

**PROYECTO EMPRESARIAL
DISQUERA MUSICAL LEOX RECORDS**

ANDRÉS LEONARDO ORDOÑEZ COLLAZOS

**UNIVERSIDAD LATINA UNILATINA
DIRECCIÓN Y PRODUCCIÓN DE RADIO Y TV
BOGOTÁ D.C.**

2021

**PROYECTO EMPRESARIAL
DISQUERA MUSICAL LEOX RECORDS**

ANDRÉS LEONARDO ORDOÑEZ COLLAZOS

**Trabajo presentado como requisito para optar por el grado
de Tecnólogo en Dirección y Producción de radio y televisión**

Presentado a la Docente Adriana Ocaña

**UNIVERSIDAD LATINA UNILATINA
DIRECCIÓN Y PRODUCCIÓN DE RADIO Y TV
BOGOTÁ D.C.**

2021

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	6
MODULO 1	8
1. DE LA IDEA DEL PRODUCTO O SERVICIO.	8
Misión.	8
Visión.	8
1.2 El promotor o promotores:	8
1.3 Análisis de las ideas preliminares:.....	9
1.4 Identificación del bien, de los productos o servicios que serán el objeto de la actividad económica a desarrollar:	10
1.5 Identificación de las ideas o proyectos alternativos o complementarios:.....	10
1.6 Estudio General del Bien o Servicio a Desarrollar.	10
1.7 Análisis DOFA:.....	11
<i>Gráfico 1. DOFA empresarial.</i>	11
<i>Gráfico 2. DOFA estratégico.</i>	11
1.8 Reseña de su evolución: origen, usos, competencia, sustitución y complementariedad:.....	12
1.9 Evaluación natural del entorno:.....	13
MODULO 2	15
2. EL MERCADO.	15
2.1. Estudio del mercado.	15
2.2 Definición del producto, bienes o servicios que se desarrollarán	15
2.3 Nombres, Marcas, logotipos, emblemas, slogan.	15
2.4 Definición y descripción.:	17
<i>Gráfico 3. Investigación de mercado.</i>	17
<i>Gráfico 4. Encuesta edad.</i>	18
<i>Gráfico 5. Encuesta ubicación.</i>	18
<i>Gráfico 6. Encuesta software.</i>	18
<i>Gráfico 7. Encuesta género.</i>	19
2.5 Usos y usuarios: definición de la clientela potencial:	19
2.6 Factores de competencia:	20
2.7 Aprovechamiento de insumos o apoyo tecnológico:.....	20

2.8 Proveedores internos y externos:	20
2.9 Estacionalidad del mercadeo:	21
MODULO 3	22
3. PODER DE COMPRA:	22
3.1 Rango de precios o tarifas:	22
3.2 Comportamiento de la clientela:	22
3.3 Ciclo de vida del producto:	22
3.4 Zonas o áreas potenciales del mercado:	22
MODULO 4	23
4. PLAN DE MERCADEO.	23
4.1. Tipología del mercado:	23
4.2. Diferenciación del punto o servicio:	23
<i>Gráfico 8. Ficha técnica.</i>	23
4.3 Políticas de precios o tarifas:	24
4.4 Estrategias de ventas:	24
4.5 Distribución y mercadeo:	24
MODULO 5	25
5. ASPECTOS TÉCNICOS Y FINANCIEROS.....	25
5.1 Estudio técnico del proyecto:	25
<i>Gráfico 9. Cargos y funciones.</i>	25
5.2 Requerimientos técnicos, tecnológicos y científicos:	26
PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO:.....	27
PROCEDIMIENTO PARA FORMALIZAR COMERCIALMENTE MI EMPRESA EN LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ.....	28
PLAN DE FINANCIACIÓN, PROMOCIÓN Y ETAPA PREOPERATIVA:	29
• Recursos financieros:	29
• Costos de cada trabajador:	29
<i>Gráfico 10. Costos empleados.</i>	29
• Tesorería previsional.....	30
<i>Gráfico 11. Tesorería provisional.</i>	30
• PYG.....	30
<i>Gráfico 12. PYG.</i>	30

- Criterios de evaluación 31
- Gráfico 13. Criterios de evaluación.* 31
- Beneficio – Costo 31
- Gráfico 14. Beneficio – Costo.* 31
- Consideraciones sobre el impacto ambiental 32
- Aspectos legales..... 32

CONCLUSIONES..... 33

CIBERGRAFÍA..... 34

INTRODUCCIÓN

En este proyecto podrá encontrar la elaboración escrita de lo que será a futuro la empresa y disquera LEOX RECORDS, un emprendimiento que nace del amor y la pasión del autor por la creación, composición y elaboración de la música, desde escribir la letra de una canción, grabación de voces, hasta posproducción de una pista y su debida masterización. Encontrará desde la idea básica de la empresa hasta partes específicas como logotipo, eslogan, emblemas, influencias, factores importantes, análisis y demás procesos para llevar a cabo con este emprendimiento.

