87345 - DAOS COMUNICACIONES

PROYECTO	
Nombre :	DAOS COMUNICACIONES
Institucion :	Centro de comercio y servicios (SENA - Tolima)
Subsector :	Creación audiovisual
Ciudad :	Ibagué(Tolima)
Recursos solicitados al fondo (SMLV):	80
Fecha de Creación :	11/07/2023 10:02:00 a. m.
Sumario :	Agencia de comunicaciones y publicidad DAOS COMUNICACIONES, tendra servicios de: - Videos corporativos - Diseño de imagen corporativa - Servicios de comunity manager - Servicio de transmisión via streaming

I. ¿Quién es el Protagonista?

1. Describa el perfil de su cliente, junto a su localización. Justifique las razones de su elección:

Cliente	Perfil	Localización	Justificación
Empresas del sector Público	El perfil del cliente corresponde a las entidades públicas ubicadas en el departamento del Tolima, las cuales requieren y demandan servicios tecnológicos de transmisiones para sus eventos, community manager (administrador de comunidades) en sus redes sociales y piezas de diseño gráfico. En el departamento del Tolima se cuenta con 47 Alcaldías municipales, la Gobernación del Tolima, Cortolima, Universidad del Tolima y entidades del estado descentralizadas en la ciudad de Ibagué como: IBAL(empresa ibagueреña de acueducto y alcantarillado), INFIBAGUE(instituto de financiamiento, promoción y desarrollo), IMDRI (Institutito municipal para el deporte y la recreación), gestora urbana, lotería del Tolima y la Fábrica de licores del Tolima. Es así, que el segmento y nicho de mercado correspondiente al perfil del cliente corresponde a 56 empresas como mercado potencial.	La localización de los clientes corresponde a la ciudad de Ibagué, departamento del Tolima, Colombia. Las empresas del sector público están localizas en la ciudad de Ibagué como capital del departamento eje político, económico y comercial, donde encontramos las entidades descentralizadas, Alcaldía, gobernación del Tolima, Universidad del Tolima y Cortolima. De igual manera, las alcaldías están localizadas en los respetivos municipios del departamento del Tolima.	A continuación, se justifican las razones de la elección del perfil del cliente: Estos clientes son relevantes porque tienen asignado un presupuesto anual para el desarrollo de estas actividades, tienen la capacidad de invertir para que la información relevante de ellos llegue a la comunidad en general.
Empresas privadas del sector turismo	El perfil del cliente corresponde al mercado potencial de las empresas del sector turismo ubicadas en la ciudad de Ibagué, específicamente en Restaurantes, agencias de viaje y hospedaje. De acuerdo al estudio económico de la Cámara de comercio de Ibagué, se estima que hay 4.707, de las cuales 4.357 son persona jurídica y 350 persona natural. El perfil del cliente correspondiente al segmento de mercado son empresas del sector turismo ubicadas en la ciudad de Ibagué micro y pequeñas, las cuales son en total 4.623 y 69 respectivamente. El nicho de mercado que tendrá la empresa respecto al perfil del cliente es del 40% lo cual corresponde a 1.876 empresas respecto al segmento definido. Estas empresas corresponden al sector turismo ubicadas en la ciudad de Ibagué, específicamente en actividades como Restaurantes, agencias de viaje y hospedaje.	La localización de los clientes corresponde a la ciudad de Ibagué, departamento del Tolima, Colombia. Las empresas están ubicadas en el sector urbano y rural de la ciudad de Ibagué. Las zonas con mayor presencia de empresas del sector turismo corresponde a: Comuna 1: zona céntrica de la ciudad con presencia de hoteles y restaurantes. Comuna 4: Zona de centros comerciales con presencia de hoteles, restaurantes y oficinas de agencias de viaje. Comuna 7: zona de alto turismo con balnearios y clima cálido Zona cañón del combeima y vereda el totumo: área turística con gran cantidad de alojamiento rural y restaurantes con alta frecuencia de clientes en fines de semana	A continuación, se justifican las razones de la elección del perfil del cliente: Se seleccionó el sector turismo por: El marketing digital y el sector turístico se ha convertido en un binomio perfecto, ya no solo para inspirar un viaje, sino como herramienta de búsqueda y reserva online, aprovechando la ingente cantidad de datos que las redes sociales tienen de sus usuarios. Y es que, los cambios experimentados por el sector turístico en los últimos años han potenciado la influencia de los canales sociales en la toma de decisiones de los consumidores. No ha experimentado una transición al sector digital, por ende, existe un enorme mercado nativo para captar. La migración de otras culturas por medio de las redes sociales, ha dado paso a experimentar nuevas tendencias gastronómicas. De igual manera, la experiencia del emprendedor en el proceso de validación de mercados, donde ha teniendo clientes de estos sectores enfocados en el turismo específicamente en alojamiento rural.

