

**ESTUDIOS EL BACKSTAGE**

**SANTIAGO ALEXANDER SÁNCHEZ CASALLAS**

**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA LATINA – UNILATINA  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
PRODUCCIÓN DE RADIO Y TV.  
BOGOTÁ, 2022**

**ESTUDIOS EL BACKSTAGE**

**SANTIAGO ALEXANDER SÁNCHEZ CASALLAS**

**Trabajo presentado como requisito para optar  
Al título de tecnólogo en Producción de Radio y Tv.**

**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA LATINA – UNILATINA  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
PRODUCCIÓN DE RADIO Y TV.  
BOGOTÁ, 2022**

**NOTA DE ACEPTACIÓN**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**PRESIDENTE DEL JURADO**

---

**FIRMA DEL JURADO**

---

**FIRMA DEL JURADO**

**Bogotá 21 de abril de 2022**

## CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN	9
1 CAPÍTULO DE LA IDEA DEL PRODUCTO O SERVICIO	10
1.1 MOTIVACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN HACIA LA IDEA DE EMPRESA	10
1.1.1 Conocimiento y experiencia	10
1.1.2 Antecedentes en general de la idea de negocio	10
1.1.3 DOFA Personal	10
1.2 EL PROMOTOR O PROMOTORES	10
1.2.1 Factores personales que orientan la búsqueda de la actividad a desarrollar	11
1.2.2 Factores sociales	11
1.2.3 Factores económicos	11
1.2.4 Factores tecnológicos	11
1.3 análisis de las ideas preliminares	11
1.3.1 Ventajas	12
1.3.2 Inconvenientes	12
1.3.3 Conocimientos	12
1.3.4 Justificación de la idea	12
1.4 IDENTIFICACIÓN DEL BIEN, DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS QUE SERÁN EL OBJETO DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA A DESARROLLAR	13
1.5 IDENTIFICACIÓN DE LAS IDEAS O PROYECTOS ALTERNATIVOS O COMPLEMENTARIOS	13
1.6 ESTUDIO GENERAL DEL BIEN O SERVICIO A DESARROLLAR	13

1.6.1	Antecedentes	13
1.6.2	Análisis DOFA	13
1.6.2.1	Análisis DOFA empresarial	14
1.6.2.2	Análisis DOFA estratégico	14
1.6.3	Reseña de su evolución: origen, usos, competencia, sustitución y complementariedad	14
1.6.3.1	Origen	15
1.6.3.2	Usos	15
1.6.3.3	Competencias	15
1.6.3.4	Sustitución	15
1.6.3.5	Complementariedad	15
1.6.4	Evaluación natural del entorno	15
1.6.4.1	Factores Políticos y legales	16
1.6.4.2	Factores Económicos, Sociales y demográficos	16
1.6.4.3	Análisis de riesgos	17
1.7	EL MERCADO	17
1.7.1	Estudio del mercado.	17
1.7.1.1	Objetivo General del estudio de mercado	17
1.7.1.2	Objetivos Específicos del estudio de mercado	17
1.7.2	Definición del producto, bienes o servicios que se desarrollarán	18
1.7.3	Nombres, Marcas, logotipos, emblemas, slogan.	18
1.7.4	Definición y descripción	18
1.7.4.1	Investigación de mercado	19
1.7.4.2	Determinación de la muestra de mercado	19
1.7.4.3	Herramientas y/o herramientas de recolección	19

1.7.4.4	Conclusión del análisis de resultados	19
1.7.5	Usos y usuarios: definición de la clientela potencial	19
1.7.5.1	Usos	19
1.7.5.2	Usuarios	20
1.7.5.3	Poder de negociación con los clientes	20
1.7.6	Factores de competencia	20
1.7.7	Aprovisionamiento de insumos o apoyo tecnológico	20
1.7.8	Proveedores internos y externos	20
1.7.8.1	Proveedores internos	20
1.7.8.2	Proveedores externos	21
1.7.8.3	Poder de negociación con los proveedores	21
1.7.9	Estacionalidad de mercadeo	21
1.7.10	Poder de compra	21
1.7.11	Rango de precios o tarifas	21
1.7.12	Comportamiento de la clientela	22
1.7.13	Ciclo de vida del producto	22
1.7.14	Zonas o áreas potenciales del mercado	23
2	CAPÍTULO PLAN DE MERCADEO	24
2.1	TIPOLOGÍA DEL MERCADO	24
2.2	DIFERENCIACIÓN DEL PTO O SERVICIO	24
2.2.1	Ficha técnica del producto	24
2.3	POLÍTICAS DE PRECIOS O TARIFAS	25
2.4	ESTRATEGIAS DE VENTAS	25
2.4.1	Promoción	25

2.4.2	Ventas Directas	25
2.4.3	Ventas Indirectas	25
2.5	DISTRIBUCIÓN Y MERCADEO	25
2.6	PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD (NO APLICA)	25
2.7	ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN	25
3	CAPÍTULO ASPECTOS TÉCNICOS Y FINANCIEROS	26
3.1	ESTUDIO TÉCNICO DEL PROYECTO	26
3.1.1	Estructura organizacional	26
3.1.2	Direccionamiento estratégico	27
3.1.3	Tamaño del producto o tamaño óptimo	27
3.2	Requerimientos técnicos, tecnológicos y científicos	28
3.3	Planes generales (N/A)	28
3.4	Mano de obra directa	28
3.5	Localización de la planta o actividad económica	28
3.6	Precisión de inversiones y gastos iniciales	29
3.7	PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO	29
3.7.1	Gastos pre operativos	29
3.7.2	Gastos generales	29
3.7.3	Inversiones iniciales	29
3.7.4	Costos directos	29
3.7.4.1	Plan financiero	30
3.7.4.2	Tesorería Previsional y flujo de caja	30
3.7.4.3	P&G Previsional	30
3.7.4.4	Criterios de Evaluación: TIR, VAN	31
3.7.4.5	Análisis de sensibilidad. (N/A)	32
4	CAPÍTULO ASPECTOS LEGALES Y ORGANIZATIVOS	33

