

BEGINNING CONSULTORA AUDIOVISUAL

ANYEL YESENIA RUIZ LARA

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA LATINA

**FACULTAD DE COMUNICACIONES, DEPARTAMENTO DE RADIO Y
TELEVISIÓN**

BOGOTÁ

2021

BEGINNING CONSULTORA AUDIOVISUAL

ANYEL YESENIA RUIZ LARA

**Trabajo presentado como requisito para optar al título de tecnólogo en
producción de radio y televisión**

Licenciada Adriana Yanet Ocampo

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA LATINA

**FACULTAD DE COMUNICACIONES, DEPARTAMENTO DE RADIO Y
TELEVISIÓN**

BOGOTÁ

2021

TABLA DE CONTENIO

INTRODUCCIÓN.....	6
CAPITULO I.....	8
1. IDEA DEL PRODUCTO O SERVICIO:.....	8
1.1 Motivación y sensibilización hacia la idea de la empresa:.....	8
1.2 El Promotor O Promotores:	9
1.3 ANÁLISIS DE LAS IDEAS PRELIMINARES:	11
1.4 Identificación del bien, de los productos o servicios que serán el objeto de la actividad económica a desarrollar:	12
1.5 Identificación de productos o servicios alternativos o complementarios.....	12
2. ESTUDIO GENERAL DEL BIEN O EL SERVICIO A DESARROLLAR.	13
2.1 Antecedentes	13
2.2 Análisis del DOFA	14
2.3 Reseña de su evolución: origen, usos, competencia, sustitución y complementariedad:	15
2.4 EVALUACIÓN NATURAL DEL ENTORNO	21
Factores Demográficos (Macroambiente):.....	23
CAPITULO II.....	24
3. EL MERCADO.....	24
3.1 Estudio de mercado:	24
3.2 Definición del producto, bienes o servicios que se desarrollarán:	25
3.3 Nombres, Marcas, logotipos, emblemas, slogan.....	25
3.4 Definición y Descripción.....	27
3.4.2 Determinación de la muestra de mercado:	28
Herramientas de recolección:.....	28
3.5 Usos y Usuarios.....	32
3.6 Factores de competencia.....	32
3.7 Aprovisionamiento de insumos o apoyo técnico:.....	32
3.8 Proveedores internos y externos:.....	33
3.9 Estacionalidad del mercado:.....	33
4. PODER DE COMPRA:	33
4.1 Rango de precios:.....	34

4.2	Comportamiento de la clientela:	34
4.3	Ciclo de vida del producto o del servicio:	35
4.4	Zonas de áreas potenciales del mercado:.....	35
4.5	Tipología del mercado:.....	35
4.6	Diferenciación entre el producto y el servicio	37
4.7	Política del precio o tarifas:.....	38
4.8	Estrategias de Venta:	38
4.9	Distribución de mercado.....	38
4.10	Estrategia de comunicación:	39
CAPÍTULO III		39
5.	ASPECTOS TÉCNICOS Y FINANCIEROS	39
5.1	Estudio técnico del proyecto.....	39
5.2	Requerimientos técnicos tecnológicos y científicos	40
	Mano de obra directa:	41
	Localización de la planta o actividad económica:.....	41
	Precisión de inversiones y gastos iniciales:.....	41
a.	Estudio técnico del proyecto:	41
	Organigrama	42
	Cargos y funciones del personal:	42
	Tamaño del producto o tamaño óptimo:	43
5.3	Planes Generales.....	43
5.4	Mano de obra directa	43
5.5	Localización de la planta o actividad económica	44
5.6	Precisión de inversiones y gastos iniciales.....	44
	Gastos Preoperativos:.....	44
	Gastos generales:.....	45
	Inversiones iniciales	45
CAPÍTULO IV		46
6.	ASPECTOS LEGALES	46
6.1	Diligencias Cámara de comercio	46
CAPÍTULO V		49
7.	Factibilidad financiera:.....	49

7.1	Punto de equilibrio.....	50
7.2	Gastos de constitución:.....	51
7.3	Entradas del Efectivo.....	51
8.	Flujo de tesorería:	52
8.1	Tabla beneficio costo	53
8.2	Valor presente neto	53
8.3	Solicitud de crédito	54
CONCLUSIONES		56
FUENTES.....		57
BIBLIOGRAFÍA.....		57
CIBERGRAFÍA.....		58

INTRODUCCIÓN

Lo que se va a plantear a lo largo de este escrito es la construcción de una empresa que busca organizar, mejorar e incluso replantear el modelo de contratación de talento humano, específicamente en el área de artes audiovisuales. Esto, por medio de una plataforma la cual conectará a los contratadores con el empleado.

Como bien sabemos, la situación actual de Colombia para conseguir empleo es compleja, y según un estudio de hace unos años publicado por el medio de comunicación La FM, entre las 10 carreras que más dificultades tienen a la hora de encontrar trabajo en el país, se encuentra Publicidad y Mercadeo y Comunicación y Periodismo. Adicional, se registran cerca de 65 programas de educación audiovisual en Colombia, arrojando así, según un artículo de la revista semana “La realidad de estudiar una carrera como el cine en Colombia” (2019), que aproximadamente 3.200 personas finalizan su carrera/cursos cada semestre y a pesar de que actualmente se producen varios contenidos audiovisuales, la industria nacional no atraviesa su mejor momento lo cual deja un desequilibrio entre las vacantes y los aspirantes.

Es por esto que se ha decidió realizar la creación de “Beginning Consultora Audiovisual”, la empresa que busca ayudar/asesorar a personas que sean de profesiones como camarógrafos, fotógrafos, editores de audio y video, productores musicales, diseñadores gráficos e industriales, animadores, maquillistas, publicistas, escritores y demás profesionales en el área audiovisual, ofreciendo servicios de asesoría en su hoja de vida, creación de un portafolio creativo (el cual organiza aquellos trabajos que demuestra su talento) y la publicación de su perfil en nuestra plataforma donde podrá ser visto contratado por aquellas empresas que requieran su servicio.

Aunque la empresa “Beginning Consultora Audiovisual” no podrá crear vacantes para ocupar dicho vacío, si buscará; 1. La recolección de las ofertas en cualquier empresa que requiera del personal publicado en la plataforma, 2. Asesoría en la

hoja de vida del aspirante, 3. La creación del portafolio del aspirante, 4. La publicación del perfil de los aspirantes con la muestra de su trabajo y 5. La conexión de ambas partes para la realización de un contrato. De esta manera, se ahorrará mucho tiempo, se omitirán pasos para ambas partes de la relación laboral a la hora de realizar una contratación e incluso la tasa de desempleo en el área podría disminuir un poco.

CAPITULO I

1. IDEA DEL PRODUCTO O SERVICIO:

Consultora de realizadores audiovisuales

1.1 Motivación y sensibilización hacia la idea de la empresa:

1.1.1 Conocimiento y Experiencia:

En cuanto al conocimiento, sé cómo hacer la realización de piezas sonoras como; cuñas publicitarias, vestidos de producción de programas radiales y visuales, conocimiento equipos en general, piezas gráficas, construcción y realización de programas televisivos y musicales y como realizar un estudio de mercado.

1.1.2 Antecedentes en general de la idea de negocio.

La historia del cine empieza con los hermanos franceses Lumiere, fueron los primeros en crear una película con su invento, el cinematógrafo, en donde mostraban la rutina diaria de los ciudadanos con la llegada del tren en 1895.

Con el tiempo se fue mejorando el tipo de contenido, a pesar de que eran mudas, evolucionaban más en tomas, planos, ángulos y edición, con el tiempo llegaron las películas con sonido. Los grandes aportes de Georges Méliès con su película un "Viaje a la luna", Orson Welles con "El ciudadano Kayne" y otros representantes como Fritz Lang, Sergei M. Eisenstein, Charles Chaplin, Friedrich W. Murnau, Jean Epstein, etc.

Pero no fue hasta con la aparición de los empresarios Charles Pathé y Léon Gaumont en Francia, que arruinaron a Méliès que se formalizo esta industria. Pronto el cine adquirió entidad como "teatro filmado", gracias también a la corriente del Film d'Art. El género histórico italiano fue sustituido por los dramas sociales; mientras, el cine norteamericano se empezaba a desarrollar en Hollywood gracias a las primeras productoras y los maestros que establecieron el lenguaje del arte de las imágenes,

especialmente David Wark Griffith. Con todo, hubo antecedentes en Inglaterra -la Escuela de Brighton intuyó la sintaxis del naciente Séptimo Arte- y en los países nórdicos, después con el maestro Dreyer a la cabeza.

1.1.3 Dofa Personal:

Fortalezas	Debilidades
<p>Poseo los conocimientos básicos necesarios para empezar a poner en marcha mi empresa. Soy buena líder, estoy dispuesta a escuchar a mis trabajadores, a mantener un buen ambiente laboral, respetar sus derechos y valorar el esfuerzo que hagan para hacer crecer la empresa. Soy responsable cumplida y creativa, recibo el apoyo total de mi familia y, por último, me gusta siempre estar aprendiendo.</p>	<p>No poseo del dinero necesario para alquilar un lugar de trabajo o comprar un terreno para adecuarlo, por otro lado, si planeo producir mis propias producciones tampoco cuento con las herramientas ni el dinero para comprarlas, por último, considero que aún requiero de más conocimientos administrativos y legales para la realización del proyecto.</p>
Oportunidades	Amenazas
<p>Tengo varios conocidos con características y conocimientos que pueden aportar en la construcción de esta, así llamando a más gente para trabajar en el proyecto y generar ingresos para elevarlo de</p>	<p>Como la empresa va a empezar siendo una consultora que le va a conseguir contrato a las personas dedicadas a la producción audiovisual es posible que le puedan ofrecer mejores propuestas</p>

<p>nivel, de igual forma aprovechando todo su talento, y así empezar a ser reconocidos ante empresas y clientes.</p>	<p>de trabajos a algunos llevándoselas de la empresa, dificultando o retrasando el avance de la empresa.</p>
--	--

1.2 El Promotor O Promotores:

1.2.1 Factores personales que orientan la búsqueda de la actividad a desarrollar:

Desde muy pequeña he sentido un gusto grande por el cine, la curiosidad de como logran crear historias y hacer que la gente se conecte con ellas, tanto con actores reales o animaciones. De igual forma el sueño de tener empresa

1.2.2 Factores sociales:

En Colombia la situación actual para conseguir empleo de por si está difícil, pero para las personas que se dedican en alguna rama de la realización audiovisual, es aún más difícil, por eso he querido crear esta empresa que ayude al incremento de empleo y al reconocimiento del mismo.