¿Su proyecto tiene perfiles diferentes de clientes y consumidores? **NO**

2. ¿Cuáles son las necesidades que usted espera satisfacer de sus potenciales clientes / consumidores?

Cliente:

Las necesidades que espera satisfacer a los clientes potenciales la empresa DAOS COMUNICACIONES, se describen a continuación:

Cliente Empresas privadas del sector turismo

Las necesidades que se satisfacen para el cliente son: Encontrar transmisiones o eventos con contenido que sea variado y lleno de entretenimiento, Mayor cobertura con contenidos que se generan a nivel nacional, Poder hacer publicidad con precios acorde con su presupuesto, La trayectoria juega un papel fundamental para satisfacer las necesidades de los clientes (claridad, articulación, postura corporal, gesticulación y reciprocidad)

Necesidades de los Clientes: Cliente Empresas del sector Público

Las necesidades que se satisfacen para el cliente son: Servicios con los estándares de cumplimiento y calidad, Resultados que se ven reflejados en la información oportuna a la comunidad, Mayor cobertura de audiencia para el éxito de la campaña, asesoría en comunicaciones especializada con el fin de llevar una comunicación acertada.

Otra de las necesidades fundamentales para satisfacer a los clientes son el Servicio de calidad y cumplimiento

Con el fin de identificar las necesidades de los clientes potenciales se realizaron 4 metodologías de investigación de mercados, mediante el uso de fuentes primarias y secundarias:

Fuentes primarias:

Lean canvas: Formato de identificación de necesidades, lienzo lean canvas, Jobs to be done y tarjeta persona

Validación por medio de ventas: Informe de validación de la emprendedora

Validación por medio de cartas de intención de compra.

Validación por medio de la investigación de mercados mediante encuesta.

Fuentes secundarias:

Análisis de las necesidades del mercado a través de la percepción y experiencia de la emprendedora con la validación realizada y con los clientes que ha tenido la empresa

Estudios realizados en el País sobre el marketing digital en el sector turismo.

La problemática identificada corresponde al Desconocimiento y desaprovechamiento del uso, beneficios y promoción de servicios y productos en redes sociales y medios digitales de las empresas, a partir de contenido digital de calidad, marketing, posicionamiento e interacción con las comunidades digitales y su potencial como clientes.

Está problemática se debe a causas como: Rápido avance de la tecnología y de las nuevas formas del mercado, Poca o nula capacitación para los empresarios, Subestimación del potencial de las plataformas digitales, pensamiento comercial tradicional y desconocimiento del uso, reglas, parámetros de calidad, en el contenido promocional audiovisual para redes.

De acuerdo a lo anterior se identifican consecuencias como: Poca o ninguna visibilidad en el mercado digital, Desaprovechamiento del alcance eficaz y rápido a clientes potenciales que consumen redes todos los días por gustos y e intereses, Gastos de promoción y publicidad elevados en medios poco eficaces, Ninguna participación en plataformas digitales, Desacreditación parcial por la comunidad digital.

Es así, que se espera satisfacer necesidades al cliente en lo relacionado con su estrategia comercial, basándose en:

Promoción de productos y servicios

Visibilidad y participación en redes sociales

Posicionamiento digital

Estrategias de marketing digital

Asesorías para manejo de comunidad digital.

Contenido audiovisual estratégico que impacte según el sector.