4.1	FACTORES PARA DETERMINAR EL TIPO DE PERSONA JURÍDICA	33
4.2	ESTÍMULOS, SUBVENCIONES, APOYOS A LA CREACIÓN DE EMPRESA Y EL EMPLEO RÉGIMEN FISCAL Y REGLAMENTACIÓN DE LA ACTIVIDAD.	33
4.3	Criterios para establecer el marco legal. (N/A)	33
4.4	Promotores, socios, e inversionistas. (N/A)	33
4.5	FORMACIÓN DEL CAPITAL	33
4.6	RIESGO PATRIMONIAL	34
4.7	ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO	34
4.8	PROCEDIMIENTO PARA LA LEGALIZACIÓN	34
4.8.1	Requisitos y documentos	34
4.8.2	De las Personas	35
4.8.3	De los contenidos (N/A)	35
5	CAPÍTULO PROMOCIÓN, FINANCIACIÓN Y OPERACIÓN	36
5.1	RECURSOS FINANCIEROS	36
5.1.1	Recursos propios vs. inversionistas, socios y asociados	36
5.1.2	Créditos y préstamos: apalancamiento financiero	36
5.1.3	Fuentes de subvenciones, ayudas y fondos concursales.	36
5.2	PLAN PRE-OPERATIVO –PUESTA EN MARCHA DE LA EMPRESA.	37
5.2.1	Cronograma de actividades.	37
5.2.2	Recursos físicos, humanos, técnicos y financieros iniciales.	37
	CONCLUSIONES	38
	CIBERGRAFÍA	39

## **INTRODUCCIÓN**

El siguiente trabajo tiene como finalidad, exponer la idea empresarial “Estudios el Backstage”. Iniciando con los antecedentes y las ideas que fueron tomadas como base para su constitución, identificando los factores diferenciales frente a las ofertas del mercado de producción y de creación de estudios.

También se expondrá, el público objetivo al cual se planea llegar, enunciando las estrategias adecuadas para poder cautivar al target con los servicios y productos que brindará la idea empresarial.

Además de ello, se presentan las diferentes alternativas que existen para poder emprender la idea de negocio de “Estudios el Backstage”, especificando cuales son las entidades y documentos que se requieren para su concepción, desde el registro del nombre hasta la parte económica para su funcionamiento.

# 1 CAPÍTULO DE LA IDEA DEL PRODUCTO O SERVICIO

## 1.1 MOTIVACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN HACIA LA IDEA DE EMPRESA

### 1.1.1 Conocimiento y experiencia

La empresa tiene como finalidad, ayudar a las empresas en pleno auge de sus contenidos a realizar el montaje y estructuración de sus estudios de grabación y emisión de audio en sus distintos formatos.

### 1.1.2 Antecedentes en general de la idea de negocio

En el país, aún no existen productoras que se encarguen de producir contenidos para darle identidad a una emisora, tampoco existe una organización que adecue espacios para la implementación de estudios de grabación y emisión radial.

A nivel internacional, se pueden encontrar varias productoras que se hacen cargo de crear; jingles, librerías y demás.

### 1.1.3 DOFA Personal

Debilidad	Oportunidad
Poca paciencia a la hora de la realización de la producción.	Creatividad para la creación de los futuros contenidos que vayan a ser solicitados.
Fortaleza	Amenaza
Facilidad para crear la producción de un cliente	La producción podría demorarse en crear por la perfección de la misma.

## **1.2 EL PROMOTOR O PROMOTORES**

### **1.2.1 Factores personales que orientan la búsqueda de la actividad a desarrollar**

Se tiene la capacidad de crear identidades radiales, la habilidad de adecuar y estructurar estudios de grabación y de emisión radial en cualquier sitio, sin importar que tan grande o pequeño sea, también se tiene conocimiento sobre producción y post producción.

### **1.2.2 Factores sociales**

A la hora de crear, estudios de grabación, estudios de emisión e identidades radiales, resulta difícil su realización, para aquellos que no tienen los conocimientos suficientes para poder hacerlo. Por eso, la empresa, pretende estructurar y adecuar lo que el cliente desea proyectar.

### **1.2.3 Factores económicos**

El precio del dólar, puede hacer que el valor de los artefactos tecnológicos sea benéfico o perjudicial para la compra de los mismos, dado que, no todos los implementos que se necesitan para la creación de los estudios, se encuentran en el país.

### **1.2.4 Factores tecnológicos**

Implementación de nuevos artefactos tecnológicos dentro de la empresa, para producir las identidades radiales y para que los clientes tengan la oportunidad de adquirir lo nuevo en el mercado, para grabar o emitir programas radiales, con mayor comodidad.

### **1.3 ANÁLISIS DE LAS IDEAS PRELIMINARES**

#### **1.3.1 Ventajas**

- Servicios completos en la producción de voces.
- Habilidad en el ámbito de la producción de voces.
- Experiencia en el contexto de la creación e implementación de estudios de grabación y emisión de radio.

#### **1.3.2 Inconvenientes**

- La empresa puede estar limitada en el área geográfica.
- Los recursos pueden ser escasos para la obtención de nuevas tecnologías.
- Conocimiento empresarial y administrativo.

#### **1.3.3 Conocimientos**

Los conocimientos y experiencias se han adquirido a lo largo de las distintas situaciones que se han manifestado en el contexto habitual, y los últimos 3 años trabajando en radio.

#### **1.3.4 Justificación de la idea**

Ofrecer un servicio de montaje y adecuación de un estudio, que a su vez funcione para grabar y emitir programas radiales, se busca que, la emisora que desee implementar dicho espacio en su empresa, tenga un lugar práctico para desarrollar la grabación y producción de sus contenidos, sin ningún inconveniente, debido a que muchas veces en la infraestructura de estos espacios, se pueden llegar a presentar problemas internos y externos, debido a una mala planificación de la construcción del mismo. Al tener conocimiento en ambos ámbitos, la empresa construirá un espacio, en donde se podrá encontrar un equilibrio entre lo que puede llegar a pasar tanto interna como externamente, para así, tener un mayor control y comodidad a la hora de grabar o producir sus piezas.

#### **1.4 IDENTIFICACIÓN DEL BIEN, DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS QUE SERÁN EL OBJETO DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA A DESARROLLAR**

- Preproducción, producción y postproducción de voces; realización de cuñas y vestidos de producción.
- Creación e implementación de estudios de grabación y emisión para radio.

#### **1.5 IDENTIFICACIÓN DE LAS IDEAS O PROYECTOS ALTERNATIVOS O COMPLEMENTARIOS**

Asociaciones con emisoras en pleno crecimiento que se encuentren en búsqueda de tener un estudio de grabación y emisión o que se encuentren en búsqueda de la realización de cuñas (Jingles, Spot, Promociones) y vestidos de producción para su programación radial.