1.2.3 Factores económicos:

Para llevar a cabo la idea de negocio se ha pensado en dos factores, principalmente empezar con la empresa pequeña, irnos dando a conocer con nuestro trabajo e ir creciendo de a pocos hasta dejar de ser solo una consultora e implementar la producción de contenido propio, o la segunda opción sería buscar un socio o un inversionista que apoye el proyecto para que ofrezca así todos los servicios pensados.

1.2.4 Factores tecnológicos:

Se va a buscar la creación de un software propio para la edición de videos y animaciones, por otro lado, una aplicación para la comunicación entre los clientes y la asignación del personal preciso que requiere nuestro cliente.

1.3 ANÁLISIS DE LAS IDEAS PRELIMINARES:

- **Mercado:** El mercado es harto ya que hay mucha gente dispuesta a entrar a un lugar en donde pueda desenvolverse en lo que se dedica y le gusta de una manera digna y bien paga, por otro lado, hay empresas interesadas en el personal calificado para un servicio de calidad.
- **Nuevos entrantes:** La amenaza de nuevos participantes es alta ya que siempre hay harta competencia con productoras audiovisuales las cuales producen su propio contenido.
- **Proveedores:** Es esencial obtener materiales de trabajo así que con el tiempo iremos adquiriendo equipos para la realización de nuestras tareas.
- **Competencia sustituta:** Hay empresas pequeñas que abarcan algunos temas que toma mi compañía, por ejemplo, una empresa de publicidad, productores de sonido, etc.

1.3.1 Ventajas:

Ante las competencias, ninguna ofrece un campo completo como lo hace La Consultora de Realizadores, brindándole al cliente variedad para escoger entre trabajadores y opciones para su proyecto.

1.3.2 Inconvenientes:

Al haber tanta competencia al principio va a ser difícil adquirir el reconocimiento en este ámbito laboral.

1.3.3 Conocimiento y experiencias:

No tengo un conocimiento profundizado empresarial, sin embargo, tuve una experiencia con la Cámara de Comercio de Bogotá la cual me brindo conocimientos para vender una idea de negocio.

1.3.4 Justificación de la idea:

La Consultora de Realizadores es una empresa que busca reunir un grupo amplio de personas que sean de profesiones como camarógrafos, fotógrafos, editores de audio y video, productores musicales, diseñadores gráficos e industriales, animadores, maquillistas, publicistas, escritores y demás para seguir estimulando su conocimiento estos se ubicaran en una aplicación donde los dividiremos en categorías, una según la profesión y otra por su nivel de experiencia y conocimiento en donde el cliente podrá observar el trabajo de él y realizar su contratación.

1.4 Identificación del bien, de los productos o servicios que serán el objeto de la actividad económica a desarrollar:

- Brindarles empleo a realizadores audiovisuales de cualquier campo.
- Ofrecerles a las empresas personal capacitado para darles para entregarles proyectos finales de calidad.
- Realizar asesorías personalizadas a clientes en la construcción de sus proyectos e ideas.

1.5 Identificación de productos o servicios alternativos o complementarios

- Vender o posicionar en el mercado producciones propias de la empresa.
- Brindar el alquiler de equipos tecnológicos y espacios adecuados para la realización de producciones.

- Seguir capacitando y entrenando al equipo de trabajo de la empresa.

2. ESTUDIO GENERAL DEL BIEN O EL SERVICIO A DESARROLLAR.

2.1 Antecedentes

- El inicio de las consultoras se dio al nacer la Revolución Industrial en el siglo XIX, que se inicia la organización científica del trabajo. “Taylor, Gilbreth, Gantt, y Emerson” son considerados los pioneros de la organización científica del trabajo, dando empuje a la consultoría, como consecuencia de la necesidad de las empresas en hacer eficientes los procesos productivos en las empresas (hacer más piezas con la menor cantidad de recursos). Otro pionero de la consultoría fue Frank Bunker Gilbreth a través de su estudio de tiempos y movimientos ayudó a los trabajadores a emplear su capacidad de producción, volviendo eficientes los movimientos en la producción.

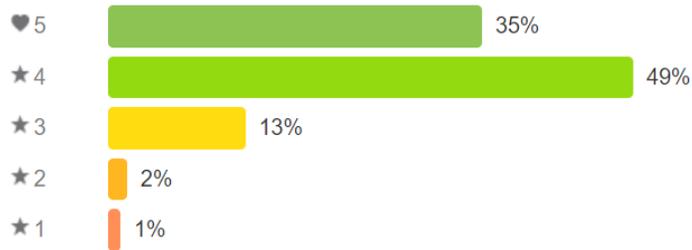
La consultoría hoy en día abarca un número considerable de servicios que ofertan a las empresas, desde las funciones de dirección hasta el manejo de personal. Por lo anterior el empresario puede pedirles que resuelvan casi cualquier tipo de problema que exista en su organización ya sea grande, mediana, pequeña o microempresa, el secreto está que pueda elegir la mejor opción en cuantos estos sencillos parámetros: Experiencia previa, Referencias, Rápida identificación de problemas, Propone soluciones rápidas y sencillas, Empatía y sobre todo Buen Comunicador.

Ejemplos que seguir:

- EVERIS CONSULTING es una firma especializada en Consultoría de Negocio, Integración de Sistemas, Fábricas de Software, BPO, Outsourcing y conocimiento de sectores como banca, seguros, telecomunicaciones, industria, utilities, oil&gas, gobiernos y salud. VENTAS EN EL AÑO 2014: \$72.000 millones (crecimiento anual de 68%).

Evaluación general Everis

4,11 ★★★★★
Basado en 871 evaluaciones



Ambiente de trabajo
4,04 ★★★★★

Salario y prestaciones
3,77 ★★★★★

Oportunidades de carrera
3,65 ★★★★★

Gerente general
3,84 ★★★★★

94%

profesionales recomiendan trabajar aquí

2.2 Análisis del DOFA

Dofa Empresarial

Fortalezas	Debilidades
Es un proyecto el cual reúne muchas características que poseen diferentes empresas para brindar un trabajo y rendimiento de calidad, garantizar el progreso, y ser reconocidos. Por otro lado, es auto sostenible y aunque se	Al ser un medio tan grande puede que muchas personas no obtengan la atención necesaria por la demanda del servicio y se lleven una mala impresión de la empresa.

<p>requiera de mucho capital en su inicio su reinversión y ganancias lo van a mantener a flote.</p>	
Oportunidades	Amenazas
<p>Como es una empresa que abarca diferentes profesiones en el ámbito audiovisual, hay mucho trabajo y muchas oportunidades para ingresar al medio, pues son muchos los clientes que necesitan de una asesoría y de contactos para su vida laboral.</p>	<p>Nuestros clientes primarios son personas desempleadas, puede que muchos de ellos no cuenten con los recursos o no se arriesguen a pagar pues nuestro servicio.</p>

Dofa Estratégico

Fortalezas	Debilidades
<p>Ya se cuenta con personal que está incursionando en el medio el cual puede ayudar no solo a consolidar el proyecto sino a darlo a conocer. De igual manera, existe un plan de sostenimiento, con el cual se espera la evolución de la empresa económicamente.</p>	<p>A pesar de que ya hay un personal inicial dispuesto a invertir y colaborar con la construcción de la consultora, no hay certeza de que muchas personas estén dispuestas a trabajar principalmente sin recibir un sueldo o dando alguna inversión (En el caso de que el proyecto inicie sin ningún aporte económico de terceros)</p>
Oportunidades	Amenazas

Vamos a utilizar nuestro conocimiento en el tema tecnológico y de comunicaciones para ayudar a difundir o divulgar nuestra empresa y los servicios que ofrecemos por medio de publicidad, uso de las redes sociales, contactos, etc.	Puede que la manera en la que funciona la aplicación, el diseño o el orden no le guste a nuestros segundos clientes, que son los empresarios que contratan el talento humano que tenemos. Toca rediseñar. .
--	--

2.3 Reseña de su evolución: origen, usos, competencia, sustitución y complementariedad:

A. Origen:

● **Organización científica del trabajo**
Approx. 1870

Charles T. Sampson Reorganizó todo el proceso productivo de su fábrica de calzado para poder emplear chinos no calificados para posteriormente como consultor transmitir su experiencia al propietario de una lavandería. Además de Frederick W. Taylor, Frank y Lillian Gilbreth, Henry L. Gantt y Harrington, Emerson, dieron un gran impulso al desarrollo de la consultoría.

● **Primeras empresas consultoras**
Approx. 1914

Edwin Booz creó en Chicago en una de las primeras empresas de consultoría del tipo que actualmente se conoce con el nombre de «Business Research Services» (Servicios de Investigación Comercial).

● **Interés por unos servicios de venta y de comercialización más eficaces**
Approx. 1917

Fue promovido por personas como el inglés Harold Whitehead, autor de Principios del arte de vender, escrito en 1917, se establecieron varias oficinas de consultoría, que desarrollaron su capacidad para establecer diagnósticos de las organizaciones comerciales en su totalidad.