La música es fundamental para el desarrollo de distintas capacidades, muchas personas suelen usarla como medio de concentración, tranquilidad y liberación de estrés, esta es la razón por la cual crear una disquera musical, porque la música es un gran generador de sentimientos y estímulos, los cuales son los que se piensan transmitir con cada producción que se elabore, además, de querer generar mayor conocimiento en los artistas que gusten tener sus primeras producciones en un sitio que brinde espacios para una buena producción musical y aprendizaje para complementar con el forjamiento profesional de cada uno de ellos a nivel artístico musical.

Partiendo de esto, el sueño de emprender por medio de una disquera musical se hace más cercano cuando se elabora con la finalidad de transmitir sentimientos a través de la música, con piezas únicas y llamativas al oído, despertando gustos y sensaciones en cada oyente, en cada cliente, en cada persona que se logre identificar con una letra, una melodía, un artista, además, es también una cuestión de colaboración, los artistas musicales nuevos buscan una oportunidad de poder transmitir sus ideas, es por eso que en LEOX SOUNDS es una creación para transmitir emociones a través de la música y generar oportunidades a talentos nuevos que buscan formar su camino en la industria musical.

Por lo pronto, este documento muestra el procedimiento de elaboración de la empresa en cuanto a referentes, análisis DOFA, antecedentes y resultados basados en la obtención de datos por medio de encuestas, que hacen referencia a un público de jóvenes artistas interesados en el proyecto y que, por supuesto, expresaron bajo ciertos parámetros que preferirían en la disquera, además de, tener en cuenta la competencia del medio y generar un diferencial frente a estas, contar con una etiqueta de color significativa y relacionada con la empresa, y un logo que simbolice lo que representa la música para la compañía, incluso proyectarnos de una forma económica y administrativa para lograr los resultados adecuados y esperados con el fin de sobresalir como una disquera exitosa.

MODULO 1

1. DE LA IDEA DEL PRODUCTO O SERVICIO.

Disquera Musical

Misión.

Transmitimos sentimientos a través de cada pieza musical y brindamos efectividad con cada producción certificando su calidad.

Visión.

Volvernos una disquera musical top a nivel nacional, posicionarnos como la marca generadora de contenido musical con mayor fidelidad y calidad en cada una de sus producciones.

1.1. Motivación y sensibilización hacia la idea de empresa:

A. Conocimiento y experiencia:

He decido crear esta empresa ya que tengo unos conocimientos previos acerca de los distintos softwares de producción musical y de su uso, cuento con la experiencia de haber creado algunas canciones y de haber podido grabar en estudio profesional.

B. Antecedentes en general de la idea de negocio:

Esta idea nace por la pasión que tengo hacia la música y el deseo de poder llevarla a distintos sitios, poder darles vida a distintas ideas musicales y plasmarlas en una canción. En cuanto a la competencia, en Colombia podemos encontrar un gran número de disqueras, de hecho, en Bogotá hay varios estudios discográficos, que me sirven de referencia e inspiración para mi proyecto.

1.2 El promotor o promotores:

A. Factores personales que orientan la búsqueda de la actividad a desarrollar:

A parte de mi pasión por la música, soy DJ y Productor Musical, y mezclar canciones me ha motivado a poder crear mi propia música y porque no, hacer de esto un proyecto.

B. Factores sociales:

En el círculo social en el que me encuentro, y, sobre todo, mi generación, he podido evidenciar una atracción especial sobre la música nueva y la elaboración de esta.

C. Factores económicos:

La música es algo que mueve el mundo, algo con lo que mucha gente se siente identificada y se logra expresar, teniendo en cuenta que, la música es algo que está siempre en movimiento y evolucionando, es cuestión de generar algo de impacto para ver los frutos de este.

D. Factores tecnológicos:

Para asegurar siempre una mejor calidad de sonido, la música debe ir de la mano con la tecnología, usando los mejores softwares de producción y técnicas de grabación.

1.3 Análisis de las ideas preliminares:**A. Ventajas:**

Generar reconocimiento, fama, experiencia y aceptación a nivel social, frente a lo logrado en la música, además de, ganancias económicas.

B. Inconvenientes.

Es un mercado bastante competido, donde las oportunidades son escasas y deben ser bien aprovechadas.

C. Conocimiento y experiencias.

Como lo mencionado anteriormente, soy DJ profesional en mezclas y Productor Musical y en cuanto a experiencia, he participado en varios eventos musicales y creado algunas canciones propias.

D. Justificación de la idea.

Este proyecto lo emprendo debido a que, hoy en día se ve en las redes sociales muchos talentos con excelentes voces e ideas para la elaboración de una canción, con esta disquera lo que busco es poderle brindar una oportunidad a todas estas personas que andan en busca de una para poder demostrar su talento.