#### **1.6 ESTUDIO GENERAL DEL BIEN O SERVICIO A DESARROLLAR**

##### **1.6.1 Antecedentes**

En Colombia no existen productoras, la única empresa que se asemeja a una productora es la corporación Miguel de Narváez Música y Estrategia, ya que solo ha producido jingles para gran parte de las empresas e instituciones del país.

##### **1.6.2 Análisis DOFA**

### 1.6.2.1 Análisis DOFA empresarial

Debilidad	Oportunidad
Área geográfica. Transporte. Variación del dólar.	Ayudar a las empresas radiales a tener identidad sonora. Creación de estudios de grabación y de emisión radial con nueva tecnología. Alianzas internacionales.
Fortaleza	Amenaza
Construcción de estudios. Producción de identidades.	Empresas que deseen prestar el mismo servicio. Estudios de grabación.

### 1.6.2.2 Análisis DOFA estratégico

Debilidad	Oportunidad
Complejidad a la hora de transportar los artefactos tecnológicos para la creación de estudios, al lugar solicitado.	Producción de identidades sonoras e implementación de nuevos estudios radiales y de grabación.
Fortaleza	Amenaza
Construcción de estudios e identidades que se adecuen a las características de las compañías.	Las estrategias planteadas pueden no ser suficientes para dar solución a todas las problemáticas.

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

### **1.6.3.1 Origen**

Muchas veces cuando, se desea emprender una compañía de radio, resulta difícil pensar los componentes que se necesitan para ello, además de su infraestructura, también resulta difícil crear sonidos que sean atractivos para el público. Estudios el Backstage, se origina con el fin de ayudar a esas empresas que desean hacer radio y acompañarlas en su proceso de crecimiento.

### **1.6.3.2 Usos**

Las personas pueden adquirir la producción de jingles y demás para que su emisora tenga identidad sonora, además si requiere de un estudio de grabación o emisión de radio, podrá adquirirlo, pues el servicio que brinda la empresa, es ayudar a que las compañías tengan una adecuada infraestructura para su grabación o emisión.

### **1.6.3.3 Competencias**

La productora Miguel de Miguel de Narváez Música y Estrategia, podría extender su mercado de producción.

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

Estudios el Backstage brinda un gran repertorio para las producciones de futuras emisoras que desean tener una identidad sonora.

### **1.6.3.4 Sustitución**

Podrían surgir nuevas empresas que se enfoquen en ser productoras y otras en ser constructoras de estudios de grabación y de emisión para radio.

### **1.6.3.5 Complementariedad**

Extender el servicio que brinda la empresa, produciendo una librería de voces, en donde la gente pueda adquirir otro paquete distinto al de la identificación radial.

## **1.6.4 Evaluación natural del entorno**

#### **1.6.4.1 Factores Políticos y legales**

Los factores que se tendrán en cuenta para la creación y el funcionamiento de la empresa “Estudios el Backstage” son los siguientes:

- SAYCO Y ACINPRO para el uso de composiciones y piezas musicales.
- Cámara de Comercio para registrar; el nombre de la empresa, el tipo, si es parte de una sociedad o de una persona natural, los estatus de la compañía, el RUT ante la DIAN, la inscripción del Libro de actas y el Libro de accionistas.
- Seguridad social para registrar a la compañía y así, poder contratar empleados.

#### **1.6.4.2 Factores Económicos, Sociales y demográficos**

- **Factores Económicos (Macroambiente)**

Los factores que se van a tener en consideración, son los precios que se manejan en el mercado con relación a la producción de identidades sonoras.

- **Factores Sociales (Macroambiente)**

Ser emprendedor.

Interés por la producción y la radio.

Vivir en Bogotá.

Tener un estrato socioeconómico mayor o igual a 4.

- **Factores Demográficos (Macroambiente)**

Personas mayores de edad los cuales sean profesionales, trabajen y tengan un ingreso superior al SMMLV.

#### **1.6.4.3 Análisis de riesgos**

Los posibles imprevistos que pueden afectar a la empresa “Estudios el Backstage” pueden ser tanto tecnológicos como económicos, en donde el valor de los artefactos, que se implementan para la construcción de estudios de radio, pueden ser elevados a un gran costo y alterar el presupuesto de los mismos.

- **Cambios tecnológicos:**

Nuevos productos tecnológicos en el mercado.

### **1.7 EL MERCADO**

#### **1.7.1 Estudio del mercado.**

La información que se recolectará, será obtenida por medio de la observación, en donde se estudiarán las funcionalidades y falencias de la competencia, y la encuesta, la cual será implementada a personas emprendedoras del medio radial.

##### **1.7.1.1 Objetivo General del estudio de mercado**

Lo que se quiere lograr con este estudio de mercado, es recolectar información relevante, en donde, se evidencien las carencias o falencias que tienen las empresas a la hora de crear sus estudios de radio y de grabación e identidades sonoras, para así, saber que soluciones podrían plantearse e implementarse.

##### **1.7.1.2 Objetivos Específicos del estudio de mercado**

El estudio de mercado con la información recolectada, logrará identificar las falencias que tienen las compañías a la hora de crear estudios e identidades sonoras, con ello, se podrá estudiar los factores que tienen en común y así darles una solución que sea acertada para su o sus necesidades. Como, por ejemplo, si una empresa desea dirigir su Target Group a los jóvenes, pero de un gusto musical particular, Estudios el Backstage creará y producirá la identidad adecuada para llegar a esa población y que sea de su agrado.

### 1.7.2 Definición del producto, bienes o servicios que se desarrollarán

El servicio que se planea desarrollar, consiste en auxiliar a las empresas que se encuentren en pleno crecimiento en el medio de la comunicación, como; la radio. Ayudándoles a tener una mejor infraestructura y a tener una producción sonora propia.

### 1.7.3 Nombres, Marcas, logotipos, emblemas, slogan.

- Nombres: Estudios el Backstage.
- Marcas: No aplica.
- Logotipos:



- Emblemas: No aplica.
- Slogan: Radial connections.
- Etiqueta:



- Empaque: Cajas de cartón, espumas, bolsas, icopor.

### 1.7.4 Definición y descripción

#### **1.7.4.1 Investigación de mercado**

- Producto: Creación de producciones y establecimientos para emisoras.
- Plaza: La compañía “Estudios el Backstage” y sus demás sedes.
- Precio: Descuentos para las empresas que desean adquirir las producciones para darle identidad a sus emisoras junto con la adecuación de estudios.
- Promoción: Carteleras y anuncios publicitarios, que promuevan las producciones y funciones que realiza la empresa.

