50.000 pesos, arrojando un total de \$1'430.000 pesos

Si divido este valor en las dos personas que compraron mi servicio el CAC será de \$715.000 pesos.

LTV

Continuando con mi ejemplo, en mi campaña se vendieron dos servicios de paquete #3 donde cada uno de ellos tiene un costo de realización de \$450.000 pesos, pero la utilidad de cada uno de estos productos es del 30%, por lo tanto su precio a público es de 640.000 pesos por cada uno, a cada producto le estoy ganando un 30% osea 190.000 pesos que sumados me dan \$380.000 pesos, el diseño de mi pieza y su campaña en instagram tienen un costo de \$150.000 pesos, si este valor lo resto de mi utilidad por los dos productos que es de \$390.000 pesos entonces significa que de mis productos vendidos tengo una ganancia de \$230.000 pesos incluyendo el diseño de la publicidad y su campaña en redes, entonces por cada producto tengo un LTV de \$115.000 pesos

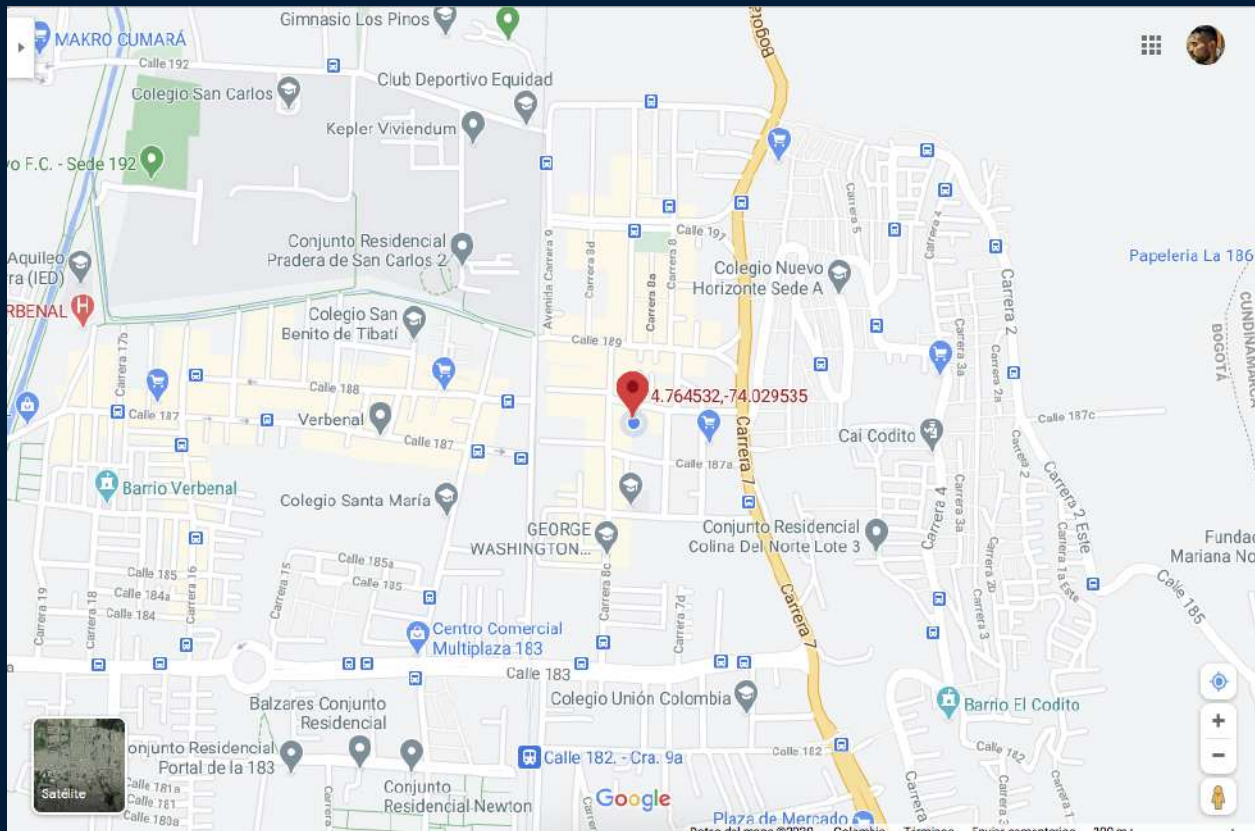
TERCER CORTE

14. Estudio técnico

14.1. Localización del proyecto

Encasa Producciones se encuentra ubicado en la Carrea 8ª #187ª-53, Bogotá D. C.

