

MIKE STUDIO S.A.S

MICHAEL ESTEVAN CHAVES FAJARDO

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA LATINA UNILATINA

FACULTAD DE RADIO Y TELEVISIÓN

BOGOTÁ D.C.

2022

MIKE STUDIO S.A.S

MICHAEL ESTEVAN CHAVES FAJARDO

**TRABAJO PRESENTADO COMO REQUISITO PARA OPTAR AL TÍTULO DE
TECNÓLOGO EN**

**INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA LATINA UNILATINA
FACULTAD DE RADIO Y TELEVISIÓN
BOGOTÁ D.C.**

2022

NOTA DE ACEPTACIÓN

**Presidente de
jurado**

Jurado

Jurado

DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios por permitirme la buena realización de este proyecto.

A mis padres por el apoyo incondicional, su confianza y su amor.
Mis profesores y compañeros de estudio que me apoyan en este proyecto para salir a la realización de una buena empresa y un buen producto.

AGRADECIMIENTO

Le doy gracias a Dios por el apoyo incondicional hasta este momento de mi vida.

Agradezco a mis padres que estuvieron ahí desde el principio hasta este momento de mi vida y me apoyaron con su confianza y amor

Agradezco al profesor Hernán Gregorio Ayala por su enseñanza y por ser un guía en este proyecto de mi estudio

RESUMEN

Este documento busca se presenta toda a información referente a la creación de la empresa MIKE STUDIO desde los orígenes e impulsos de su creación, el servicio que se busca ofrecer, marca e identidad corporativa, estrategias de mercado, valor agregado, aspectos legales, económicos, planta, equipo y personal necesario para el alcance de objetivos implementados según la actividad económica, todo esto con el fin de analizar la oportunidad y viabilidad de la posible creación de esta empresa.

ABSTRACT

This search document presents all information regarding the creation of the company MIKE STUDIO from the origins and impulses of its creation, the service it seeks to offer, brand and corporate identity, market strategies, added value, legal, economic aspects, plant, equipment and personnel necessary for the achievement of objectives implemented according to economic activity, all this in order to analyze the opportunity and viability of the possible creation of this company.

TABLA DE CONTENIDO

1. DEDICATORIA.....	5
2. AGRADECIMIENTO.....	6
3. RESUMEN.....	7
4. ABSTRACT.....	8
5. LISTA DE FIGURAS.....	12
6. LISTA DE TABLAS.....	13
7. GLOSARIO.....	14
8. INTRODUCCIÓN.....	15
9. CAPÍTULO 1.....	16
1. Idea del producto o servicio.....	16
1.1 Motivación y sensibilización hacia la idea de la empresa.....	16
1.2 El promotor o promotores.....	16
1.3. Análisis de ideas preliminares.....	18
1.4 Justificación de la idea.....	20
1.5 OBJETIVOS.....	20
1.5.1 Objetivo general.....	20
1.5.2 Objetivos específicos.....	20
1.6 Identificación del bien, de los productos o servicios que serán el objeto de la actividad económica a desarrollar.....	21
1.7. Identificación de las ideas o proyectos alternativos o complementarios.....	21
2. Estudio General del Bien o Servicio a Desarrollar.....	22
2.1. Antecedentes.....	22
2.2 Análisis FODA.....	22
2.3. Reseña de su evolución: Origen, Usos, Competencia, sustitución, complementariedad.....	24
2.4 Evaluación natural del entorno.....	25
2.5. Análisis de Riesgos.....	26
10. CAPÍTULO 2.....	27
3. El mercado.....	27

3.1. Estudio del mercado.....	27
3.2. Definición del producto, bienes o servicios que se desarrollarán.	29
3.3. Nombres, marcas, logotipos, emblemas, slogan de la empresa.	29
3.4. Definición y Descripción.	30
3.5. Usos y usuarios: definición de la clientela potencial.	31
3.6. Factores de Competencia:	39
3.7. Aprovisionamiento de insumos o apoyo tecnológico.....	41
3.8. Proveedores internos y externos.	41
3.9. Estacionalidad del mercado.	42
3.10. Poder de compra.....	42
3.11. Rango de precios o tarifas.....	42
3.12. Comportamiento de la clientela.....	42
3.13. Ciclo de vida del producto.	43
3.14. Zonas o áreas potenciales del mercado.	43
4. Plan de Mercadeo	43
4.1. Tipología del mercado.....	43
4.2. Diferenciación del producto o servicio.....	44
4.3. Políticas de precios o tarifas.	44
4.4. Estrategias de ventas.	44
4.5. Distribución y mercadeo.	45
4.6. Promoción y Publicidad.....	46
4.7. Estrategias de comunicación.	46
11. CAPITULO III	47
5. Aspectos Técnicos y Financieros	47
5.1. Estudio técnico del proyecto.....	47
5.2. Requerimientos Técnicos, tecnológicos y científicos.....	56
5.3. Planes generales.....	60
5.4. Mano de Obra Directa.....	62
5.5. Localización de la Planta o actividad económica.	63
5.6. Precisión de Inversiones y Gastos iniciales.	64
12. CAPITULO IV	66
6. Aspectos Legales y Organizativos.....	66

6.1. Plan Económico y Financiero.....	66
WEBGRAFÍA	79

LISTA DE FIGURAS

<u>Figura 1. Mapa Segmentacion geografica</u>	28
<u>Figura 2. Logotipo</u>	29
<u>Figura 4. Pregunta 1</u>	33
<u>Figura 5. Pregunta 2</u>	33
<u>Figura 6. Pregunta 3</u>	34
<u>Figura 7. Pregunta 4</u>	34
<u>Figura 8. Pregunta 5</u>	35
<u>Figura 9. Pregunta 6</u>	35
<u>Figura 10. Pregunta 7</u>	36
<u>Figura 11. Pregunta 8</u>	36
<u>Figura 12. Pregunta 9</u>	37
<u>Figura 13. Pregunta 10</u>	37
<u>Figura 14. Pregunta 11</u>	38
<u>Figura 15. Organigrama</u>	47
<u>Figura 16. Layout</u>	60
<u>Figura 17. Mapa de procesos</u>	61
<u>Figura 18. Layout</u>	63
<u>Figura 18. Punto de equilibrio</u>	64
<u>Figura 18. Homonimia:</u>	65

LISTA DE TABLAS

<u>Tabla 1. Análisis FODA</u>	16
<u>Tabla 2. Ideas preliminares</u>	18
<u>Tabla 3. Análisis FODA</u>	21
<u>Tabla 4. Segmentacion geografica</u>	28
<u>Tabla 3. Segmentacion demografica</u>	28
<u>Tabla 5. Variables geograaficas</u>	31
<u>Tabla 6. Variables demograficas</u>	32
<u>Tabla 7. Consumo anual per capita</u>	38
<u>Tabla 8. Competidores directos</u>	39
<u>Tabla 9. Competidores indirectos</u>	40
<u>Tabla 10. Propuesta de valor</u>	40
<u>Tabla 11. Aprovechamiento de insumos</u>	41
<u>Tabla 13. Director de administracion</u>	48
<u>Tabla 14. Director de video</u>	48
<u>Tabla 15. Director de marketing</u>	49
<u>Tabla 16. Contador</u>	49
<u>Tabla 17. Servicios generales</u>	50
<u>Tabla 18. Recursos humanos</u>	50
<u>Tabla 19. Jefe de edicion</u>	51
<u>Tabla 20. Personal de edicion</u>	51
<u>Tabla 21. Personal necesario de produccion</u>	52
<u>Tabla 22. Personal de sonido</u>	52
<u>Tabla 23. Personal de iluminacion</u>	53
<u>Tabla 24. Jefe de camaras</u>	53
<u>Tabla 25. Personal de camaras</u>	54
<u>Tabla 26. Jefe de asistencia general</u>	54
<u>Tabla 27. Personal de asitencia general</u>	55
<u>Tabla 28. Personal de marketing</u>	55
<u>Tabla 29. Ficha tecnica</u>	56
<u>Tabla 30. Muebles y enseres</u>	58
<u>Tabla 31. Mano de obra directa</u>	62
<u>Tabla 32. Costos</u>	64

GLOSARIO

- **Eficiencia:** Se centra en objetivos de producción dados unos recursos, ya sea en términos de tiempo límite o de cantidad a producir.
- **Eficacia:** Se basa en el uso de dichos recursos buscando un determinado nivel de optimización.
- **Competitividad:** Capacidad de una persona u organización para desarrollar ventajas competitivas con respecto a sus competidores. Obteniendo así una posición destacada en su entorno.
- Mercado:
- **Stake holders:** Es el público de interés para una empresa que permite su completo funcionamiento. Con público, me refiero a todas las personas u organizaciones que se relacionan con las actividades y decisiones de una empresa como: empleados, proveedores, clientes, gobierno, entre otros.
- Valor agregado:
- **Estrategias:** Es un procedimiento dispuesto para la toma de decisiones y/o para accionar frente a un determinado escenario. Esto, buscando alcanzar uno o varios objetivos previamente definidos.
- **Marketing:** Es el sistema de investigar un mercado, ofrecer valor y satisfacer al cliente con un objetivo de lucro.

INTRODUCCIÓN

Desde hace tiempo se ha evidenciado como la estética se ha convertido en un factor importante para los artistas musicales. Desde la grabación de videos en vivo de “The Beatles”, hasta los costosos trabajos audiovisuales de Michael Jackson, de tal manera que se puede llegar a establecer que la música popular debe venir acompañada por una propuesta audiovisual que logre captar el sentido visual del oyente.

Las redes sociales se han vuelto el mayor punto de distribución de información para cualquier artista y se ve mayormente reflejado con el apoyo de un video que llama la atención de las personas, por lo tanto, los grandes intérpretes de la música generan estas estrategias en redes como YouTube, Facebook, Instagram, etc.... Con el fin de alcanzar un mayor número de personas que interactúen con este contenido.

Para un artista que no cuente económicamente con el presupuesto para generar un contenido audiovisual destacado, lo cual no genera el mismo impacto en la audiencia, pues las productoras de estos tienen los estándares de la producción muy elevados. La propuesta de “Producción audiovisual a la carta” quiere generar una solución para estos artistas y para los clientes que deseen realizar un video reduciendo gastos a un punto que se pueda realizar un proyecto de calidad.

CAPÍTULO 1

1. Idea del producto o servicio.

Como estudiante de radio y televisión en la UNIVERSIDAD LATINA UNILATINA he tenido un gran acercamiento a los conceptos, equipos, personas y procesos que se realizan en este medio en la realización de producciones ya sean de tipo audiovisual, publicitario, musicales, etc..., además del acercamiento con personas que necesitan todo lo mencionado anteriormente con el fin de dar a conocerse, sus productos, servicios y expresiones artísticas.

En una producción audiovisual profesional se tienen que tener unos parámetros obligatorios que son: cámara de video, sonido (micrófonos), iluminación, estabilización, escenario o estudio de grabación, postproducción (en general la edición) y recursos humanos (realizan lo anterior y personal que se necesite para aparecer en el video). Aparte de lo necesario obligatoriamente también está lo requerido por el cliente en la el video (adicional). Claramente para adquirir todo esto es costoso, algo que cualquier persona no se puede dar el gusto de hacer, por eso precisamente los artistas que apenas empiezan, generalmente no tienen el dinero de pagar a una productora para la realización de este.

1.1 Motivación y sensibilización hacia la idea de la empresa.

Se debe tener en cuenta que las personas que desean realizar un video o demás piezas audiovisuales no poseen el poder de elección de materiales y quipos que se implementaran para la producción de dicha pieza, ya que, no poseen conocimientos de los mismos o porque la productora puede orientarlo mejor de cómo utilizarlas e implementarlas en su pieza, sin tener en cuenta mucho los costos de estos equipos y materiales ya que en muchos casos el uso de mejores cámaras o luces para dar mejores enfoques a las piezas puede generar sobrecostos excesivos del presupuesto del cliente. Por lo tanto en "MIKE STUDIO", tendrás la posibilidad de ser asesorado sobre el mejor equipo, materiales y demás recursos necesarios para tu producción teniendo en cuenta tu opinión de lo que quieres y las elecciones que hagas de estos implementos sin llegar a afectar los presupuestos, es decir, podrás decidir que equipos necesitaras y buscas para tus producciones teniendo en cuenta el presupuesto pero sin dejar de lado un asesoramiento con profesionales del medio que puedan dar mejores enfoques a las producciones.

1.2 El promotor o promotores.

Muchas personas han estado detrás desde el primer momento en el que se plantearon las ideas de un emprendimiento a fin con lo que me gusta y lo que estoy estudiando, mi familia me ha impulsado en diferentes conceptos creativos

que tuve en cuenta y que poco a poco se pulieron hasta que vi la mejor opción y que me hacía feliz en empezar a desarrollar, mis docentes me han impulsado desde conceptos, teorías y equipos que debo tener en cuenta para aplicar en dicho proyecto y como desarrollarlo y mis amigos que me han apoyado en cada nueva idea que he tenido para mejorar este proyecto, ayudándome a darle mejores enfoques por medio de críticas constructivas. Sin dejar de lado mis expectativas y metas a lograr en mi vida por medio de este proyecto a nivel profesional y la motivación que tengo para hacerlos realidad.

Por medio de un análisis DOFA a nivel personal pude evaluar diferentes factores que me permiten el mejor desarrollo y ejecución de dicho proyecto que tengo en mente, estos factores son de gran importancia ya que permiten establecer planes de acción frente a las diferentes situaciones o escenarios que se puedan presentar y los resultados que se quieran obtener, llegando a ser factores sociales (familia, amigos), académicos, económicos y tecnológicos.

FACTORES EXTERNOS			
OPORTUNIDADES		AMENAZAS	
Alianzas estrategicas	40%	Malos Negocios	40%
Formacion gerencial	25%	Malas Estrategias Mercado	25%
Selección de personal	20%	Falta de estrategias	15%
Innovacion de productos	10%	Quiebra	15%
Apoyo de terceros	5%	Toma de desiciones pertinentes	5%
TOTAL	100%	TOTAL	100%

FACTORES INTERNOS	FORTALEZAS	
	Estudios academicos	40%
	Apoyo de personas cercanas	25%
	Motivacion personal	15%
	Solucion de problemas	10%
	Cpacidad de innovacion	10%
	TOTAL	100%
	DEBILIDADES	
	Logistica	50%
	Trabajo en Equipo	20%
Comunicación	15%	
Negacion a afrontar nuevos retos	10%	
Liderazgo	5%	
TOTAL	100%	

ESTRATEGIAS O - A	ESTRATEGIAS F - D
<p>1.(O). Analizar posibles acercamientos a personas o empresas que generen relaciones de mutuo apoyo y crecimiento. 2.(O). Tener conocimientos de las áreas, funciones y administración de recursos. 3.(O). Estudiar candidatos para las áreas de la organización y su desempeño. 4.(A). Ampliando los conocimientos respecto al mercado objetivo podremos llegar a satisfacer mejor sus necesidades. 5.(A). Tener estrategias a las diferentes problemáticas que se puedan llegar a presentar.</p>	<p>1.(D). Analizar sistemas logísticos que mejoren la eficiencia y eficacia de los procesos. 2.(D). Tomar parte de los procesos e incentivar las relaciones de trabajo dentro de las áreas. 3.(D). Manejo de un excelente ambiente laboral que permita la comunicación de los miembros. 4(A). Hay que encontrar las mejores estrategias de mercado y por tal motivo hay que capacitarse en esto para ayudar a la empresa. 5.(A). Analizar cada una de las estrategias que se buscan establecer para el desarrollo de los objetivos teniendo en cuenta sus beneficios y perjuicios.</p>
ESTRATEGIAS O - F	ESTRATEGIAS D - A
<p>1.(O). Las alianzas permitirán mejorar como empresa y o incluso un apoyo mutuo. 2(O). La formación académica será esencial para poder manejar y apoyar la empresa correctamente. 3(O). Implementar un perfil para cada cargo y selección del mejor personal para este mismo 4. (F). Tomar las mejores decisiones a cada situación que se presente. 5.(F). Implementar acciones de comunicación, apoyo y manejo de los proyectos.</p>	<p>1.(D).El liderazgo es imprescindible para la empresa y sus miembros por tal razon el gerente debe ser un lider nato y hay que ejorarlo. 2.(D).Los retos son algo que hay que afronatr y en el caso de la inmercion hay que hacerlo sin miedo al fracaso. 3.(D). La logistica es importante para el manejo de los recursos ya que aportara al exito de la empresa y si esto no esta muy bien hay que mejorar. 4(A). Hay que encontrar las mejores estrategias de mercado y por tal motivo hay que capcitarse en esto para ayudar a la empresa. 5.(A). Hay que tener lluvia de ideas para afrontar los retos.</p>

1.3. Análisis de ideas preliminares

En este proceso se tuvo en cuenta tres ideas principales y se analizaron detalladamente en cada aspecto, económico, innovador, propuesta de valor, competencia y barreras de entrada al mercado objetivo.