II. ¿Existe Oportunidad en el Mercado?

3. Describa la tendencia de crecimiento del mercado en el que se encuentra su negocio

A continuación se describe la tendencia de crecimiento del mercado en el cual se encuentra el proyecto a nivel internacional, nacional y local.

Tendencia de crecimiento del mercado a nivel internacional del sector audiovisual

La producción de contenido audiovisual representa una oportunidad de crecimiento económico para los países que sepan aprovecharla. Cabe mencionar de nuevo el caso de España, donde la industria audiovisual ha crecido exponencialmente en los últimos años, no solo en cantidad de producciones sino también en calidad. Las nuevas plataformas han permitido que el público pueda acceder al contenido con mayor facilidad y, como consecuencia, la economía se ha visto favorecida. En el año 2018, el sector audiovisual generó ingresos de 4.115 millones de euros con una contribución al PIB de 812 millones de euros.

Tendencia de crecimiento del mercado a nivel nacional del sector audiovisual

De acuerdo al reporte de Economía Naranja entregado por el DANE en al año de 2022, el sector aportó un 3,2% del PIB el año pasado, equivalentes a cerca de $30 billones, de los cuales la gran mayoría provinieron de las creaciones funcionales (medios digitales, software de contenidos, diseño y publicidad), $7,9 billones a artes y patrimonio y otros $6,3 billones las industrias culturales convencionales.

En Colombia, los proyectos audiovisuales generaron 45.77438 puestos de trabajo, que representa un incremento del 9% con respecto a la cifra reportada en 2018 (41.636) y un incremento del 13% con respecto al año 2015 (42.061). El sector audiovisual representó el 61% de las personas empleadas en las industrias culturales en Colombia. Además, cerca del 90% del sector audiovisual es ocupado a tiempo completo.

En la actualidad, Colombia es una plaza interesante para las productoras y canales internacionales por la calidad del trabajo, las grandes locaciones y el nivel de los directores colombianos.

Además, el crecimiento de la infraestructura hotelera en el país ha permitido que grandes jugadores como Netflix y Fox se interesen por grabar en Colombia. Sumado a una serie importante incentivos legales como la ley 1556 y la ley 814 que promueven activamente el sector.

Colombia cuenta con más de 4 mil profesionales en la industria audiovisual, entre profesionales de áreas como producción de cine y televisión, artes audiovisuales, diseño de espacio y escenarios, música, diseño de modas y comunicación.

El país tiene compañías de estudios de grabación, de postproducción, de efectos especiales, dobles y alquiler de equipos entre otros, ubicados en diferentes zonas del país, con diferentes alternativas de precio dependiendo de las necesidades del cliente y de las características de la producción (profesional, semi profesional o principiante).

En Colombia existen además varios organismos que se encargan de dar apoyo y promoción del sector:

MinCultura: Es responsable de la cultura cinematográfica del país y desarrolla varios programas que afectan a la investigación, legislación, formación, producción, infraestructura, difusión, distribución, exhibición y preservación de la industria cinematográfica.

ProImagenes: Su misión es promover, fortalecer y preservar la industria colombiana de las películas. Administra el Fondo para el Desarrollo Cinematográfico, que proporciona recursos para la industria del cine nacional.

Comisión Fílmica Colombiana: Promueve la imagen del país como un escenario para producciones audiovisuales a nivel internacional en cine, televisión y comerciales, también asesora y acompaña a los productores y directores para dirigir con eficacia sus proyectos en Colombia.

Tendencia de crecimiento del mercado a nivel local del sector audiovisual

Ibagué hace parte de los 11 municipios del país que cuenta con Áreas de Desarrollo Naranja. Mediante el Decreto 0482 del 24 de septiembre del 2020, el alcalde Andrés Hurtado implementó la primera Zona ADN, bajo el nombre de ‘Capital Musical’.

La Área de Desarrollo Naranja de la capital del Tolima, se encuentra delimitada por un polígono de 25 hectáreas ubicada en la zona centro, donde también se encuentran importantes bienes y equipamientos culturales como: el Panóptico, EFAC, Concha Acústica, Teatro Tolima, Parque de la Música, Conservatorio de Tolima, entre otros.