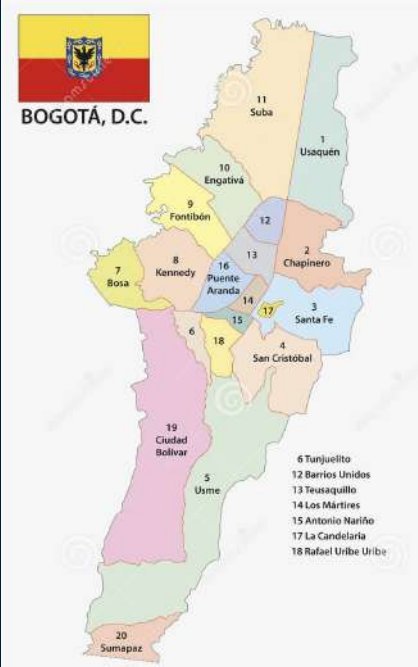
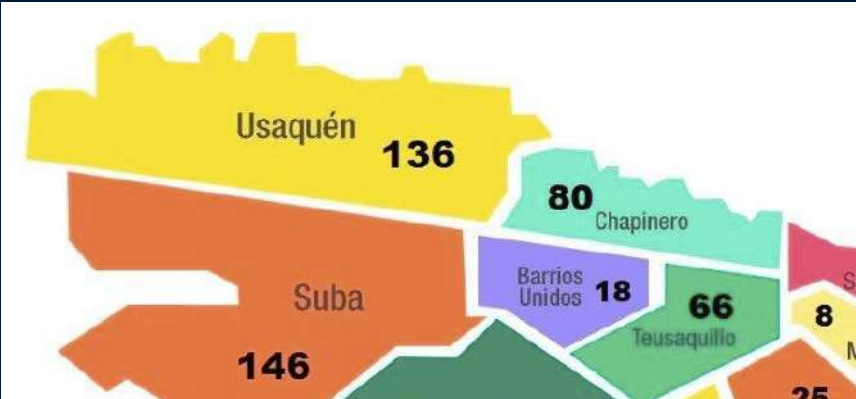
Figura 19,20. Localización del Proyecto



Fuente: Google Maps

14.2. Macrolocalización

Figura 21, 22, 23. Macro localización Localidad 136 Usaquéen



14.3. Microlocalización.

La localidad de Usaquén es una zona de fácil acceso, con vías principales como Autopista norte, Av Carrera 7 y la Av Carrera Novena las cuales permiten acceder rápidamente a cualquier lugar de la ciudad, esta zona se caracteriza por tener áreas de actividad residencial 56%, industrial 5%, dotación 17,5%, comercio y servicios 4.2% y área urbana integral 19,5%. De igual manera cuenta con todos los servicios públicos al alcance como lo son electricidad, acueducto y servicios de telefonía e internet.

Figuras 24, 25. Micro localización



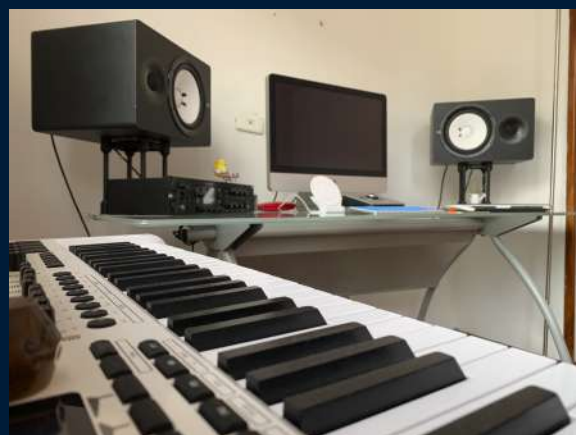
Fuente: Google Imagenes

14.4. Instalaciones

Oficina y equipo

Como microempresa que se encuentra en proceso de inicio, Encasa Producciones cuenta con una sola Oficina pequeña, desde donde se realizan todos los procesos de preproducción, contacto con clientes, grabaciones de audio y la edición de los productos audiovisuales.