Todo esto con el fin de determinar la viabilidad de cada una de ellas, a lo cual llevo a la toma de una decisión acertada en cuanto a la idea a ejecutar como proyecto empresarial, sin dejar de lado las partes o aspectos positivos que tuvieron las otras dos posibilidades y como poder implementarlas a la opción elegida generando as un amplio espectro de aspectos diferenciales en cuanto a otras empresas del mismo mercado y que nos permitirá ser competitivas y mantener en este mercado.

Para ello se implementó un formato, en el cual se evaluó la viabilidad de cada una de estas ideas por medio de diferentes criterios y elementos necesarios para la creación de una empresa, siendo así la idea con mayor puntaje seria la mas optima a ser desarrollada, Teniendo como referencia una calificación de 1 a 10 siendo 1 algo muy bajo y 10 muy alto.

		IDEA 1 Productora musical)	IDEA 2 (Productora a la carta)	IDEA 3 (Estación de radio)
CRITERIO	DESCRIPCIÓN	Puntaje	Puntaje	Puntaje
Atractivo del mercado	Moverse dentro de un mercado altamente demandado, pero con una oferta limitada o muy anticuada.	6	8	5
Capacidad para poner en marcha la idea	Todos los aspectos legales, económicos, tecnológicos y académicos necesarios.	5	5	6
Requisitos del capital	Teniendo en cuenta costos de planta y equipo, personal necesario y costos variables.	8	9	8
Innovación	Aquella capacidad de ofrecer un producto o servicio nuevo en el mercado que genere esa curiosidad de los posibles clientes para elegirnos y/o para atraerlo a nosotros.	4	7	5
Competencia	Empresas del mismo sector económico dentro del mismo espacio geográfico.	8	8	9
Atributos diferenciales	Dentro del servicio o producto aquellas acciones ya sea en la forma de atención, asesoramiento, y demás factores que nos diferencien de otras empresas del mercado.	6	8	4
Propuesta de valor al cliente	Que se ofrece a los clientes que supere las expectativas y deseos pero que este dentro de lo que ellos buscan.	7	7	5
Barreras de entrada	Aquí se tiene en cuenta aquellas garantías legales, económicas que debe tener la empresa para entrar en funcionamiento.	8	6	7
TOTAL		52	58	49

1.4 Justificación de la idea.

El desarrollo de este proyecto se considera importante ya que se genera mayor alcance de audiencia por medio de las redes sociales a los artistas con presupuestos bajos a la hora de realizar un video. Mi empresa Mike Studio quiere impulsar a las personas que desean realizar un audiovisual con su presupuesto, sin omitir la calidad y profesionalidad, además las productoras de estos tienen sus costos elevados por su realización, pero no toman en cuenta la posibilidad de reducirlos con manejo de costos por parte de sus equipos, recursos humanos, entre otros. También se generará una producción totalmente completa a petición del cliente.

Como se ha mencionado anteriormente, cuando una persona o empresa busca una agencia o estudio para realizar sus proyectos audiovisuales, posee una idea general de lo que quiere hacer, pero en muchos casos no sabe qué equipo es necesario y se sale de su presupuesto, por lo que terminan por dejar esta idea de lado y tomando una un poco más económica, por lo tanto en “MIKE STUDIO”, realizamos un asesoramiento en cuanto a la idea y presupuesto que trae a nosotros el cliente y se recomienda un equipo de trabajo para este mismo, no obstante su opinión es muy importante e imprescindible en este proceso ya que más que hacer las cosas por hacerse se busca generar un impacto y sobre todo que se cumplan las exigencias del cliente por lo que podrá tener libre albedrío de lo que desea usar.

1.5 OBJETIVOS

1.5.1 Objetivo general.

Innovar y apoyar la realización de proyectos audiovisuales con selectividad de recursos dentro de su proceso de desarrollo favoreciendo a nuestros clientes en la ciudad de Bogotá.

1.5.2 Objetivos específicos.

- Desarrollar un estudio de mercados para determinar un público objetivo y su opinión sobre la presente propuesta
- Investigar los equipos, personal a utilizar el lugar de almacenaje y rodaje de los proyectos audiovisuales.
- Desarrollar medios de acercamiento con los posibles clientes, con el fin de brindarles un mejor acercamiento de los equipos y precios que se manejan en el estudio.
- Tener proyectos audiovisuales de muestra que muestren lo que se puede hacer con “MIKE STUDIO”.

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

“MIKE STUDIO”, se destaca en el mercado por la realización de proyectos audiovisuales para clientes con un presupuesto justo. Teniendo en cuenta que es un producto industrial, ya que se basa en un servicio de asesoría en cuanto a la realización de proyectos audiovisuales, con respecto al uso de equipos, personal y espacios adecuados a las necesidades, expectativas y deseos del cliente.

Este servicio consiste en mostrar lo que se puede realizar con nosotros en cuanto a proyectos audiovisuales se refiere, mostrando un catálogo de proyectos realizados por nosotros mismo enfocándose en diferentes aspectos ya sea música, publicitarios y demás proyectos de este tipo, por medio de diferentes redes sociales, ya sea videos cortos en tik tok, reels, poste e historias en Instagram y videos completos en Facebook y YouTube, donde el cliente podrán darse cuenta de lo que hacemos y tendrá medios de acercamiento con nosotros para realizar consultas, la página web podrá mostrar el amplio catálogo de nuestros equipo y espacios que son necesarios para dichas producciones y los precios aproximados que se estima para su uso.

Junto a esto se realizan reuniones con los clientes e donde se analiza la idea que trae el cliente en cuanto a su producción, el presupuesto, espacios y equipo necesario para el desarrollo de este mismo, teniendo en cuenta que se tienen personal capacitado y experto en estas temáticas que asesoraran al cliente sobre que equipos y espacios son más idóneos usar para la realización de sus producciones, además de esto de nuestro catalogo donde se muestra nuestros equipo y espacios y su valor de uso por hora, día, semana y meses de uso, que brindara una mejor idea al cliente de lo que es necesario y óptimo para el desarrollo de su proyecto.

Además de esto se ayudará con todo el proceso de postproducción, refiriéndose a la edición del proyecto y su respectiva difusión y estreno en los diferentes medios y redes que el cliente desee publicarlas.

1.7. Identificación de las ideas o proyectos alternativos o complementarios.

Un servicio complementario que podríamos ofrecer a los clientes es el análisis de métricas de sus producciones en las diferentes redes y medios de comunicación al igual que la ejecución de estrategias, planes de acción y toma de decisiones importantes respecto a los resultados arrojados por estas métricas de SEO y SEM con el fin de alcanzar a mas personas con sus producciones.

2. Estudio General del Bien o Servicio a Desarrollar

2.1. Antecedentes

- **TÉCNICOS:** Aquí se ha tenido muy en cuenta la evolución de los equipos, programas, talento humano y demás elementos del medio que a lo largo de la historia en especial la última década ha tenido un gran avance e impacto que las producciones generan en los espectadores. Estos cambios se pueden ver reflejados en los videos musicales a inicios del milenio y como se realizan o en día, aspectos como iluminación, audio, color, enfoques o desenfoques, etc...., al igual que aspectos de edición, sonidos ambiente y principalmente en el enfoque o temática publicitaria de las diferentes marcas que buscan no mostrar sus productos si ni lo que se puede lograr con ellas.
- **LEGALES:** Este ha sido un ámbito muy preocupante en el medio ya que en muchos casos las productoras suelen perjudicar a las producciones o artistas por los tipos de contrato, reparto de ganancias o las llamadas “letras pequeñas” que suelen siempre aventajar a alguna de las dos partes, por lo tanto, hace unos años se está buscando regular e implementar modelos de contratos en donde ambas partes salgan ganadoras y se respete su participación y debidos créditos en las producciones.
- **COMERCIALES:** Este aspecto es fundamental, ya que con el bum de las redes sociales y plataformas de streaming es mucho más fácil la difusión de las producciones a los consumidores, mostrando mejor calidad opciones de descargas, predios módicos y estrenos VIP para aquellas personas que buscan tener el producto final antes de tiempo oficial de salida.

2.2 Análisis FODA.

Este análisis nos permite encontrar información necesaria sobre los aspectos internos y externos que afectan las acciones y estrategias que se quieran implementar dentro de la organización, pero a su vez nos arroja opciones de mejora y planteamiento de alternativas más acertadas para afrontar dichas problemáticas.

FACTORES EXTERNOS			
OPORTUNIDADES		AMENAZAS	
Alinzas estrategicas	40%	Cometencia directa	30%
Formacion gerencial	25%	Poco reconocimiento	25%
Creacion de nuevos servicios	20%	Mercado competitivo	20%
Ampliamiento de conocimientos	10%	Nalos negocios	15%
Implementar modelos logísticos	5%	Nuevas politicas legales	10%
TOTAL	100%	TOTAL	100%

FACTORES INTERNOS	FORTALEZAS	
	Atencion al cliente	45%
	Innovacion	20%
	Apoyo a los colaboradores	15%
	Trabajo en equipo	10%
	Comunicación	10%
	TOTAL	100%
	DEBILIDADES	
	Administracion de recursos	60%
	Talento humano	15%
Negacion a afrontar nuevos retos	10%	
Logística	10%	
Publicidad	5%	
TOTAL	100%	

ESTRATEGIAS O - A

1.(O). Tomar decisiones en los momentos adecuados que con lleven a mejorar a la empresa. 2.(O). Tomar una formación académica en al área de los negocios para apoyar a la empresa. 3.(O). Innovar en nuevos servicios plus que atraigan nuevos clientes. 4.(A). Debemos conocer a la competencia para contrarrestar a la misma utilizando estrategias de marketing del producto. 5.(A). Implementar y analizar estrategias de mercadeo y publicidad que nos permita mayor grado de recordación en el mercado.

ESTRATEGIAS O - F

1.(O). Encontrar aliados con quien podamos realizar proyectos de manera bilateral con resultados buenos para ambos. 2.(O). Capacitar e instruir a los miembros de la organización en el manejo de valores con el fin de tomar mejores decisiones. 3.(O). Crear nuevos servicios permitirá abarcar un mayor mercado y por ende ser más competitivos. 4.(F). El trabajo en equipo será primordial con el fin de realizar de mejor manera los proyectos y alcance de objetivos. 5.(F). Manejar lenguaje profesional y sobre todo el compartir la información permitirá alcance de objetivos y gestionar mejor las estrategias.

ESTRATEGIAS F - D

1.(F). El manual de atención al cliente nos permitirá fidelizarlos y darles una experiencia única. 2.(F). Tener la capacidad de innovar en procesos y servicios nos permitirá ser más competitivos. 3.(F). Tener un excelente ambiente laboral y constante apoyo a los miembros proporcionara nuevas ideas y solución a os problemas. 4.(D). Se deberá encontrar la mejor solución que permita una mejor distribución de recursos con el fin de tener mejores resultados. 5.(D). Establecer cuidadosamente perfiles idóneos para cada puesto de trabajo dentro de la organización.

ESTRATEGIAS D - A

1.(D). Analizar y mantener la mente a afrontar nuevos proyectos y retos que se crean beneficiosos. 2.(D). Encontrar modelos y procesos logísticos que permitan la gestión de los implementos necesarios en los proyectos. 3.(D). Manejo de publicidad clara y con un mensaje diferencial que nos posicione en el mercado. 4.(A). Formalizar un departamento o tercerización sobre análisis de riesgo en negocios. 5.(A). Estar a la vanguardia en aspectos legales que deba requerir la empresa con el fin de ir a la par de las regulaciones.

2.3. Reseña de su evolución: Origen, Usos, Competencia, sustitución, complementariedad.

- **Origen:** Esta idea surge con la necesidad e idea en la cual se tuvo que realizar un video para una clase de edición de video en la universidad y donde se tuvo que pedir prestados todos los equipos necesarios para poder realizar estos proyectos audiovisuales y junto a mis amigos y compañeros pensamos si un artista o un persona que tuviese que hacer una producción audiovisual podría tener la posibilidad de escoger la cámara que quiere y demás equipo o en tal caso de contar con sus propios equipo y de allí surgió la idea de cómo haríamos una empresa que solucionara esta problemática teniendo en cuenta el presupuesto de las personas y ofreciendo un servicio orientado a la asesoría de manejo de quipos y selección de los mismos.
- **Usos:** Se enfocaría principalmente en personas, artistas o pequeñas empresas que deseen realizar producciones audiovisuales que cuente con poco presupuesto pero que quieren realizar algo de calidad, por lo tanto, el servicio a la carta provee de equipos idóneos para el tipo de producción que no supere con el presupuesto del cliente.
- **Competencia:** Actualmente existen muy pocas productoras especializadas en ciertos proyectos audiovisuales es decir se enfocan en un campo determinado, ya sea la música o publicitariamente sin tener un servicio en orientación de uso de equipos es decir, si la producción requiere estilos retro no cuentan con cámaras antiguos que den este efecto mas realista que solo pueden solucionar con programas de edición o de efectos muy nuevos y poco usados por lo que podríamos cubrir varias necesidad de productoras musicales o agencias publicitarias en un solo lugar.
- **Sustitución:** Podríamos implementar servicios sustitutos en tal caso como alquiler de equipos e incluso contratación directa en donde se tendría control total de la producción además de los servicios de postproducción como edición de proyectos ya grabados o aquellos que solo requieren análisis de métricas en redes.
- **Complementariedad:** Nuestros servicios postproducción y análisis de métricas serán nuestro principal valor agregado a a ofrecer a nuestros clientes, que les permitirá tener todo lo que necesita su producción desde el comienzo hasta el final beneficiándolos a tomar decisiones pertinentes a estrategias a ejecutar a nivel comercial.

2.4 Evaluación natural del entorno.

- **Político:** A nivel político se entiende que hay ideologías bastantes demarcadas en la sociedad en especial con las elecciones del presente año (2022), teniendo en cuenta que nos centraremos en actividades con personas, artistas o empresas con proyectos con fines comerciales o de entretenimiento, entendemos que mantenernos al margen de realizar proyectos con fines políticos es una excelente idea ya que no nos encasillarnos en una ideología política pero siendo conscientes de la realidad y participes de la misma estando apegados regulaciones legales, comerciales y técnicas.
- **Sector económico:** Debemos entender nuestro segmento de mercado y en el mercado que queremos entrar a competir, es decir entender nuestros stakeholders o partes interesadas, ya que tendremos en cuenta nuestros proveedores de equipos, competencia, clientes, estado, comunidad y demás, con el fin de realizar estrategias y procesos eficaces y eficientes que nos brinde resultados óptimos para el alcance de nuestros objetivos.
- **Sector social:** Como se mencionó en el punto anterior nuestros stakeholders son parte crucial en nuestro procesos y actividades, para ello debemos trabajar en nuestra gestión social empresarial, desarrollando proyectos enfocados al beneficio de la comunidad, sociedad, empleados, ambiente y demás partes interesadas, analizando estos proyectos en cada una de sus fases que permitan la sostenibilidad y sustentabilidad.
- **Sector tecnológico:** Debemos estar a la vanguardia en el uso de nuevos equipos y maquinarias tecnológicas que nos permita ser mas competitivos en el mercado, brindar un mejor servicio, gestionar procesos y reducir el impacto ambiental, por lo tanto, destinar este proceso al área administrativa o en su caso crear un departamento sería una opción a tener en cuenta.
- **Sector legal:** Se debe tener una persona encargada de mantener los documentos, capacitaciones, implemento y demás elementos necesarios exigidos por la ley para el buen funcionamiento de la empresa al igual que en la ejecución de negociaciones con nuestros clientes y los contratos con ellos.
- **Sector ambiental:** Gestionar proyectos que reduzcan nuestro impacto ambiental en la ejecución de nuestras actividades, al igual que en la planeación de proyectos de inversión o ejecución de acción por el medio ambiente.