#### **1.7.4.2 Determinación de la muestra de mercado**

Personas emprendedoras que buscan, iniciar en el medio radial en la capital de Colombia y necesiten de una organización que le asesore para su creación y producción de identidad radial, además de la construcción de sus espacios para grabar y emitir programas.

#### **1.7.4.3 Herramientas y/o herramientas de recolección**

- Encuestas.

#### **1.7.4.4 Conclusión del análisis de resultados**

Las encuestas, demuestran que la mayoría de las personas que desean crear una emisora radial, no conocen los parámetros que éstas deben de tener en cuenta para la realización de una emisora, como; estructura e identidades.

#### **1.7.5 Usos y usuarios: definición de la clientela potencial**

##### **1.7.5.1 Usos**

Las empresas que apenas estén iniciando en el medio radial, pueden adquirir el servicio que brinda “Estudios el Backstage”, adquiriendo así, estudios personalizados e identidades sonoras que se adecuen a los requisitos o necesidades de las mismas, también pueden ser adquiridos por empresas que deseen transformar sus estudios e identidades sonoras.

### **1.7.5.2 Usuarios**

Estudios el Backstage tiene como grupo objetivo a los emprendedores que quieran crear emisoras con estudios e identidades personificados.

### **1.7.5.3 Poder de negociación con los clientes**

Descuentos por la adquisición de los estudios y la identidad sonora, pues al obtener todos los servicios y productos de “Estudios el Backstage” se reducirá el costo de los mismos.

### **1.7.6 Factores de competencia**

Monopolio: La organización Miguel de Narváez Música y Estrategia, es la única organización en Colombia que produce jingles.

### **1.7.7 Aprovisionamiento de insumos o apoyo tecnológico**

- Consolas.
- Computadores.
- Cables
- Materia prima.
- Vehículos.

### **1.7.8 Proveedores internos y externos**

#### **1.7.8.1 Proveedores internos**

Los trabajadores que crean y producen las identidades sonoras y los que planean y construyen los estudios personalizados, tanto de emisión radial como de grabación.

### **1.7.8.2 Proveedores externos**

Los proveedores externos que se asociaran con “Estudios el Backstage” son:

- Audio centro: Cableado y acústica.
- Behringer: Consolas.
- Hewlett Packard: Computadores.
- Pro DJ: Micrófonos.

### **1.7.8.3 Poder de negociación con los proveedores**

Descuentos en la compra, por la cantidad de los implementos que está adquiriendo “Estudios el Backstage”.

Hacer una alianza entre los proveedores externos, siendo “Estudios el Backstage” un intermediario.

### **1.7.9 Estacionalidad de mercadeo**

Diciembre es la época en donde los productos tecnológicos tienen más demanda, dado que, la gente aprovecha los descuentos de fin de año para poder adquirirlos, sumado a eso, también están los que ahorran todo un año para poder equiparse con toda la nueva tecnología que vendrá a inicios del año siguiente.

### **1.7.10 Poder de compra**

Según GFK Colombia, los colombianos en el año de 2018 tuvieron un crecimiento en el mercado Electro y Tecnología del 7%; en donde, las categorías con mayor crecimiento fueron parlantes y barras de sonidos con un 50,01%, concluyendo que cada vez, Colombia está aumentando la demanda de nuevas tecnologías.

### **1.7.11 Rango de precios o tarifas**

Los precios y tarifas de los bancos de voces y de la construcción de estudios, no logran conocerse, dado que, las corporaciones son muy reservadas con el manejo de sus precios.

### **1.7.12 Comportamiento de la clientela**

Los eventos de tecnología y de radio que realizan en Corferias, son claves para la distribución de los servicios y productos de “Estudios el Backstage”, dado que, allí, las personas van con el propósito de conocer y adquirir nuevos productos que pueden serles de gran ayuda.

### **1.7.13 Ciclo de vida del producto**

- **Introducción:**  
Invertir una gran cantidad de dinero para que las personas y los posibles consumidores, puedan ver el servicio que la empresa “Estudios el Backstage” ofrece al medio de la radio y la producción; construcción de estudios de grabación, de emisión radial y producciones de identidad.
- **Crecimiento:**  
Con relación al servicio brindado, esté mantendrá la calidad del mismo, pero se distribuirá a otros ámbitos para que además del grupo objetivo, exista otro tipo grupos o grupos de personas que deseen adquirirlo (Futuros consumidores). La publicidad será ampliada.
- **Madurez:**  
Posicionamiento del servicio que brinda la empresa “Estudios el Backstage” y surgimiento de servicios similares (Competencia) que buscan abarcar el mercado que la empresa estableció.
- **Declive:**  
Las ventas del servicio podrían disminuir por el servicio que brindan otras compañías, además de ello, las necesidades o preferencias del grupo objetivo podrían tener un cambio. Para solucionar esas falencias ha de estudiarse las distintas alternativas que tiene la empresa “Estudios el Backstage”.

#### **1.7.14 Zonas o áreas potenciales del mercado**

El centro de Bogotá, dado que, al estar en un punto central, la distancia no será mucha y las personas podrán tener acceso fácilmente a la empresa.

## 2 CAPÍTULO PLAN DE MERCADEO

### 2.1 TIPOLOGÍA DEL MERCADO

Competencia perfecta, los precios de los productos y servicios que ofrecen las empresas tanto nacionales como internacionales, no tienen dominio en el precio de sus ofertas, ya que, éste va de la mano con la demanda, en donde hay un equilibrio por parte de las mismas.

### 2.2 DIFERENCIACIÓN DEL PTO O SERVICIO

Las productoras, no se hacen cargo de crear y adecuar espacios de grabación y emisión para emisoras.

#### 2.2.1 Ficha técnica del producto

Ficha técnica	
Nombre	Estudios el Backstage
Descripción	Compañía que crea identidades y construye espacios para emisoras.
Características	Productora de identidades, jingles, cuñas, etc. Constructora de estudios de grabación y emisión de radio.

## **2.3 POLÍTICAS DE PRECIOS O TARIFAS**

Los precios de los bancos de voces y la construcción de estudios tanto de grabación como de radio, no tienen parámetros establecidos, por lo que, pueden ser valorados en cualquier costo.

## **2.4 ESTRATEGIAS DE VENTAS**

### **2.4.1 Promoción**

A través de anuncios publicitarios en los exteriores, anuncios en internet y cuñas radiales.