● **Comienza a ganar terreno la consultoría**
1920 - 1930

En los decenios de 1920 y 1930 la consultoría de empresas fue ganando terreno no sólo en los Estados Unidos y en el Reino Unido, sino también en Francia, Alemania, Checoslovaquia y otros países industrializados. Sus servicios eran utilizados principalmente por grandes sociedades mercantiles.

● **Impulso a la consultoría de relaciones humanas**
Approx. 1920

Elton Mayo, con su experimento de Hawthorne, dio impulso a la investigación y a la consultoría en la esfera de las relaciones humanas. Mary Parker Follett inició importantes trabajos de consultoría en la esfera de la administración de los recursos humanos y de la motivación

● **Aplicación del método del diagnóstico global y de la dirección general**
Approx. 1925

James O. McKinsey, que aplicó el método del diagnóstico global y de la dirección general a una empresa mercantil y estableció su propia oficina de consultoría en 1925. Actualmente es considerado como uno de los fundadores de la profesión de consultor

Preceden; Antecedentes históricos de la consultoría

●	Inicios de la consultoría en el sector público 1939 - 1945	La consultoría por cuenta de los gobiernos, y del ejército, desempeñó un papel importante durante la Segunda Guerra Mundial. Los Estados Unidos en particular comprendieron que la guerra planteaba un grave problema de gestión y que era esencial contar con los mejores expertos en gestión y dirección del país para ganar en el campo de batalla.
●	Auge de la consultoría 1943 - 1993	La reconstrucción de posguerra, la rápida expansión de las empresas unida a la aceleración de los cambios tecnológicos, la aparición de nuevas economías en desarrollo y la intensificación de la internacionalización de la industria, el comercio y las finanzas mundiales crearon oportunidades particularmente favorables y demandas de servicios de consultoría de empresas.
●	Primeras empresas consultoras en México Approx. 1950	Antes de esto las dependencias gubernamentales contaban con departamentos técnicos que realizaban sus proyectos y las empresas privadas recurrían generalmente a servicios de consultoría extranjera.
●	Aumento en los servicios de consultoría interna 1970 - 1980	El volumen y función aumento considerablemente en estos decenios. La consultoría interna ha pasado a ser un elemento regular en la etapa de la consultoría de empresas.
●	Fundación Camara Nacional de Empresas de Consultoría 19 de abril de 1985	Se funda en México la CNEC por Decreto en el Diario Oficial de la Federación
●	Aplicación de la consultoria en las PyMES 2001 - 2017	Se identifica la necesidad de orientación y acompañamiento en las Pequeña y Medianas Empresas

Preceden; Antecedentes historicos de la consultoria

B. Usos:

- **Utilidad:** La utilidad de nuestro cliente va a ser buena, ya que nuestro trabajo va a realizarse según lo que el quiere y las piezas sonoras o visuales serán puestas a disposición de uso según el tiempo que el requiera o se acuerde.

- **Capacidad:** Va a depender de la cantidad de empleados que estemos manejando y de los equipos tecnológico que dispongamos.
- **Complacencia del Usuario:** Se calcula que la complacencia se alta, ya que, al iniciar siempre un proceso, si el cliente lo requiere o le gustaría tomarlo se dará una asesoría personalizada ayudando a la planeación de su proyecto, de igual manera se trabajará bajo sus gustos y la calidad del trabajo será acorde al precio o a la categoría de contratación.
- **Confiabilidad:** Nuestra empresa es totalmente confiable, así como se pueden hacer tratos de contratación y entregas virtuales, no se deja de lado la ayuda personal o la atención al cliente, es decir una relación directa. De igual manera todos los participantes o trabajadores son personas calificadas para ejercer los trabajos requeridos.
- **Recordación:** La idea es que, al quedar satisfechos con el trabajo y el desempeño del empleado, nos tengan en cuenta para una próxima contratación y, por otro lado, con los derechos de autor en cada una de nuestras piezas nos lleguen más clientes.

C. Competencias:

- **Directas:**

- ✓ CMO PRODUCCIONES es una casa productora colombiana de cine, series de televisión, documentales y contenidos transmedia con 19 años de recorrido.
- ✓ ALTIPLANO GPS SAS es una empresa colombiana que maneja tres unidades de negocio producción, edición y posproducción en donde su público objetivo son: organizaciones, agencias de cooperación internacional o fundaciones.
- ✓ AUDIOVISUALES V.I.P VIDEO IMAGEN & PUBLICIDAD es una empresa colombiana con sede en Bogotá y con una amplia RED de representantes en todo el país dedicada al diseño,

preproducción, producción, post producción de productos audiovisuales.

Estas empresas ofrecen algunos de los servicios que tiene la mía, y la mayoría de estas con una experiencia alta en años, sin embargo, ofrecen productos más generales, es decir producciones enteras.

Indirectas

- ✓ 2.35 DIGITAL (laboratorio especializado en procesos digitales para la postproducción y finalización de imagen)
- ✓ 3DA2 ANIMATION (se encarga de realizar cortometrajes en animación 3D y 2D como herramientas concretas para narrar historias emotivas, generar y compartir información y conocimiento, entretener y divertir)
- ✓ Canal RCN, Canal CARACOL, City Tv, Señal Colombia.

Estas empresas por un lado son mi competencia indirecta, ya que sacan al mercado contenido como lo espera hacer mi consultora, pero, también son clientes a los que les puedo ofrecer mis servicios de contratación.

- **Barreras de entrada de nuevos competidores en el sector:**

El precio de mis servicios no será tan elevado como se acostumbra en la mayoría de las empresas, de igual manera para cierta etapa de la empresa, se presupuesta tener un reconocimiento y posicionamiento debido a la variedad de servicios que se ofrece.

D. Sustitución:

En este caso, como el servicio principal es el de brindar personal calificado, otro servicio sustituto sería el del alquiler de equipos tecnológicos y la venta o lanzamiento de contenidos propios.

E. Complementariedad:

Como servicio complementario se ofrecen las asesorías personalizadas en el tema bien sea si van a trabajar con nosotros o aparte para mejorar o construir más ese tratamiento visual esa idea, producción o campaña, que tiene nuestro cliente en mente.

2.4 EVALUACIÓN NATURAL DEL ENTORNO

2.4.1 Factores políticos y legales:

- Obtener la certificación negativa que le acredite a mi empresa la exclusividad y no existencia de otra sociedad con el mismo nombre.
- En caso de una inversión o que la empresa se construya con algunos socios realizar el capital social que se constituye con los aportes iniciales de los socios, dinerarios o no dinerarios, para que la sociedad desarrolle los negocios que constituyen su objeto social.
- Hacer formal la creación social ante notario en el que los socios firman la constitución de la sociedad.
- Sacar el Número de Identificación Fiscal (NIF) el cual Es el número o código que se utiliza para identificarse ante las autoridades fiscales o tributarias del país.
- Hacer los registros de patente de la marca y nombre de la empresa y de todas las piezas propias que se saquen, de igual forma los derechos de autor en otros trabajos con diferente empresa.

2.4.2 Factores Económicos, Sociales y demográficos:

Factores Económicos

Para la consultora el factor que va a determinar el precio de mi servicio se definirá a partir del nivel de estudio que tenga el trabajador según Red de Comunidades de Egresados, dividiéndolo por las horas que le invierta al proyecto, de igual forma influye lo acordado con la empresa que va a pagar por el servicio y el porcentaje que se queda la consultora.

Otro factor es la inflación ya que no solo se planea trabajar en el país, sino que también se pueden hacer contrataciones externas las cuales se cobrarán en dólares.

Factores sociales (Macroambiental)

1. Grado de formación del consumidor:

Como pre requisito mínimo debe haber terminado la tecnología.

2. Aspectos culturales

No influyen de ninguna manera ni su vestimenta, ni apariencia, ni gustos, solo que maneje el respeto y el buen ambiente laboral.

3. Aspectos sociológicos:

Solo con las apruebe los análisis psicológicos en la parte de gestión del talento humano basta, ya que con ellas se puede prevenir contratar personas con desviaciones de personalidad o con latentes trastornos y evitar conflictos y un mal rendimiento laboral.

4. Seguridad ciudadana:

No debe tener antecedentes legales y debe brindarle total seguridad al trabajador que contrate.

5. Conductas de consumo:

Todo se limita a partir de la disponibilidad de trabajadores y recursos que tengamos y el tiempo que dé el cliente para entregar el trabajo final.

6. Distribución geográfica:

Puede estar en cualquier lado del mundo si requiere una pieza que se pueda enviar, pero si requiere personal en su lugar de trabajo solo en Colombia durante la primera etapa de la empresa.

Factores Demográficos (Macroambiente):

Estos factores afectan a mi servicio en cuando a los trabajadores de mi empresa. Deben ser mayores de edad, con su carrera profesional terminada, no importa el sexo pueden ser de cualquier nacionalidad (pero se le dará prioridad si es colombiano) pero deben residir en Colombia. Nos interesan sus ingresos, ya que debe pagar por estar en nuestra aplicación/plataforma de empleo.

A. Análisis de riesgos:

Siempre existe el riesgo con el material a entregar, pueden presentarse inconvenientes con la pérdida total del producto, problemas con el tiempo de entrega y con la satisfacción con el cliente. Por otro lado, los daños de los equipos tecnológicos de trabajo que retrasen y molesten la producción de las piezas.

- **Cambios tecnológicos:**

La empresa se enfrentará a cambios tecnológicos constantes, la aplicación para que nuestros clientes contraten a nuestro equipo de trabajo estará en actualizaciones constantes para facilitar todo, de igual forma los equipos tecnológicos para realizar nuestro trabajo y hacer el alquiler deben irse actualizando

CAPITULO II

3. EL MERCADO

3.1 Estudio de mercado:

Tan solo en Bogotá hay registradas 8.991 empresas dedicadas a la producción audiovisual, dejando de lado, otras empresas de nuestro interés como agencias publicitarias, productoras musicales etc.