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

El servicio de la producción, grabación y elaboración de una pieza musical, posteriormente, la comercialización de esta en los mercados digitales.

1.5 Identificación de las ideas o proyectos alternativos o complementarios:

El desarrollo de un nuevo software de producción, el cual, sea propio para la disquera y en un futuro ofrecerlo en el mercado.

1.6 Estudio General del Bien o Servicio a Desarrollar.

A. Antecedentes:

A nivel nacional como internacional se pueden encontrar diferentes sellos discográficos de diferentes géneros, como lo son el caso de:

Ávila Musical: Estudio de grabación musical que se encuentra ubicado en el norte de Bogotá.

Delta Records: Estudio profesional de grabación y Producción musical que se encuentra en la ciudad de Bogotá.

DA2 SOUND: Estudio de producción musical con espacios para grabación y post producción de Cine y TV.

Spinnin' Records: Compañía discográfica holandesa especializada en música electrónica.

Warner Music Group: Sello discográfico estadounidense de música y entretenimiento.

1.7 Análisis DOFA:

A. Análisis DOFA empresarial:

DOFA EMPRESARIAL	
<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de recursos necesarios para llevar el proyecto a cabo. • No tener el espacio adecuado para la construcción de la disquera • La suficiente experiencia negociando. 	<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nuevos contratos con diferentes artistas en la industria musical. • Expansión de la disquera a nivel nacional, ubicando una sede en distintas ciudades. • Las redes sociales y la tecnología como mecanismo para obtener mayor alcance.
<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos musicales para la elaboración de una pieza musical. • Creatividad e ingenio para componer. • Estudios y experiencia en el manejo de equipos de producción musical. 	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gran cantidad de competencia que se puede encontrar en el mercado. • No tener la confianza de las personas para comenzar a producir con nosotros.

Gráfico 1. DOFA empresarial.

B. Análisis DOFA estratégico:

DOFA ESTRATÉGICO	
<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • No contar con el personal suficiente para la elaboración de ciertas actividades incentivas. 	<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Uso de los medios de comunicación para hacer conocer la disquera. • Realización de concursos y sorteos que logren el incentivo de las personas de producir con nosotros
<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contar con los servicios necesarios a ofrecer en las actividades de ganancia de clientes. • Asesorías a los clientes para hacerlos sentir cómodos en las instalaciones. 	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Llegar a encontrarnos con un público poco receptivo e interesado.

Gráfico 2. DOFA estratégico.

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

A. Origen:

Se dará inicio al proyecto con un “Room studio” una versión más pequeña de lo que es un estudio de grabación profesional, sin embargo, se contará con los equipos necesarios para la elaboración de un tema musical.

B. Usos:

En este lograremos conseguir llevar a cabo todas las producciones musicales de acuerdo con los recursos que contamos para esto.

C. Competencia:

Como se mencionó anteriormente, el mercado musical es bastante competido, hay varias productoras musicales y además de esto, se presenta del desfortunio que muchos artistas han optado por tener su propio estudio básico en sus casas, en vez de ir a una disquera o productora musical.

D. Sustitución:

En este caso implementaríamos un nuevo software, el cual sea apropiado para la producción musical, que cuente con diferentes funciones para el desarrollo de una pieza y sea de uso más fácil e intuitivo.

E. Complementariedad:

Algo que complementa nuestro servicio es que, después de haber terminado la creación del tema musical, nosotros como disquera nos encargaríamos de promocionar también el tema en las diferentes redes sociales y plataformas digitales de música, para que este, junto con el artista, obtengan mayor alcance y reconocimiento.

1.9 Evaluación natural del entorno:

A. Factores Políticos y legales:

Hacer uso de la ley 23 de 1982 donde toca los temas de Sayco los cuales se rigen a los derechos de autor.

B. Factores Económicos, Sociales y demográficos:

- **Factores Económicos (Macroambiente):**

La gran cantidad de productores que salen en todo momento, más los que ya hay, que son personas muy experimentadas y muy avanzadas en este tema, teniendo en cuenta estos serían los que le generen ganancias a nuestra empresa.

- **Factores Sociales (Macroambiente):**

Relacionar los factores puramente sociales que afecten o estén vinculados con su producto, bien o servicio.

- 1. Grado de formación del consumidor**

Artistas musicales, bien sean cantantes, compositores o con el talento de tocar algún instrumento.

- 2. Aspectos culturales**

Culturalmente, esta disquera se centrará principalmente en los artistas que deseen crear canciones en los géneros musicales urbanos o electrónicos y sus derivados.

- 3. Aspectos sociológicos**

Basados en nuestro público objetivo, buscamos obtener una impresión agradable por parte de este, ya que, traemos contenido que sabemos puede llegar a gustar en este ámbito.