2.5. Análisis de Riesgos.

Debemos tener en cuenta diversos factores a nivel tecnológico, legal, administrativo, estratégico y productivo que podrían generar la liquidez de la empresa, para ello debemos implementar sistemas de riesgo que prevean estas situaciones, ya sea tener equipos de repuesto en caso de daño o pérdida al igual que sobre demanda y no obsolescencia con el fin de tener un excelente servicio.

A nivel legal debemos delegar una área o persona encargada de mantener a la compañía en regla de documentaciones, regulaciones, capacitaciones y demás elementos que no perjudiquen a la empresa con el estado o con los mismos clientes.

Por otro lado, el área administrativa deberá ser manejada por personas capaces y sobre todo excelentes en su trabajo ya que en gran parte dependerá de ello como se gestionen las decisiones y manejo de recursos de la compañía.

A nivel estratégico se deberá tomar decisiones de como implementar acciones de posicionamiento, publicidad y demás acciones que nos permitan ser mas competitivos en el mercado, al igual que a nivel interno de la organización que se busque agilizar procesos, mejorar la logística y demás elementos de las áreas especializadas en atención al cliente.

El área productiva deberá estar a la vanguardia de las tendencias en cuanto a proyectos se refiere, al igual que estar constantemente trabajando en el proceso de mejora continua en producción y servicios de asesorías a clientes.

CAPÍTULO 2

3. El mercado.

3.1. Estudio del mercado.

A la hora de segmentar, la empresa Mike Studio se destaca por la realización de sus videos con alta profesionalidad y con los costos necesarios del cliente, ya que, a la hora de cotizar, el interesado en realizarlo podrá escoger que quiere agregar a su trabajo audiovisual en etapas como profesionales en video, dirección, iluminación, o actores, entre otros. Además, que así mismo escogerá los equipos a la realización de sus videos para que obtenga el mejor servicio al mejor costo con resultados increíbles.

CARACTERÍSTICAS DE LOS SEGMENTOS:

- Establecer un producto de reconocimiento para lograr una vinculación a futuro con el cliente para la realización de un próximo trabajo
- Implementar en el mercado un servicio adecuado a las necesidades del cliente para el debido reconocimiento
- Destacar nuestro servicio con un producto final con reconocimiento y de calidad profesional para el desarrollo en el mercado de los audiovisuales
- Desarrollar una oferta competitiva, llamando la atención de los clientes con bajos recursos para el proyecto
- Generar ingresos con los trabajos hechos para invertir en más equipos. Personal y lo que se necesite para el mejoramiento de la empresa.

SECTOR: Nuestro sector económico se establece en la producción contenidos para medios, es decir producciones audiovisuales o como se especifica en el código CIIU de Cámara de comercio 9004.

Descripción: La creación de contenidos para medios de comunicación audiovisuales, especialmente para el cine, la televisión, la radio, animación digital y videojuegos, entre otros, independientemente del soporte utilizado (film, video, video digital) y del género (ficción, documental, publicidad, entre otros).

Segmentación geográfica:

VARIABLES GEOGRÁFICAS	NIVELES, INTERVALOS O CLASES
Localidad	Chapinero
Habitantes	156.247
Extensión	3.898,96 hectáreas
Barrios	50 barrios
Densidad	área urbana de 1.234,71



Segmentación demográfica:

VARIABLES DEMOGRAFICAS	NIVELES, INTERVALOS O CLASES
Edad	20-en adelante
Sexo	Masculino, femenino
Estado civil	Soltero, casado, viudo, divorciado.
Ocupación	Artista musical, director de cine, empresario
Clase social	Media, alta
Nivel educativo	Bachiller, tecnólogo, profesional
Ingresos	De un salario mínimo en adelante
Nacionalidad	Colombiana

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

Servicios:

- Asesoramiento sobre el equipo a utilizar en los procesos de producción de proyectos audiovisuales y demás elementos que necesita el cliente.
- Asesoría sobre las recomendaciones y deseos del cliente si son viables para la producción.
- Servicios de postproducción, como lo son manejo de difusión y publicación de sus proyectos terminados en las redes respectivas elegidas por el cliente o las que son más óptimas para su difusión, al igual que sus respectivos formatos y ediciones terminadas.
- Servicio de análisis de métricas en redes y medios de difusión de los proyectos audiovisuales y las estrategias a implementar para mejorar estas métricas junto a especialistas en mercadeo.

3.3. Nombres, marcas, logotipos, emblemas, slogan de la empresa.

- **Nombre:** “MIKE STUDIO”, este nombre se tomó como óptimo para la empresa, ya que muestra lo que hacemos, pero con la marca diferencial que atendemos los procesos productivos desde el comienzo hasta el final satisfaciendo las necesidades, deseos y superando las expectativas del cliente.
- **Slogan:** “Plasma tus sueños”, hace referencia con plasmar en video y los sueños en la producción de un audiovisual queriendo mostrar que en nuestra empresa puedes hacer lo que desees en una gran producción.
- **Logotipo:** El logo lo hice con referencia a una cámara con bastantes colores y el nombre de la empresa que representa que aquí podemos tener diferentes conceptos ideas que quedan muy bien con nuestro diferencial.

“Plasma tus sueños”

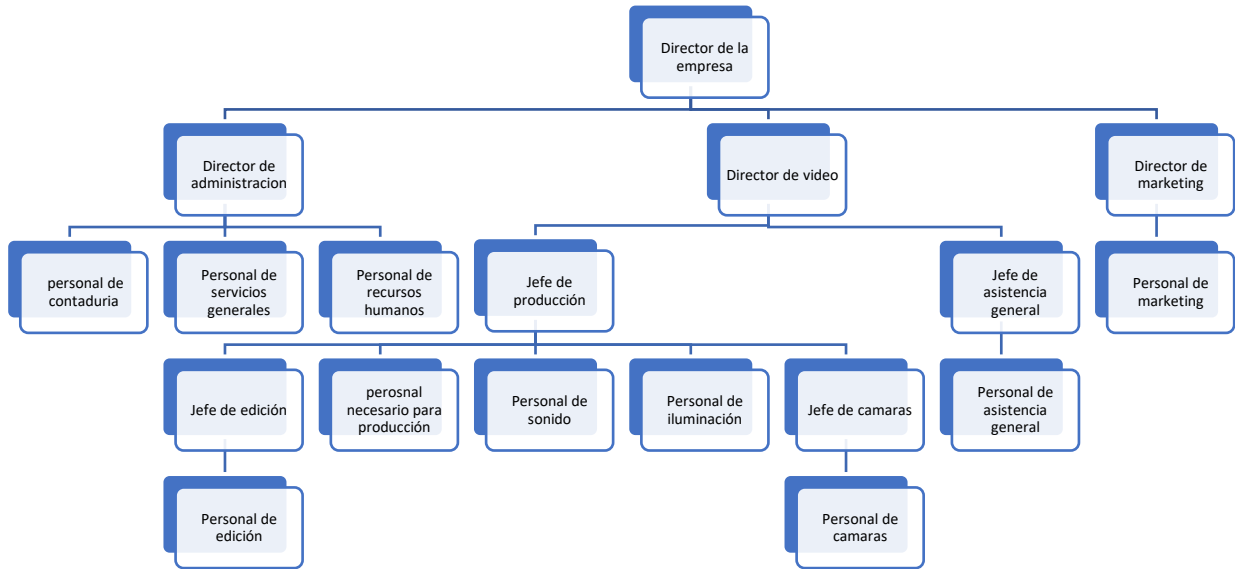


3.4. Definición y Descripción.

- **Nombre de la empresa:** “MIKE STUDIO”, este nombre se tomó como óptimo para la empresa, ya que muestra lo que hacemos, pero con la marca diferencial que atendemos los procesos productivos desde el comienzo hasta el final satisfaciendo las necesidades, deseos y superando las expectativas del cliente.
- **Misión:** Producir proyectos audiovisuales con detalle y selectividad del cliente.
- **Visión:** Al año 2030 ser un empresa sólida y reconocida en el sector audiovisual por nuestras excelentes producciones.
- **Objetivos:**
 - ✓ **Objetivo general.**

Innovar y apoyar la realización de proyectos audiovisuales con selectividad de recursos dentro de su proceso de desarrollo favoreciendo a nuestros clientes en la ciudad de Bogotá.
 - ✓ **Objetivos específicos.**
 - Desarrollar un estudio de mercados para determinar un público objetivo y su opinión sobre la presente propuesta
 - Investigar los equipos, personal a utilizar el lugar de almacenaje y rodaje de los proyectos audiovisuales.
 - Desarrollar medios de acercamiento con los posibles clientes, con el fin de brindarles un mejor acercamiento de los equipos y precios que se manejan en el estudio.
 - Tener proyectos audiovisuales de muestra que muestren lo que se puede hacer con “MIKE STUDIO”.

- **Organigrama:**



3.5. Usos y usuarios: definición de la clientela potencial.

Para encontrar la población a la que podríamos llegar en este mercado se realizó una encuesta, cuyos resultados nos brindaron un mejor panorama de quienes están en el mercado, lo que buscan y lo que están dispuestos a pagar por los productos o servicios que compiten en el mercado de producciones audiovisuales.

Lo cual nos brindó el siguiente panorama:

VARIABLES GEOGRÁFICAS	NIVELES, INTERVALOS O CLASES
Localidad	Chapinero
Habitantes	156.247
Extensión	3.898,96 hectáreas
Barrios	50 barrios
Densidad	área urbana de 1.234,71

VARIABLES DEMOGRAFICAS	NIVELES, INTERVALOS O CLASES
Edad	20-en adelante
Sexo	Masculino, femenino
Estado civil	Soltero, casado, viudo, divorciado.
Ocupación	Artista musical, director de cine, empresario
Clase social	Media, alta
Nivel educativo	Bachiller, tecnólogo, profesional
Ingresos	De un salario mínimo en adelante
Nacionalidad	Colombiana

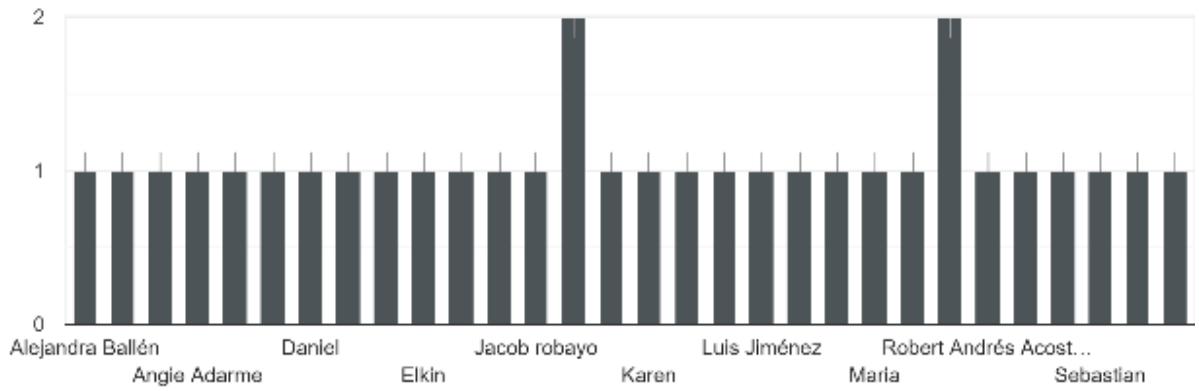
La encuesta fue la herramienta más idónea para la recolección de datos de tipo cuantitativo en cuanto a los rasgos de potenciales clientes, es decir a que publico podemos dirigirnos y como hacerlo ya que según lo observado podemos encontrar datos de niveles educativos, nivel socioeconómico, edad, al igual si considera usar medios audiovisuales en sus emprendimientos etc.

Tomando un a población base de 32 personas, ya que era una población reducida a personas que se podrían enfocar en un futuro a crear empresa o que buscarían implementar producciones audiovisuales para sus proyectos futuros, estableciéndolos como potencialmente nuestro mercado objetivo.

Obteniendo los siguientes resultados:

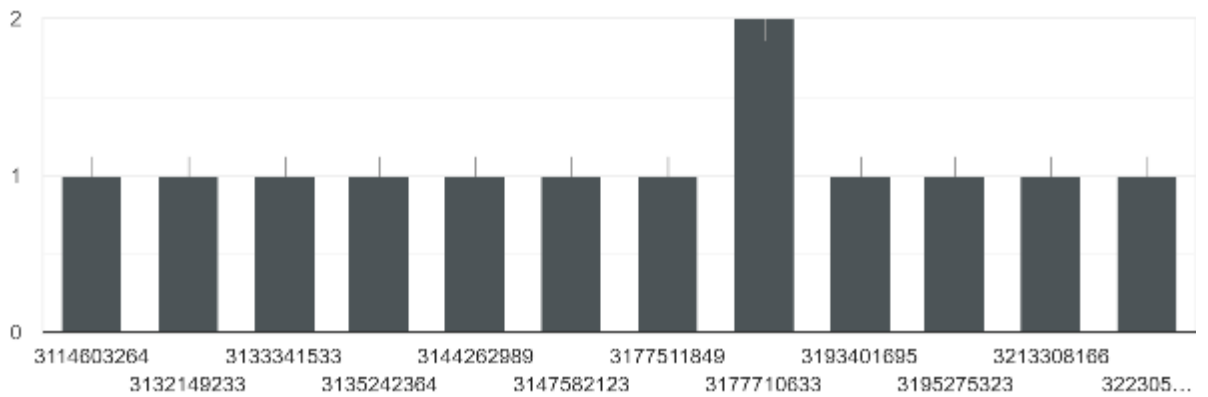
Pregunta 1.

Nombre
32 respuestas



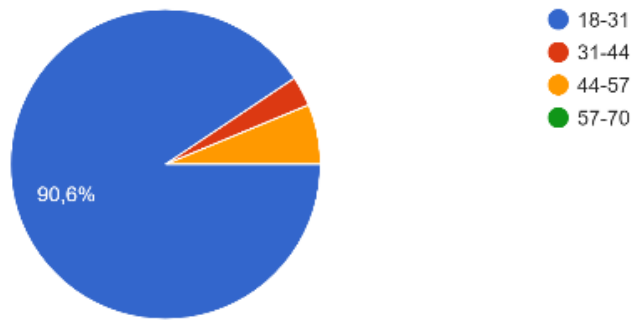
Pregunta 2:

Contacto (opcional)
13 respuestas



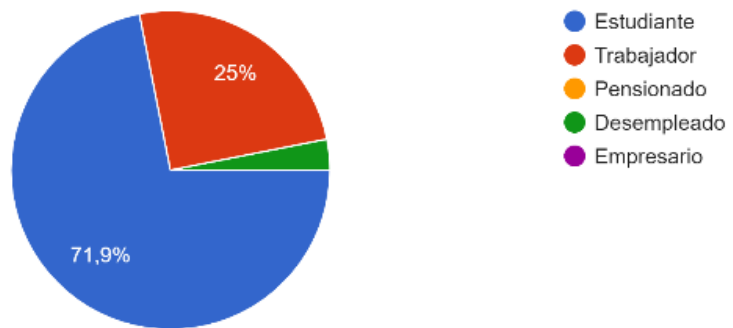
Pregunta 3:

Edad
32 respuestas



Pregunta 4:

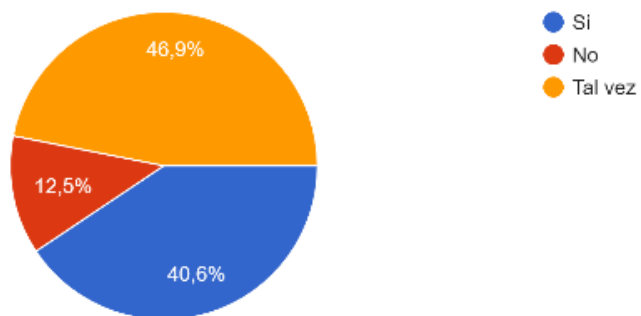
Oficio
32 respuestas



Pregunta 5:

¿Tiene en sus planes la realización de un video?