### **2.4.2 Ventas Directas**

Hacer una invitación a los clientes potenciales para que conozcan la empresa “Estudios el Backstage” y su funcionalidad, para así promover la venta del servicio.

### **2.4.3 Ventas Indirectas**

Por medio de un intermediario, se buscará vender los bancos de voces que ofrece la empresa, promoviendo así, los productos y servicios de la empresa.

## **2.5 DISTRIBUCIÓN Y MERCADEO**

A través de Stands en distintas exposiciones en Corferias o centros comerciales, dar al público emprendedor un vistazo de lo que hace “Estudios el Backstage”, para que así, las personas puedan familiarizarse con la compañía y su funcionalidad y así ésta puede ser tomada en cuenta con la construcción de sus futuras compañías.

## **2.6 PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD (NO APLICA)**

## **2.7 ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN**

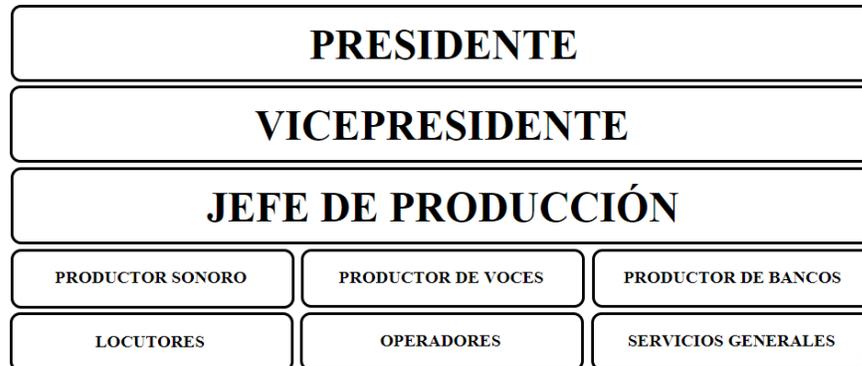
Publicidad exterior, online, y cuñas radiales.

### 3 CAPÍTULO ASPECTOS TÉCNICOS Y FINANCIEROS

#### 3.1 ESTUDIO TÉCNICO DEL PROYECTO

##### 3.1.1 Estructura organizacional

- Organigrama de la “Empresa o idea de negocio”:



- Cargos y funciones del personal:

CARGO	FUNCIÓN
Presidente.	Toma las decisiones, dirige las reuniones y mantiene las relaciones más estrechas con los clientes de mayor conveniencia
Vicepresidente.	Preside los asuntos de los cuales no se puede hacer cargo el presidente.
Jefe de Producción.	Dedica roles de grabación y producción de acuerdo a las necesidades de venta.
Productor Sonoro.	Diseña y edita las piezas de audio.
Productor de Voces.	Redacta y graba voces.

Productores de Bancos.	Administra las piezas de audio y las distribuye acorde a la necesidad.
Locutores.	Prestan sus voces para la producción de bancos.
Operadores.	Se encargan del montaje distribución y manejo de equipos.
Servicios Generales.	Proporciona los servicios que se necesiten, como; transporte, vigilancia, entre otras cosas.

### 3.1.2 Direccionamiento estratégico

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

Lograr que la empresa “Estudios el Backstage” sea reconocida a nivel mundial, por el servicio que brinda a los emprendedores que buscan personificar sus compañías.

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

Producir identidades sonoras y adecuar estudios de grabación y emisión radial que logren cubrir las expectativas de los clientes, otorgándoles mayor comodidad a la hora de crear y producir contenidos sonoros.

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

Realizar estudios a las compañías y analizar los datos recolectados.

- Crear y producir las identidades sonoras a la o las empresas.
- Plantear y adecuar los estudios de grabación y emisión para la o las compañías, cubriendo las necesidades encontradas.

### 3.1.3 Tamaño del producto o tamaño óptimo

La instalación de estudios de grabación y emisión radial, ayudarán a que las empresas que están comenzando o van a comenzar, tengan una buena estructura

para la emisión y grabación de contenidos, ya sean de carácter comercial, comunitario o de interés público y también identidades sonoras. Esto ayudará a que las empresas tengan un buen desarrollo tanto interna como externamente en Bogotá.

### **3.2 REQUERIMIENTOS TÉCNICOS, TECNOLÓGICOS Y CIENTÍFICOS**

Requerimientos tecnológicos	Requerimientos técnicos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Computadores.</li> <li>• Consolas.</li> <li>• Micrófonos.</li> <li>• Audífonos.</li> <li>• Automóviles.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cableado.</li> <li>• Acústica.</li> <li>• Instalación de equipos.</li> </ul>

### **3.3 PLANES GENERALES (N/A)**

### **3.4 MANO DE OBRA DIRECTA**

Locutores y productores, los cuales ayudarán a la creación de los bancos de voces de una empresa o varias empresas que estén buscando una identidad sonora. Los operadores ayudarán en la parte técnica y de montaje, en donde serán partícipes de la elaboración y construcción de los estudios de grabación y de radio.

### **3.5 LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA O ACTIVIDAD ECONÓMICA**

La empresa “Estudios el Backstage” estará ubicada en el centro de la capital de Colombia, porque así será más asequible para los habitantes de Bogotá, así mismo, será benéfico para el desplazamiento y la distribución de los equipos para la instalación de los estudios.

### 3.6 PRECISIÓN DE INVERSIONES Y GASTOS INICIALES

Materia	Precio
Consolas	\$6000.000
Micrófonos	\$2000.000
Pc	\$3000.000
Acústica	\$5000.000
Cableado	\$2000.000

### 3.7 PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO

#### 3.7.1 Gastos pre operativos

Los gastos que se van a tener en la empresa, antes de su lanzamiento, van a ser de carácter; administrativo, de capacitación, de permisos para que la compañía logre ser legítima para prestar su servicio y para que ésta misma pueda emplear.

#### 3.7.2 Gastos generales

Gastos en servicio de mantenimiento y de logística, para que la empresa tenga una buena estructura y así, puede funcionar correctamente, sin ningún inconveniente.

#### 3.7.3 Inversiones iniciales

Inversión inicial = precio de compra de equipos + envío e instalación + arriendo + contrataciones.