4. Distribución geográfica

Lo primordial es poder llegarles a los artistas de Bogotá, ya que, es aquí donde hay mayor concentración de personas interesadas e involucradas en temas relacionados a la producción musical, sin excluir las otras regiones, donde con el tiempo se piensa llegar.

- **Factores Demográficos (Macroambiente):**

Hombres y mujeres entre los 20 y 45 de la ciudad de Bogotá amantes a la música moderna, como la urbana o electrónica.

C. Análisis de riesgos:

Se pueden encontrar riesgos económicos, donde no se logren los estándares mínimos para llegar a consolidar la empresa y llevarla a cabo como se espera.

Se corre el riesgo de que los primeros meses la empresa junto con las producciones musicales que se lancen no obtengan gran reconocimiento debido a la falta de posicionamiento de la marca.

- **Cambios tecnológicos:**

La tecnología siempre está en constante crecimiento y avance, de tal manera que, los equipos y softwares necesarios para realizar una excelente producción musical también van evolucionando y convirtiéndose en máquinas exclusivas para este uso, es necesario estar pendiente frente a cualquier renovación de estos.

MODULO 2

2. EL MERCADO.

2.1. Estudio del mercado.

Nuestros principales clientes estarán entre hombres y mujeres de 20 a 45 años de edad que vivan en la ciudad de Bogotá, o sus alrededores más cercanos, y que cuenten con conocimientos básicos de producción, composición o canto.

A. Objetivo General del estudio de mercado:

Poder identificar nuestros principales clientes, los cuales, teniendo en cuenta los anteriores aspectos esperamos sean los más frecuentes.

B. Objetivos Específicos del estudio de mercado:

- Lograr ampliar nuestra cantidad de clientes a un mayor número.
- Satisfacer la demanda que generan nuestros clientes

2.2 Definición del producto, bienes o servicios que se desarrollarán

Prestar el servicio para la elaboración, composición y producción de una pieza musical, dejando como resultado final el producto de la pista musical.

2.3 Nombres, Marcas, logotipos, emblemas, slogan.

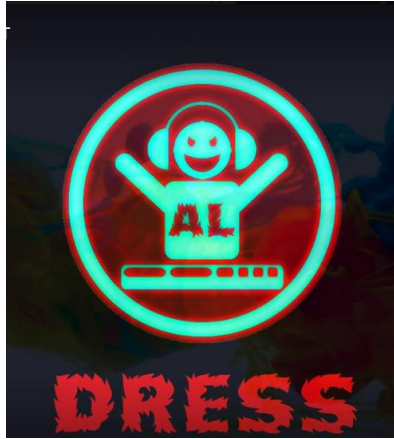
A. Nombres:

DISQUERA MUSICAL LEOX RECORDS

B. Marcas:

Pistas musicales.

C. Logotipos:



A. Emblemas:



E. Slogan:

Transmitimos emociones produciendo tus sueños

F. Etiqueta:

Código de vestimenta de los empleados, pantalón negro, camiseta negra con roja la cual lleva el logo de la empresa en ella, y tenis o zapatos negros.

G. Empaque:

El producto a ofrecer no necesita de un empaque en sí, ya que, este se entrega de forma digital, sin embargo, llevará consigo la pieza musical una caratula la cual estará compuesta por una fotografía, nombre de la composición y del o los artistas que trabajaron en ella, esto como medio de presentación de la misma.

2.4 Definición y descripción.:

A. Investigación de mercado:

PRECIO	900.000 pesos
PLAZA	Bogotá, zona de chapinero
PROMOCIÓN	Además de adquirir un tema musical totalmente producido por profesionales, este obtendrá la posibilidad de ser promocionado por la disquera por todo un mes.
PRODUCTO	Realización de un tema musical

Gráfico 3. Investigación de mercado.

B. Determinación de la muestra de mercado:

Esta muestra va dirigida a un público en específico, ya que, a la gran mayoría de personas le suele gustar la música, no a todos les interesa producirla, este va más relacionado a cantantes, compositores, etc.

C. Herramientas y/o herramientas de recolección:

Por medio de encuestas poder llevar a cabo la presentación de nuestra muestra a diferentes personas que entren principalmente en nuestro público objetivo.

D. Conclusión del análisis de resultados:

Después de realizar la encuesta, estos fueron los resultados arrojados luego de haberse realizado a 30 personas que reúnen los requisitos basados en nuestro público objetivo:

¿Qué edad tiene?