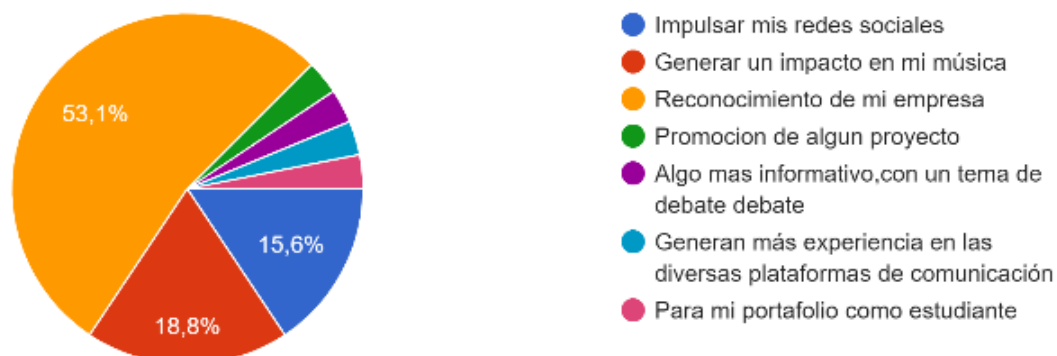
32 respuestas



Pregunta 6:

¿Para que desearía la realización de un audiovisual profesional?

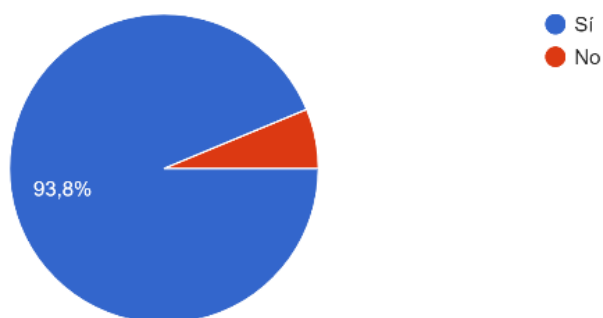
32 respuestas



Pregunta 7:

¿Le gustaría tener una lista donde posteriormente escoja los materiales a realizar el video con sus respectivos precios?

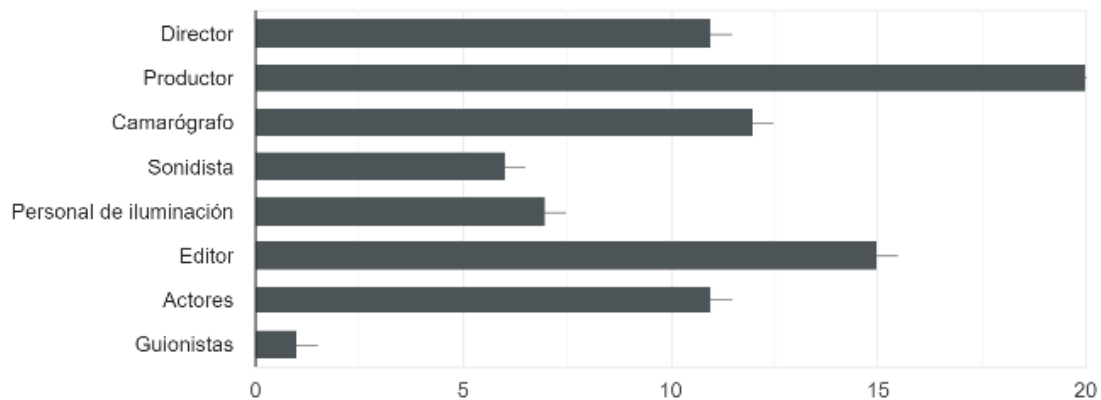
32 respuestas



Pregunta 8:

¿Cuáles de estas personas le parece mas esencial en la realización de su audiovisual? teniendo en cuenta la reducción de costo.

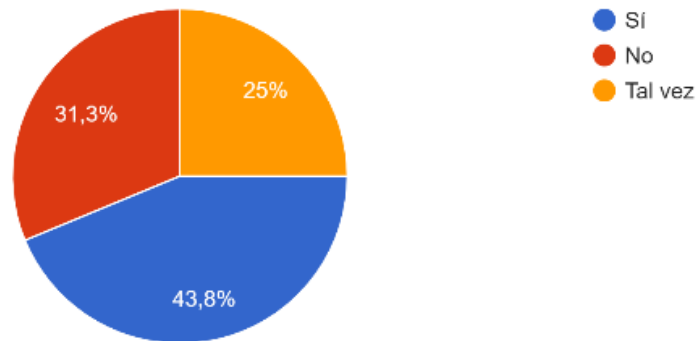
32 respuestas



Pregunta 9:

¿Es importante para su proyecto el uso de un estudio de grabación con pantalla verde? teniendo claro que se utiliza para lograr mayores efectos en la producción.

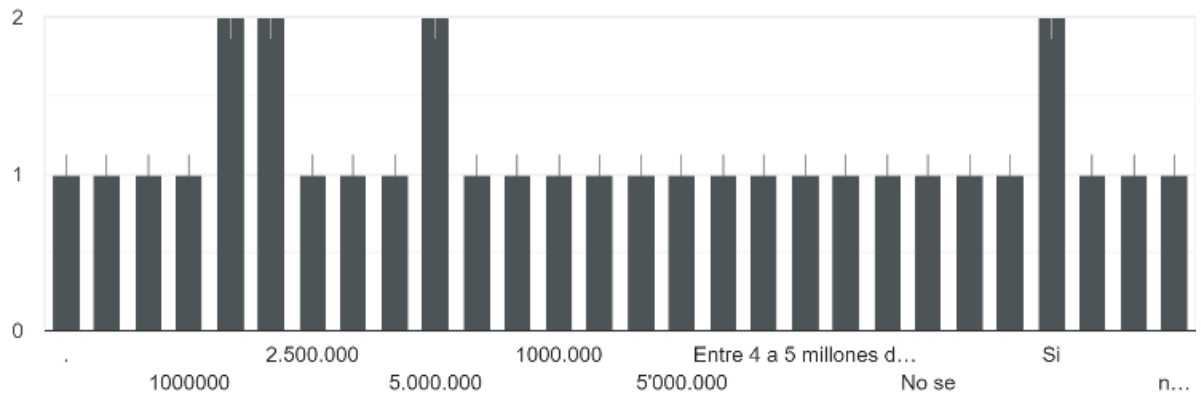
32 respuestas



Pregunta 10:

¿Cuánto estaría dispuesto a invertir en una producción audiovisual profesional?

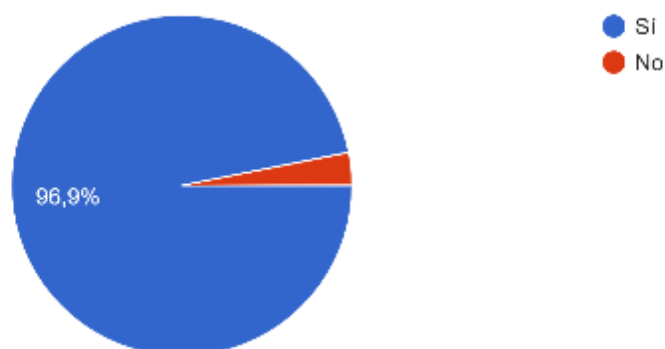
32 respuestas



Pregunta 11:

¿Le gustaría que Mike Studio le de apoyo con un guía para la realización de su producción reduciendo costos y apoyándolo en la toma de decisiones?

32 respuestas



Consumo anual per cápita:

Equipo, servicio o personal	Costo para la empresa	Alquiler del producto el día (recuperación de inversión)
Estudio de grabación	1.400.000 (el día)	2.000.000
Videocámara 4k Con Micrófono marca LINNSE	817.990	50.000 (17)
Cámara Sony PXW-X70	8.099.000	200.000 (40)
Videocámara digital HD	235.900	25.000 (10)
Drone Dji Mavic Air 2 Fly More Combo	4.199.900	100.000 (42)
Xtuga A400 Micrófono Inalámbrico De 4 Canales Uhf Con 4 Carr	797.990	40.000 (20)
Micrófono De Solapa De Condensador De Cable 6 Metros	110.000	20.000 (6)
Samtian Led Video Light 600 Led Camerastudio Kit De Luces Cr	1.298.990	70.000 (19)
PROMEDIO	2.222.811 (187.875)	313.125

Esta información se hizo con una debida investigación con los precios actuales del mercado. (pesos colombianos)

MC: se realiza con la recuperación de la inversión que está en paréntesis en la última columna

Con costos fijos de 60.000.000

Costos variables: 20.000.000

OPERACIÓN:

$$MC\$ = 313.125 - 187.875$$

$$MC\$ = 125.250$$

$$MC\% = 125.250 / 313.125$$

$$MC\% = 0,4$$

$$MC\% = 40\%$$

$$\frac{\quad}{0,40} \quad PEI = 60.000.000$$

$$PEI = 150.000.000$$

$$PEU = 150.000.000 / 313.125$$

$$PEU = 480 \text{ Unidades}$$

3.6. Factores de Competencia:

COMPETIDORES DIRECTOS		
ENTIDAD	LOGO	PRODUCTO
Emporia		Manejo, monitorio e implementación en manejo de redes sociales para entender a tu mercado objetivo y cómo afrontar y mejorar frente a tu competencia
Unlock production		Creación de proyectos audiovisuales, branding, consejería y asesoramiento y logística de equipos y espacios para la creación de eventos.

COMPETIDORES INDIRECTOS		
ENTIDAD	LOGO	PRODUCTO
MDI AGENCIA		Proyectos de publicidad, video y relaciones públicas.
Indexcol		Estrategias de branding por medio de video y posicionamientos de marca en medios digitales.






- **Ventajas:** Podemos darnos cuenta que nuestros competidores ofrecen bastantes estrategias de posicionamiento en cuanto a publicidad se refiere, además del manejo de medios y de relaciones publicas de las personas u empresas que trabajan con ellos, también como analizar las métricas de redes sociales con el fin de llegar a más personas y entender el mercado en el que se desempeñan.
- **Desventajas:** Solo uno de nuestros competidores ofrece servicio extra de asesoramiento en cuanto a estrategias, pero no en cuanto al manejo de equipos en sus proyectos además de la elección y análisis de los medios adecuados para difundir sus producciones.

PREGUNTA	RESPUESTA
¿Qué valor proporcionamos a nuestros clientes?	Nos involucramos desde el inicio del proyecto en cuanto al asesoramiento de equipos y el manejo de presupuesto del cliente, todo el proceso de producción y post producción refiriéndose al manejo de redes sociales y análisis de métricas de las mismas.
¿Qué problema de nuestros clientes ayudamos a solucionar?	Les ayudamos con asesoría de los equipos idóneos para utilizar en sus producciones y como aprovechar al máximo su presupuesto sin incurrir en sobrecostos innecesarios.
¿Qué necesidades de los clientes satisfacemos?	Producir proyectos de calidad a un precio muy razonable con servicios extra de análisis de métricas y toma de decisiones en estrategias a implementar en cuanto a publicidad se refiere.
¿Qué espera el cliente, para superarle las expectativas?	Tener una producción de calidad con los mejores equipos y personas a su lado para coordinar cada proceso en la elaboración del proyecto.

3.7. Aprovechamiento de insumos o apoyo tecnológico.

Razón social	MIKE STUDIO
Nombre del producto	Productora a la carta
Costo promedio del producto	\$314.000
Lugar de origen	Bogotá-Colombia
Lugar de comercialización	Bogotá-Colombia
Recomendaciones	Los costos del producto pueden fluctuar de acuerdo a la producción que se quiere elaborar ya sea a nivel publicitario o para producciones independientes ya que se necesitara más equipo o espacios diferentes al igual que el personal idóneo para la realización del proyecto.

3.8. Proveedores internos y externos.

PROVEEDOR	CARACTERISTICAS	IMAGEN
SONY	Cámaras de video y de fotografía que permitirá tener las mejores tomas e imágenes de las producciones.	
Linnse	Cámaras de video con micrófono integrado para tener un audio más inmersivo de la producción que se esté realizando.	
Amazon	Drone con cámara de alta definición, que permitirá tomar tomas aéreas de la producción y dar estilos únicos a la misma.	
Lavalier	Micrófono de solapa el cual permitirá tener un audio más claro del remitente sin ser afectado por el ruido ambiente.	
Samtian	Luces led que permitirán dar tonos de iluminación y estilos diferentes.	

3.9. Estacionalidad del mercado.

Es muy difícil predecir un periodo determinado en el cual el mercado se encuentre mucho más activo ya que dependerá de cuando el cliente decida realizar una producción a excepción de aquellos a nivel publicitario que se enfoca en fechas especiales como navidad, Halloween y demás que son celebradas en el país y la ciudad, teniendo siempre en cuenta las tendencias ya que estas salen a marcar un auge en cuanto a estrategias de mercado que van acompañadas de producciones audiovisuales como lo es a final de año el mundial de Qatar 2022.

3.10. Poder de compra.

Se pudo establecer que nuestros clientes serán aquellos que no cuenten con más de 15 millones de pesos en sus presupuestos para realización de producciones audiovisuales ya que nos enfocaremos en personas o artistas independientes al igual que empresas pequeñas, por lo cual tener presupuestos tan grandes para sus producciones son sobrecostos que no quieren tener o estar dispuestos a asumir, por lo que se determinó este será el mercado en el cual se quiere trabajar.

3.11. Rango de precios o tarifas.

Estas tarifas de alquiler de equipos se establecieron por el costo promedio de compra de los mismos y de su respectivo mantenimiento, precios que maneja la competencia ya que se deben manejar precios similares con el fin de mantener la competitividad en el mercado y de no generar sobrecostos para los clientes, pero tampoco generar un balance negativo dentro de la organización. También se tuvo en cuenta los costos fijos como lo es el salario de los miembros y algunos servicios que se requieren y costos variables que se manejan por promedio de acuerdo a la fluctuación del mercado.

3.12. Comportamiento de la clientela.

Se debe tener en cuenta que es difícil de entender como las personas o clientes podrían llegar a comportarse en cuanto a la demanda de los servicios ya que manejar temporalidad de demanda es difícil, pero podemos tener estrategias de convencimiento e influencia en la toma de decisiones en cuanto al servicio y los valores agregados, ya sea por medio de muestras de lo que se realiza en las producciones y los beneficios que estas traen para las empresas o proyectos de las personas.

3.13. Ciclo de vida del producto.

Se puede llegar a determinar en cuanto a la innovación y valor agregado que tenga el servicio, es decir no siendo iguales que la competencia llegando a ofrecer nuevos servicios o valores nuevos que generen ese nivel de crecimiento de las expectativas de los clientes que los hagan quedarse con nosotros, también se pueden explorar nuevos mercados en los cuales moverse ya que brindara un amplio espectro de nuevos servicio, productos e ideas innovadoras que nos permitan ser mas competitivos y con la capacidad de afrontar nuevos retos.

3.14. Zonas o áreas potenciales del mercado.

Pudimos determinar por medio de la encuesta que la mejor zona para establecernos es en la zona de chapinero ya que allí se encuentran muchas empresas pequeñas que necesitan de impulsos audiovisuales para su crecimiento y posicionamiento en el mercado y además de personas que buscan crear proyectos audiovisuales de manera independiente ya aquí se encuentran egresados de universidades de facultades de artes musicales o escénicas que buscan crear sus primeras producciones con presupuestos limitados.

4. Plan de Mercadeo

4.1. Tipología del mercado.

MIKE STUDIO se encuentra en el mercado de servicios en producciones audiovisuales ya que asesoramos a los clientes sobre sus proyectos, alquilamos equipo y demás elementos necesarios para la realización de las producciones al igual que análisis de métricas en los medios en los cuales se difunden dichos proyectos con el fin de tomar decisiones pertinentes en la publicidad en las

pequeñas empresas y el alcance ea las personas en producciones independientes.

Nos centramos en el mercado local de las producciones audiovisuales en el cual se esta empezado a necesitar de productoras especializadas en aspectos comerciales para las marcas, ` productos o servicios de las empresas y apoyo a personas o artistas independientes que empiezan a realizar sus primeras producciones. Teniendo como referente que nuestros clientes son aquellas personas o empresas que no poseen demasiados recursos presupuestales para dichas producciones y que además d esto no conocen mucho de los equipos y estilos para realizar los proyectos por lo cual la asesoría es de suma importancia en este proceso.