La Zona ADN ‘Capital Musical’ trae consigo la implementación de nuevos proyectos para potenciarla, entre ellos la iniciativa de Ibagué 365 días de música, el bazar ‘itinerarte’ en la Concha Acústica, un corredor musical por la Carrera Tercera y una agenda cultural, consolidada por festivales, encuentros y eventos artísticos.

OPORTUNIDADES DE INVERSIÓN EN LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL EN COLOMBIA:

Instalación de operaciones de producción audiovisual y Back office de cine, TV y OTT. Ej: Viacom, Sony, HBO, Discovery Networks.

Creación de infraestructura para producción audiovisual (estudios de grabación). Ej: Mediapro, Fremantle, Secuoya, Pine Wood.

Creación de empresas dedicadas a postproducción de sonido e imagen, puntualmente en temas de animación, VFX, 3D, VR, AR, entre otros. Ej: Folks VFX, OTB, Startgate.

Tendencias De Producción Audiovisual En Colombia

Contenidos breves, cortos y directos: Ahora la tendencia es absorber contenidos que son audiovisuales rápidos, cortos, y directos.

El formato 4K / Ultra High Definition / UHD: Si algo llegó para quedarse y marcar una tendencia no solo en Colombia sino a nivel mundial ha sido el vídeo en 4K, un formato que se ha ido abriendo camino y suponiendo entre los demás usuarios.

Streaming: La retransmisión de vídeo en directo se ha convertido en una excelente tendencia que desde sus comienzos se ha mantenido firme gracias a la elección de los navegadores.

La realidad virtual y el metaverso: Una tendencia en los medios audiovisuales que será capaz de establecer un vínculo más estrecho entre lo que son las firmas como con los consumidores, donde el sector audiovisual juega un papel realmente importante.

Plan nacional de desarrollo

COLOMBIA POTENCIA MUNDIAL DE LA VIDA, articulo 144 se propone fortalecer la industria digital, así como contenidos, desarrollo de software, aplicaciones, emprendimiento y la innovación para la productividad, generando empleos e ingreso en las regiones.

Plan departamental de desarrollo

EL TOLIMA NOS UNE, el proyecto se enmarca dentro del componente de desarrollo económico, mediante la estrategia “El emprendimiento: Un camino para la sofisticación del aparato productivo en el Tolima”, por medio de esta estrategia se buscará promover el desarrollo empresarial temprano por medio de servicios de apoyo y capacitación.

Plan municipal de desarrollo

El plan de Desarrollo “Ibagué Vibra” se logra identificar que el plan de negocios está enmarcado dentro allí, en el pilar “empleo”, en la estrategia “Ibagué económica y productiva” que busca potenciar el fortalecimiento de un entorno favorable a la creación y consolidación de un tejido empresarial sólido y competitivo, reduciendo así la informalidad; de acuerdo al documento, esto se logra mediante el apoyo al emprendimiento como fuente de inversión, conversión tecnológica, de promoción de la competencia y dinamizador de la producción moderna e inclusiva.