30 respuestas

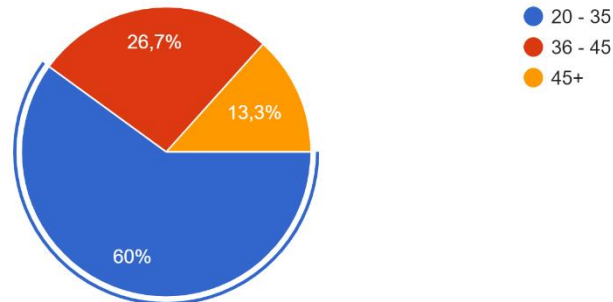


Gráfico 4. Encuesta edad.

En que sector de Bogotá le gustaría que se ubicara la disquera.

30 respuestas

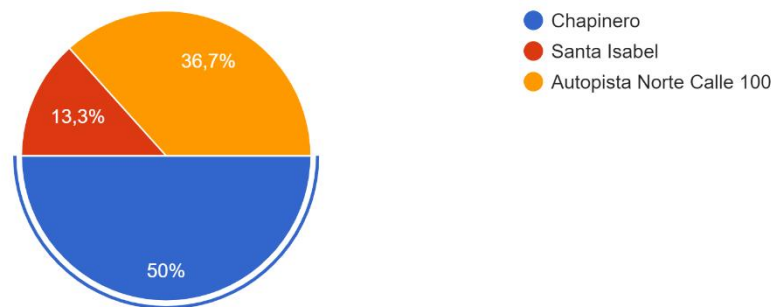


Gráfico 5. Encuesta ubicación.

¿Qué software de producción musical le gusta más para producir?

30 respuestas

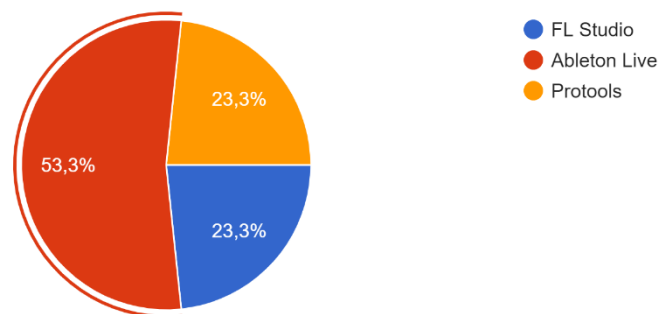


Gráfico 6. Encuesta software.

Genero musical el cual le gustaría producir
30 respuestas

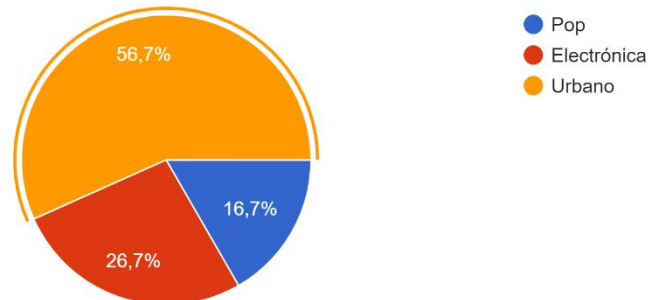


Gráfico 7. Encuesta género.

Estos resultados son esenciales para poder estar mejor conectados con los que son nuestro público objetivo.

2.5 Usos y usuarios: definición de la clientela potencial:

A. Usos:

El cliente pueda aprovechar las instalaciones para crear sus propias producciones y recibir asesoría, ya que, la tecnología permite crear cosas maravillosas, y que tengan un gran cuidado con los equipos que usen.

B. Usuarios:

Jóvenes entre 16 y 35 años que tengan características musicales como canto o toque de algún instrumento en busca de sacar canciones a nivel profesional.

C. Poder de negociación con los clientes:

Con el cliente se puede llegar a un acuerdo del precio dependiendo de lo que pida y como lo requiera, claro que se le entregarían unas tarifas, pero no se haría algún descuento, ya que, es un producto de bastante calidad y de acuerdo a los bienes que se le brindan no se podría hacer, pero si puede haber acuerdos de pago, diferentes formas de cancelar la deuda.

2.6 Factores de competencia:

En un medio tan complicado como lo es el de la música el factor que puede poner las cosas a favor de mi disquera es la calidad de sonido que se entrega y la creatividad con que se crea un tema musical.

2.7 Aprovechamiento de insumos o apoyo tecnológico:

Se tiene pensado crear una alianza con Pioneer o Súper Audios, los cuales nos suministren los equipos y pueda haber un seguro de reparo o mantenimiento en dado caso que estos los necesiten.

2.8 Proveedores internos y externos:

A. Proveedores internos:

Nuestros proveedores internos son nuestros empleados, los que se encarguen del manejo de softwares y equipos, y de asesoría con el cliente, ya que estos mismos son los que hacen que la disquera gane reconocimiento gracias a su buen trabajo.

B. Proveedores externos:

Como lo dicho antes, tener de aliados a empresas que manejen equipos de sonido profesional las cuales sean las que nos brinden estos y estén pendientes de su debido mantenimiento.