Inversión inicial = 18 millones + 6,5 millones + 3 millones + 5 millones = 32,5 millones

#### 3.7.4 Costos directos

### 3.7.4.1 Plan financiero

- Costos fijos: Arriendo, Personal. (Rojo)
- Costos variables: Equipos (Verde)

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
CIFRA DE NEGOCIOS	10.000.000	12.000.000	14.000.000	16.000.000	18.000.000	20.000.000	22.000.000	24.000.000	26.000.000	28.000.000	30.000.000	32.000.000
APROVISIONAMIENTOS	18.000.000	20.000.000	17.000.000	22.000.000	21.000.000	19.000.000	23.000.000	20.000.000	19.000.000	25.000.000	26.000.000	23.000.000
ARRIENDO	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000
GASTOS DE PERSONAL	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000
RESULTADO	36000000	40000000	39000000	46000000	47000000	47000000	53000000	52000000	53000000	61000000	64000000	63000000

### 3.7.4.2 Tesorería Previsional y flujo de caja

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
TESORERIA INICIAL	36000000	40000000	39000000	46000000	47000000	47000000	53000000	52000000	53000000	61000000	64000000	63000000
APROVISIONAMIENTOS	18.000.000	20.000.000	17.000.000	22.000.000	21.000.000	19.000.000	23.000.000	20.000.000	19.000.000	25.000.000	26.000.000	23.000.000
ARRIENDO	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000
GASTOS DE PERSONAL	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000
RESULTADO	62000000	68000000	64000000	76000000	76000000	74000000	84000000	80000000	80000000	94000000	98000000	94000000

### 3.7.4.3 P&G Previsional

Enero, 10, 2020

<b>Ingresos operativos</b>	
Ventas de productos	\$22,000,000
Ventas de servicios	\$3,000,000
<b>Ingresos operativos totales</b>	<b>\$25,000,000</b>
<b>Gastos operativos</b>	
Costo de mercancías vendidas	\$10,000,000
<b>Ganancia bruta</b>	<b>\$15,000,000</b>
<b>Gastos fijos</b>	
Alquiler	\$3,000,000
Seguro	\$250,000

Artículos de oficina	\$150,000
Servicios públicos	\$100,000
<b>Total de gastos fijos</b>	<b>\$3,500,000</b>
<b>Ingresos operativos</b>	<b>\$11,500,000</b>
<b>Otros ingresos (gastos)</b>	
Interés por préstamos	(\$500)
<b>Ganancias antes de impuestos</b>	<b>\$5,500,000</b>
<b>Impuestos a la renta</b>	<b>\$500,000</b>
<b>Ganancias netas</b>	<b>\$5,000,000</b>

#### 3.7.4.4 Criterios de Evaluación: TIR, VAN

##### TIR:

Inversión inicial de 32'500.000 y calcula tener ingresos anuales de:

- 15.000.000 durante el primer año.
- 16.000.000 durante el segundo año.
- 17.000.000 durante el tercer año.

Desembolso Inicial

Tasa Interna de Retorno (TIR)

AÑO	COBROS	PAGOS	FLUJOS DE CAJA
0			-32.500.000,00
1	<input type="text" value="15.000.000,0"/>	<input type="text" value="2.000,00"/>	14.998.000,00
2	<input type="text" value="16.000.000,0"/>	<input type="text" value="2.000,00"/>	15.998.000,00
3	<input type="text" value="17.000.000,0"/>	<input type="text" value="2.000,00"/>	16.998.000,00

### VAN: Valor actual neto

- Inversión 32'500.000
- Primer año: 10'000.000
- Segundo año: 12'000.000
- Tercer año: 14'000.000
- Cuarto año: 16'000.000

Rentabilidad 6%

Inversión inicial 32.500.000,00

Valor Actual Neto (VAN) 12.035.157,91

aceptable

AÑO	COBROS	PAGOS	FLUJOS DE CAJA
0			-32.500.000,00
1	10.000.000,0	2.000,00	9.998.000,00
2	12.000.000,0	2.000,00	11.998.000,00
3	14.000.000,0	2.000,0	13.998.000,00
4	16.000.000,0	2.000,0	15.998.000,00

### 3.7.4.5 Análisis de sensibilidad. (N/A)

## **4 CAPÍTULO ASPECTOS LEGALES Y ORGANIZATIVOS**

### **4.1 FACTORES PARA DETERMINAR EL TIPO DE PERSONA JURÍDICA**

- Persona natural comerciante:
- Documento de identidad
- Formulario del Registro Único Tributario (RUT).
- Formularios disponibles en las sedes de la CCB.
- Formulario Registro Único Empresarial y Social (RUES) 2017
- Carátula única empresarial y anexos, según corresponda (Persona Natural)

### **4.2 ESTÍMULOS, SUBVENCIONES, APOYOS A LA CREACIÓN DE EMPRESA Y EL EMPLEO RÉGIMEN FISCAL Y REGLAMENTACIÓN DE LA ACTIVIDAD.**

Para el funcionamiento de la empresa, se debe de tener en consideración las “LEYES – DECRETOS SUIN JURISCOL”, en donde se especifican los impuestos administrativos de una dirección general, las normas de las materias tributarias y normas de control y para la competitividad, que podría implementar “Estudios el Backstage” a la hora de iniciar su construcción.

### **4.3 CRITERIOS PARA ESTABLECER EL MARCO LEGAL. (N/A)**

### **4.4 PROMOTORES, SOCIOS, E INVERSIONISTAS. (N/A)**

### **4.5 FORMACIÓN DEL CAPITAL**

El capital inicial, procederá de préstamos y convocatorias del Fondo Emprender, los cuales podrán suplir tanto los artefactos tecnológicos de la empresa como su estructura.

## 4.6 RIESGO PATRIMONIAL

Capital de restructuración, el dinero puede ser insuficiente para suplir lo que se tenía planteado, así que, se deberá replantear el uso del capital.

## 4.7 ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO

Para que la empresa logré expandirse a nivel nacional, se unirá con los proveedores que le distribuyen los artefactos tecnológicos, promoviendo la implementación y venta de los mismos.

## 4.8 PROCEDIMIENTO PARA LA LEGALIZACIÓN

### 4.8.1 Requisitos y documentos



The screenshot shows the website interface for RegistroDeMarca.com.co. The header includes navigation links: INICIO, VIABILIDAD, TARIAS, PROCESO, NOSOTROS, and BLOG. The main content area features the logo 'RegistroDeMarca.com.co' and the heading 'Protege tu Marca'. Below this, it states 'Descubre si tu marca es viable de ser registrada completamente gratis llenando el siguiente formulario:'. To the right, there is a form titled 'Solo Ingresar tus datos para iniciar con la viabilidad de tu marca ¡GRATIS!'. The form fields include: 'Nombre de tu Marca', 'Productos/Servicios que ofrece tu marca', 'Tu Nombre Completo', 'Email', 'Número Celular', and 'Número de Celular'. A 'Enviar' button is located at the bottom right of the form.