Figuras 26, 27.



Bodega de equipos

Figuras 28, 29.



Estimaciones técnicas

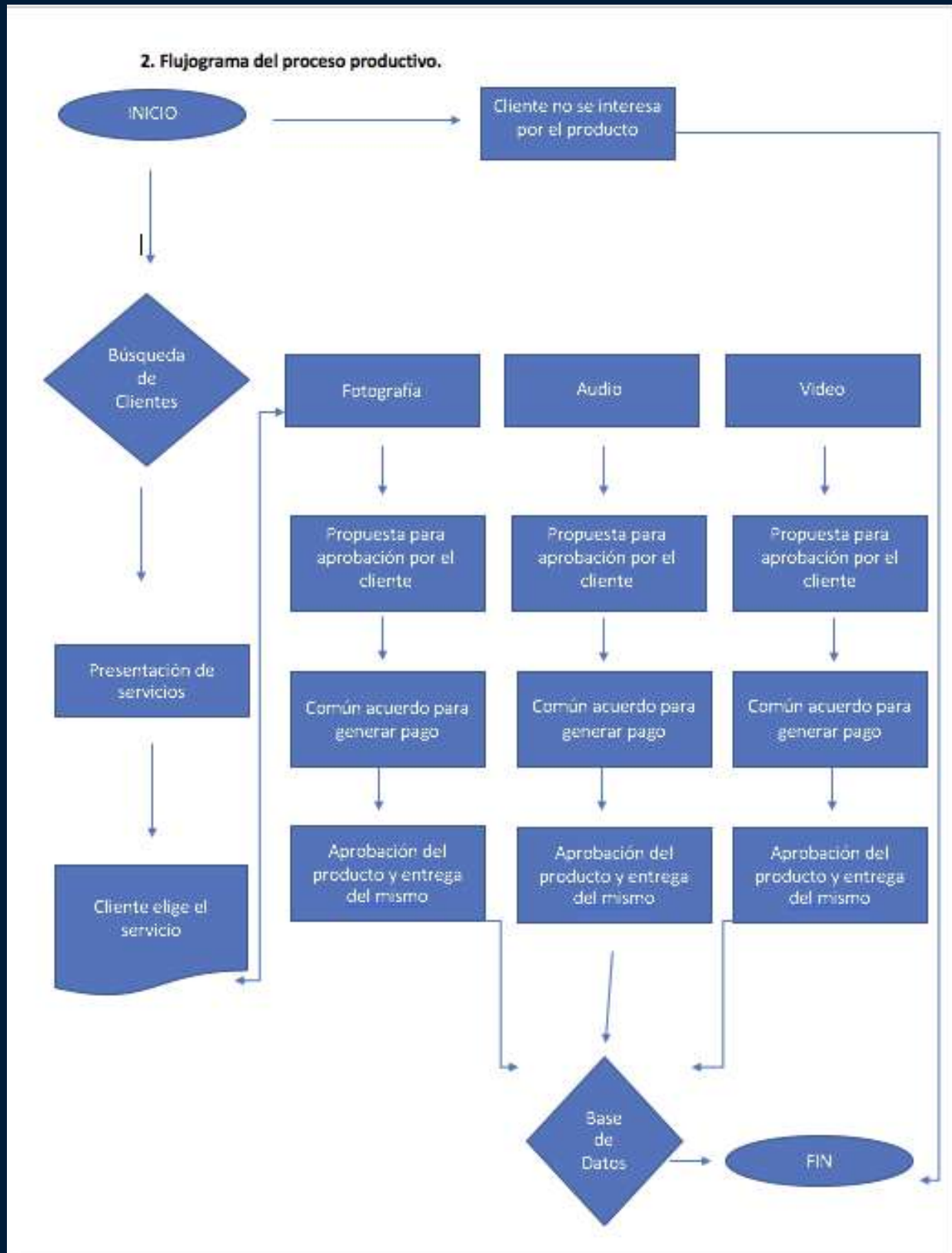
Tabla 5.

