

PROYECTO

JADER ARLEY MESA CORTEZ

KATHERINE JULIETH ALVAREZ SILVA

EDWIN JAVIER CASTAÑO DUSSAN

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR

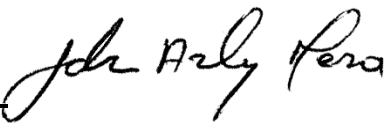
CREACION DE EMPRESA II

15/ NOVIEMBRE 2020

COMPROMISO DEL PRIMER AUTOR

Yo, JADER ARLEY MESA CORTEZ con cédula de identidad 6801058 de Florencia Caquetá y alumno del programa académico DIRECCIÓN Y PRODUCCIÓN DE MEDIOS AUDIOVISUALES de claro qué:

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 han colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma: 

COMPROMISO DEL SEGUNDO AUTOR

Yo, EDWIN JAVIER CASTAÑO DUSSAN con cédula de identidad 80830072 de Bogotá y alumno del programa académico DIRECCIÓN Y PRODUCCIÓN DE MEDIOS AUDIOVISUALES, de claro qué:

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 han colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma: _



COMPROMISO DEL TERCER AUTOR

Yo, KATERINE JULIETH ALVAREZ SILVA con cédula de identidad 1.057.591.659 de Sogamoso y alumno del programa académico DIRECCIÓN Y PRODUCCIÓN DE MEDIOS AUDIOVISUALES, de claro qué:

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 han colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma: _



CONTENIDO

Compromiso Autores.....	2
Introducción.....	6
Resumen del Proyecto.....	7
Innovación.....	8
Plan de Marketing.....	8
Estudio Técnico.....	9
Descripción Idea de Negocio.....	10
Modelo de Negocio.....	11
Innovación sostenible.....	12
Océano Azul.....	14.
Fuerzas de Porter.....	14
Marketing Mix.....	16
Estrategia de Comunicación.....	19
Marca.....	22
Métricas Digitales.....	25
Macrolocalización.....	28
Microlocalización.....	29
Estimación Tamaño Óptimo.....	30
Plano.....	33
Flujograma.....	34
Storyboard.....	38

7

INTRODUCCION

Basados en los estudios Universitarios de los Participantes de este Proyecto, que es Medios Audiovisuales, Surge la idea de integrarnos al proyecto de ofrecer servicios profesionales de vídeo y fotografía para eventos sociales y empresariales. Y así, reformular el Servicio desde estructuras de planificación, marketing, innovación y demás aspectos que propone el contenido del Curso de Creación de Empresa II.

RESUMEN DE PROYECTO, OBJETIVOS Y CLAVES PARA ÉXITO

Frontal Colors fotos, es una empresa con más de cuatro años en el mercado, dedicada a cautivar y seducir por medio de la fotografía fija y en movimiento, la necesidad de la obtención de fotografías impresa, para los diferentes requerimientos en la gestión y obtención de documentos, como el expedir la cédula de ciudadanía, tarjeta de identidad, hojas de vida, pasaporte, licencia de conducción, licencia de transporte fluvial etc.

Decidimos profundizar un poco más y prepararnos en diferentes campos de la fotografía, con el ánimo de incrementar nuestro portafolio y rango de acción y de este modo hacer que sea más rentable y a la vez ganar más posicionamiento.

Para el ejercicio de ampliación y proyección que nos incita el curso de creación de empresa estamos creando objetivos nuevos de Innovación, con los mismos servicios profesionales de vídeo y fotografía; para eventos sociales y empresariales, implementando servicios adicionales a los que se ven en el mercado y así resaltar en el mercado competitivo. Los servicios que se proponen son: Foto Maratón, Video Maratón, video sorpresas e Historias de Vida.

Foto maratón : Registro de imágenes de hasta 50 asistentes dando un mensaje escrito ,en papel tamaño

carta, que se entregará al o los festejados del evento en un video final.

-Video maratón: Video donde se registra mensajes de hasta 100 asistentes dando un mensaje verbal a

los festejados del evento en un video final.

-Historias de vida: Recopilación de imágenes del álbum familiar del o los festejados que mostrará sus mejores momentos de vida que sus familiares quieren hacerles recordar el día del evento, como un elemento sorpresa.

- Video sorpresa: video de los familiares para dar un mensaje de especial al festejado o los festejados el día del evento.

Además, se busca adicionar a los servicios con nuevos recursos tecnológicos; con Drones y cámara 360°, para proyectos de más envergadura. Para empresas, en un plazo de 1 año aproximadamente y se está pensando También en implementar, productos topográficos y litográficos.

INNOVACIÓN.

Somos, forma función y tecnología, con base a lo anteriormente mencionado, frontal colors pone a disposición de nuestro público, una serie de consideraciones las cuales nos dan un plus diferenciador a nuestra competencia directa, empezamos por la utilización de esquemas de eliminación, desde un esquema hasta seis, con sus diferentes modificadores para según sea el caso en concreto, utilización de ópticas diferentes para garantizar un mejor resultado, según sea el caso, implementamos la fotografía aérea a través de dron, utilización de software y plugins que nos permiten hacer un trabajo de mejor calidad, trabajamos con trípode de cabeza fluida, slider, luz led, micrófono de solapa o corbatín, magnetización en pvc, acabado mate, implementación de vinilo adhesivo en acrílico, porcelanizados para interiores y exteriores, foto book.

PLAN DE MARKETING:

FRONTAL COLORS, con el ánimo de darse a conocer y obtener reconocimiento, en un principio nuestros servicios en fotografía de sociales, lo ofrecíamos a un precio muy cómodo empezando por nuestro círculo social más cercano, como amigos, familiares etc. Luego de este proceso, cuando empezamos a hacernos visibles en nuestro entorno y conocidos por la gratificación de las personas a las cuales les habíamos asistido. Nuestra marca empezó con el voz a voz y un tiempo después en la localidad existió un programa local publicitario con el cual hicimos intercambio por un tiempo breve, organizamos la página en Facebook con el nombre de FRONTAL COLORS FOTOS y ahora estamos consolidando ideas respecto a la actualidad. En este momento nos planteamos preguntas tales como: ¿Dónde estamos?