4. Realice un análisis de la competencia, alrededor de los criterios* más relevantes para su negocio:

Nombre	Localización	Productos y Servicios (Atributos)	Precios	Logistica de Distribución	Otro, ¿Cuál?
AGENCIAS DE MARKETING DIGITAL Análisis de competencia indirecta y sustituto	La localización de las empresas competidoras es la ciudad de Ibagué, zona céntrica y centros comerciales.	Los productos y servicios que ofrecen son: Videos corporativos Diseño de imagen corporativa Servicios de community manager	Los precios tiene un rango entre $1.000.000 para productos y servicios básicos y más de $5.000.000. Igualmente cobran por mensualidades.	La logística de distribución es de forma directa, donde los servicios son prestados en las instalaciones que el cliente requiera ajustándose a las necesidades. La empresa cuenta con un local comercial donde opera el área operativa y técnica.	Ventajas: Experiencia en el mercado, reconocimiento, productos de buena calidad. Publicidad digital, profesionales calificados Desventajas: ubicación poco estratégica, precios altos Mercado objetivo: empresa pequeñas y medianas del departamento del Tolima
ANGELES TELEVISION Análisis de competencia directa	La localización de la empresa competidora es Dirección: cll 11 No. 1-23, Ibagué, Tolima Zona céntrica de alta afluencia comercial en la ciudad de Ibagué	Los productos y servicios que ofrecen son: Videos corporativos Diseño de imagen corporativa Servicios de community manager Transmisiones vía streaming Publicidad en televisión Publicidad en página web como medio de comunicación	Los precios tiene un rango entre $300.000 para productos y servicios básicos y más de $15.000.000 para producciones especializadas.	La logística de distribución es de forma directa, donde los servicios son prestados en las instalaciones que el cliente requiera ajustándose a las necesidades. La empresa cuenta con un local comercial donde opera el área operativa y técnica.	Ventajas: Experiencia en el mercado, reconocimiento en la ciudad. Presencia en diferentes eventos, pauta de empresas publicas Desventajas: estrategias publicitarias limitadas, cubrimiento solo local, fallas técnicas en la calidad de sus emisiones, infraestructura obsoleta Mercado objetivo: empresa pequeñas y medianas del departamento del Tolima
LA ESTACIÓN TELEVISIÓN Análisis de competencia directa	La localización de la empresa competidora es Dirección: Cra. 5 # 37 - 94 3 piso, Tolima Zona céntrica de alta afluencia comercial en la ciudad de Ibagué	Los productos y servicios que ofrecen son: Videos corporativos Diseño de imagen corporativa Servicios de community manager Transmisiones vía streaming Publicidad en televisión Publicidad en página web como medio de comunicación	Los precios tiene un rango entre $300.000 para productos y servicios básicos y más de $15.000.000 para producciones especializadas.	La logística de distribución es de forma directa, donde los servicios son prestados en las instalaciones que el cliente requiera ajustándose a las necesidades. La empresa cuenta con un local comercial donde opera el área operativa y técnica.	Ventajas: Profesionales de calidad, presencia en eventos. Desventajas: estrategias publicitarias limitadas, poco cubrimiento en el departamento, fallas técnicas en la calidad de sus emisiones, infraestructura obsoleta Mercado objetivo: empresa pequeñas y medianas del departamento del Tolima
LEON GRAFICAS Análisis de competencia directa	La localización de la empresa competidora es Dirección: Cll 14 #6-50, Ibagué, Tolima Zona céntrica de alta afluencia comercial en la ciudad de Ibagué	Los productos y servicios que ofrecen son: Videos corporativos Diseño de imagen corporativa Servicios de community manager Transmisiones vía streaming Publicidad impresa	Los precios tiene un rango entre $700.000 para productos y servicios básicos y más de $20.000.000 para producciones especializadas.	La logística de distribución es de forma directa, donde los servicios son prestados en las instalaciones que el cliente requiera ajustándose a las necesidades. La empresa cuenta con un local comercial donde opera el área operativa y técnica.	Ventajas: Experiencia en el mercado, reconocimiento en la ciudad. Contactos comerciales con el sector público, infraestructura. Desventajas: precios altos, exclusividad de clientes. Mercado objetivo: empresa pequeñas, medianas y grandes del departamento del Tolima
MEDIOS DE	La localización de las empresas	Los productos y servicios que ofrecen son: Transmisiones vía streaming	Los precios tiene un rango entre	La logística de distribución es de forma directa, donde los servicios son prestados en las	Ventajas: Profesionales de calidad, presencia en eventos. Desventajas: estrategias publicitarias limitadas, poco