ESTIMACIÓN DEL TAMAÑO ÓPTIMO				
Requerimientos Técnicos				
Tipo de Activo	Descripción	Cantidad	Valor Unitario*	Requisitos técnicos**
Infraestructura – Adecuación	Sala de Control	1	400.000	Sala de control de 3m x 4m con adecuación acústica dedicada al control de ruido para la realización de grabaciones o producciones audiovisuales
	Bodega	1	300.000	Bodega de 3m x 8m para el almacenamiento del equipamiento para producción en campo.
Maquinaria y Equipo	Computador de mesa	1	2'000000	Imac 21 pulgadas late 2011 , memoria ram 8Gb y disco duro mecanico de 500 gb, 35040 horas de uso
	Convertidor A/D	1	3'000000	Interfaz UAD Apollo Twin Duo con 2 entradas XLR en combo 4 salidas balanceadas, 1 entrada Digital Adat y Preamplificadores Unison, 87600 horas de uso
	Monitores de Campo Cercano	2	4'000000	Yamaha hs80m , Monitor de Campo cercano de 8 pulgadas, Control de sala y entradas TRS O XRL . 131400 horas de uso
	Camara DSLR	1	3'000000	Nikon D750, Sensor Fullframe, 2baterias N115, Memoria 32 gb 150.000 disparos
	Drone	1	2'500000	Dji Spark, 3 Baterias, protectores de helice, Control remoto, Memoria 16 gb 13 minutos de vuelo por bateria 500 ciclos de carga maximo por cada bateria.
	Consola	1	1'500000	Consola Yamaha mg16 12 canales
	Amplificador de Potencia	1	1'000000	Gemini XPS 1600 500 W de salida por canal
	Amplificador de Potencia	1	1'000000	QSC Rmx24A 500w de salida por canal
	DSP	1	1'700000	DBX 260 3 entradas 6 salidas XLR
	Altavoz Activo	2	5'000000	QSC K12 Altavoz autopotenciado 1000w por altavoz
	Altavoz Pasivo	2	2'000000	Yamaha r115 500w RMS por altavoz 1000w peak
	Altavoz Subwoofer	2	2'000000	Beta three Mu18B pavisio , 500w rms 1000w peak
	Microfono de Condensador	1	1'200000	Microfono de tubo de vacio Cascade Elroy , Multipatron ,Cardioid, con Power Supply y Shockmouth.
Equipo de comunicación y computación	Computador portatil	1	1'200000	Macbook pro late 2011, 8gb ram, 1 tera disco duro 35040 horas de uso
	Celular	1	2'800000	Iphone Xr
Muebles y Enseres y otros	Mesa de escritorio	1	700.000	Mesa en vidrio
	Silla ergonomica gamer	1	500.000	Silla con apoya brazos y espalda largo
	Sillon de dos puestos	1	250.000	Sillon sofacama
Otros (Incluido herramientas)	Maleta con cables varios	100	1'000000	Cables xlr, trs, ts, speaker, hdm1, vga, bnc,
	Caja de herramientas	1	200.000	Herramientas metalicas
Gastos pre- operativos	Costitución	N/A	N/A	N/A
	Apertura	N/A	N/A	N/A
	Registro			

Metodo de Escalación	
ASPECTOS / VARIABLES	VALORES
Capacidad total de los equipos (Horas, tonelada, unidades x año)	
PLANTA DE PRODUCCIÓN	
Capacidad anual	1920 h
Capacidad mensual	160 h
Nº de días de operación (25 d	200 h
Horas de producción B	1 producto

15. Flujograma del proceso productivo.

Figura 30.



15.1. Ingeniería del proyecto

Tabla 6.

Procesos	Fotográfico	Audio	Video
Número de personas requeridas	2	1	4
Funciones	Iluminación Cámara Dirección Equipos	Dirección Sonidista Equipos	Iluminación Cámara Dirección Sonidista Equipos
Precios	\$477.000	\$640.000	\$954.285

15.2.


Tabla 7.