¿Cuál es nuestra meta real? ¿Tiempo de consecución de nuestra meta? ¿Cómo cumplir con nuestro objetivo final?.

Entre las consideraciones que hemos planteado esta la de hacer servicios colaborativos a instituciones y hacer acercamientos con diferentes corporaciones que tengan la necesidad de hacer uso de nuestros servicios y o productos. Otra consideración, es crear una página web EN la cual enlacemos las redes sociales antes ya creadas y de este modo crear más credibilidad y visibilidad. Nos proponemos ofrecer un excelente servicio personalizado a un precio razonable que nos permita ofrecer de manera gratuita un producto o servicio adicional, y, dependiendo la clase de negociación, ofrecer un porcentaje si el cliente nos ayuda con un referido.

ESTUDIO TÉCNICO.

Nuestros inicios y nuestro paso a paso, se dio y ha ido avanzando, de acuerdo a las indagaciones y o entrevistas, las cuáles se ha realizado de manera aleatoria, para saber que piensa y que les gustaría de acuerdo a lo ofertado, el 60% de los entrevistados, coinciden en: La calidad de la atención, la orientación, la eficiencia en los servicios y la consideración respecto a los precios. El 40% restante resalta la calidad del trabajo final, calidad del artículo sin diferir del su valor económico.

En nuestro estudio logramos identificar que un 90% de las personas especialmente las mujeres, no quieren dejar pasar desapercibido aquellas cosas, momentos o eventos que le son de gran significado emocional.

En la población juvenil, podemos decir que un 70% de las mujeres y un 40% de los hombres, desean verse reflejados a través de una buena imagen que contextualice, lo que para ellos es tendencia en el momento, ya que para ellos crear o generar opinión es vital. Podemos evidenciar que la fotografía y el video, son un medio de comunicación y que, por medio de ello se transmiten emociones y sensaciones de distintas índoles, según sea el caso.

Por parte de Frontal Colors, se considera permanentemente que es importante que los clientes lleven consigo buenos recuerdos y puedan tener un acercamiento continuo con la imagen de las personas que

representan para sí mismos un significado invaluable. Es por ello que, decidimos que sea posible, que puedan tener y llevar consigo a su ser querido, en el artículo de su preferencia.

DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO.

¿Cuál es el servicio o producto?

Trasmitir una expresión de manera única y personal por medio de la fotografía y el video de calidad.

Servicios para eventos sociales, culturales y privados

¿Quién es el cliente potencial?

Personas y empresas que expongan la necesidad de registrar e inmortalizar emociones, sentimientos y vivencias con la fotografía y el video de su preferencia.

¿Cuál es la necesidad?

El registro fotográfico es un servicio que básicamente puede realizar cualquier persona con algún tipo de cámara, por ello surge la necesidad de ofrecer e innovar en cuanto al portafolio de servicio, para que los usuarios deleguen el trabajo a profesionales y destinen el tiempo a otros asuntos de su evento

¿Como?

Apoyados de un portafolio Digital y Moderno, y del uso de las herramientas tecnológicas, ofrecer servicios adicionales y especiales que nombraremos foto Maratón y video maratón, Video invitación y video Sorpresa.

¿Porque lo preferirían?

Porque son servicios adicionales que no se encuentran en el sector, combina innovación, conocimiento e integración, al ser un servicio sin explorar y que ofrecerá profesionalismo

2..Modelo de Negocio

Descripción

2.1 Estructure la idea de negocio y defina el negocio a través del siguiente lienzo:



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

A través de agencias de viaje y turismo, también organizadores de eventos sociales y privados, presentando el portafolio de servicio, para que ellos creen un paquete Donde incluyan la fotografía y el video.

Como y que alternativas ofrecerá a los clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?

En economía colaborativa, ofreceremos distintos paquetes, para que de acuerdo a la necesidad del cliente este se ajuste y pueda escoger el que mejor convenga.

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

Generar confianza y crear urgencia, los métodos de pago pueden ser a través de consignaciones y/o transferencias bancarias

Identifique quien es su competencia

Defina las variables importantes para su idea de negocio

Dele un valor de (1 a 5)

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

Desarrolle estrategias claras con respecto a las variables importante que van a diferenciarlo con su competencia:

<i>Tabla 1</i>	Variable 1	Variable 2	Variable 3	Variable 4	Variable 5	Variable 6
IDEA NEGOCIO	Calidad	Intermediarios	Servicio personalizado	Precio	Respaldo	Ofertas de temporada
FRONTAL COLORS FOTOS	4	1	5	4	4	3
COMPETENCIA 1 Fotógrafos independientes						

	2	1	3	3	3	2
COMPETENCIA 2						
Empresas prestadoras de servicios de Fotografía y Video	5	2	4	3	3	3
ESTRATEGIA	Incrementar	Eliminar	Mantener	Mantener	Mantener	Incrementar

INNOVACION SOSTENIBLE.

Describir el factor de innovación y el impacto ambiental y/o social de la idea de negocio.

Nuestro factor de innovación comprende desde la adecuada atención personalizada hacia nuestros clientes, enseñamos nuestro portafolio de servicios según sea la necesidad, dejando evidenciar las herramientas a utilizar y sus alcances, mezclamos, tecnología, función y forma, para un óptimo resultado final. Respecto al impacto ambiental, podemos decir que contribuimos en el menos uso posible de medios de transporte, el cambio de batería desechable por baterías recargables, la reducción en el uso de energía, a través de nuevas fuentes de iluminación y el uso de equipos estrictamente necesarios. Estamos seguros de que nuestra actividad, crea un profundo interés, por un gran sector de la comunidad en especial, por la población que comprende entre 15 y 35 años, este medio se convierte en una herramienta laboral fundamental para obtener nuestra visión.