4.2. Diferenciación del producto o servicio.

Nos diferenciamos de la competencia en como apoyamos al cliente desde el inicio del proceso de producción, ya que con las asesorías despejamos dudas e inquietudes de nuestros clientes con respecto al uso de equipos, instalaciones y modos de grabación, iluminación y demás elementos en las producciones, además de la postproducción en donde podemos manejar las redes sociales y medios de comunicación en donde se difundes estos proyectos, teniendo un departamento de análisis de métricas de SEO y SEM que permitirá la tomas de decisiones pertinentes en procesos de mejora continua para los clientes y nosotros mismos.

4.3. Políticas de precios o tarifas.

Nuestras tarifas son determinadas por medio del análisis de costos fijos y variables de la organización, precios de competencia y el mercado, además de tener en cuenta la demanda de los servicios que se tienen de os servicios y con los presupuestos de los clientes ya que esto nos permite tener un margen de manejo de valores adecuados para cumplir con la satisfacción de las necesidades, expectativas y deseos de los clientes.

4.4. Estrategias de ventas.

Nuestra estrategia de ventas estará centrada en la implementación de difusión de muestras de producciones por medio de nuestras diferentes redes sociales y medios de comunicación que nos permitirá mostrar nuestros diferentes tipos de producciones y métodos publicitarios atrayendo a los clientes con publicidad convincente, creativa y acertada a sus necesidades.

4.5. Distribución y mercadeo.

Nuestra distribución y mercadeos estará centrado en la muestra de producciones en diferentes medios de comunicación y el uso de las 4p con el fin de entender nuestros principales objetivos y estrategias para cumplirlos.

- **Producto:** Mike Studio es una empresa que presta un servicio de la producción y realización de un audiovisual, con equipos y personal profesional, con la gran característica de que el cliente tiene la opción de tener un listado con todos los equipos que puede solicitar con sus debidos precios, esto beneficiara a la hora de tener en cuenta su presupuesto y con el apoyo de asesores de la empresa.
Los beneficios de mi servicio es la calidad de la producción con nuestros profesionales en video y audio, añadiendo los equipos de alta calidad, dependiendo de su precio, con el valor añadido de la ayuda con asesor para lograr un gran resultado con el presupuesto del cliente.
- **Precio:** El precio varía mucho dependiendo la solicitud del cliente con su calidad y presupuesto en donde puede alquilar una cámara de 200.000 pesos colombianos hasta de 3.000.000 pesos colombianos, e igualmente en otros alquileres de equipos y personal dependiendo el video y como se realizara; algo que también varia es si es en un lugar abierto o si es en un estudio cerrado, para un trabajo completo toca indagar más afondo, también expresando que el cliente quiera solo un trabajo de edición, o solo un camarógrafo, depende de él.
en estrategia de acogimiento de cliente se ofrece que el personal de apoyo para la realización del audiovisual sea gratuito en su primer proyecto con Mike Studio, con esto daremos verificación de nuestro profesionalismo y excelente servicio y por continuación del cliente se dará un 30% de descuento en uno de los equipos o personal que solicite, esto se verá reflejado cuando el cliente en el tercer trabajo con la empresa, motivándolos a invertir con nosotros.
- **Plaza:** El servicio se realizará en la empresa donde están las oficinas, el almacenamiento de los equipos y servicio al cliente en Cr 13 N 2-85 sur en Bogotá; para el transporte de los equipos y personal se alquilará transporte acorde a lo necesitado tratando de realizarlo en el tiempo necesario y coherente para el cliente y la empresa.
- **Promoción:** En la publicidad lo realizaremos por redes sociales y anuncios de Google utilizando una estrategia acogimiento con el servicio para cualquier empresa o negocio que quiera impulsarse en el mercado, utilizando cuñas de radio, vallas publicitarias y volantes

4.6. Promoción y Publicidad.

- **Promoción:** Se implementará el uso de servicio a la carta y por sugerencia del cliente es decir por medio de plana a la carta los clientes podrán elegir los equipos que deseen siempre y cuando este dentro de su presupuesto y el listado será con el fin de que el cliente tenga conocimientos sobre los equipos que necesitara y que además él sabe serán los necesarios.
- **Publicidad:** Mostraremos pequeños proyectos que hemos creado para nuestra empresa, es decir, vayas, volantes, post, reels y en motores de búsqueda que el cliente podrá tomar como ejemplo para sus producciones.

4.7. Estrategias de comunicación.

Manejaremos comunicación directa con los clientes potenciales y difusión de nuestros proyectos por redes sociales como Instagram, Facebook, Google, YouTube, Telegram y medios tradicionales que siempre logran abarcar un mercado mas amplio y general. Con el fin de mostrar lo que podemos hacer y las formas en que los clientes pueden comunicarse y asesorarse con nosotros ya sea por mensaje directo en redes sociales, reuniones presenciales o por medios digitales.

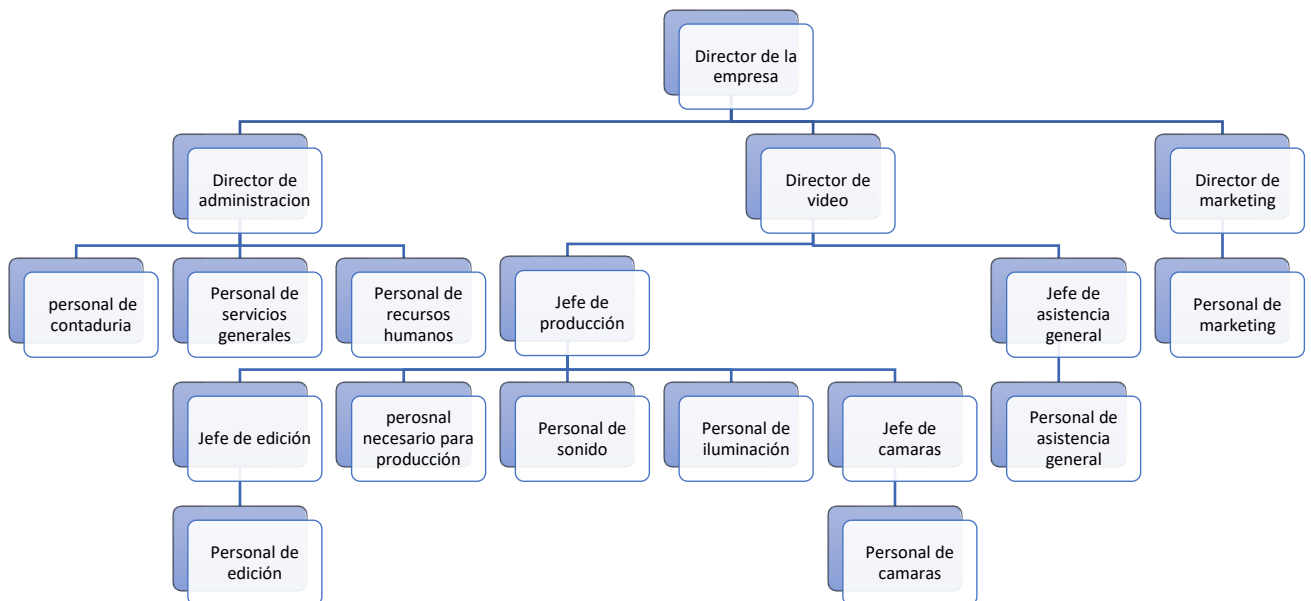
CAPITULO III

5. Aspectos Técnicos y Financieros

5.1. Estudio técnico del proyecto.

La empresa de producción audiovisual Mike Studio. En propiedad del señor Michael Estevan Chaves Fajardo ubicada, está en la localidad de Chapinero. Identificada en el mercado por la realización de videos al gusto del cliente para la reducción de costos y enfatizando en artistas que deseen realizar un video para su canción e implementarlo en el mercado con la calidad, profesionalidad y variedad de costos para satisfacer al cliente de la mejor manera.

- **Organigrama:**



- **Manual de funciones:**

- **Director de administración:**

Identificación del cargo	
--------------------------	--

Nombre del cargo	Director de administración
Dependencia	Área de administración

Requisitos mínimos

Requisitos de formación	Administración de empresas profesional
Requisitos de experiencia	Cinco (5) años de experiencia profesional relacionada

Objetivo principal

El director de administración es el encargado de manejar el personal de contaduría, personal de servicios generales y personal de recursos humanos
--

Funciones esenciales

Administra el funcionamiento de la empresa Se encarga de cargos como contadores, recepcionistas, recursos humanos, etc.
--

- **Director de video:**

Identificación del cargo	
--------------------------	--

Nombre del cargo	Director de video
Dependencia	Área de producción

Requisitos mínimos

Requisitos de formación	Dirección de Cine y TV. Diseño de Imagen y Sonido. Cinematografía.
Requisitos de experiencia	Cinco (5) años de experiencia profesional relacionada

Objetivo principal

El director de video es el encargado de organizar todas las producciones de audiovisuales de la empresa, como dirigir cargos dependientes de esta.
--

Funciones esenciales

Administra el funcionamiento de la producción Se encarga de cargos como jefe de producción y jefe de asistencia general
--

- **Director de marketing:**

Identificación del cargo	
--------------------------	--

Nombre del cargo	Director de marketing
Dependencia	Área de comercialización

Requisitos mínimos	
--------------------	--

Requisitos de formación	Marketing y gestión comercial Negocios internacionales
Requisitos de experiencia	Cinco (5) años de experiencia profesional relacionada

Objetivo principal	
--------------------	--

El director de marketing es el encargado de dirigir el cargo de personal de marketing y llevar a cabo la comercialización de las producciones y la empresa en general.
--

Funciones esenciales	
----------------------	--

Administra el funcionamiento de la comercialización Dirigir al personal de marketing

- **Contador:**

Identificación del cargo	
--------------------------	--

Nombre del cargo	Personal de contaduría
Dependencia	Área de administración

Requisitos mínimos	
--------------------	--

Requisitos de formación	Contador profesional
Requisitos de experiencia	Dos (2) años de experiencia profesional relacionada

Objetivo principal	
--------------------	--

El personal de contaduría se encarga de administrar el dinero en la empresa con gastos e inversiones
--

Funciones esenciales	
----------------------	--

Manejar el dinero de la empresa Encargarse de los pagos a los empleados
--

- **Servicios generales:**

Identificación del cargo

Nombre del cargo	Personal de servicios generales
Dependencia	Área de administración

Requisitos mínimos

Requisitos de formación	Ninguno
Requisitos de experiencia	Título bachiller

Objetivo principal

El personal de servicios generales como aseo, portería, recepción etc.
--

Funciones esenciales

<p>Dependiendo de su tarea la realización de su trabajo</p> <p>El mantenimiento de la empresa a nivel general</p>

- **Personal de recursos humanos:**

Identificación del cargo

Nombre del cargo	Personal de recursos humanos
Dependencia	Área de administración

Requisitos mínimos

Requisitos de formación	Recursos humanos profesional
Requisitos de experiencia	Dos (2) años de experiencia profesional relacionada

Objetivo principal

El personal de recursos humanos se encargará de administrar el personal de la empresa con sus ingresos y sus problemas dentro de la empresa

Funciones esenciales

<p>Contratar personas necesarias para la empresa</p> <p>Atenderá a los empleados en cualquier problema dentro de la empresa</p>

- **Jefe de edición:**

Identificación del cargo

Nombre del cargo	Jefe de edición
Dependencia	Producción

Requisitos mínimos

Requisitos de formación	Dirección de cine y TV
Requisitos de experiencia	Tres (3) años de experiencia profesional relacionada

Objetivo principal

El jefe de edición se encarga de la edición de la producción de los audiovisuales

Funciones esenciales

Revisión de edición de las producciones Dirigir a personal de edición
--

- **Personal de edición:**

Identificación del cargo

Nombre del cargo	Personal de edición
Dependencia	Producción

Requisitos mínimos

Requisitos de formación	Dirección de cine y TV o cinematografía
Requisitos de experiencia	Dos (2) años de experiencia profesional relacionada

Objetivo principal

El personal de edición se encarga de la edición de los audiovisuales
--

Funciones esenciales

Edición propuesta por los clientes Efectos en los videos en posproducción
--

- **Personal de producción:**

Identificación del cargo

Nombre del cargo	Personal necesario de producción
Dependencia	Producción

Requisitos mínimos

Requisitos de formación	(dependiendo lo necesario) maquillaje, conducción, cargar equipos, entre otros
Requisitos de experiencia	Dos (2) años de experiencia profesional relacionada

Objetivo principal

El personal necesario para la producción se encarga de lo solicitado para la producción de cualquier audiovisual como, por ejemplo, maquillaje, actuación, bailarines, entre otros.

Funciones esenciales

Maquillaje
Actores
Conductor
Chef
Bailarines
Etc

- **Personal de sonido:**

Identificación del cargo

Nombre del cargo	Personal de sonido
Dependencia	Área de producción

Requisitos mínimos

Requisitos de formación	Dirección de cine y TV o cinematografía
Requisitos de experiencia	Dos (2) años de experiencia profesional relacionada

Objetivo principal

El personal de sonido de encarga del manejo, grabación y posproducción del sonido en los audiovisuales

Funciones esenciales

Grabación de sonido en los audiovisuales
Montar sonido en posproducción

- **Personal de iluminación:**

Identificación del cargo

Nombre del cargo	Personal de iluminación
Dependencia	Área de producción

Requisitos mínimos

Requisitos de formación	Dirección de cine y TV o cinematografía
Requisitos de experiencia	Dos (2) años de experiencia profesional relacionada

Objetivo principal

El personal de iluminación se encarga de la luz de cada audiovisual

Funciones esenciales

Manejo de luces profesionales Identificar el sitio acorde con la idea del director

- **Jefe de cámaras:**

Identificación del cargo

Nombre del cargo	Jefe de cámaras
Dependencia	Área de producción

Requisitos mínimos

Requisitos de formación	Dirección de cine y TV y cinematografía
Requisitos de experiencia	Tres (3) años de experiencia profesional relacionada

Objetivo principal

El jefe de cámaras se encarga de la ayuda de dirección del video con los planos y movimientos además de dirigir a personal de cámaras

Funciones esenciales

Tener manejo de las cámaras Dirigir a personal de cámaras
--

- **Personal de cámaras:**

Identificación del cargo	
Nombre del cargo	Personal de cámaras
Dependencia	Área de producción
Requisitos mínimos	
Requisitos de formación	Experto en cámaras de video, dirección audiovisual
Requisitos de experiencia	Dos (2) años de experiencia profesional relacionada
Objetivo principal	
El personal de cámaras tiene manejo con la grabación de los videos de los clientes en la empresa, haciendo empatía con el director para sacar un trabajo profesional y de alta calidad.	
Funciones esenciales	
Tener manejo de las cámaras Tener claros los movimientos de cámaras	

- **Asistencia general:**

Identificación del cargo	
Nombre del cargo	Jefe de asistencia general
Dependencia	Área de producción
Requisitos mínimos	
Requisitos de formación	Dirección de Cine y TV. Cinematografía.
Requisitos de experiencia	Dos (2) años de experiencia profesional relacionada
Objetivo principal	
El jefe de asistencia general se encarga de la asesoría a los clientes por medio de personal de asistencia general	
Funciones esenciales	
Asistencia a los clientes Dirigir el cargo de personal de asistencia general	

- **Personal de asistencia general:**

Identificación del cargo	
--------------------------	--

Nombre del cargo	Personal asistencia general
Dependencia	Área de producción

Requisitos mínimos	
--------------------	--

Requisitos de formación	Dirección de Cine y TV o Cinematografía.
Requisitos de experiencia	Dos (2) años de experiencia profesional relacionada

Objetivo principal	
--------------------	--

El personal de asistencia general se encarga del apoyo a los clientes de la empresa respecto a su producción audiovisual
--

Funciones esenciales	
----------------------	--

Asistencia a los clientes Apoyar a los clientes en decisiones audiovisuales para su trabajo en la empresa
--

- **Personal de marketing:**

Identificación del cargo	
--------------------------	--

Nombre del cargo	Personal de marketing
Dependencia	Área de marketing

Requisitos mínimos	
--------------------	--

Requisitos de formación	Marketing y gestión comercial
Requisitos de experiencia	Dos (2) años de experiencia profesional relacionada