The screenshot displays pricing information on a yellow background. It lists two options: 'Precio Empresa Pequeña o Persona Natural:' with a price of '\$1'499.000\*' and 'Precio Empresa Grande:' with a price of '\$1'840.000\*'. Both prices include IVA. A note below each price states: '\*Incluye estudio de viabilidad, acompañamiento durante el proceso, costo de gestión y registro de marca en una clase.' There are up and down arrow icons at the bottom left and right corners of the pricing section.

Para registrar el nombre de la empresa “Estudios el Backstage”, se debe diligenciar, gratuitamente, el nombre de la empresa, el logo y los datos de la persona que lo está haciendo. Después, se debe de escoger la tarifa de estudio de viabilidad de la compañía para seguir con el registro.

#### 4.8.2 De las Personas

- DIAN:

Formulario de la DIAN (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales) con campos de identificación, ubicación y clasificación.

Seguridad social:

Formulario de Afiliación al Sistema General de Pensiones con campos de datos personales y laborales.

#### 4.8.3 De los contenidos (N/A)

## 5 CAPÍTULO PROMOCIÓN, FINANCIACIÓN Y OPERACIÓN

### 5.1 RECURSOS FINANCIEROS

#### 5.1.1 Recursos propios vs. inversionistas, socios y asociados

No existen recursos propios, ni inversionistas socios o asociados, ya que, por el momento, no se tiene el capital para poder emprender la idea, pues no existen actualmente socios o inversionistas, que estén interesados en desarrollar la idea de negocio.

#### 5.1.2 Créditos y préstamos: apalancamiento financiero

Banco Davivienda – Crediexpress Fijo con Garantía Hipotecaria

Los derechos y obligaciones que debe de seguir la persona que va a solicitar el crédito va a regir en base de la ley 1328 de 2009 para garantizar el cumplimiento y seguimiento de la misma para garantizar la seguridad y legitimidad del crédito.

#### 5.1.3 Fuentes de subvenciones, ayudas y fondos concursales.

Las posibles fuentes externas de ayuda para la empresa, son Fondo Emprender y Sempli, ya que, dan acceso a créditos para poder constituir una empresa. Para poder acceder a esas fuentes, se debe de ir a la empresa con la idea de negocio, hablar sobre ella y en unos días, responderán si la empresa cumple con los requisitos que se requieren para poder financiarla, como los documentos de registro y demás.

## 5.2 PLAN PRE-OPERATIVO –PUESTA EN MARCHA DE LA EMPRESA.

### 5.2.1 Cronograma de actividades.

Febrero	Semana 2	Registro de Marca	Santiago Sánchez
Marzo	Semana 3	Prestamos	Santiago Sánchez
Marzo	Semana 4	Alquiler	Santiago Sánchez
Abril	Semana 1	Compra de Productos	Santiago Sánchez
Abril	Semana 2 y 3	Instalación de Productos	Santiago Sánchez
Mayo	Semana 1 y 2	Contrataciones	Santiago Sánchez
Mayo	Semana 3 y 4	Inducción del Personal	Santiago Sánchez
Junio	Semana 1 y 2	Creación de Bancos.	Productores
Junio	Semana 1 y 2	Creación de estudios.	Operadores

### 5.2.2 Recursos físicos, humanos, técnicos y financieros iniciales.

Recursos físicos	Recursos humanos	Recursos técnicos	Recursos financieros iniciales
Instalaciones Transporte Equipos	Técnicos Directores Voice Overs Productores de radio Productores musicales.	Capacitación y desarrollo de personal. Sistemas de ventas. Sistemas de finanzas. Sistemas administrativos. Adquisición de tecnología.	Créditos bancarios y préstamos de acreedores.

## CONCLUSIONES

La idea de negocio “Estudios el Backstage”, propone incorporar un servicio que ayude a las personas que se encuentran en pleno auge de crear contenidos sonoros para su empresa, la estructuración de sus estudios de grabación y emisión de audio.

El servicio que se brinda es de gran ayuda para quienes no son expertos en la creación y producción de contenidos.

La adecuación y estructuración de un estudio, cuenta con una gran ventaja, pues el cliente que no tenga forma de expandir la estructura de su empresa, podrá optar por esta opción para que sus estudios sean los más prácticos y cómodos posible a la hora de trabajar en ellos, sumado a eso, los encargados de crear y adecuar los estudios, detallarán la estructura de la empresa, para así, lograr que el resultado final no tenga ningún problema, por algún ruido o humedad externa, a causa del trabajo hecho.

## CIBERGRAFÍA

<https://www.lasempresas.com.co/bogota/miguel-de-narvaez-musica-y-estrategias/>

Consultado el 20 de agosto de 2019 a las 15:00 horas.

<http://www.osa.org.co/-quienes-somos->

Consultado el 1 de septiembre de 2019 a las 16:00 horas.

<http://www.osa.org.co/derechosrecaudados>

Consultado el 1 de septiembre de 2019 a las 16:30 horas.

<https://www.cycelectronica.com/por-marca/pro-dj>

Consultado el 8 de septiembre de 2019 a las 15:45 horas.

<https://store.hp.com/co->

[es/default/?gclid=CjwKCAiA4Y7yBRB8EiwADV1haRD8EgUVNpSmi-pENC3qW8cRyKFQbHJUQIj01PQmWT1Pal0-jiEcHRoCrBgQAvD\\_BwE](https://store.hp.com/co-es/default/?gclid=CjwKCAiA4Y7yBRB8EiwADV1haRD8EgUVNpSmi-pENC3qW8cRyKFQbHJUQIj01PQmWT1Pal0-jiEcHRoCrBgQAvD_BwE)

Consultado el 8 de septiembre de 2019 a las 20:00 horas.

[https://www.behringer.com/Categories/Behringer/c/Behringer?q=:catRank:division:CREA:publicProduct:true#googtrans\(en|en\)](https://www.behringer.com/Categories/Behringer/c/Behringer?q=:catRank:division:CREA:publicProduct:true#googtrans(en|en))

Consultado el 8 de septiembre de 2019 a las 21:00 horas.

<https://audiocentro.com.co/tienda/>

Consultado el 8 de septiembre de 2019 a las 22:13 horas.