¿Producto o Servicio?

Producto: Fotografía fija y en Movimiento.

¿El producto tiene eco diseño?

De acuerdo a los recursos y materiales que se utilizan para la ejecución de nuestra actividades. Nuestro producto es amigable con el medio ambiente.

¿Usa Eficientemente el Agua?.

El uso del agua es mínimo, lo utilizamos solo para el lavado del objeto con que hacemos aseo al piso del local, las toallas con que limpiamos el polvo de nuestras herramientas y un spray para remojar el cabello de los clientes si así ellos lo desean.

¿Reduce el Consumo de Energía?

Es nuestra obligación de aportarle al mejoramiento del medio ambiente, por ello reducimos el consumo de energía. Prendemos exclusivamente los equipos necesarios para el desarrollo de nuestra actividad, otros se prenden solo si es necesario. Cambiamos nuestras fuentes de iluminación de tungsteno por luz fluorescente y estas fluorescentes las cambiamos por luz de estudio estroboscopia, como también utilizamos Speedlite con batería.

¿Materias Primas?

Papel, tinta, impresoras, cámaras, PC, Baterías.

Empezamos por reducir las baterías de los speedlite desechables por baterías recargables, utilizamos bolsas biodegradables, los químicos que se utilizan, son los que mantiene permanentemente en los tanques de las impresoras, y algunos por ser térmicos no existe riesgo de riego o desperdicio.

¿Emisiones?

Se emite un porcentaje mínimo de vapores sintéticos al medio ambiente que a comparación de las grandes industrias sería el equivalente aproximado a 0.00001%.

¿Que residuos Recicla?

En base a nuestra responsabilidad con el medio ambiente, reciclamos todo producto que la empresa demande, por ende reciclamos papel y Cartón.

¿Realiza algún tipo de campaña que favorezca al medio ambiente?

Con el ánimo de aportar a la disminución del deterioro del medio ambiente, decidimos utilizar las

herramientas digitales, el uso de mensajería electrónica y redes sociales. Esto con el ánimo de utilizar menos papel para impresión y clases de tintas.

¿Medios de Transporte?

Nuestros desplazamientos son en moto 4 tiempos, pero solo cuando el desplazamiento en ella lo amerite, bien sea por distancia y/o la premura del tiempo.

¿Que materiales utiliza para actividades de marketing?

Nuestra publicidad se basa en el uso de PC, para la creación de diseños y productos multimedia.

OCÉANO AZUL:

Estrategia de venta:

Nuestra estrategia está fundamentada en trabajar en pro de entregar los productos con calidad y en los tiempos solicitados.

FUERZAS DE PORTER:

Fuerzas implementadas:

1. Subestimación de oportunidades o amenaza de productos sustitutos. Esta fuerza la aplicamos teniendo en cuenta la confianza de nuestros clientes, demostrando nuestra responsabilidad y ofreciendo el producto con calidad.
2. Ocultación de la creación de valor o amenaza de los nuevos competidores entrantes. Tenemos claro que competidores siempre existirán al redor del mundo en todas las áreas que involucre la economía y es por esto que hacemos mejoras continuas a nuestro trabajo y actualizamos nuestros conocimientos a medida que avanza el tiempo, cambia la economía y salen nuevos productos al mercado.
3. La supremacía de la industria o poder de negociación de los proveedores. Los proveedores son llamados para solicitar asesorías específicas cuando se requiere.
4. El olvido de las variaciones de la demanda o poder de negociación de los clientes. Los clientes a los que vendemos los productos solicitados son tratados con respeto, prima la calidad con la que entregamos el trabajo realizado y ofrecemos las facilidades necesarias según se requieran

para concretar acuerdos de diseño, fechas de entrega y precios.

5. Rivalidad de las empresas o un análisis competitivo. Somos una empresa competitiva en el mercado, contamos con equipos requeridos para suplir las necesidades de los clientes con calidad y respeto.

MARKETING MIX

ESTRATEGIAS DE PRODUCTO PARA CLIENTES:

Núcleo: El servicio de grabación de eventos sociales y la toma de fotografías de los mismos genera la aplicación de técnicas de grabación, edición y postproducción en los diferentes programas de la suite de adobe, con los que se logra la presentación que quiere el cliente y el equipo técnico que se compone de: 1 camarógrafo, 1 asistente de cámara, 1 asistente de sonido, 1 asistente técnico de iluminación y un auxiliar de arte.

Calidad: Los servicios se prestan de manera autónoma, sin intermediarios, el cubrimiento de los eventos se realiza con el equipo técnico requerido desde las necesidades del lugar, tipo de ceremonia o evento, los tiempos deben establecerse dentro de los lineamientos y formatos que se encuentran vigentes en el sistema administrativo de Frontal colors.


En el contexto de calidad, los parámetros que utiliza Frontal Colors en la creación de productos de fotografía y prestación de servicios de cubrimiento audiovisual de reuniones y eventos; maneja los parámetros internos que en nuestro caso el más importante es el trato, exclusividad con el cliente, nuestra capacidad de comunicación con el cliente y la competencia, el respeto mutuo, el soporte y la atención. Con el objetivo de demostrarle al cliente que nuestro servicio es superior a los precios que manejamos sin desviarnos de los indicadores establecidos respecto a la utilidad y supervivencia de la empresa.




Envase: La fotografía es impresa en diferentes tipos de papel según el gusto del cliente, el tamaño del formato, si solicita fotografías en cartel o enmarcadas. El video se envía por medio de e-mail o grabado en cd o usb, las fotografías se imprimen en recordatorios, telas o en las diferentes clases de materiales que los clientes prefieran.