Objetivo principal	
--------------------	--





El personal de marketing se encarga de la distribución de videos de la empresa y su comercialización en el mercado
--

Funciones esenciales	
----------------------	--

Manejo de marketing digital Redes sociales

5.2. Requerimientos Técnicos, tecnológicos y científicos.

Ficha técnica de MIKE STUDIO			
Activo	Características	Precio	Imagen
Videocámara 4k Con Micrófono marca LINNSE	Tipo de videocámara: Cámara de vídeo Marca: LINNSE Características especiales: Night Vision, Time Lapse Resolución de la captura de video 4K Tecnología de conectividad HDMI Tiene estabilización de imagen No Velocidad de captura de imagen 60 fps Zoom óptico 1 x Tipo de lente Zoom Peso del artículo 3.9 Libras	\$ 50.000	
Cámara Sony PXW-X70	Tipo de videocámara: Cámara deportiva Marca: Sony Nombre del modelo: PXWX70 Características especiales: Lapso de tiempo, luz baja, visión, nocturna, antivibración. Resolución de la captura de video: 4K Tecnología de conectividad: HDMI Tiene estabilización de imagen: Si Velocidad de captura de imagen: 10 fps Zoom óptico: 12 x Formato de captura de video: AVCHD	\$ 200.000	
Videocámara digital HD	Tipo de videocámara: Cámara de video Marca: IEBRT Nombre del modelo: 2051LP Características especiales: Lapso e tiempo, Resolución de la captura de video: 1080 P Tecnología de conectividad: USB Zoom óptico: 16 X Factor de forma: Compact Tipo de lente: Zoom Tamaño de pantalla: 3 pulgadas	\$ 25.000	

<p>Drone Dji Mavic Air 2 Fly More Combo</p>	<p>Marca DJI Nombre del modelo DJI Mavic Air 2 Color Gris Resolución de la captura de video 4K HD ¿Incluye baterías? Sí Peso del artículo 20.11 Onzas Resolución de salida de video 4K HD Composición de las celdas de la batería Polímero de litio Batería Recargable Incluida Sí Dimensiones del artículo LxWxH 9.37 x 5.35 x 10.43 pulgadas</p>	<p>\$ 100.000</p>	
<p>Xtuga A400 Micrófono Inalámbrico De 4 Canales Uhf Con 4 Carr</p>	<p>Marca XTUGA Color Negro Tipo de conector Conector XLR Tipo de conector XLR Fuente de energía Batería Sensibilidad de audio 80 dB Cantidad de baterías 2 AA (Tipo de pila necesaria) Material Metal Relación señal-ruido 120 dB Cantidad de canales 4</p>	<p>\$ 40.000</p>	
<p>Micrófono De Solapa De Condensador De Cable 6 Metros</p>	<p>Marca PowerDeWise Color Negro Tipo de conector Jack de 0.138 in Tecnología de conectividad Auxiliary Fuente de alimentación Cable eléctrico Dispositivos compatibles iPhone 5 and later, iPad, Android smartphones, PC/Laptops, DSLR Cameras, Audio Recorders Estampado polar Omnidireccional Material Acrílico Relación señal a ruido 65.00 Plataforma de hardware Tablet, Smartphone</p>	<p>\$ 20.000</p>	
<p>Samtian Led Video Light 600 Led Camerastudio Kit De Luces Cr</p>	<p>Marca GVM Great Video Maker Tecnología de conectividad Bluetooth Interfaz de hardware Bluetooth Tecnología de comunicación inalámbrica Bluetooth</p>	<p>\$ 70.000</p>	

Muebles y enseres			
Activo	Características	Precio	Imagen
Computadores (6)	<p>Procesador Intel® Core™ i5 de 10.ª generación Windows 11 Home Disco duro SATA de 1 TB y 7200 rpm 8 GB AMD Radeon™</p>	\$ 24.000.000	
Sillas de oficina (10)	<p>Dimensiones del producto 24"D x 25.75"W x 41.25"H pulgadas Usos Recomendados Para Producto Commercial, Office, Drafting, Reading, Gaming Movimiento de base del mueble Pivote Tipo de sala Office, Game Recreation Room, Classroom, Library, Study Room Color Black</p>	\$ 2.000.000	
Televisores (3)	<p>Tamaño de pantalla 40 Pulgadas Tecnología de conectividad Bluetooth, Wi-Fi, USB, Ethernet, HDMI Marca Hisense Resolución 1080p Tecnología de pantalla LCD Nombre del modelo Serie A4 Velocidad de actualización 60 Hz Características especiales Plana Modelo año 2022 Color Negro</p>	\$ 4.500.000	

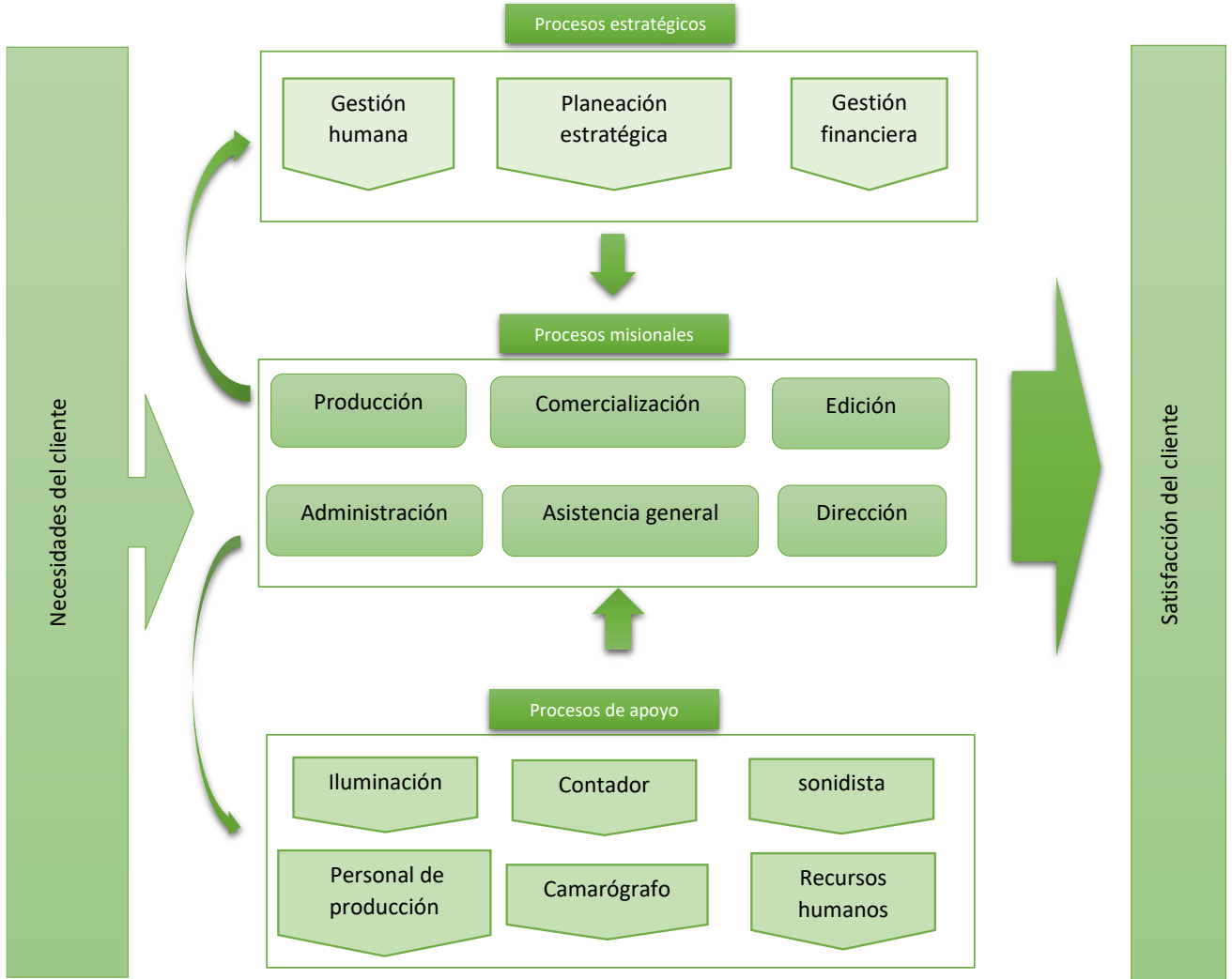
Escritorios (8)	<p>Diseño de escritorio Pedestal Dimensiones del producto 30"D x 60"W x 29.5"H pulgadas Color Mocha/Black Tipo de sala Office Forma Rectangular Estilo Double Pedestal Desk- Locking Marca HON Tipo de material superior Metal Componentes incluidos ... Se requiere ensamblado Sí</p>	<p>\$ 4.000.000</p>	
Estudio de grabación	<p>Consola de audio Micrófonos bidireccionales vidrios insonorizados Bafles de alta definición Espuma de insonorización Consola da manejo y edición de efectos de sonido</p>	<p>\$ 15.000.000</p>	
Papelería y utilería		<p>\$ 3.000.000</p>	
Mesa de reuniones (2)	<p>Marca Textimuebles de Colombia Modelo CHICAGO Color Negro Largo x Ancho x Altura 3.4 mm x 1.8 mm x 0.72 mm</p>	<p>\$ 3.000.000</p>	

5.3. Planes generales.

- Layout:



- **Mapa de procesos:**



5.4. Mano de Obra Directa.

Tendremos en cuenta que todo el personal de la organización tendrá contratos a termino fijo de una periodicidad de un año con el fin de renovar de acuerdo al desempeño de los miembros y poder generar el crecimiento por medio de un ambiente laboral competitivo, pero con estabilidad y flexibilidad para todos.

CARGO

Administrador	1.800.000
Director de video	1.500.000
Director de marketing	1.400.000
Contador	1.800.000
Servicios generales	1.300.000
Recursos humanos	1.500.000
Jefe de edicion	1.400.000
Personal de edicion	1.200.000
Personal de produccion	1.200.000
Personal de sonido	1.200.000
Personal de iluminacion	1.200.000
Jefe de camaras	1.400.000
Pesonal de camaras	1.200.000
Jefe de asitencia general	1.400.000
Personal de asistencia general	1.200.000
Pesonal de marketing	1.200.000

5.5. Localización de la Planta o actividad económica.

- **Localización:** El servicio se realizará en la empresa donde están las oficinas, el almacenamiento de los equipos y servicio al cliente en Cr 13 N 2-85 sur en Bogotá; para el transporte de los equipos y personal se alquilará transporte acorde a lo necesitado tratando de realizarlo en el tiempo necesario y coherente para el cliente y la empresa.
- **Layout:**



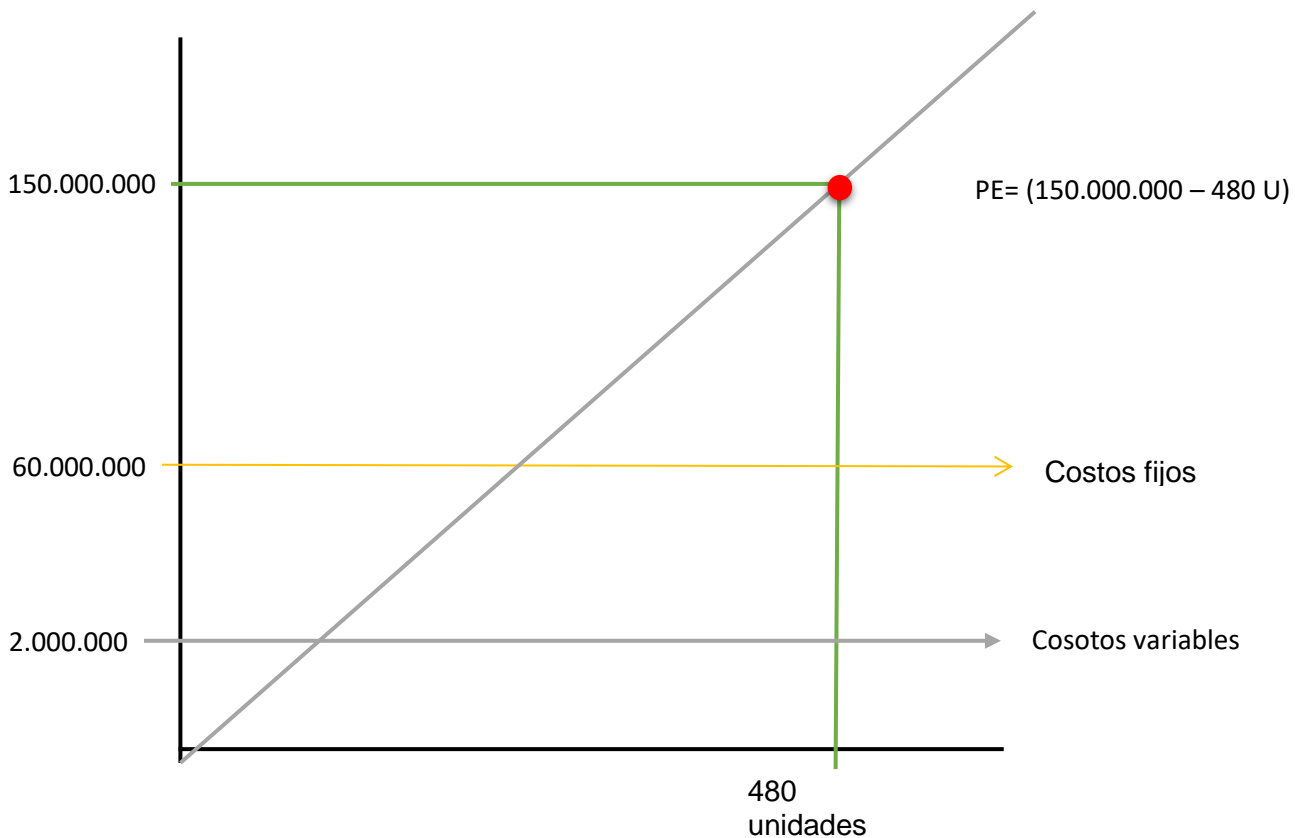
Equipo, servicio o personal	Costo para la empresa	Alquiler del producto el día (recuperación de inversión)
Estudio de grabación	1.400.000 (el día)	2.000.000
Videocámara 4k Con Microfono marca LINNSE	817.990	50.000 (17)
Cámara Sony PXW-X70	8.099.000	200.000 (40)
Videocámara digital HD	235.900	25.000 (10)
Drone Dji Mavic Air 2 Fly More Combo	4.199.900	100.000 (42)
Xtuga A400 Microfono Inalambrico De 4 Canales Uhf Con 4 Carr	797.990	40.000 (20)
Microfono De Solapa De Condensador De Cable 6 Metros	110.000	20.000 (6)
Samtian Led Video Light 600 Led Camerastudio Kit De Luces Cr	1.298.990	70.000 (19)
PROMEDIO	2.222.811 (187.875)	313.125

5.6. Precisión de Inversiones y Gastos iniciales.

Con costos fijos de 60.000.000 millones de pesos.

Costos variables: 20.000.000 millones de pesos.

- **Punto de equilibrio:**



- **Homonimia:**

Por palabra clave
Por código CIIU

Búsqueda por código CIIU

Seleccione el método de búsqueda:

Por código CIIU
 Estructura detallada

Digite el código:

SECCIÓN >>

Seleccionar	Código CIIU	SHD	Descripción	Nota Explicativa
Seleccionar	9004		Creación audiovisual	Ver Nota

9004 Creación audiovisual
X

Esta clase incluye:

- La creación de contenidos para medios de comunicación audiovisuales, especialmente para el cine, la televisión, la radio, animación digital y videojuegos, entre otros, independientemente del soporte utilizado (film, video, video digital) y del género (ficción, documental, publicidad, entre otros).

Esta clase excluye:

- La producción de video e imágenes en movimiento. Se incluye en las clases 5911, «Actividades de producción de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión», y 5912, «Actividades de posproducción de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión».
- El funcionamiento de las salas de cine. Se incluye en la clase 5914, «Actividades de exhibición de películas cinematográficas y videos».