Según un artículo de este año de la revista Semana “En el país hay 65 programas de educación audiovisual en los que 3.200 personas finalizan sus estudios cada semestre. La industria del cine ha crecido en los últimos años, pero todavía no está preparada para absorber toda la oferta laboral”. Es nos dejaría un total de graduados de 6.400 al año aproximadamente de personas relacionadas con este ámbito laboral, es por eso que La Consultora de Realizadores Audiovisuales es un proyecto viable para ayudar a personas que no pueden ejercer en su carrera, dándoles un espacio de trabajo o llevándolos a otro, haciendo crecer la industria.

3.1.1 Objetivo General del estudio de mercado:

- ✓ Conocer si las personas graduadas en una carrera audiovisual que estén desempleadas pagarían por estar en una aplicación para conseguir trabajo.

3.1.2 Objetivos específicos:

- ✓ Investigar cuantos desempleados de carreras de nuestro interés hay en Colombia.

- ✓ Realizar encuestas que nos proporcionen información para saber la variabilidad el proyecto.
- ✓ Investigar los problemas que presentan las empresas de nuestro interés al contratar empleados.

3.2 Definición del producto, bienes o servicios que se desarrollarán:

Por medio de una aplicación/plataforma ayudar a las empresas de producción audiovisual, musical y agencias publicitarias o diferentes empresas que requieran material de este tipo a brindarles el personal adecuado para que satisfagan su necesidad. No solo habrá personal, sino que también encontrarán material y recursos para diferentes fines. También habrá asesorías para realización de proyectos y ventas de producciones propias para canales de televisión o para otros.

3.3 Nombres, Marcas, logotipos, emblemas, slogan.

A. Nombre:

Beginning Consultora Audiovisual

B. Marcas:

BEGINNING

C. Logotipos:



BEGINNING
CONSULTORA AUDIOVISUAL

Diseño propio

D. Emblemas



Diseño propio

E. Slogan

Donde trabajamos por tu estabilidad.

3.4 Definición y Descripción

3.4.1 Investigación de mercados:

- **Producto / Servicio:** Contratación de empleados con conocimiento para realizaciones de piezas audiovisuales.
- **Precio:** 1'500.000 al mes (Puede variar depende de la contratación que se haga y del nivel de estudio y experiencia del empleado)
- **Plaza:** Tiene alcance universal por trabajos enviados a distancia, pero a nivel presencial principalmente en Colombia.
- **Promoción:** Divulgar diferentes trabajos realizados por personas que Hagan parte de la empresa, y entrándole al cliente con diferentes propuestas encimándole otros servicios.

3.4.2 Determinación de la muestra de mercado:

Personas que estudien en universidades de Bogotá carreras de interés a mi empresa.

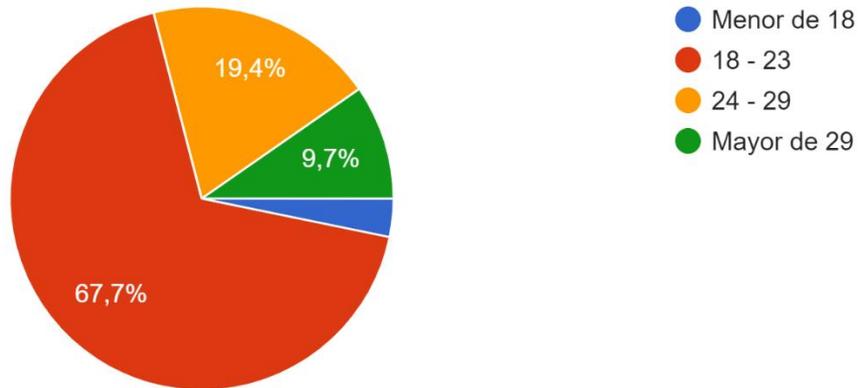
Herramientas de recolección:

Encuesta por internet en Google.

3.4.3 Conclusiones de la muestra:

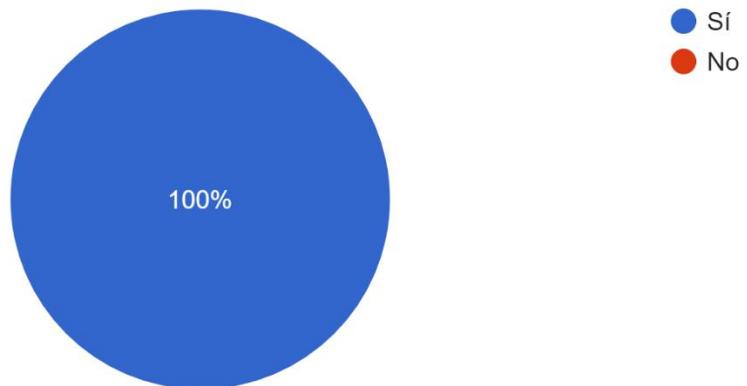
1. ¿Qué edad tiene?

31 respuestas



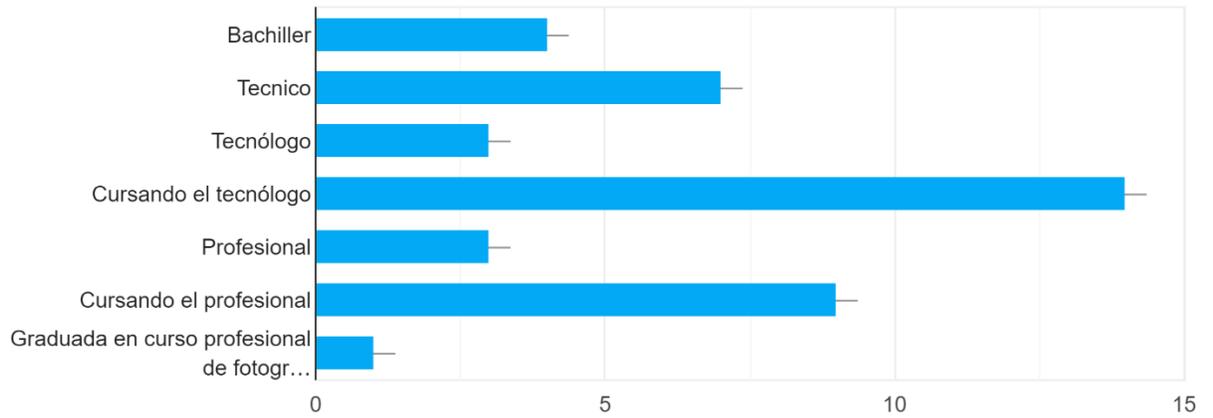
2. ¿Reside en Bogotá?

31 respuestas



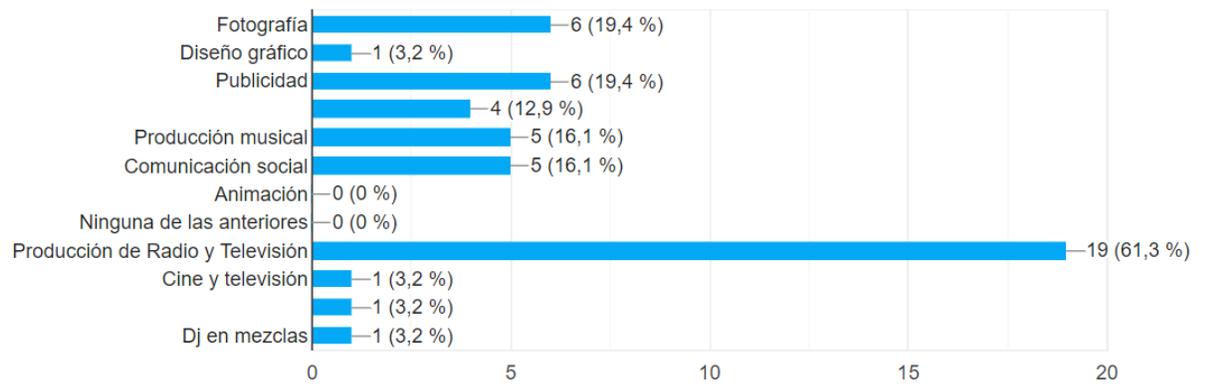
3. ¿Cuál es su nivel de estudios?

31 respuestas



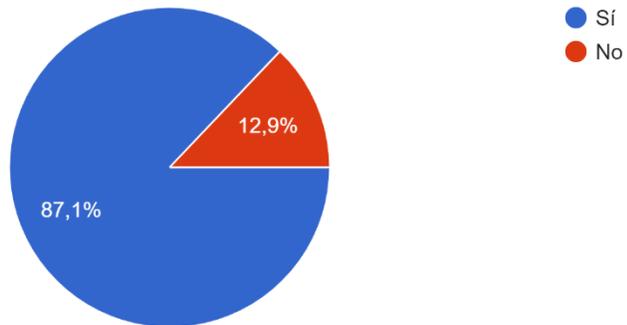
4. Estudia o ha estudiado alguna de las siguientes carreras

31 respuestas



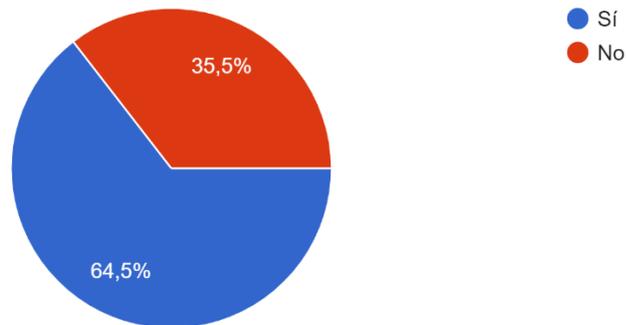
5. ¿Ha sido difícil para usted encontrar un empleo en el que pueda aplicar lo que ha aprendido y lo que le gusta?