Diseño: Las medidas de las fotografías son de diferentes tamaños respecto al elemento en el que se vayan a imprimir, las más solicitadas son: 10*15cm, 13*18cm, 15*20cm, 20*28cm, 40*60cm, 90*120cm. Y los formatos de vídeo más utilizados son: H.62, full hd, 1080, 1920, Los programas para diseño, montaje y edición más utilizados corresponden a la suite de adobe.

Servicio: Se ofrece un servicio exclusivo y respetuoso en el que el que se escucha de manera atenta a los clientes, se establecen fechas para visitas previas, se establecen acuerdos con el cliente respecto a la solicitud de los servicios, se establecen las medidas exactas, tipos de formatos, direcciones, número de asistentes, número de personas que integran el grupo de grabación y que por lo tanto ingresarán al recinto, logrando la satisfacción del cliente con las fotografías y vídeos y continúe contratando a nuestro equipo de trabajo.

Creación del Portafolio y estrategia de precios:

<i>Tabla 2</i> MEDIDA	Costo del material	Costo de servicio, arrendamiento, calidad y tiempo de toma y edición invertido.	Costo de maquinaria y energía.	PRECIO TOTAL
	\$1.300	\$4.200	\$2.500	\$8.000

	\$1.300	\$5.200	\$2.500	\$9.000
	\$1.300	\$6.700	\$2.000	\$10.000
 <p>Fotos de 20* 28</p>	\$2.000	\$8.000	\$2.000	\$12.000
 <p>Fotos de 40 * 60</p>	\$10.000	\$28.000	\$2.000	\$40.000
	\$25.000	\$23.000	\$2.000	\$50.000

				
<p>Fotos de 90*120</p>				

ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN:

La estrategia de distribución que utiliza frontal Colors es directa, se aplican las tres variables importantes que son: Solucionar problemas, Proyección de una imagen positiva, Proveer servicio sobresaliente. La empresa siempre se contacta directamente con el cliente por lo cual no hay intermediarios y aprovechando las buenas recomendaciones de parte de los clientes y las buenas calificaciones en redes sociales.

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN:

Decidimos crear, Esta landing page hace aproximadamente un mes, como estrategia con el ánimo de retener nuestros clientes y que esto le traiga beneficios a nuestros productos y servicios. Basados en las herramientas de Marketing digital y redes sociales, haciendo seguimiento de visitas e ir actualizado y renovando las publicaciones adecuadas para cada campaña.

Publicidad: La publicidad se maneja mediante pendones de información fijas en el local y uso de redes sociales.

Promoción de ventas: Se realizan promociones de ventas por temporadas como celebración del día de las madres, día de la mujer, día del Padre, día del niño, Halloween, etc.

Ventas personales: Se realizan mediante la cobertura de un evento o ceremonia, y desde el local directamente hacia el cliente.

Relaciones Públicas: Re utilizan recursos web como e-mail, se establecen contratos con empresas públicas y privadas bien sean locales o de regiones aledañas.

Marketing Directo: Utilizamos redes sociales y contactos telefónicos.

MARKETING MIX.

<i>Tabla 3</i> Estrategia de distribución	Objetivo Smart	Como	Quien	Cuando	Donde	Valor
Producto: FOTOGRAFÍA	Mejorar los niveles de iluminación.	Utilizando equipos con potencias mayores a 300 wat.	Frontal Colors y su equipo de grabación.	En 1 año	Local principal.	Comunicación asertiva con el cliente.
Precio: Fijos de acuerdo a la necesidad de cliente y a los formatos establecidos	Estandarizar los precios de manera que beneficien al cliente y a Frontal Colors.	Realizando un estudio de la economía audiovisual actual.	Equipo de trabajo de Frontal Colors	En 6 meses	Local principal.	Honestidad y valor agregado respecto a los resultados del estudio obtenido

Promoción y comunicación: Plataformas digitales	Actualizar el contenido de los servicios de Frontal colors.	Creando material que atraiga la atención permanente de los clientes	Equipo de trabajo de Frontal Colors	Cada mes	Redes sociales y pagina web.	Soporte y atención y acercamiento con el cliente.

MARCA

NOMBRE DE LA IDEA: FRONTAL COLORS FOTO

LOGO:

Nombre de la idea: Frontal Colors.

En el logo se evidencia el marco que nos hace la figura del ojo, también representamos un diafragma con seis laminas, que al igual que el iris de los ojos se abre y se cierra, para permitir la entrada de más luz o menos luz, la pupila del ojo es representada por un círculo con degradada circular negro a blanco y un eslogan que hace las veces de cejas y las pestañas que reflejan el nombre.



Gráfico 1 Logo: diseño exclusivo de frontal colors.

Los cuatro componentes que conforman nuestro logotipo, hacen referencia a la semejanza de un ojo humano, es de conocimiento que el ojo es la captadora de imágenes más perfecta y su funcionamiento es similar a las cámaras de fotografía.

Los colores que identifican nuestra marca es el verde amarillo, el cual está representado en un 90% de nuestro logo, es un degradado que combina los dos colores, el verde representa y nos familiariza con el ecosistema, la naturaleza y el amarillo con la luz, especialmente porque si no hay luz, no hay imagen.

Este logo se realizó en el grupo, escuchando las opiniones de cada uno de los integrantes llegamos a una conclusión, la cual decidimos elaborarla por medio de photoshop.