C. Poder de negociación con los proveedores:

En este caso no habría devoluciones, ya que los clientes mismos son los que van decidiendo como quieren que quede su pista musical, es decir, ellos se van contestos con el producto final de este.

2.9 Estacionalidad del mercadeo:

No habría afectación alguna, ya que la música sale en todo momento así que siempre va a haber gente queriendo sacar una nueva canción, puede suceder que en ocasiones personas no quieran contar con nuestra disquera.

MODULO 3

3. PODER DE COMPRA:

El precio que se establece está entre un rango general del valor de una producción musical de calidad.

3.1 Rango de precios o tarifas:

A nivel nacional e internacional hay muchas disqueras reconocidas que entregan excelentes producciones y que así mismo por su reconocimiento sus precios son elevados, ejemplo de una disquera internacional llamada Spinning Records, la cual está ubicada en Estados Unidos, que se dedica a sacar producciones de música electrónica y que no cualquiera puede pretender sacar una canción de aquí precisamente por su exclusividad.

3.2 Comportamiento de la clientela:

Se le brindara una gran atención al cliente para que así mismo se obtenga como respuesta un buen comportamiento de parte de él.

3.3 Ciclo de vida del producto:

Composición de temas musicales con grabación y sonido de alta calidad, la canción crecerá en el sentido de la publicidad que se le dé a esta y que por supuesto guste a los oyentes.

3.4 Zonas o áreas potenciales del mercado:

La ubicación de la disquera se tiene pensada en la zona de chapinero, ya que es un punto central donde podrá ser de acceso fácil incluso por transporte público.

MODULO 4

4. PLAN DE MERCADEO.

4.1. Tipología del mercado:

En este caso es oligopolio, porque, aunque hay pocas disqueras en Bogotá y a sus alrededores, los precios de las producciones se mantienen en ciertas franjas.

4.2. Diferenciación del punto o servicio:

La diferencia que nos caracterizaría es la innovación con la que creamos las pistas.

A. Ficha técnica del producto:

NOMBRE	Disquera LEOX RECORDS
ORIGEN	Nace de un joven el cual por su amor a la música busca que con ayuda de la tecnología crear música de mejor calidad e innovadora.
DESCRIPCIÓN	Productora musical discográfica especificada en géneros urbanos y electrónicos.
CARACTERISTICAS	Innovación para crear excelentes pistas musicales. Ofrecer una excelente calidad de sonido.
OBJETIVO	Lograr que el cliente salga satisfecho con el trabajo realizado en su producción requerida.

Gráfico 8. Ficha técnica.

4.3 Políticas de precios o tarifas:

El precio de una producción musical varía dependiendo de lo que pida el cantante o persona que desee comprarla, este precio está entre los 700.000 pesos y los 10'000.000 de pesos

4.4 Estrategias de ventas:

A. Promoción:

Por medio de publicidad en páginas web, redes sociales promocionar la disquera por vía virtual, de forma presencial pagar vallas publicitarias y entregar posters.

B. Ventas Directas:

Ir a ferias y eventos de concentración de gran cantidad de gente donde se le pueda informar a la gente acerca de la disquera.

C. Ventas Indirectas:

Por medio de pequeñas pruebas gratis las cuales incentiven a la gente a continuar con el servicio.

4.5 Distribución y mercadeo:

La única forma es vía virtual, mandando el archivo al cliente, o por envío a la residencia un CD con su canción terminada.

MODULO 5

5. ASPECTOS TÉCNICOS Y FINANCIEROS.

5.1 Estudio técnico del proyecto:

A. Estructura organizacional:

- **Cargos y funciones del personal:**

GERENTE	Encargado de que la planeación de la disquera vaya en orden.
SECRETARIA	Estará al tanto del cliente, de explicar el procedimiento que se llevará a cabo.
OPERADOR DE EQUIPOS	Es el encargado de velar por todos los equipos, que funcionen a la perfección y estar pendiente de cuando se tengan que llevar a mantenimiento.
OPERADOR DE SOFTWARE	Es el encargado de producir el tema musical junto con el cliente como ello desee.

Gráfico 9. Cargos y funciones.

B. Direccionamiento estratégico:

- **Visión de la “Empresa o idea de negocio “**

En un futuro poder ver la disquera como una de las más reconocidas a nivel mundial por su gran trabajo en la calidad de sonido que entrega y por su innovación a la hora de producir.

- **Misión de la “Empresa o idea de negocio “**

Prepararme arduamente en la parte técnica para lograr producciones de gran calidad.

- **Objetivos de la “Empresa o idea de negocio “**

Lograr producciones de excelente calidad y que generen gran impacto.

Consolidar la disquera como una de las mejores a nivel nacional.

Brindar excelente servicio al cliente con el fin de que desee volver.