31 respuestas



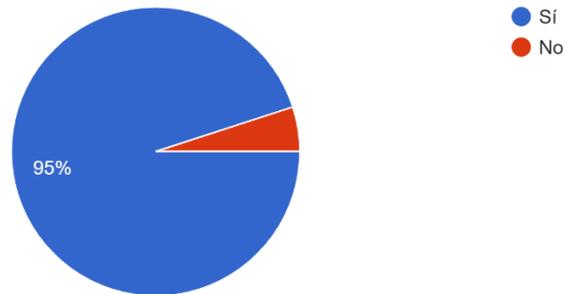
6. ¿Estaría dispuesto a pagar por estar en una aplicación / plataforma que le ayude a conseguir contrataciones en las que se pueda desenvolver en lo que le gusta?

31 respuestas



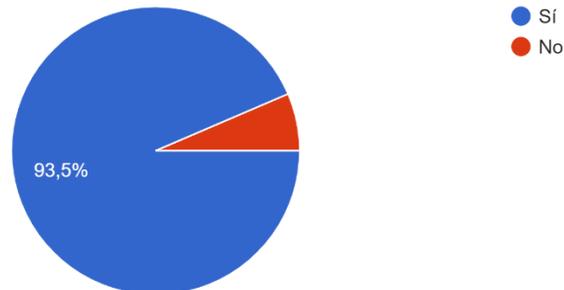
7. ¿Le daría autorización a la plataforma / aplicación de publicar una muestra de su trabajo y alguno de sus datos creando un portafolio que ayude a una contratación ?

20 respuestas



8. ¿Cree usted que es viable crear una empresa que busca reunir un grupo amplio de personas con profesiones diferentes que ayuden y hagan creación ...rvar el trabajo de él y realizar una contratación?

31 respuestas



Lo que podemos observar es que muchos de los encuestados coinciden en lo difícil que es conseguir trabajo en cualquier profesión de este medio, y a pesar de que muchos aún le temen a realizarle pagos a este tipo de plataformas porque no fían en su honestidad, la mayoría si esta dispuesta. Por último, en cuanto a la propuesta de la empresa como tal, ubicada en la última pregunta de la encuesta, casi el 100% cree en la viabilidad el proyecto.

3.5 Usos y Usuarios

- A. Usos:** Principalmente para ayudarle a las personas que estudian este tipo de carreras a conseguir empleo y ayudar a crecer el negocio de creación de contenidos en Colombia
- B. Usuarios:** Hay dos, los primeros son todos aquellos que necesitan de mi empresa para conseguir empleo en su profesión y para las empresas que necesiten personal para realizar dichas actividades. Al pagar por estar en la aplicación se le va a incluir gratis la asesoría en la hoja de vida y la creación de su portafolio.
- C. Poder de negociación:** Para la persona que solicite estar en mi aplicación o plataforma le va a convenir mucho porque de esta manera puede conseguir no solo una contratación, sino que muchas y de igual forma lo van a ir conociendo en el medio.

Para el cliente que solicite personal le brindaremos gratis la primera asesoría del proyecto o la idea que quiere generar, con el tiempo si adquiere varios empleados de diferentes talentos le podemos enviar uno que corre por cuenta de la empresa.

3.6 Factores de competencia

A pesar de que ya existen plataformas que ayudan a las personas a conseguir empleo, consultoras que asesoran a diferentes negocios y empresas dedicadas a alquilación y ventas de equipos, no se han unificado estas ideas incrementando la creación de contenidos, la inversión en publicidad y de igual manera implementar la propia producción de piezas y contenidos.

3.7 Aprovechamiento de insumos o apoyo técnico:

En la primera etapa será por medio de una aplicación y la distribución o la manera en la que se va a dar a conocer es por medio de publicidad en las redes sociales, con afiches cerca de las universidades y de igual manera de la

ubicación de las empresas productoras que puedan requerir de mis servicios. Para esto voy a necesitar de un software para crea la aplicación y de equipos como computadoras e impresoras con sus programas para hacer la publicidad.

3.8 Proveedores internos y externos:

- A. Internos: Empleados del área de sistemas y programación
- B. Externos: En otra etapa más avanzada de la empresa, para el alquiler y venta de equipos se necesitará un proveedor de tecnología para que me venda estos.
- C. Poder de negociación con los proveedores: Al hacer pedido de equipos se solicitará un encime u obsequios en accesorios de los mismos, por otro lado, en cuanto a la programación pedir alguna revisión o actualización con rebaja después de cierta cantidad.

3.9 Estacionalidad del mercado:

Pues casi no afecta tanto ya que todo el tiempo están sacando producciones de televisión, cine y campañas publicitarias de diferentes productos, también las empresas están implementando juegos propios para los espacios de receso de sus empleados y así diferentes trabajos. Sin embargo, en temporadas como diciembre, suelen hacer más campañas publicitarias, en cuanto a tecnologías, juguetes y demás por la cuestión de la navidad, de igual forma a inicio de año, lanzan campañas nuevas y diferentes proyectos televisivos que van a desarrollar a lo largo del año.

4. PODER DE COMPRA:

“En este momento, los hogares del país destinan el 50,1 por ciento de los gastos a servicios y el restante 49,9 por ciento a la compra de bienes”. Esto según El tiempo en un análisis que hizo el 3 de mayo del presente año. “Hoy los consumidores

destinan parte importante de sus ingresos para la compra de artículos para mascotas, el contenido en streaming de plataformas como Netflix y Spotify, la adquisición de medios de transportes alternativos (bicicletas, motos entre otros) y los juegos en línea.”. Según un artículo de la revista Dinero realizado el 17 de mayo de este año.

Los datos anteriores nos reflejan que uno hay demanda de contenido visual, actualmente la gente consume mucho las plataformas de Netflix, HBO, YouTube y demás, lo cual nos beneficia ya que así mismo se puede competir con la creación de contenido generando trabajo para los realizadores de diferentes campos.

4.1 Rango de precios:

La gente que se encuentra desempleada suele invertir en asesorías para la hoja de vida las cuales valen 80.000 pesos como lo es en Empleo, y también pagan por una plataforma para conseguir empleo alrededor de 270.000 pesos por un año como lo hace Viapic.

Teniendo en cuenta lo anterior La Consultora de Realizadores Audiovisuales maneja sus costos de la siguiente manera:

- Estar en la plataforma durante seis meses + la asesoría de la hoja de vida: 120.000
- Estar en la plataforma durante un año + la creación del portafolio + asesoría de la hoja de vida: 193.600

4.2 Comportamiento de la clientela:

El servicio que ofrece la plataforma no es un servicio en el que se invierta con frecuencia como en el caso de la asesoría, sin embargo, hay mucha demanda y más aún cuando son de diferentes profesiones. Por otro lado, hay otros servicios que ofrece la empresa, como el alquiler de equipos que si suele ser frecuente en una empresa o en una persona.

4.3 Ciclo de vida del producto o del servicio:

- **Introducción:** Divulgación de la empresa y los servicios que ofrece para los dos tipos de clientes, empleados y empresas.
- **Crecimiento:** Ya hay contactos con las empresas y el sistema empieza a ser efectivo y a dar resultados.
- **Madurez:** La empresa ha empezado a conseguir ganancia así que la invierte para prestar los otros servicios, como lo son el alquiler de equipos y estudios.
- **Declive:** La competencia puede aumentar, los trabajadores pueden irse a conseguir contrataciones fijas con otras empresas y entrar en crisis la mía. La manera en la que se saldrá de esta fase y se volverá a generar ganancia es montando en esta fase la productora propia, así se dejará de depender un poco de las grandes empresas y se le podrá ofrecer más estabilidad al empleado.

4.4 Zonas de áreas potenciales del mercado:

Realmente no existe una zona estratégica específica, ya que gran parte se puede manejar por medio de la plataforma o pueden contactarnos por teléfono a excepción de las asesorías que, si requieren ser personales, sin embargo, hablando de una manera en general, podríamos ubicar la empresa en las ciudades principales del país, en el centro de ellas, cerca de universidades, en donde sea un punto medio para que las personas lleguen fácilmente.

4.5 Tipología del mercado:

- **Mercado de competencia perfecta:**

Empleo.com: Es una empresa que ya tiene reconocimiento en Colombia, ofrece asesorías para la crear u mejorar la hoja de vida, ofrece tutorías sobre cómo encontrar empleo y ya ha adquirido reconocimiento en el país.

Computrabajo.com: Es una plataforma líder en Latinoamérica dando ofertas laborales, reducidas en las categorías de ventas, administrativos, ingenieros y gerentes.

- **Mercado monopolista:**

Un claro caso de este tipo de mercado nacional en cuanto a temas de producción son los canales grandes como RCN y CARACOL, ya que en cuanto a materia prima tienen equipos y tecnología que ayuda a la creación de su contenido, de igual forma los años que llevan al aire. A nivel internacional se encuentra Primo que tiene agencia en Argentina, Brasil, Chile y España, ganadora

LAS 10 MEJORES CONSULTORAS DEL MUNDO		
Posición	Nombre	Sede
1	Accenture	Irlanda
2	A.T. Kearney	Estados Unidos
3	Bain & Company	Estados Unidos
4	The Boston Consulting Group	Estados Unidos
5	Deloitte Consulting	Estados Unidos
6	Ernst & Young Advisory Services	Reino Unido
7	IBM Global Business Services	Estados Unidos
8	KPMG (Consulting Practice)	Holanda
9	McKinsey & Company	Estados Unidos
10	PricewaterhouseCoopers Advisory Services	Estados Unidos y Reino Unido

Fuente: FORBES

Accenture cuenta con más de 469.000 empleados en 120 países entre ellos Colombia y tienen conocimiento alrededor de 40 campos diferentes una

estabilidad con sus clientes de 10 años aproximadamente poniendo una barrera fuerte.

- **Mercado de competencia imperfecta:**

Aquí hay un amplio campo de competencias ya que muchas ofrecen servicios similares a los que ofrece mi empresa, unos ejemplos de esto pueden ser:

Perspectiva Social Laboratorio Creativo: Son un laboratorio integral de comunicación enfocado en la generación de estrategias y tácticas en los campos de la comunicación organizacional, el desarrollo digital, la producción audiovisual, gráfica y el marketing deportivo.