Tabla 4

PASOS	OBJETIVOS
<p>DIAGNÓSTICO DEL MERCADO</p>	<p>- IDENTIFICAR EL SECTOR Y COMPETENCIA : En el sector se encuentran en su mayoría empresas de eventos y recepciones, y marcas propias que se prestan servicio de registro Fotográfico, aquí algunos de ellos: Eventos y Recepciones JR-Estudio Creativo-Fotografía de Bodas Pro-Recepciones Leidy.</p> <p>-TENDENCIAS DEL MERCADO: Cada vez más surgen empresas o marcas que se especializan en algún tipo de Registro: como las bodas y a su vez los buffet o recepción de eventos ya cuentan con fotógrafos independientes que subcontratan.</p> <p>-SOLUCIONES Y ALTERNATIVAS: Publicidad de impacto, que conecte emociones. Aprender de la competencia y transformar con ideas frescas y de tendencia.</p> <p>-ARQUETIPO: Hace referencia a la semejanza de un ojo humano</p>
	<p>-PERCEPCION DE LAS MARCA DE LA</p>

<p>REALIDAD PSICOLOGIA DE LA MARCA</p>	<p>COMPETENCIA: Imágenes que denotan la innovación y lo que concierne a lo Digital. Buen uso de la Paleta de Colores en sus diseños</p> <p>-VARIABLES DE NEUROMARKETING : Se utilizará u para la marca de Nosotros una imagen de ojo, para evocar el diafragma de una cámara para que denote conocimiento del servicio y profesionalismo junto a un color como es el verde que entrega al espectador la sensación de amabilidad</p>
<p>REALIDAD DE LA MARCA PROPUESTA DE VALOR</p>	<p>Trasmitir una expresión de manera única y personal por medio de la fotografía y el video</p>
<p>POSICIONAMIENTO</p>	<p>-TOP OF MIND: Guardar e inmortalizar imágenes</p> <p>-TOP OF HEART: Resaltar y poner valor a la belleza, transmitiendo emociones para toda la vida.</p>

CREACIÓN DE LA PÁGINA WEB:

<https://jadermesac.wixsite.com/foto>



Gráfico 2: Evidencia de la creación de la página web.

Página en Facebook:

Frontal Colors

Instagram: @frontalcolors

<https://www.facebook.com/jadermesac>

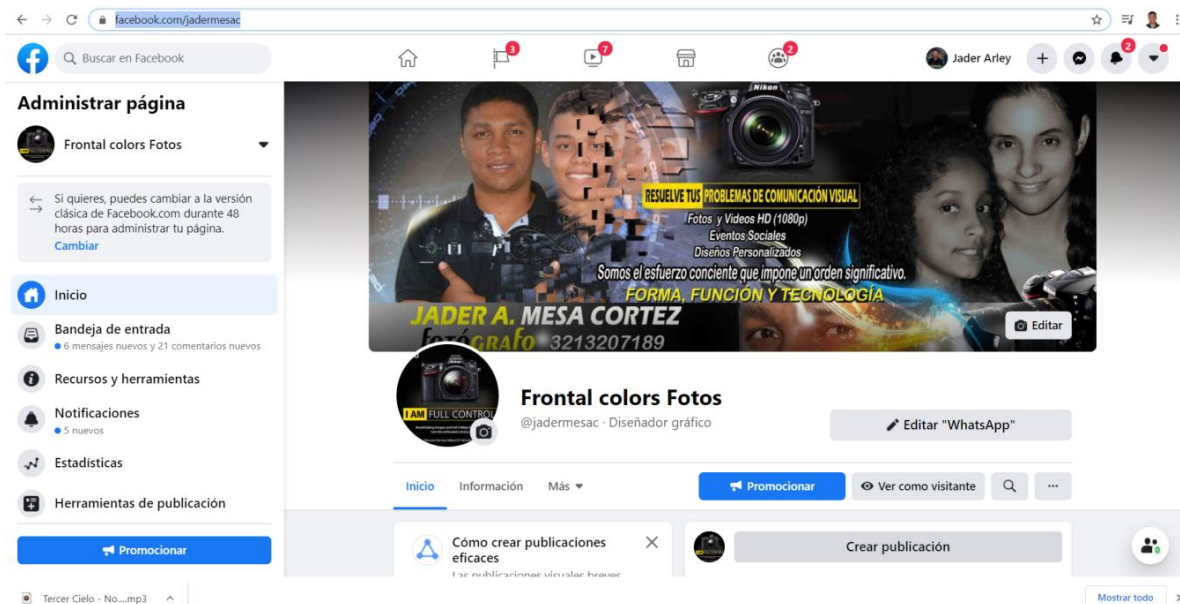


Gráfico 3: Evidencia de la información de Frontal colors en redes sociales.

METRICAS DIGITALES

Basados en la Landipage en Facebook , se hace la campaña publicitaria por 28 Dias, dándonos el siguiente Análisis. Estadística 26 de sep -23 de Oct 2020

Simulacro:

CAV :

Inversión de 25.000 Mes

\$25.000 mes campaña por 28 Dias \$893 pesos x Dia

Cuanto es la ganancia estimada por persona en la campaña de Facebook :