C. Tamaño del producto o tamaño óptimo:

Se requerirá un espacio de al menos 30m x 30m distribuidos en el estudio de grabación, producción y masterización, y por supuesto secretaria donde se atenderá a los clientes junto con baños que son necesarios.

5.2 Requerimientos técnicos, tecnológicos y científicos:

Para el desarrollo efectivo de una producción musical se usarán diferentes softwares los cuales están especificados en grabación, secuenciador, productor, automatizador, mezcla y masterización.

Estudio Técnico:

- **Requerimientos Técnicos:**

Se necesita de personal profesional en audio, grabación y producción musical, ya que serán los encargados de dirigir y coordinar la construcción de los proyectos musicales de los clientes.

- **Requerimientos Tecnológicos:**

Tener equipos para la producción y reproducción musical, como cabinas, mezcladores, sintetizadores, como también para su grabación, micrófonos, interfaz, etc.

- **Requerimientos Científicos:**

Se requerirán especialistas en aislamiento acústico los cuales serán encargados de diseñar los estudios con el fin de que queden bien acoplados para que no haya interferencia de ruido.

- **Planes Generales:**
Generar más empleo gracias a la disquera y de este modo buscar que muchos talentos nuevos puedan demostrarlo y así generarles reconocimiento.
- **Mano de Obra Directa:**
Serán las personas encargadas de elaborar las producciones musicales de los clientes.
- **Localización de la planta o actividad económica:**
Bogotá, Colombia
- **Precisión de inversión y gastos iniciales:**
Inversión de 350'000.000 pesos para compra de equipos, alquiler de la propiedad por 3 meses, aceptación del entorno para obtener resultados positivos en las producciones y publicidad para ir atrayendo clientes.

PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO:

- **Gastos pre operativos:**
Son los gastos que se harán en la inversión de equipos necesarios para la producción musical, consolas y licencias de software, además el pago del primer o primeros meses de renta por el edificio donde se operará.
- **Gastos Generales:**
Salario mensual que se le pagará a los trabajadores de la productora, renta del edificio, servicios de agua, luz, electricidad, internet del lugar.
- **Inversiones iniciales:**
Para renta, compra de equipos y amueblamiento del lugar.

- **Costos directos:**

Serán todos los gastos que se harán para la producción musical, como el pago de las licencias de los softwares de producción, equipos, cables, micrófonos, etc.

PROCEDIMIENTO PARA FORMALIZAR COMERCIALMENTE MI EMPRESA EN LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ

Lo primero que hice fue crear mi perfil en la Cámara de comercio de Bogotá, llene una base de datos con mis datos personales, como correo, numero de cedula, nombres, dirección, etc.

Después de eso ingrese en mi usuario, y le di en la sección “Evalúe su proyecto”. Una vez ahí lo primero que hice fue seleccionar el ámbito donde se mueve la empresa, si es de bebidas, textiles, de enseñanza, etc. Como mi empresa es una productora musical, le di en la sección de medios para la elaboración de producción musical, con su respectivo código. Después me hicieron una serie de preguntas con el fin de como la sección lo decía, evaluar mi proyecto, ver que tenía claro acerca de él, como mi público general, a quien iba dirigido, etc.

Una vez finalizado eso me dirigió a una página donde me pedía al número de factura para hacer el trámite legal y formalizar mi empresa en sí. No tengo algún comprobante del procedimiento ya que para que la plataforma me entregara algo debía efectuar el pago.

PLAN DE FINANCIACIÓN, PROMOCIÓN Y ETAPA PREOPERATIVA:

- **Recursos financieros:**

- A. Tendré la ayuda de inversionistas interesados en aportar equipos que sean para el funcionamiento de la producción musical y vean buenos resultados.
- B. Obtendré un crédito a largo plazo, aproximadamente 8 años donde considero es un tiempo estimado para poder ir reponiendo todos los gastos de acuerdo a como vaya avanzando la disquera.

- **Costos de cada trabajador:**

CARGO	Suma de SUELDO	Suma de TOTAL DEVENGADO
Gerente de la disquera	4.000.000,00	4.102.854,00
Practicante de audio	877.803,00	980.657,00
Productores musicales	1.800.000,00	1.902.854,00
Total general	6.677.803,00	6.986.365,00

TOTAL, SEGURIDAD SOCIAL

5.794.069,48

1.246.877,47

2.673.325,48

9.714.272,43

Gráfico 10. Costos empleados.