AUDIOVISUALES V.I.P VIDEO IMAGEN & PUBLICIDAD: Se dedicada al diseño, preproducción, producción, post producción de productos audiovisuales. Estas empresas ofrecen los mismos servicios que los míos, sin embargo, no hay ninguna existente que unifique todos los que se van a ofrecer en la Consultora de Realizadores Audiovisuales. Por otro lado, los compradores y vendedores son tan numerosos que ningún comprador ni vendedor puede influir en el precio del mercado.

4.6 Diferenciación entre el producto y el servicio

Ya que el servicio principal es brindarle la posibilidad a un profesional de conseguir una o varias contrataciones en el medio de la comunicación y la producción audiovisual por medio de una plataforma en la que se brinda la posibilidad asesorar al cliente en su hoja de vida y la creación de un portafolio creativo. Eso es de lo que carecen muchas consultoras, no tienen campos que ayuden o asesoren a toda esa cantidad de jóvenes desempleados que han elegido alguna de las carreras que se van a tratar.

Otro punto es el de la unificación de servicios en la empresa, las asesorías como se nombraban anteriormente, la venta y alquiler de equipos de alta tecnología y

estudios adecuados para diferentes fines, y por último la producción de piezas audiovisuales.

4.7 Política del precio o tarifas:

En cuanto a las asesorías no hay un margen establecido por la ley que limite un precio, pero la empresa buscará intervenir por un pago justo a cada uno de los empleados que consigan una contratación el cual no debe ser menos que lo se estipula en la Red de Comunidades de Egresados, el cual califica lo que debe ganar una persona según su nivel de estudio.

4.8 Estrategias de Venta:

Se va invertir en publicidad por las áreas de las universidades y cerca de las locaciones en donde se encuentran las productoras o canales ofreciéndoles nuestro servicio y se hará spam en las redes sociales brindándoles descuentos u obsequiándoles algo, esto en cuanto las ventas indirectas y respecto a la manera directa se buscará el contacto de manera personal ofreciéndole a nuestro cliente también alguna promoción para que pruebe nuestros servicios.

4.9 Distribución de mercado

La manera en la que se va a distribuir va a ser directa, así me va a beneficiar a mi como empresa y a mi cliente, ya que reduce gastos y el tiempo de entrega, eso se aplicaría en la realización de piezas por lo que se manejan digital en su mayoría se pueden enviar por internet en el formato que se acuerde, a menos de que el cliente solicite el servicio de impresión, de esta manera se llevará el trabajo culminado a la dirección acordada. En cuanto a las asesorías el cliente debe ir al punto en el que se encuentre la sede de la empresa, y por último en la compra y alquiler de equipos de se hará de la manera en la que el cliente prefiera, si el mismo recogerlo o hacer domicilio haciendo pago contra entrega en el caso de compra.

4.10 Estrategia de comunicación:

- Ir a lanzamientos de producciones de cine, de series y a exposiciones de fotografías para dar a conocer el servicio que se presta.
- Realizar alianzas entre personas de diferentes profesiones para que hagan parte de la plataforma / aplicación.
- Hacer un lanzamiento oficial de la empresa con la aplicación e invitar personas que puedan adquirir el servicio.
- Constante publicidad en redes y sectores específicos.
-

CAPÍTULO III

5. ASPECTOS TÉCNICOS Y FINANCIEROS.

5.1 Estudio técnico del proyecto

A. Estructura organizacional:

- Área de sistemas, en donde se encontrarán personas especializadas en el manejo de los equipos y programadores para la actualización y ayudas de la plataforma / aplicación.
- Profesionales líderes por cada carrera que se encargaran de revisar y calificar el talento de las personas que quiera registrarse en la plataforma.
- En la parte de consultorías se van a encontrar grupos de personas trabajando en equipo de carreras como; economía, administración, contabilidad, ciencias políticas, informática o comunicación.
- Un contador para mantener las finanzas de la empresa según lo determinado.
- Un gerente, el cual se va a encargar de supervisar los cargos, el desempeño de los empleados y el trabajo que se le entregue al cliente.
- Publicistas los cuales se van a encargar de realizar todo el material para su distribución y conocimiento.

B. Direccionamiento Estratégico:

Misión: Asesoramos profesionales del campo audiovisual. Operamos como intermediarios.

Visión: Ampliar nuestro modelo de contratación en el medio audiovisual en el mercado internacional

Objetivos Generales:

- Dar a conocer la aplicación a aquellas empresas de interés que puedan requerir de los servicios de contratación de personal.
- Generar alta satisfacción en las asesorías de hojas de vida, siendo asertivos en lo que requieren las empresas.
- Disminuir la cifra de desempleo en profesiones del medio audiovisual.

Objetivos Específicos

- Conseguir contactos con empresas productoras.
- Generar confiabilidad a mis clientes.
- Contratar y conseguir contrataciones de diferentes carreas.
- Implementar más servicios.

C. Tamaño del producto:

El tamaño de mi servicio abarcará un gran número de personas atendidas, en cuanto a asesorías y servicio de la plataforma, de igual manera se planea enviar trabajos o piezas a distancia, es decir cubrir público fuera de la ciudad y del país.

5.2 Requerimientos técnicos tecnológicos y científicos

Se requiere de un software y un programador para la consolidación de la App, en cuanto a lo técnico habrá computadores con un procesador AMD actualizado,

discos sólidos y discos de almacenamiento para la actualización de la aplicación, guardar los archivos de los clientes y la creación del portafolio de los mismos.

Mano de obra directa:

Cineastas, camarógrafos, editores, publicistas, productores audiovisuales, productores musicales, diseñadores gráficos, fotógrafos, comunicadores sociales.

Localización de la planta o actividad económica:

Internet, y su sede principal será en el centro de Bogotá.

Precisión de inversiones y gastos iniciales:

- Principalmente se piensa invertir en la creación de la plataforma la cual tiene un presupuesto de 20 millones de pesos
- En publicidad el presupuesto de es 10 millones de pesos.

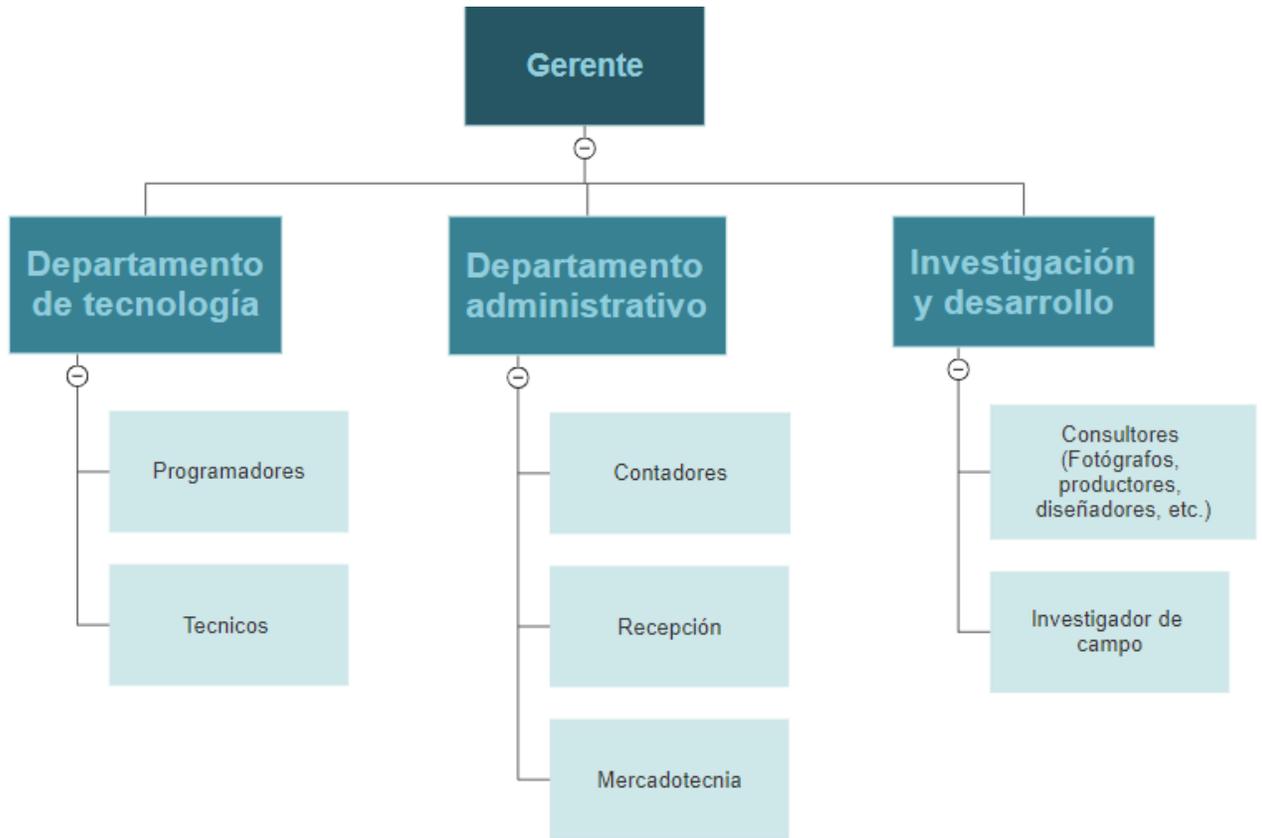
De esta manera se empieza el proyecto desde cero, y con las ganancias se va a ir reinvertiendo en el resto.