*Alcance de 4,434

*Interacción de 2,144

*19 Me gusta

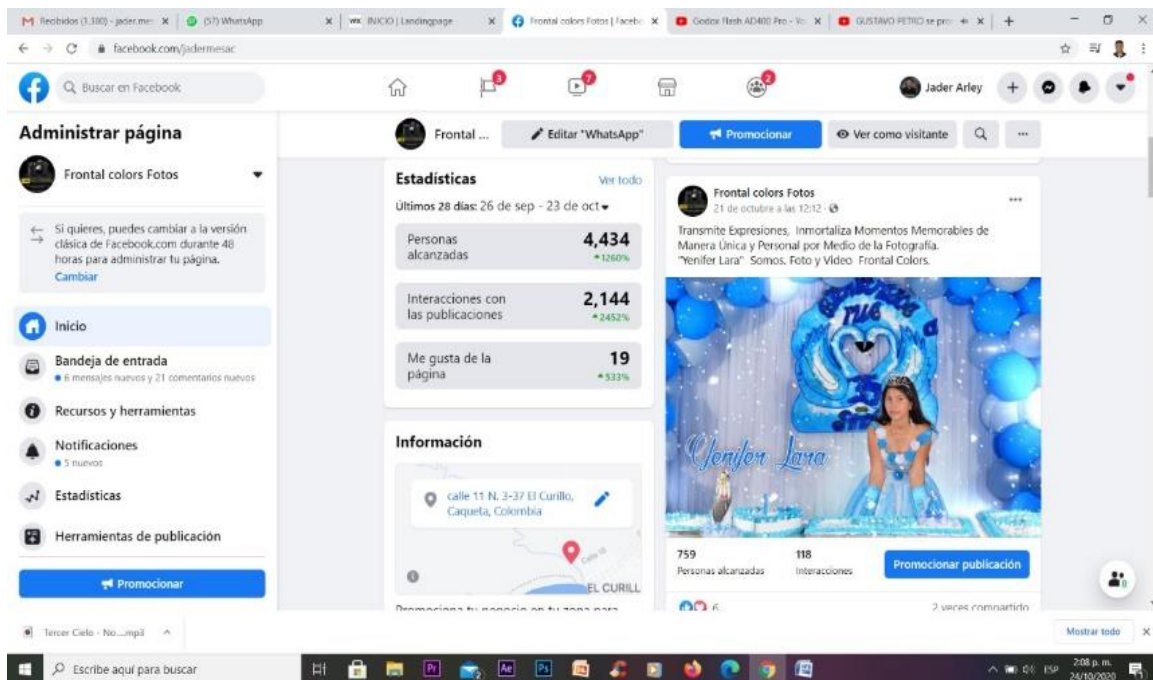


Gráfico 4: Evidencia de las estadísticas de la Landin page de Frontal colors.

Tabla 5 LTV	CAV
Personas Alcanzadas: 4,434 Interacción con las Publicaciones: 2,144 Me gusta: 19	\$25.000 mes campaña por 28 días \$893 pesos x día

CAC

Las distintas variables que determinan la captación en la campaña ejecutada; se centran las redes sociales, especialmente Facebook e Instagram, manejando algunas palabras clave en el landing page, para el posicionamiento de la página, (fotografía, emociones, felicidad, economía, calidad de servicio). Y su respectivo análisis digital hace que sea en cuanto a dedicación en tiempo muy útil y de fácil acceso por los mismos integrantes del proyecto, al poderlo hacer desde cualquier dispositivo móvil con internet

El costo de Adquisición para captar el cliente fue de:

$$\$25,000 / 28 \text{ Día} = \$893 \text{ pesos al Día}$$

LTV

El tiempo de vida al año según el simulacro

$$\$25,000 \times 12 = 300.000 \text{ al año Inversion}$$

Promedio de Me gusta por 28 días

$$28 \text{ Días} / 19 \text{ Me gusta} = 1,474 \text{ Me Gusta x Día}$$

$$\$893 \text{ pesos x Día} / 1,474 \text{ Me gusta x Día} = \$1.316 \text{ Pesos cada Me Gusta}$$

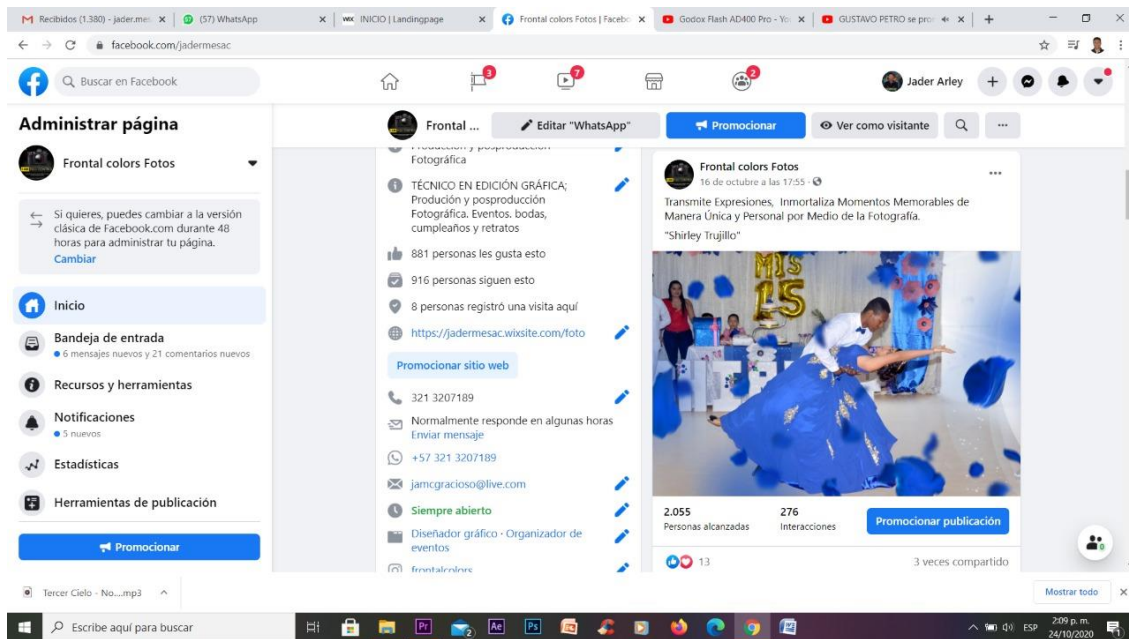


Gráfico 5: Evidencia de las estadísticas de la Landin page de de Frontal colors.

Macro localización.

Las variables que se tuvieron en cuenta en el momento para decidir en donde se va a instalar la oficina y/o proyecto del estudio fueron: Lugar de residencia del socio accionista mayoritario, la acogida, la experiencia y la ubicación.