Actividad del proceso	Tiempo estimado de realización (M/H)	Cargos que participan en la actividad	Número de personas que intervienen por cargo	Equipos y máquinas que se utilizan
Propuesta de material audiovisual para el cliente	120m/2h	Dirección	1	1 maquina 480 mins / maquina 480 mins / 2h (120h) = 4 propuestas
Sesión de fotografía	240m/4h	Dirección departamento de fotografía	2	4 maquinas 480m x 4 /1920 minutos/maquina 1920m/240m 8 sesiones fotográficas

Creación de logo	480m/2h	Dirección	1	5 maquinas 480m x 5/2.400m minutos maqui- na 2.400m/480m 5 logos sonoros
Video publici- tario	1440/24h	Iluminación Cámara Dirección Sonidista Equipos	4	4 maquinas 480m x 4 /1920 minutos maqui- na 1920m/1440m 1 video publici- tario

16. Ficha técnica

Figura 31.

	ENCASA PRODUCCIONES		
	FT_001	VERSIÓN 1	FECHA 27/11/2020
FICHA TECNICA DEL PRODUCTO			
A. NOMBRE DEL PRODUCTO (Defina el nombre tecnico del producto)			
REALIZACIÓN DE PRODUCTOS AUDIOVISUALES			
B. COMPOSICION DEL PRODUCTO EN ORDEN DECRECIENTE			
<p>1. FOTOGRAFÍA: Sesiones fotográficas con fondo blanco, neutro o ambiente. Se entregan fotografías digitales por producto con finalización. Se incluye iluminación para el producto en fondo neutro o blanco. 2. AUDIO: Grabación, Edición y mezcla de Voz en Off para entrevistas, doblajes y Foley, formato .wav a 24 bits y 48.000Khz 3. VIDEO: Diseño de guión, diseño de piezas gráficas para el clip, grabación de Audio y video a una cámara tipo DSLR y Drone. edición de material grabación de voz en off (si es necesaria) y entrega de un clip tipo publicitario en formato Full HD (1920X1080 Pixeles)</p>			
C. PRESENTACIONES COMERCIALES			
ENTREGABLES EN FORMATOS AUDIOVISUALES			
D. TIPO DE ENVASE			
ARCHIVOS DE CODEC MP4, QUICKTIME, AVI, MOV, H264, H265.			
E. MATERIAL DE ENVASE			
FORMATOS DIGITALES "INTANGIBLES"			

17. Lanzamiento producto mínimo viable

Figura 32.

¿Que problema estas tratando de resolver?	¿Quién es tu público objetivo?
	
<p>Hice una campaña publicitaria por Instagram, pero no llegó a muchas personas porque nuestro nicho de mercado es muy específico ¿Cómo puedo tener mayor alcance?</p>	<p>¿Por qué en mis campañas de Instagram y Facebook no obtuve tanta acogida de personas?</p>
¿Cómo resolverás este problema?	Cuál es el primer paso?
	
<p>¡Lo tengo!. Para ampliar mi nicho de mercado voy a revisar puentes como redes sociales para empresas. LinkedIn es una buena idea.</p>	<p>Voy a crear un perfil en LinkedIn, que me permita llegar a públicos específicos empresariales para estar en una comunidad que me permita mejorar la campaña publicitaria de nuestra empresa.</p>

18. Bibliografía

- ING MARITZA ARIAS (2019).Modelo de negocios[Archivo PDF]. <https://virtual.cun.edu.co/cloud/index.php/s/9erMLR6qExcEbNg/download>
- UDLAP (25/02/2009) Tecnología: Modelos de Negocio en Internacionales [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=y0OTfydMpNk&feature=youtu.be>
- ING MARITZA ARIAS Eco innovación [Archivo PDF]. <https://virtual.cun.edu.co/cloud/index.php/s/bwA43RoNT5fdrQK/download>
- Carlos Muñoz Villa (2001) La innovación dentro de una estrategia de desarrollo sustentable[Archivo PDF].
- Daniel Miller (2020) ¿Qué es el Green marketing? [Archivo de video]. Recuperado de: <https://youtu.be/nVknRzHeCpw>
- Michael Porter(Enero 2008 Reimpresión R0801E-E) Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia[Archivo PDF].
- ING MARITZA ARIAS . La estrategia del océano azul [Archivo PDF]. <https://virtual.cun.edu.co/cloud/index.php/s/KePJi3czRQnBMZF/download>
- ING MARITZA ARIAS .El Marketing Mix[Archivo PDF]. <https://virtual.cun.edu.co/cloud/index.php/s/Sjon8XHZc6SjSYi/download>
- Objetivos SMART Javier Jaimes (2018) <https://www.rdstation.com/co/blog/objetivos-smart-marketing-digital/>
- <https://www.eltiempo.com/bogota/bogota-es-una-de-las-ciudades-con-mas-densidad-poblacional-del-mundo-240412>
- <https://www.cinemarket.com.co>
- <https://www.congofilms.tv/colombia>
- <https://www.promonegocios.net/empresa/tipos-empresa.html>
- <https://destinonegocio.com/co/emprendimiento-co/valor-agregado-guia-facil/>
- <http://www.icarofilms.co>
- <https://octopusdigitalgroup.com>
- <https://yumagic.com/tendencias-produccion-audiovisual/>
- <https://www.branfluence.com/los-arquetipos-de-marca-branding/>
- <https://www.larepublica.co/internet-economy/netflix-como-los-algoritmos-captan-los-gustos-y-habitos-de-los-usuarios-2717364>
- <https://www.itreseller.es/distribucion/2017/07/tecnicas-de-neuromarketing-que-incrementan-las-ventas-online>