CAPITULO IV

6. Aspectos Legales y Organizativos

6.1. Plan Económico y Financiero.

- **Acta de constitución:**

ACTA DE CONSTITUCIÓN

CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA

EN BOGOTÁ D.C. EL DÍA 07 DEL MES 08 DE 2022, se reunieron **Michael Estevan Chaves Fajardo**, C.C. *expedida en Bogotá D.C.*, domiciliado en *Bogotá*, con el fin de constituir la empresa **MIKE STUDIO De** conformidad con la ley 1258 del 3 de febrero de 2.020.

CAPITULO I

NOMBRE, NACIONALIDAD, DOMICILIO, OBJETO. Y DURACION DE LA SOCIEDAD.

ARTÍCULO 1: NATURALEZA Y DENOMINACION: La sociedad tendrá el carácter de comercial Simplificada, será de capital, de nacionalidad colombiana y girará bajo la razón social **MIKE STUDIO** y su sigla **MIKE STUDIO** y con esta desarrollará todos los actos propios del objeto social.

ARTÍCULO 2: DOMICILIO: El domicilio principal de la sociedad es la ciudad de **BOGOTÁ D.C.**, pero podrá establecer sucursales, agencias, dependencias u oficinas en cualquier lugar del país o del exterior.

ARTÍCULO 3: OBJETO: La sociedad se dedicará a la elaboración y comercialización de hamburguesas y jugos light. La sociedad podrá llevar a cabo en general, todas las operaciones, de cualquier naturaleza que ellas fueren, así como cualquier actividad similar, conexas o complementaria que permita facilitar o desarrollar el comercio o la industria de la sociedad.

Parágrafo Primero: La sociedad no podrá ser garante en obligaciones de los administradores, socios, ni de terceras personas, codeudores, ni coarrendatarios en contratos de los administradores, socios, ni de terceras personas, salvo que lo autorice expresamente la asamblea general de accionistas, siempre y cuando tengan relación directa con la actividad principal de la compañía. Ninguno de los socios podrá ser codeudor de obligaciones de terceros, salvo que se trate de obligaciones del cónyuge o de parientes dentro del primer grado de los mismos socios de la compañía y que la asamblea de accionistas lo apruebe.

PARAGRAFO: La empresa ejercerá su objeto de manera directa, o a través de terceros o en convenios con ellos.

ARTÍCULO 4: DURACION: La duración de la sociedad se extenderá hasta por el término de 2025 (5) años, y si al vencerse dicho término no ha sido válidamente prorrogado quedará disuelta por ministerio de la ley.

**CAPITULO II:
CAPITAL. ACCIONES, TITULOS.**

ARTÍCULO 5: Capital autorizado. El capital autorizado de la sociedad es de ochenta millones (\$80.000.000) moneda colombiana, representados en ochocientos mil (100) acciones de valor nominal de ochocientos mil pesos (\$800.000) moneda colombiana cada una.

ARTÍCULO 6. Capital suscrito: A la fecha de la constitución de la sociedad, los accionistas fundadores han suscrito cien (100) acciones de valor nominal de ochocientos mil pesos (\$800.000) moneda colombiana cada una, de manera que el capital suscrito es 80 millones de pesos (\$80.000.000) moneda Colombiana. Las acciones suscritas por los socios al momento de la constitución de la sociedad son las siguientes:

Accionista	Acciones Suscritas	Valor Acción	%	Valor Suscrito
<i>Michael Chaves</i>	100	800.000	100%	80.000.000
	000	000	000	000
T O T A L E S.-	100	800.000	100%	80.000.000

ARTÍCULO 7. Capital pagado: El capital pagado es de cien (100) acciones de valor nominal de ochocientos mil pesos (\$800.000) moneda colombiana cada una. Las acciones pagadas por los accionistas al momento de la constitución de la sociedad son las siguientes:

Accionista	Acciones Pagadas	Valor Acción	%	Valor Pagado
<i>Michael Chaves</i>	100	800.000	100%	80.000.000
	000	000	000	000
T O T A L E S.-	100	800.000	100%	80.000.000

ARTICULO 8. ACCIONES: Las acciones de la sociedad serán ordinarias y confieren a sus titulares los siguientes derechos: 1. Participar en las deliberaciones de la Asamblea General de Accionistas con voz y voto. 2. Recibir una parte proporcional de los beneficios sociales de acuerdo a los balances al fin del ejercicio y con sujeción a la ley y a estos estatutos. 3. Negociar las acciones con sujeción al derecho de preferencia pactado en estos estatutos. 4. Inspeccionar libremente los libros y papeles sociales dentro de los quince (15) días hábiles anteriores a las reuniones de la Asamblea General en que se examinen los balances. 5. Recibir una parte proporcional de los activos Sociales al tiempo de la liquidación una vez pagado el pasivo externo de la sociedad. **PARAGRAFO:** Cada una de las acciones que posee el accionista dentro de la sociedad da derecho a un voto en las asambleas ordinarias o extraordinarias.

ARTÍCULO 9. SUSCRIPCION DE ACCIONES: Los accionistas tendrán derecho a suscribir preferencialmente en toda nueva emisión de acciones, una cantidad proporcional a las que posean a la fecha en que el órgano social apruebe el reglamento de suscripción. Se destina de la reserva accionaria el 30% de las acciones que componen el capital social al momento de constituirse la sociedad, para que estas sean suscritas preferencialmente por sociedades comerciales que desarrollen actividades relacionadas con el objeto de la empresa. Estas acciones que deberán ser suscritas dentro de los tres años siguientes a la fecha de constitución.

ARTÍCULO 10 la sociedad no podrá adquirir sus propias acciones, sino por decisión de la asamblea con el voto favorable de la mayoría de los votos presentes.

ARTICULO 11. TITULOS: A todo suscriptor de acciones se le hará entrega de los títulos que demuestren su calidad de accionista. Los títulos serán nominativos y se expedirán en series continuas con las firmas del gerente y el secretario y en ellos se indicará: 1. El nombre de la persona en cuyo favor se expiden. 2. La denominación de la sociedad, su domicilio principal. 3. La cantidad de acciones que representa cada título, el valor nominal de las mismas e indicando si son ordinarias o privilegiadas. 4. Las condiciones para el ejercicio del derecho de preferencia en la negociación.

ARTICULO 12. NEGOCIACION DE ACCIONES: Las acciones son transferibles conforme a las leyes y a estos estatutos; la enajenación se perfeccionará única y exclusivamente cumpliendo el procedimiento establecido En estos estatutos. Para hacer la nueva inscripción y expedir el título al adquirente, previo el agotamiento del procedimiento establecido, será necesaria la cancelación de los títulos del tradente.

ARTICULO 13. DERECHO DE PREFERENCIA: El accionista que pretenda enajenar todas sus acciones o parte de ellas, hará conocer su intención por medio de oferta dirigida al Gerente, para que este la comunique a la Asamblea General de Socios, con el objeto de decidir si se readquieren las acciones ofrecidas, en caso de que haya discrepancia respecto del precio se tomará el valor intrínseco de las acciones certificado por el Contador público de la sociedad. En caso que la sociedad decida no comprar las acciones, Los accionistas interesados tendrán un plazo de quince (15) días comunes para enviarle al vendedor por escrito la oferta de compra respectiva.

ARTICULO 14. EMBARGO DE ACCIONES: Las acciones podrán ser objeto de embargo. Este se inscribirá en el libro de registro de acciones, mediante orden escrita del funcionario competente.

ARTICULO 15. ENAJENACION DE ACCIONES EMBARGADAS O EN LITIGIO: Para enajenar las acciones cuya propiedad se encuentra en litigio, se necesitará permiso del juez respectivo.

ARTÍCULO 16. VIOLACIÓN DE LAS RESTRICCIONES A LA NEGOCIACIÓN: Toda negociación o transferencia de acciones efectuada en contravención a lo previsto en los estatutos será ineficaz de pleno derecho.

ARTÍCULO 17. COMUNICACIONES OFICIALES: Todo accionista deberá registrar su dirección o la de sus Representantes Legales o apoderados con el fin de poderle hacer llegar toda la comunicación generada desde la empresa.

ARTICULO 18. EXTRAVIO DE TITULOS: En los casos de hurto o robo de un título , la sociedad lo sustituirá entregándole un duplicado al propietario que aparezca inscrito en el registro de acciones, comprobando el hecho ante los administradores, y en todo caso, presentando la copia auténtica del denuncia penal correspondiente. Cuando el accionista solicite un duplicado por pérdida del título, dará la garantía que le exija la sociedad, En caso de deterioro, la expedición del duplicado requerirá la entrega por parte del accionista de los títulos originales para que la sociedad los anule.

CAPITULO III. ORGANOS DE LA SOCIEDAD.

ARTICULO 19. ORGANOS: La sociedad tendrá los siguientes órganos de dirección y administración:

1. Asamblea General de Accionistas.
2. Gerente
3. Subgerente

ASAMBLEA DE ACCIONISTAS:

ARTICULO 20. CONFORMACION: La Asamblea General de Accionistas es el máximo órgano de la sociedad y estará integrada por los accionistas inscritos en el registro de acciones o por sus representantes, mandatarios o apoderados, reunidos conforme a las leyes y las prescripciones de los presentes estatutos.

ARTICULO 21. REPRESENTACION. Los accionistas podrán hacerse representar en las reuniones de la Asamblea General de Accionistas, mediante poder otorgado por escrito en el que se indique el nombre e identificación del apoderado, la persona en quien este puede sustituirlo y la fecha de la reunión para la cual se confiere.

ARTICULO 22. ACCIONES EN COMUNIDAD: Cuando una o varias acciones pertenezcan en común a varias personas, estos designarán un representante común y único que ejerza los derechos correspondientes a la calidad de accionista. A falta de acuerdo, el juez del domicilio social designará al representante de tales acciones a petición de cualquier interesado. El delegado con tenencia de bienes representará las acciones que pertenezcan a la sucesión ilíquida y podrá hacerse representar como se dispone en la cláusula vigésima anterior; a falta de delegado, la representación se llevará a cabo por la persona que elijan por mayoría de votos los sucesores reconocidos en juicio.

ARTICULO 23. CLASES DE REUNIONES: Las reuniones de la Asamblea General de Accionistas podrán ser ordinarias o extraordinarias. Las primeras se realizarán dentro de los tres (3) primeros meses de cada año, en el domicilio social, el día, hora, y lugar que determine el representante legal. Las extraordinarias se llevarán a cabo cuando las necesidades de la compañía así lo exijan. No obstante, podrán reunirse sin previa citación en cualquier sitio, cuando estén representadas la totalidad de las acciones suscritas.

ARTICULO 24. REUNIONES ORDINARIAS: Estas tendrán por objeto examinar la situación de la sociedad, designar el representante legal y demás funcionarios de su elección, determinar las directrices económicas de la compañía considerar las cuentas y el balance del

último ejercicio. Resolver sobre la distribución de utilidades y en general acordar todas las providencias tendientes a asegurar el cumplimiento del objeto social.

ARTICULO 25. REUNIONES POR DERECHO PROPIO. Si la Asamblea General de Accionistas no fuere convocada en la oportunidad señalada en el artículo anterior, se reunirá por derecho propio el primer día hábil del mes de mayo, en la oficina del domicilio principal de la sociedad. El representante legal permitirá el ejercicio del derecho de inspección de los libros y papeles de la sociedad a los accionistas, sus representantes o apoderados durante los quince (15) días hábiles anteriores a la reunión.

ARTICULO 26. REUNIONES EXTRAORDINARIAS: La Asamblea General de Accionistas podrá ser convocada a sesiones extraordinarias por el Gerente en los casos previstos por la ley. Igualmente se reunirá a solicitud de un número plural de accionistas que represente la cuarta parte o más de las acciones suscritas, caso en el cual la citación se hará por el Gerente o en forma conjunta por los este número de accionistas.

ARTICULO 27. CONVOCATORIA: La convocatoria de la Asamblea extraordinarias de Accionistas se hará con cinco (5) días comunes de anticipación, por medio de comunicaciones escritas, carta, correo electrónico o fax enviadas a cada uno de los accionistas a la dirección o el número telefónico o E-Mail registrado en la secretaría de la sociedad, deberá dejarse constancia de su recibo mediante la utilización de correo certificado o cualquier otro medio que permita probar la entrega oportuna. La citación deberá contener el día, hora y lugar en que debe reunirse la Asamblea de Accionistas, así como el objeto de la convocatoria cuando sea extraordinaria. Para la asamblea ordinaria y para Cuando se trate de aprobar balances, la convocatoria deberá hacerse con una anticipación no menor de quince (15) días hábiles. En el acta de la sesión correspondiente, se dejará constancia de la forma como se hizo la citación.

PARÁGRAFO: Puede haber asambleas sin necesidad de convocatoria si Los accionistas renuncian a su derecho a ser convocados a una reunión determinada de la asamblea o Aunque no hubieren sido convocados a la asamblea, se entenderá que los accionistas que asistan a la reunión correspondiente han renunciado al derecho a ser convocados, a menos que manifiesten su inconformidad con la falta de convocatoria antes que la reunión se lleve a cabo.

ARTICULO 28. QUORUM PARA DELIBERAR. La Asamblea General de Accionistas podrá deliberar con un número plural de personas que representen la mayoría absoluta entendiéndose por ésta el cincuenta y uno por ciento (51%) de las acciones suscritas de la sociedad. Si este quórum no llegare a completarse, se convocará a una nueva Asamblea de Accionistas, la cual sesionará y decidirá válidamente con un número plural de personas, cualquiera que sea la cantidad de acciones representadas y deberá efectuarse no antes de los diez (10) días hábiles ni después de los treinta (30) días hábiles contados desde la fecha fijada para la primera reunión. Cuando la Asamblea General de Accionistas se reúna por derecho propio el primer día hábil del mes de mayo, podrá deliberar y decidir con dos o más personas cualquiera que sea el número de acciones representadas.

ARTICULO 29. PRESIDENCIA. La Asamblea de Accionistas será presidida por el representante legal y a falta de este, por la persona que ella misma designe para el efecto.

ARTICULO 30. QUORUM DECISORIO EXTRAORDINARIO: Se requerirá de un número plural de accionistas que represente el **70% ciento** de las acciones suscritas para reformar los Estatutos.

ARTICULO 31. QUORUM DECISORIO ORDINARIO. Las demás decisiones de la Asamblea de Accionistas, inclusive los nombramientos unitarios, se tomarán por la mayoría de votos presentes.

ARTICULO 32. OBLIGATORIEDAD DE LAS DECISIONES. Las decisiones de la Asamblea de Accionistas, adoptadas con los requisitos previstos en la ley y en estos estatutos, obligarán a todos los accionistas aún a los ausentes o disidentes, siempre que tengan carácter general.

ARTICULO 33. VOTOS: Cada accionista tendrá tantos votos como acciones ordinarias tenga en la compañía.

ARTICULO 34. FUNCIONES DE LA ASAMBLEA DE ACCIONISTAS: Son funciones de la Asamblea de Accionistas:

1.- Estudiar y aprobar las reformas de los Estatutos. 2.- Considerar los informes de los administradores y del Gerente General sobre el estado de los negocios sociales. 3.- Examinar, aprobar o improbar los balances de fin de ejercicio y las cuentas que deban rendir los Administradores. 4.- Disponer de las utilidades sociales conforme a los Estatutos y a las leyes. 5.- Constituir e incrementar las reservas a que haya lugar. 6.- fijar el monto del dividendo, así como la forma y el plazo en que se pagará al Representante legal, 7.- Nombrar al liquidador de la sociedad. 8.- Ordenar las acciones que correspondan contra los administradores, 9.- Decretar la enajenación total de los haberes de la sociedad. 10.- Delegar en el Gerente aquellas funciones cuya delegación no esté prohibida por la Ley. 11.- Adoptar las medidas que reclame el cumplimiento de los Estatutos y el interés común de los asociados. 12.- Establecer las políticas Generales que deberá seguir la empresa para ejercer su objeto social. 13.- Autorizar al representante legal la celebración de actos o contratos que superen los 20 salarios mínimos mensuales legales vigentes, para los actos o contratos que sean iguales o inferiores a 20 salarios mínimos legales mensuales , el gerente no requerirá autorización previa.