- Lugar: a partir de este estudio se llega a la conclusión de que la localidad de Curillo es un Sitio adecuado, por lo que se pueden obtener buenos ingresos y menos pérdidas al no tener competencia con el mismo nivel de experiencia. Por ahora no hemos contemplado alguna otra oficina física relacionada con la Fotografía presente para evidenciarlo.

- *Monto de inversión: La inversión es de 18.650.000, valores que se explican en la tabla número 5.

- *Vías de acceso: la principal vía de acceso a la localidad es la Avenida 40 y está en buenas condiciones.

- *La localidad cuenta con agua potable, energía y comunicación Telefónica e internet.

- *La localidad tiene ingreso via Fluvial con el Rio Caquetá y Terrestre; La avenida Lara Bonilla.

- *Rio Caquetá : se encuentra a 8 km de la localidad Currillo

* Avenida Lara Bonilla: se encuentra a 100mts de la Oficina

Micro localización:

Lo primero que se tuvo en cuenta para la micro localización es el contar con el inmueble en la localidad de Currillo. Es una Zona medianamente Comercial, con esto se garantiza flujo de gente transitando que identifique la ubicación de la oficina y su misión de prestación de Servicio de Fotografía y grabación.

*Hay buen tráfico peatonal y vehicular, por ser una zona comercial. Con poco espacio de estacionamiento de carro en el espacio público.

*La ubicación es compatible con Imagen del Negocio. Sea acomoda al Horario comercial

*Entre los negocios comerciales, se encuentran: tiendas, Papelerías, Droguerías, Panaderías, Oficinas Públicas, Cafetería, 2 Cajeros de banco .

* La localidad de Curillo tiene como turismo, sus Artesanías y zona fluvial, con Terreno de alta rentabilidad a futuro.

* No se detectan vecino Indeseables.

Tabla 6

ESTIMACIÓN DEL TAMAÑO ÓPTIMO					
Requerimientos Técnicos					
Tipo de Activo	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	Requisitos técnicos
Infraestructura – Adecuaciones	Lote: El local está construido sobre un terreno de 6 mt de frente * 10 mt de largo.	1	45,000,000	45,000,000	Contar con área construida con local amplio, baño, una cocina pequeña, servicios de agua y luz.
	Adecuación de áreas de operación: Sección de atención al cliente, área de edición, área de tomas de fotografía, área de revelado, área de impresión y laminación, baño.	1	10,000,000	10,000,000	Construcción con acabados llamativos y serios para la atención del cliente, madera modular para división del área según la distribución requerida, tomas eléctricas, bombillas estroboscópicas, piso firme y nivelado.
Maquinaria y Equipo	Cámara de Video	1	10,000,000	10,000,000	4k ultra HD wifi Vlogging 48,0 MP 16 X Zoom digital
	Luces de vídeo	8	375,000,00	3,000,000	GVM, RGB LED.
	speedlite	2	500,000,00	1,000,000	Canon speedlite EL-100
	Cámara fotográfica	1	4,000,000	4,000,000	Canon EOS 2000 D/Rebel T7
	trípode	2	600,000,00	1,200,000	DSLR de 62 pulgadas

Equipo de comunicación y computación	Computador de mesa	3	300,000,00	9,000,000	Acer Aspire 5
	Impresora	2	450,000,00	700,000,00	HDLL2390 DW
	Router para wifi	1	400,000,00	400,000,00	AC2100
Muebles y Enseres y otros	Escritorios	3	700,000,00	2,100,000	Madera en forma de L
	Muebles de sala de estar	1	300,000,00	300,000,00	Silla de recepción con brazos
	Sillas tipo escritorio	3	400,000,00	1,200,000	Silla giratoria para oficina con brazos abatibles y altura ajustable color negro
	Archivador	1	200,000,00	200,000,00	Gabinete para archivos 18 pulgadas
Otros (incluido herramientas)	Kit de iluminación para fotos	1	150,000,00	150,000,00	photo softbox studio kit
	Lentes adaptables	4	400,000,00	1,600,000,00	Lightdow 3,346 F1,8
	Consumibles: Papel, tinta, baterías, micro sd.	2	500,000,00	1,000,000	Papel fotográfico, tinta de colores, Baterías recargables según dimensiones requeridas, Micro sd de 16 ny 32 Gb
	Herramienta manual para limpieza periódica de equipos	1	300,000,00	300,000,00	Juego de llaves y Destornilladores
Gastos pre-operativos	Constitución	1	4,000,000	4,000,000	Reuniones y acuerdos con socios e inversionistas.
	Apertura	1	800,000,00	800,000,00	Documentación legal requerida en cámara de comercio y Dian
	Registro	1	2,000,000,00	2,000,000,00	Documentación legal requerida en cámara de comercio y Dian
	Alquiler del local	1	600,000,00	600,000,00	Contrato

Tabla 7	
Método de Escalación	
	ASPECTOS / VARIABLES VALORES
<div style="background-color: #00b050; color: white; padding: 10px; text-align: center; width: 150px; margin: 0 auto;"> PLANTA DE PRODUCCIÓN </div>	Capacidad total de los equipos (Horas, tonelada, unidades x año) <hr style="border-top: 1px solid black; border-bottom: 1px solid black;"/> 25
	Capacidad anual <hr style="border-top: 1px solid black; border-bottom: 1px solid black;"/> 90.000
	Capacidad mensual <hr style="border-top: 1px solid black; border-bottom: 1px solid black;"/>
	<div style="background-color: #92d050; padding: 2px;"> <u>Nº de días de operación (25 días)</u> </div> 7.500
	Horas de producción <hr style="border-top: 1px solid black; border-bottom: 1px solid black;"/> 300,0
<div style="background-color: #00b050; color: white; padding: 10px; text-align: center; width: 150px; margin: 0 auto;"> ESTABLECIMIENTO COMERCIAL </div>	Capacidad total de los equipos (Horas, tonelada, unidades x año) <hr style="border-top: 1px solid black; border-bottom: 1px solid black;"/> 50000 horas por año
	Capacidad anual <hr style="border-top: 1px solid black; border-bottom: 1px solid black;"/> 3600 horas
	Capacidad mensual <hr style="border-top: 1px solid black; border-bottom: 1px solid black;"/> 300 horas
	<u>Nº de días de operación (mensual)</u> 30 días
	Horas de producción 280 horas