¿EN QUÉ SE INVIERTE?	¿CUÁNTO SE INVIERTE?
En los empleados iniciales	45 millones de pesos
Creación de la aplicación	82 millones de pesos
Lugar donde se ubicará la empresa	26 millones de pesos
Publicidad en redes sociales y en la calle	10 millones de pesos

a. Estudio técnico del proyecto:

A. Estructura organizacional:

Organigrama



Cargos y funciones del personal:



Tamaño del producto o tamaño óptimo:

La capacidad de personas atendidas por día será 120, suponiendo que se aparten asesorías todo el día a todos los asesores, ya que por cliente en la asesoría de hoja de vida y proyectos es de una hora máximo y el total de los asesores personalizados es de 15 en un horario de 8 horas, esto arrojaría ese resultado. Así mismo se da el espacio en la aplicación y el tiempo de contratación sería indefinido.

5.3 Planes Generales

NO APLICA

5.4 Mano de obra directa

La mano de obra directa vendría siendo aquellas personas que realicen la aplicación ya que va a ser el medio por donde se va a prestar el servicio: ingeniero de sistemas o ingeniero electrónico, pero con énfasis en programación. Así mismo, requiero de los asesores en cada profesión a incluir en la empresa: Diseñadores gráficos, publicistas, productores musicales, productores audiovisuales, fotógrafos.

5.5 Localización de la planta o actividad económica

La planta en la que se harán las asesorías debe estar ubicada en el centro de la ciudad para tener cercanía con universidades y sector laboral, pero no solo eso, sino que también para que puedan acudir a nosotros personas de diferentes lados de la ciudad.



OFICINAS FLEXIBLES EN BOGOTÁ, AV. CHILE TORRE A

Carrera 7 No 71 - 21, Torre A, Piso 5, Bogotá, Cundinamarca

El Centro de Negocios está localizado en el corazón de la Av. Chile, en el complejo de oficinas denominado Bancafé, en el piso 5º de la Torre A. La torre de oficinas da a la calle 72 con vistas inigualables hacia los cerros y a la ciudad en general.

La zona de negocios de la Av. Chile es indudablemente el sector con la mejor infraestructura, instalaciones y servicios en Bogotá. Otros edificios clave de oficinas en este corredor son los bancos de inversión, compañías de Fortune 500 y embajadas. Los clientes en este nuevo centro propuesto por se encuentran a corta distancia de hoteles de primera clase, como JW Marriott y Hilton.

Exclusivos restaurantes, tiendas y apartamentos de lujo están a poca distancia.

Servicios públicos: Luz \$280.000/ Agua: 420.000/ Gas: No aplica.

5.6 Precisión de inversiones y gastos iniciales

Personal: 5 Asesores por profesión (15) 43.265.310

Aplicación: \$82.350.000

Posicionamiento - Publicidad: \$3.000.000

Lugar de trabajo: \$26'800.000

Gastos Preoperativos:

Publicidad en redes: \$500.000 Facebook Instagram

Capacitación: \$2.000.000

Servicios públicos: Luz \$280.000/ Agua: 420.000/ Gas: No aplica.

Arriendo: \$26'800.000

Investigación de campo: \$ 3'000.000

Internet y telefonía: \$259.000

Gastos generales:

Arriendo: \$26'800.000

Salarios: Administración/ Asesores/ Sistemas/ Publicidad y mercadotecnia/ Recepcionista: \$71.107.035

Seguros: ARL \$ 710.200

Personal: Depende de la demanda de se contrata más asesores

Inversiones iniciales

Personal: 5 Asesores por profesión (15) \$43.265.310

Aplicación: \$82.350.000

Posicionamiento - Publicidad: \$3.000.000

Lugar de trabajo: \$26'800.000

CAPÍTULO IV

6. ASPECTOS LEGALES

6.1 Diligencias Cámara de comercio

Paso 1:

Las razones para crear la consultora de realizadores audiovisuales, es porque aquellas personas que deciden estudiar una carrera relacionada al mundo de la producción y lo audiovisual no logran conseguir empleo o contrataciones fácilmente para ejercer en su profesión. Lo que provoca, es que se refleje que en el país la creación de contenido es poco comparado a otros países y no se llega a tener conocimiento internacional.

Paso 2:

- ¿Esa idea resuelve una necesidad insatisfecha: Sí, se nombra con anterioridad
- ¿Su idea ya existe? Existen consultoras, pero no especializadas solo en profesiones artísticas/audiovisuales
- ¿Cuál es el producto o servicio? Por un lado, se ofrece el servicio de asesoramiento en hojas de vida y proyectos presencialmente, y por el otro, el servicio de contratación de personal por medio de una aplicación (Todo en el ámbito audiovisual)

- ¿Fabricar o comercializar? Ambas; fabricación de la aplicación, comercialización del servicio.
- Analice oportunidades de mercado para su idea: ¿quiénes son los clientes? Profesionales o tecnólogos, y empresarios que requieran de personal de acuerdo involucrado en el medio.
- ¿Cómo llegar a ellos? Por medio de publicidad en redes y promoción directa.
- ¿Cuál es el valor diferencial que tiene el producto frente a los ya existentes en el mercado? La manera en la que se distribuye la aplicación, como se puede apartar las citas por ella según la profesión que tenga el cliente y la asesoría que requiera. De igual forma, como los empresarios pueden tener una información detallada y concreta del postulado al puesto incluyendo un portafolio de sus piezas que organizará la consultora.

Paso 3:

Competencias:

CMO PRODUCCIONES Bogotá (Colombia): Estas empresas ofrecen algunos de los servicios que tiene la mía, y la mayoría de estas con una experiencia alta en años, sin embargo, ofrecen productos más generales, es decir producciones enteras. Aparte de eso, ninguna ofrece algún tipo de ases una empresa colombiana que maneja tres

ALTIPLANO GPS SAS Bogotá: unidades de negocio producción, edición y posproducción en donde su público objetivo son: organizaciones, agencias de cooperación internacional o fundaciones.

Computrabajo.com Latinoamérica: Estas plataformas que ayudan a las personas a conseguir empleo pasando su hoja de vida, manejan diferentes profesiones en general, pero no se basan solo en una por lo cual no brindan una asesoría personalizada y eficaz.

Propuesta de valor: Como se nombraba con anterioridad, la consultora esta específicamente concentrada en profesiones involucradas en el medio, lo innovador es que busca por medio de la plataforma reformar completamente la manera en la que se realizan las contrataciones en el medio haciéndolo rápido y eficaz, ayudando a bajar los índices de desempleo.

Potencial en el mercado: Tan solo en Bogotá hay registradas 8.991 empresas dedicadas a la producción audiovisual, dejando de lado, otras empresas de nuestro interés como agencias publicitarias, productoras musicales etc.

Según un artículo de este año de la revista Semana “En el país hay 65 programas de educación audiovisual en los que 3.200 personas finalizan sus estudios cada semestre. La industria del cine ha crecido en los últimos años, pero todavía no está preparada para absorber toda la oferta laboral”. Es nos dejaría un total de graduados de 6.400 al año aproximadamente de personas relacionadas con este ámbito laboral, es por eso, por lo que La Consultora de Realizadores Audiovisuales es un proyecto viable para ayudar a personas que no pueden ejercer en su carrera, dándoles un espacio de trabajo o llevándolos a otro, haciendo crecer la industria.

Paso 4:

Definición del servicio que se desarrollará:

Por medio de una aplicación ayudar a las empresas de producción audiovisual, musical, agencias publicitarias o diferentes empresas que requieran del personal que ofrece la consultora a facilitar y agilizar el proceso de contratación a su gusto y necesidad. Pero no solo ayudará en ese ámbito, si no que de igual forma habrá asesorías para realización de proyectos y de hojas de vidas de manera presencial incluyéndolo en nuestra aplicación (si eso desea) ayudándolo con el proceso del cliente.

Paso 5:

Forma jurídica adecuada para registrar la empresa: Persona natural ya que soy responsable personalmente de las deudas y obligaciones de una empresa, pero así mismo puedo ejercer todos los derechos y obligaciones de la empresa.

CAPÍTULO V

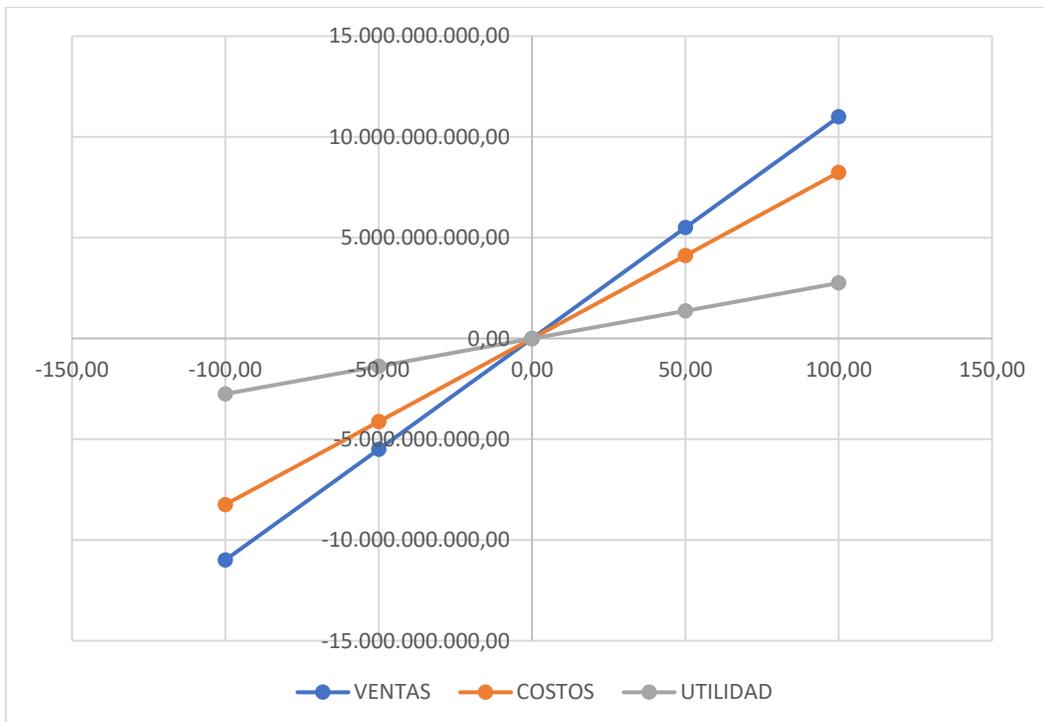
7. FACTIBILIDAD FINANCIERA:

TIPO	ELEMENTO	COSTO UNITARIO	FUENTE
MATERIA PRIMA	APLICACIÓN	82.350.000,00	YEEPLAY
INSUMOS	RESMAS	5.000,00	PAPELERIA AGAPE
	TINTA	50.333,33	PAPELERIA AGAPE
	ESFEROS	416,67	PAPELERIA AGAPE
	TALONARIOS	7,81	PAPELERIA AGAPE
MAQUINARIA Y EQUIPO	COMPUTADORES	442,42	AMAZON
	ESCRITORIOS	50,31	ALKOSTO

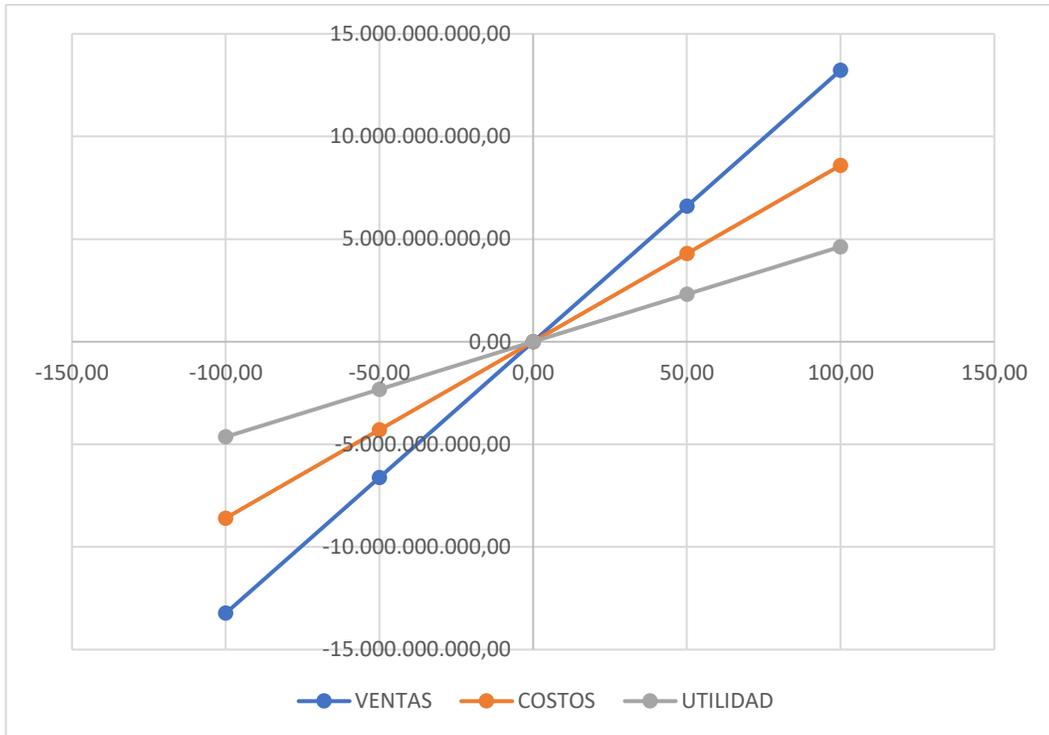
	SILLAS DE ESPERA	14,11	MERCADO LIBRE
	TELEFONOS	3,90	MERCADO LIBRE
	IMPRESORAS	19,49	AMAZON
SERVICIOS	ARRIENDO	400,03	BANCAFÉ (PISO 5)
CRÉDITO	CREDITO LIBRE INVERSION	2.319,18	BANCO POPULAR

7.1 Punto de equilibrio

Año 1



Año 2



7.2 Gastos de constitución:

Pagar por estar en Play store: \$180.500

Derechos de autor: \$385.000

7.3 Entradas del Efectivo

Suponiendo que la empresa llegue al límite de personas atendidas al día, en total serían 120 personas, ósea que el mes serían 2880 personas que pagarían el servicio de la asesoría en 116.948, dando un total de ingresos de \$336.810.240. Pero Asumimos que al iniciar la empresa y mientras se da a conocer estipulamos solo un 15% del total de estas personas, siendo atendidas 432 al mes. Con el tiempo, el porcentaje de clientes va subiendo debido a que se llegará a más

personas, así para el segundo año se estipula que el número de clientes atendidos será del 60% es decir 1728 cliente por mes.

8. FLUJO DE TESORERÍA:

Flujo de tesorería proyectado	0	1	2
Ingresos			
Aportes Socios	25.000.000		
Créditos Obtenidos	250.000.000		
Cuentas por cobrar		126.618.158.867	193.026.178.435
Total Ingresos Operativos	275.000.000	126.618.158.867	193.026.178.435
Egresos Operativos			
Compra de Activos	36.648.500		
Proveedores		73.776.301	127.428.029
Gastos de Administración y ventas		12.661.815.887	19.302.617.843
Pago Crédito		80.150.822	80.150.822
Impuesto a la Renta			45.537.020.640

Total Egresos	36.648.500	12.815.743.010	65.047.217.334
Saldo en Caja	238.351.500	113.802.415.857	127.978.961.101
Caja inicial	-	238.351.500	114.040.767.357
Caja Final	238.351.500	114.040.767.357	242.019.728.458

8.1 Tabla beneficio costo

TASA	12,32%					
Año	0	1	2		VNA	
BENEFICIOS	-	158.272.698.583,55	201.714.548.397,74		300.802.939.853,17	B/C
COSTOS	15.000.000,00	86.795.648,40	134.598.448,53		198.965.855,98	

8.2 Valor presente neto

TIO 12,32%

Periodo	Ingresos	Egresos	FNE
0	250.000.000		0 250.000.000

1	158.272.698.584	86.795.648	158.185.902.935
2	201.714.548.398	134.598.449	201.579.949.949

VPN

\$300.368.973.997,19

TASA INTERNA DE OPORTUNIDAD - TIO	
TIO = DTF – IPC + i ₁ + i _e	
dtf - (depósito a término fijo)	5,32%
ipc - (índice precios al consumidor)	3,49%
i ₁ = tasa esperada por el inversionista	5,49%
i _e = tasa esperada por le empresario	5,00%
TIO	12,32%

8.3 Solicitud de crédito

cuota crédito	Va	\$ 250.000.000	crédito
	i	1,70%	tasa interés mensual
	n per	60	número de periodos
		55660,29	Valor por unidades proyectadas a vender por mes y se carga en el costo al vr por

			docena, respecto de la cuota mensual a pagar del crédito
	pago	(\$ 6.679.235,16)	valor cuota mensual

CONCLUSIONES

A lo largo de la construcción de este trabajo, se ha realizado una investigación exploratoria, buscando estudiar un problema que aún no está totalmente definido, en este caso es la causa de desempleo de las personas profesionales en carreras de producción audiovisual, así como las características de capital humano que prevalecen en la realización de contenidos comerciales por parte de la industria audiovisual en Colombia, con el fin de saber la competencia y viabilidad que tendría la empresa planteada en este proyecto.

De esta manera fue que se notó un vacío en el medio audiovisual en cuanto a la búsqueda y concretación para conseguir empleo en cualquier carrera a fin a la producción audiovisual, esto, por diferentes factores, poca visibilidad en las ofertas laborales, monopolización de las vacantes para un grupo selecto, poca visibilidad de las características que busca la industria audiovisual en Colombia en el capital humano y demás situaciones que se prestan para que muchos profesionales del medio no tengan un empleo relacionado a su carrera.

Es por esto que se puede afirmar; que la aplicación propuesta y el servicio que ofrece BEGINNING CONSULTORA AUDIOVISUAL es más que conveniente y viable para una construcción organizada y eficiente de la contratación de capital humano la industria del país, funcionando como un intermediario oficial y objetivo para la contratación según las necesidades de la empresa y el talento del personal.

BEGINNING CONSULTORA AUDIOVISUAL ofrecerá sus asesorías basadas en la investigación constante del mercado en la industria, dándole una idea clara a sus clientes, sobre que es lo que buscan los medios audiovisuales y como estos se pueden ajustar. De igual forma, se planteará el convenio con los dueños de estos medios para: fomentar un nuevo modelo de contratación por medio de la aplicación, en la que conocerán el trabajo del aspirante y su perfil en general, facilitando estos

procesos, dándoles una vista más amplia del capital humano y visibilizando el personal disponible para las ofertas.

FUENTES

- Primarias: Estudiantes y profesionales de carreras de interés
- Secundarias: Estudios realizados de la industria en el país (Google académico), DANE.
- Terciarias: Bases de datos.

BIBLIOGRAFÍA

- Alejandra Ramírez. Propuesta de análisis para organizaciones de producción audiovisual en Colombia según la Nueva Teoría Estratégica: Universidad la Sabana. 2018.
- Oscar Campo. Cronología personal sobre la enseñanza de los audiovisuales en Colombia: Universidad del Valle, facultad de artes. 2007
- José Miguel Pereira. La comunicación: un campo de conocimiento en construcción: Universidad Javeriana, Comunicación Social y Periodismo. 2010.
- Lizandro Angulo. Tv comunitaria en Colombia: producción, programación y audiencia, (c) Revista Luciérnaga. 2013

CIBERGRAFÍA

- Compu trabajo. Oferta de empleo en Everis | Bolsa de trabajo Colombia. Revista Semana. Aliadas estratégicas.
- Antecedentes Históricos De La Consultoría Cronología | Preceden.
- Odisea cinematográfico | Evolución histórica del cine – CineHistoria
- La consultoría a través del tiempo | Iván Lavín