-<https://labcalidad.files.wordpress.com/2011/09/8-producto-y-marca.pdf>

-<https://branward.com/branderstand/brand-perception-4-pasos-comprobar-la-percepcion-de-marca/>

-<https://es.slideshare.net/raquelmzmztice/la-marca-vende-ms-que-el-producto>

-<https://carlesaparicio.net/guia-para-segmentar-el-mercado-y-llegar-a-tu-publico/>

-ING MARITZA ARIAS Estudio técnico [Archivo PDF].

-MG YENNY CATHERINE DIAZ Estudio técnico [Archivo PDF].

-ING MARITZA ARIAS Factores que determinan el tamaño de una planta [Archivo PDF].

-ING MARITZA ARIAS Estudio técnico [Archivo PDF].<https://virtual.cun.edu.co/cloud/index.php/s/rQzgmtP6jqYSyxE/download>

-ING MARITZA ARIAS Estudio técnico parte II [Archivo PDF] <https://virtual.cun.edu.co/cloud/index.php/s/jKFJYp9mF4zZsGa/download>

-ING MARITZA ARIAS, Buffa, E. 1982. Administración técnica de la producción. La ingeniería del proceso productivo [Archivo PDF]. <https://virtual.cun.edu.co/cloud/index.php/s/Djk42E6gC-JrBFJW/download>

-Guía capacidad de producción con un solo producto [Archivo PDF].

-FACULTAD DE ECONOMIA UNAM (1990) Modelo Estudio Técnico [Archivo PDF].

-() Proceso productivo [Video]. YouTube.

-ESCULE DE NEGOCIOS (2018) Flujo grama de procesos [Video] YouTube.

-ING MARITZA ARIAS Estudio técnico parte III <https://virtual.cun.edu.co/cloud/index.php/s/g8-Tkr8X6GL5RX3L/download>

-ING MARITZA ARIAS, Buffa, E. 1982. Administración técnica de la producción. Estudio técnico parte III [Archivo PDF].

-ING MARITZA ARIAS, Lanza tu producto mínimo viable [Archivo PDF] <https://virtual.cun.edu.co/cloud/index.php/s/ymNEDfcLcqHLNS9/download>

-AMEZCUA RUS (2016). Lanzamiento de un nuevo producto de mercado: desarrollo del producto mínimo viable

-VIRGINIA BURGOS (2019). Como crear un producto mínimo viable y lanzar sin arriesgar [Web blog post]. <https://virginiaburgos.com/producto-minimo-viable/?redirect=1>

-ING MARITZA ARIAS Introducción Feedback del mercado [Archivo PDF]

-ING MARITZA ARIAS Fuente: López, G.2020. Desing Thinking. Red Universitaria Virtual Internacional.https://campusvirtual.iep.edu.es/recursos/escuela_habilidades/Design_Thinking/

-ING MARITZA ARIAS rastrea y analiza el rendimiento, seguimiento a todas las ventas [Archivo

PDF].

-Cun virtual (2020) Manual normas APA [Archivo PDF], https://virtual.cun.edu.co/digital/plugin-file.php/768486/mod_resource/content/1/Manual%20APA%20Cun%20Virtual.pdf?redirect=1