PLANO:

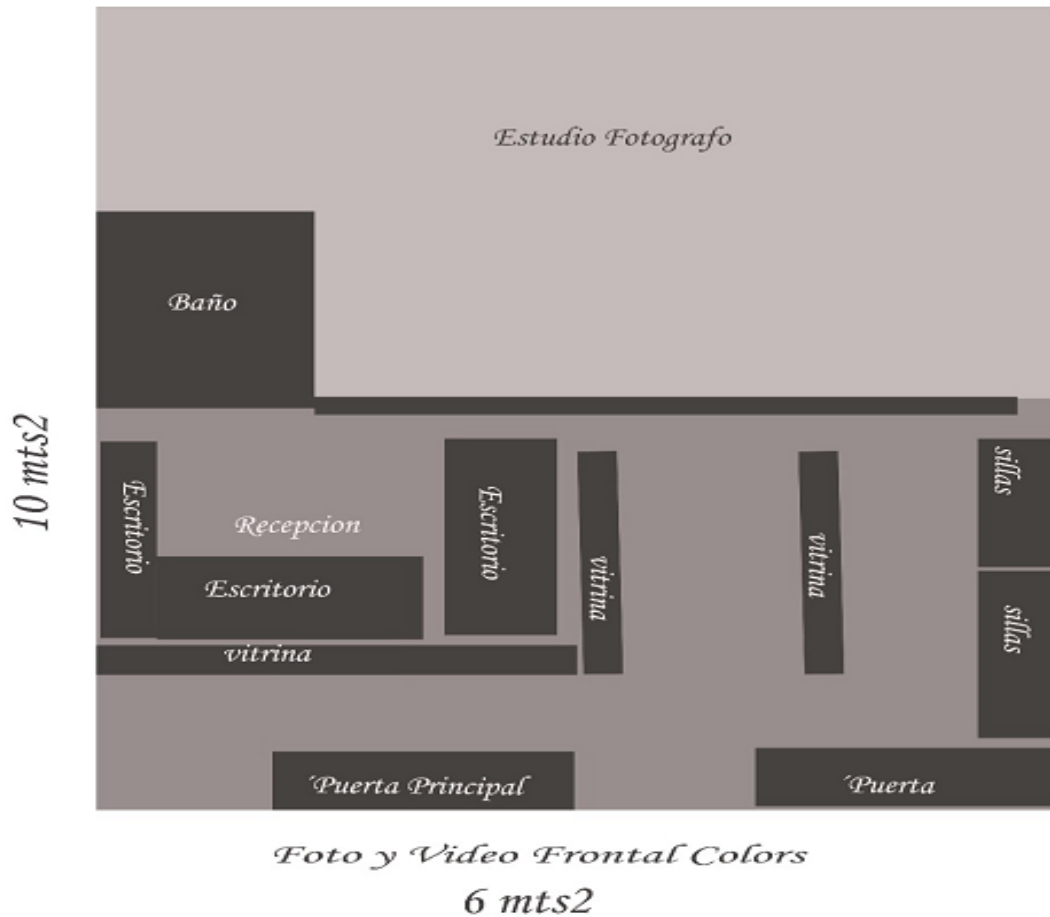


Gráfico 6: Plano de las instalaciones planta principal Frontal Colors

Tabla 8					
Bien/Servicio: ESTUDIO FOTOGRÁFICO					
Unidades a Producir: 10					
Actividad del Proceso	Tiempo estimado de Realización	Cargos que Participan en la Actividad	Número de Personas que Intervienen por Cargo	Equipos y Maquinas que se Utilizan, Capacidad de Producción	por

				maquina(cantidad de producto/unidad de tiempo)
Preproducción	20 minutos	Fotógrafo	1	Cámara Réflex o Canon, Luz Estrobix
Posproducción	40 minutos	Editor	1	Pc. De alto Rendimiento
Producción	5 minutos	Editor	1	Impresora Térmica
Entrega	10 minutos	Recepción	1	papelería

Flujograma creación de fotografía:



Gráfico 7: Flujograma proceso de creación de Fotografía autor, Propiedad de Frontal Colors.

Story board por medio del cual exponemos mejoras a la campaña publicitaria de nuestro producto según plantilla PMV:

¿Que problema estas tratando de resolver?



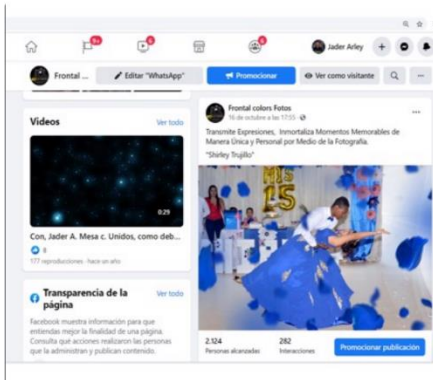
Sedución

¿Quién es tu público objetivo?



Padres del territorio Caqueteño, jóvenes mujeres próximas a cumplir sus 15 años, amantes de los registros fotográficos y a aquellos padres, Pendientes y orgullosos dispuestos a Inmortalizar momentos memorables

¿Cómo resolverás este problema?



Mayor presencia, en las redes sociales.
 Con publicaciones de nuevos eventos

Cuál es el primer paso?



Hacer un Cronograma de actividades, donde semana a semana cumplamos con objetivos, que nos permitan tener un trafico e interacción continuo en las plataformas virtuales