ARTICULO 35. LIBRO DE ACTAS: Lo ocurrido en las reuniones de la Asamblea de Accionistas se hará constar en un libro de Actas que serán firmadas por el Presidente de la reunión y su Secretario, después de aprobadas. Las actas se encabezarán con su número y expresarán cuando menos el lugar, la fecha, y la hora de la reunión, el número de acciones suscritas, las listas de los asistentes, los asuntos tratados, las decisiones que sean adoptadas y el número de votos emitidos a favor, en contra o en blanco, con las salvedades de la Ley, las constancias escritas presentadas por los asistentes, las designaciones efectuadas y la hora y fecha de clausura.

ARTICULO 36. REPRESENTACION LEGAL, GERENTE. La sociedad tendrá un Gerente quien será su representante legal, tendrá a su cargo la administración y gestión de los negocios sociales con sujeción a la Ley, a estos Estatutos, a los reglamentos y decisiones de la Asamblea de Accionistas, éste a su vez tendrá un subgerente quien tendrá sus mismas facultades y lo reemplazará en sus faltas absolutas o temporales.

ARTICULO 37. NOMBRAMIENTO Y PERIODO. El Gerente y subgerente serán designados por la

Asamblea de Accionistas, El periodo será de un (1) año contado a partir de su elección, pero podrán ser reelegidos indefinidamente o removidos libremente antes del vencimiento del mismo.

ARTICULO 38. REGISTRO. El nombramiento del Gerente y subgerente deberá inscribirse en el registro mercantil, el cual se hará en la Cámara de Comercio con base en la copia auténtica del acta o actas en que conste la designación.

ARTICULO 39. FACULTADES DEL GERENTE. El representante legal podrá celebrar o ejecutar todos los actos y contratos comprendidos en el objeto social o que se relacionen directamente con la existencia y el funcionamiento de la sociedad, Salvo las limitaciones por cuantía que requieran expresa autorización de la asamblea.

CAPITULO IV: DERECHOS Y DEBERES DE LOS ACCIONISTAS.

ARTICULO 40. DERECHOS: Son derechos de los accionistas:

- 1) Disfrutar sin discriminación alguna de todos los servicios y beneficios que preste la compañía.
- 2) Elegir y ser elegido directivo y en cargos de representación de la sociedad, siempre que reúna los requisitos de estos estatutos.
- 3) Concurrir por sí o por medio de representante a todo tipo de reunión que celebre o patrocine la sociedad y cuando haya lugar, participar en las deliberaciones con derecho a voz y voto, siempre guardando compostura y respeto.
- 4) Representar a algún accionista mediante poder debidamente presentado, caso en el cual tendrá derecho a votar en nombre del ausente.
- 5) Presentar iniciativas, proyectos o quejas que pretendan mejorar el cumplimiento de los objetivos sociales y a obtener la respuesta oportuna y los trámites adecuados.
- 6) Presentar quejas contra los presuntos infractores de las normas sociales, que se adelanten las investigaciones correspondientes, pudiendo nombrar apoderado para que lo represente.
- 7) Las demás que le otorgue la ley.

ARTICULO 41. DEBERES Y OBLIGACIONES DE LOS ACCIONISTAS: Son deberes de los accionistas:

- 1) Velar por el fiel cumplimiento de los estatutos, pactos, convenios y normas en general que determinen la defensa de los objetivos empresariales.
- 2) Guardar lealtad con sus consocios. 3) Comportarse como dictan las normas de buena conducta.

- 4) Asistir puntualmente a las reuniones cuando sean convocados.
- 5) Colaborar eficazmente con el fiel cumplimiento de los objetivos.
- 6) Asistir o hacerse representar en las reuniones extraordinarias y ordinarias que se determinen.
- 7) Participar con voz y voto en las reuniones siempre y cuando se encuentre a paz y salvo por todo concepto con la sociedad.
- 8) Cancelar oportunamente las obligaciones adquiridas para con la sociedad.
- 9) Acogerse a las decisiones que por mayoría sean adoptadas, aun cuando disienta de ellas.
- 10) Gestionar constantemente proyectos y contratos que permitan generar recursos a la empresa y contribuir así al cumplimiento de su objeto.

**CAPITULO V:
SIGILO:**

ARTICULO 42. SIGILO OBLIGATORIO: Queda prohibido al gerente, a los miembros de la Asamblea de Socios individualmente considerados, apoderados y asesores de la Sociedad revelar a extraños los negocios, secretos y planes de la empresa y/o su situación económica, salvo especial permiso de la Asamblea General de Socios, a cuyo juicio queda autorizar solamente las informaciones que no sean de carácter reservado. Lo anterior se entiende sin perjuicio del deber de publicar los balances y del derecho de inspección de los accionistas.

**CAPITULO VI.
BALANCES, RESERVAS Y
DIVIDENDOS.**

ARTICULO 43. BALANCE GENERAL: La Sociedad tendrá ejercicios anuales que se cerrarán el 31 de diciembre de cada año, para hacer el inventario, el balance general y el estado de resultados del respectivo ejercicio y someterlos a la aprobación de la Asamblea. El balance, los libros y demás documentos, serán depositados en la oficina de la administración con una antelación de quince días hábiles para el señalado para la Asamblea General de Accionistas con el fin de que puedan ser examinados por los accionistas.

PARAGRAFO: No obstante lo dispuesto en este artículo, mensualmente se hará un balance de prueba pormenorizado de las cuentas de la compañía: La Junta Directiva podrá ordenar, además que se hagan balances extraordinarios cuando lo juzgue necesario o conveniente, pero ninguno de estos balances podrá servir de base para decretar dividendos.

ARTICULO 44. APROBACION DEL BALANCE: El balance debe ser presentado para la aprobación de la Asamblea de Accionistas por EL representante legal e la Sociedad, con los documentos a que se refiere el artículo 446 del código de comercio.

ARTICULO 45. RESERVA LEGAL: De las utilidades líquidas de cada ejercicio, se tomará el diez por ciento (10%) para conformar o incrementar la reserva legal hasta alcanzar un monto igual al 50% del capital suscrito.

ARTICULO 46. RESERVAS OCASIONALES. La Asamblea de Accionistas podrá crear o incrementar reservas ocasionales siempre y cuando tengan un destino específico con sujeción a las disposiciones legales.

ARTICULO 47. DIVIDENDOS: La distribución de utilidades sociales se hará previa aprobación de la Asamblea de Accionistas, justificada con balances fidedignos y después de hechas las reservas legal, estatutaria y las ocasionales, así como las apropiaciones para el pago de impuestos, en proporción a la parte pagada del valor nominal de las acciones suscritas. Salvo determinación en contrario aprobada por el **setenta y cinco ciento (75%)** de las acciones representadas en la Asamblea, la sociedad repartirá a título de dividendo o participación, no menos del cincuenta por ciento de las utilidades líquidas obtenidas en cada ejercicio o del saldo de las mismas, si tuviere que enjugar pérdidas de ejercicios anteriores. Si la suma de la reserva legal, estatutaria y ocasionales excediere del ciento por ciento del capital suscrito, el porcentaje obligatorio de utilidades líquidas que deberá repartir la sociedad será el setenta por ciento, no obstante la Asamblea General de Accionistas, con el voto del setenta por ciento de las acciones, podrá disponer que la distribución de utilidades se efectúe en un porcentaje inferior o no se lleve a cabo. El pago del dividendo se hará en proporción al número de acciones suscritas y se cancelará en dinero en efectivo en las épocas en que acuerde la Asamblea de Accionistas, salvo que con el voto del ochenta por ciento de las acciones representadas, se decida cubrirlo en forma de acciones liberadas de la misma sociedad.

ARTICULO 48. DIVIDENDOS NO RECLAMADOS OPORTUNAMENTE: La Sociedad no reconocerá intereses por los dividendos que no sean reclamados oportunamente, los cuales quedarán en la caja social en depósito, disponibles a la orden de sus dueños.

CAPITULO VII: DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN:

ARTICULO 49 : DISOLUCION: La Sociedad se disolverá:

1. Por vencimiento del término previsto en los estatutos, si lo hubiere, a menos que fuere prorrogado mediante documento inscrito en el Registro mercantil antes de su expiración;
2. Por imposibilidad de desarrollar las actividades previstas en su objeto social;
3. Por la iniciación del trámite de liquidación judicial;
4. Por voluntad de los accionistas adoptada en la asamblea o por decisión del accionista único;
5. Por las causales previstas en los estatutos;
6. Por orden de autoridad competente, y

7. Por pérdidas que reduzcan el patrimonio neto de la sociedad por debajo del cincuenta por ciento del capital suscrito.

En el caso previsto en el ordinal primero anterior, la disolución se producirá de pleno derecho a partir de la fecha de expiración del término de duración, sin necesidad de formalidades especiales. En los demás casos, la disolución ocurrirá a partir de la fecha de registro del documento privado o de la ejecutoria del acto que contenga la decisión de autoridad competente.

Podrá evitarse la disolución de la sociedad mediante la adopción de las medidas a que hubiere lugar, según la causal ocurrida, siempre que el enervamiento de la causal ocurra durante los seis (6) meses siguientes a la fecha en que la asamblea reconozca su acaecimiento. Sin embargo, este plazo será de dieciocho (18) meses en el caso de la causal prevista en el ordinal 7° De este artículo.

ARTÍCULO 50. Liquidación. - La liquidación del patrimonio se realizará conforme al procedimiento señalado para la liquidación de las sociedades de responsabilidad limitada. Actuará como liquidador, el representante legal o la persona que designe la asamblea de accionistas.

CAPÍTULO VII DISPOSICIONES FINALES

ARTÍCULO 51. RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS SOCIETARIOS. - Las diferencias que ocurran a los accionistas entre sí, o con la sociedad o sus administradores, en desarrollo del contrato social, incluida la impugnación de determinaciones de asamblea con fundamento en cualquiera de las causas legales, podrán someterse a decisión arbitral o de amigables compondores.

CAPÍTULO VIII. DISPOSICIONES VARIAS.

ARTICULO 52. PROHIBICIONES: Ningún accionista o empleado podrá revelar a extraños las operaciones de la sociedad, salvo que lo exijan las entidades o funcionarios que de acuerdo con los estatutos o la ley puedan conocerlos. La sociedad sólo podrá ser garante de sus propias obligaciones.

ARTICULO 53 REPRESENTACION LEGAL: Se designa en forma extraordinaria al señor *EDISON GARZÓN* como representante legal identificado con cedula de ciudadanía *1001187782* expedida en Bogotá y el subgerente será *EDISON GARZÓN* con cédula *1001187782* de Bogotá, quienes estando presente aceptaron los nombramientos designados.

OTORGANTES

Michael Chaves

Recuerde

Los otorgantes deberán comparecer ante notaria o secretarios de cámara de comercio, para la presentación personal o reconocimiento de firma.

El presente modelo no garantiza la inscripción del acto sujeto a registro, lo que implica que una vez realizado, deberá ser sometido a estudio jurídico por parte del departamento jurídico de la Cámara de Comercio de Santa Marta para el Magdalena.

- **Homonimia:**

Por palabra clave Por código CIUU

Búsqueda por código CIUU

Seleccione el método de búsqueda:

Por código CIUU Estructura detallada

Digite el código:

SECCIÓN >>				
Seleccionar	Código CIUU	SHD	Descripción	Nota Explicativa
Seleccionar	9004		Creación audiovisual	Ver Nota

9004 Creación audiovisual

Esta clase incluye:

- La creación de contenidos para medios de comunicación audiovisuales, especialmente para el cine, la televisión, la radio, animación digital y videojuegos, entre otros, independientemente del soporte utilizado (film, video, video digital) y del género (ficción, documental, publicidad, entre otros).

Esta clase excluye:

- La producción de video e imágenes en movimiento. Se incluye en las clases 5911, «Actividades de producción de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión», y 5912, «Actividades de posproducción de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión».
- El funcionamiento de las salas de cine. Se incluye en la clase 5914, «Actividades de exhibición de películas cinematográficas y videos».

Cerrar y Continuar

- RUT:

		FORMULARIO DEL REGISTRO ÚNICO TRIBUTARIO				001																	
Espacio reservado para la Dian				2. Concepto <input type="text" value="01"/>																			
				4. Número de Formulario <input type="text" value="1"/>																			
5. Número de Identificación Tributaria (NIT):		6. Dv		12. Administración		14. Buzón Electrónico																	
<input type="text" value="1001343599"/>		<input type="text" value=""/>		Bogotá Personas Jurídicas		rt.michael.chaves@unilatina.edu.co																	
IDENTIFICACIÓN																							
24. Tipo de Contribuyente		25. Tipo de Documento		26. Número de identificación		27. Fecha de Expedición																	
<input type="text" value="c.c."/>		<input type="text" value="C.C."/>		<input type="text" value="1001343599"/>		<input type="text" value="2019 5 16"/>																	
Lugar de Expedición: 28. País:		29. Departamento		30. Ciudad/Municipio		Año Mes Día																	
<input type="text" value="Bogota D.C."/>		<input type="text" value="Cundinamarca"/>		<input type="text" value="Bogotá"/>																			
31. Primer Apellido		32. Segundo Apellido		33. Primer Nombre		34. Otros Nombres																	
<input type="text" value="Chaves"/>		<input type="text" value="Fajardo"/>		<input type="text" value="Michael"/>		<input type="text" value="Estevan"/>																	
36. Nombre Comercial				37. Sigla																			
<input type="text" value="MIKE STUDIO"/>																							
38. País:		29. Departamento		30. Ciudad/Municipio																			
<input type="text" value="Colombia"/>		<input type="text" value="Cundinamarca"/>		<input type="text" value="Bogotá"/>																			
41. Dirección																							
<input type="text" value="Cr 13 N 2-85 sur Sevilla"/>																							
42. Correo Electrónico:		43. Apartado Aéreo		44. Teléfono 1:		45. Teléfono 2:																	
<input type="text" value="rt.michael.chaves@unilatina.edu.co"/>		<input type="text" value=""/>		<input type="text" value="3145336419"/>		<input type="text" value="3112785196"/>																	
CLASIFICACIÓN																							
Actividad Económica																							
Actividad Principal				Actividad Secundaria																			
46. Código		47. Fecha Inicio actividad:		46. Código		47. Fecha Inicio actividad:																	
<input type="text" value="5911"/>		<input type="text" value="20 21 2 13"/>		<input type="text" value=""/>		<input type="text" value=""/>																	
52. Número de Establecimientos																							
<input type="text" value=""/>																							
Responsabilidades																							
53. Código:																							
<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td><td>8</td> </tr> <tr> <td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td> </tr> </table>								1	2	3	4	5	6	7	8								
1	2	3	4	5	6	7	8																
Para uso exclusivo de la DIAN																							
61. Fecha <input type="text" value=""/>																							
La información contenida en el formulario, será responsabilidad de quien lo suscribe y en consecuencia sancionada. Artículo 15 Decreto 2788 del 31 de Agosto de 2004.				984. Nombre: _____ 985. Cargo: FUNCIONARIO DIAN SECCIONAL BOGOTÁ																			
Firma del solicitante																							

WEBGRAFÍA

- https://www.linio.com.co/c/camaras-y-lentes/accesorios-camaras?adjust_t=1zira0_f1h7ws&adjust_google_network=g&adjust_google_placement=&adjust_campaign=col-semun-sdsa&adjust_adgroup=29193690042&gclid=CjwKCAiAtK79BRAIEiwA4OskBuqiE63xPTA52a_bfqnQowRBMBWYQuJWfKMxHgq5kMk_ceP7Wnz6yPRoCbycQAvD_BwE
- <https://concepto.de/medios-audiovisuales/>
- https://es.wikipedia.org/wiki/Productora_audiovisual
- <https://www.sutori.com/story/historia-y-evolucion-de-medios-audiovisuales--hYmoFNh6CAHPXguJsVeiLYEG>
- <https://economipedia.com/definiciones/eficacia-y-eficiencia.html>
- <https://economipedia.com/definiciones/competitividad.html>
- <https://rockcontent.com/es/blog/que-es-un-stakeholder/>
- <https://economipedia.com/definiciones/estrategia.html#:~:text=La%20estrategia%20es%20un%20procedimiento,se%20busca%20lograr%20una%20meta>
- <https://www.cyberclick.es/marketing#:~:text=El%20marketing%20es%20el%20sistema,las%20necesidades%20de%20los%20consumidores.>