- Tesorería provisional

FLUJO DE TESORERIA PROYECTADO	0	1	2
INGRESOS			
Aportes Socios	25.000.000		
Creditos Obtenidos	26.000.000		
Cuentas por cobrar		431.278.032	657.472.444
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS	51.000.000	431.278.032	657.472.444
EGRESOS OPERATIVOS			
Compra de Activos	3.523.000		
Proveedores		254.689.409	319.048.978
Gastos de Administración y ventas		43.127.803	65.747.244
Pago Credito		15.940.524	15.940.524
Impuesto a la Renta			57.791.255
TOTAL EGRESOSS	3.523.000	313.757.736	458.528.001
SALDO EN CAJA	47.477.000	117.520.296	198.944.442
CAJA INICIAL	-	47.477.000	164.997.296
CAJA FINAL	47.477.000	164.997.296	363.941.738

Gráfico 11. Tesorería provisional.

- PYG

ESTADO DE PERDIDAS Y GANACIAS PROYECTADAS	1	2
Ventas	539.097.540	687.066.170
Costo de venta	299.634.599	322.475.044
UTILIDAD BRUTA	239.462.941	364.591.125
Gastos de administracion y ventas (10% de las ventas)	53.909.754	68.706.617
Depreciacion (lineal por 5 años)	704.600	704.600
UTILIDAD OPERACIONAL (EBIT)	184.848.587	295.179.908
Gastos financieros	4.250.914	1.630.134
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	180.597.673	293.549.774
Provision para Impuestos (32%)*	57.791.255	93.935.928
UTILIDAD NETA	122.806.418	199.613.846
Este ejercicio se está realizando a 24 meses 2 años así que cerramos EEFF por los primeros 12 meses		

Gráfico 12. PYG.

- **Criterios de evaluación**

VALOR PRESENTE NETO					
TIO	12,32%				
PERIODO	INGRESOS	EGRESOS	FNE	TASA INTERNA DE OPORTUNIDAD - TIO	
0	26.000.000	0	26.000.000	TIO = DTF – IPC + i ₁ + i _e	
1	539.097.540	299.634.599	239.462.941	dtf - (depósito a término fijo)	5,32%
2	687.066.170	322.475.044	364.591.125	ipc - (índice precios al consumidor)	3,49%
				i1 = tasa esperada por el inversionista	5,49%
VPN	\$476.193.110,32			1e = tasa esperada por le empresario	5,00%
				TIO	12,32%

Gráfico 13. Criterios de evaluación.

- **Beneficio – Costo**

TASA	12,32%					
AÑO	0	1	2	VNA	B/C=	1,91
BENEFICIO	-	539.097.539,71	687.066.169,57	1.024.574.208,07		
COSTOS	15.000.000,00	299.634.598,93	322.475.044,39	537.381.097,76		

Realizando la formulación del año 1 y 2 del proyecto planteado, se determina que el beneficio / costo es mayor a 1, por lo tanto es viable .

Gráfico 14. Beneficio – Costo.

- **Consideraciones sobre el impacto ambiental**

Esta empresa tiene en cuenta los decibeles establecidos por la secretaria de ambiente, haciendo un respectico control y seguimiento de estos en sus instalaciones, evitando una contaminación auditiva a los alrededores, causando molestias o irritabilidad a la comunidad donde se encuentra ubicado.

- **Aspectos legales**

Esta empresa hace su respectivo aporte a la organización Sayco y Acinpro siendo estos la Dirección Nacional de Derechos de Autor los cuales acogen a los compositores y autores de obras musicales en aspecto legal haciendo oficial y propio cada composición musical.

Artículo 158 de la Ley 23 de 1982

son usuarios de la música los propietarios de establecimientos que en forma permanente u ocasional comuniquen públicamente la música para sus clientes, en forma directa o indirecta.

Ley de Creación del Instituto Nacional de la Música – INAMU

Tiene por objeto promover, fomentar y estimular la actividad musical en todo el territorio, fomentar la producción fonográfica, y proteger la música en vivo a través de la creación de circuitos regionales.

CONCLUSIONES

Para dar por finalizado con este proyecto, solo queda decir que es muy emocionante soñar con tener una empresa propia, comenzar con la base de un sueño y luchar por la meta de poder concretar este emprendimiento el cual, se ve incursionado en cada uno de los títulos de este trabajo, donde se tocaron temas relevantes para la elaboración y proyección del mismo, donde se espera seguir trabajando a fondo para solidificar esta empresa y obtener los resultados que se plantearon.

LEOX RECORDS es más que un sueño o una idea, más que un proyecto escrito, es el esfuerzo de poder transmitir emociones a través de la música, llevar la producción musical a otro nivel ofreciendo fidelidad y calidad en el audio, lograr impulsar talentos nuevos y sobre todo, manifestar todo el afecto frente a un gremio tan importante, frente a lo cotidiano, artístico y cultural.

CIBERGRAFÍA

<https://www.ccb.org.co/Cree-su-empresa/>

Consultado el 05 de mayo del 2020.

<https://www.sonarindependiente.musica.ar/por-la-ley-de-la-musica/>

Consultado el 12 de mayo del 2020.

<https://www.osa.org.co/>

Consultado el 12 de mayo del 2020.