[https://www.dian.gov.co/tramiteservicios/Tramites\\_Impuestos/RUT/Paginas/inscripcion\\_rut.aspx](https://www.dian.gov.co/tramiteservicios/Tramites_Impuestos/RUT/Paginas/inscripcion_rut.aspx)

Consultado el 9 de noviembre de 2019 a las 14:00 horas.

<https://www.semplici.co/como-funciona/que-informacion-necesito>

Consultado el 12 de noviembre de 2019 a las 18:00 horas.

<http://www.fondoemprender.com/SitePages/pasoapasofondoemprender.aspx>

Consultado el 12 de noviembre de 2019 a las 18:30 horas.

[https://www.davivienda.com/wps/portal/personas/nuevo/personas/aqui\\_puedo/alcanzar\\_lo\\_que\\_quiero/credito\\_libre\\_inversion/crediexpress\\_fijo\\_libre\\_inversion/1ec536f3-a853-46bd-b042-](https://www.davivienda.com/wps/portal/personas/nuevo/personas/aqui_puedo/alcanzar_lo_que_quiero/credito_libre_inversion/crediexpress_fijo_libre_inversion/1ec536f3-a853-46bd-b042-)

[a5f73f19cfb7?!ut/p/z1/pZJBb4JAEIV\\_jUeYXZZI2d7QVhsltRatshcDyCKpgEUq6b\\_v6qEJtWKTzm2T983OvHkgYAWijl55FjV5VUY79Q6FtSb2zHxyh4bvcddGjs\\_Ho7njE-ZgmVXEIw5UQIUjBw-](https://www.davivienda.com/wps/portal/personas/nuevo/personas/aqui_puedo/alcanzar_lo_que_quiero/credito_libre_inversion/crediexpress_fijo_libre_inversion/1ec536f3-a853-46bd-b042-a5f73f19cfb7?!ut/p/z1/pZJBb4JAEIV_jUeYXZZI2d7QVhsltRatshcDyCKpgEUq6b_v6qEJtWKTzm2T983OvHkgYAWijl55FjV5VUY79Q6FtSb2zHxyh4bvcddGjs_Ho7njE-ZgmVXEIw5UQIUjBw-)

[xRObqfgHjzzc5S\\_b9\\_LTifE3HI0pB93iXyEcQsjk\\_D2Y\\_RzmclvR\\_9cSxC2J6B-](https://www.davivienda.com/wps/portal/personas/nuevo/personas/aqui_puedo/alcanzar_lo_que_quiero/credito_libre_inversion/crediexpress_fijo_libre_inversion/1ec536f3-a853-46bd-b042-a5f73f19cfb7?!ut/p/z1/pZJBb4JAEIV_jUeYXZZI2d7QVhsltRatshcDyCKpgEUq6b_v6qEJtWKTzm2T983OvHkgYAWijl55FjV5VUY79Q6FtSb2zHxyh4bvcddGjs_Ho7njE-ZgmVXEIw5UQIUjBw-xRObqfgHjzzc5S_b9_LTifE3HI0pB93iXyEcQsjk_D2Y_RzmclvR_9cSxC2J6B-)

[I9gvOhvYJzo71dhgzcEHkcaG3SaEjHXGDGNTAmCBOLYrZKTNOGRM7A1GnMq3TWv-](https://www.davivienda.com/wps/portal/personas/nuevo/personas/aqui_puedo/alcanzar_lo_que_quiero/credito_libre_inversion/crediexpress_fijo_libre_inversion/1ec536f3-a853-46bd-b042-a5f73f19cfb7?!ut/p/z1/pZJBb4JAEIV_jUeYXZZI2d7QVhsltRatshcDyCKpgEUq6b_v6qEJtWKTzm2T983OvHkgYAWijl55FjV5VUY79Q6FtSb2zHxyh4bvcddGjs_Ho7njE-ZgmVXEIw5UQIUjBw-I9gvOhvYJzo71dhgzcEHkcaG3SaEjHXGDGNTAmCBOLYrZKTNOGRM7A1GnMq3TWv-)

[oVZS2TbM\\_3A3QALVtq2dVle1SPamKAfoN2VaHBIZdJYTKYHbdYHXOY562sCiruIDpDU677JN8AyFOE0osSbTIpkQzrXiixcg0tlhKRiTmiYwZPKLTbjcCO\\_o-](https://www.davivienda.com/wps/portal/personas/nuevo/personas/aqui_puedo/alcanzar_lo_que_quiero/credito_libre_inversion/crediexpress_fijo_libre_inversion/1ec536f3-a853-46bd-b042-a5f73f19cfb7?!ut/p/z1/pZJBb4JAEIV_jUeYXZZI2d7QVhsltRatshcDyCKpgEUq6b_v6qEJtWKTzm2T983OvHkgYAWijl55FjV5VUY79Q6FtSb2zHxyh4bvcddGjs_Ho7njE-ZgmVXEIw5UQIUjBw-oVZS2TbM_3A3QALVtq2dVle1SPamKAfoN2VaHBIZdJYTKYHbdYHXOY562sCiruIDpDU677JN8AyFOE0osSbTIpkQzrXiixcg0tlhKRiTmiYwZPKLTbjcCO_o-)

[t8CwLxaqyk\\_t7eVB-g2NaVas7z3nCzfmYOW!/dz/d5/L2dBISEvZ0FBIS9nQSEh/](https://www.davivienda.com/wps/portal/personas/nuevo/personas/aqui_puedo/alcanzar_lo_que_quiero/credito_libre_inversion/crediexpress_fijo_libre_inversion/1ec536f3-a853-46bd-b042-a5f73f19cfb7?!ut/p/z1/pZJBb4JAEIV_jUeYXZZI2d7QVhsltRatshcDyCKpgEUq6b_v6qEJtWKTzm2T983OvHkgYAWijl55FjV5VUY79Q6FtSb2zHxyh4bvcddGjs_Ho7njE-ZgmVXEIw5UQIUjBw-t8CwLxaqyk_t7eVB-g2NaVas7z3nCzfmYOW!/dz/d5/L2dBISEvZ0FBIS9nQSEh/)

Consultado el 13 de noviembre de 2019 a las 13:30 horas.

<https://registrodemarca.com.co/inicio/>

Consultado el 17 de noviembre de 2019 a las 20:00 horas.

<https://es.calcuworld.com/calculadoras-empresariales/calculadora-van/>

Consultado el 17 de noviembre de 2019 a las 21:00 horas.

<https://www.colpensiones.gov.co/>

Consultado el 18 de noviembre de 2019 a las 17:28 horas.