COMUNICACIÓN DIGITALES Análisis de competencia sustitutos	competidoras es la ciudad de Ibagué, zona céntrica y centros comerciales.	Publicidad en prensa física y digital Publicidad en página web como medio de comunicación Videos Publireportajes	$300.000 para productos y servicios básicos y más de $5.000.000 Igualmente cobran por mensualidades.	instalaciones que el cliente requiera ajustándose a las necesidades. La empresa cuenta con un local comercial donde opera el área operativa y técnica.	cubrimiento en el departamento, fallas técnicas en la calidad de sus emisiones, infraestructura obsoleta Mercado objetivo: empresa pequeñas y medianas del departamento del Tolima
PRENSA LOCAL Análisis de competencia sustitutos	La localización de las empresas competidoras es la ciudad de Ibagué, zona céntrica y centros comerciales.	Los productos y servicios que ofrecen son: Transmisiones vía streaming Publicidad en prensa física y digital Publicidad en página web como medio de comunicación	Los precios tiene un rango entre $100.000 para productos y servicios básicos y más de $1.000.000. Igualmente cobran por mensualidades.	La logística de distribución es de forma directa, donde los servicios son prestados en las instalaciones que el cliente requiera ajustándose a las necesidades. La empresa cuenta con un local comercial donde opera el área operativa y técnica.	Ventajas: Experiencia en el mercado, reconocimiento en la ciudad. Presencia en diferentes eventos, pauta de empresas publicas Desventajas: cubrimiento solo local, infraestructura obsoleta Mercado objetivo: empresa pequeñas y medianas del departamento del Tolima
PRODUCTORES INDEPENDIENTES Análisis de competencia directa	La localización de las empresas competidoras es la ciudad de Ibagué, zona céntrica y centros comerciales.	Los productos y servicios que ofrecen son: Videos corporativos Diseño de imagen corporativa Transmisiones vía streaming Publicidad impresa	Los precios tiene un rango entre $500.000 para productos y servicios básicos y más de $20.000.000. Igualmente cobran por mensualidades.	La logística de distribución es de forma directa, donde los servicios son prestados en las instalaciones que el cliente requiera ajustándose a las necesidades. La empresa cuenta con un local comercial donde opera el área operativa y técnica.	Ventajas: Experiencia en el mercado, reconocimiento en la ciudad. Contactos comerciales con el sector público. Desventajas: precios altos, exclusividad de clientes. Poca o nula infraestructura Mercado objetivo: empresa pequeñas, medianas y grandes del departamento del Tolima
REC TELEVISIÓN Análisis de competencia directa	La localización de la empresa competidora es Dirección: Cra. 7 #38-63, Ibagué, Tolima Zona de alta afluencia comercial en la ciudad de Ibagué	Los productos y servicios que ofrecen son: Videos corporativos Diseño de imagen corporativa Servicios de community manager Transmisiones vía streaming	Los precios tiene un rango entre $500.000 para productos y servicios básicos y más de $5.000.000 para producciones especializadas.	La logística de distribución es de forma directa, donde los servicios son prestados en las instalaciones que el cliente requiera ajustándose a las necesidades. La empresa cuenta con un local comercial donde opera el área operativa y técnica.	Ventajas: Experiencia en el mercado, reconocimiento, productos de buena calidad. Desventajas: estrategias publicitarias limitadas, ubicación poco estratégica, precios altos Mercado objetivo: empresa pequeñas y medianas del departamento del Tolima
TOLIMA COMUNICACIONES Y MEDIOS SAS Análisis de competencia directa	La localización de la empresa competidora es Dirección: Cra 4 #11-76, Ibagué, Tolima Zona céntrica de alta afluencia comercial en la ciudad de Ibagué	Los productos y servicios que ofrecen son: Videos corporativos Diseño de imagen corporativa Servicios de community manager Transmisiones vía streaming Publicidad en televisión Publicidad en página web como medio de comunicación	Los precios tiene un rango entre $300.000 para productos y servicios básicos y más de $15.000.000 para producciones especializadas.	La logística de distribución es de forma directa, donde los servicios son prestados en las instalaciones que el cliente requiera ajustándose a las necesidades. La empresa cuenta con un local comercial donde opera el área operativa y técnica.	Ventajas: Experiencia en el mercado, reconocimiento en la ciudad. Señal de televisión por la red claro. Desventajas: estrategias publicitarias limitadas, poco cubrimiento en el departamento, fallas técnicas en la calidad de sus emisiones, infraestructura obsoleta Mercado objetivo: empresa pequeñas y medianas del departamento del Tolima
VISIO Análisis de competencia directa	La localización de la empresa competidora es Dirección: Cra 4 #11-76, Ibagué, Tolima Zona céntrica de alta afluencia comercial	Los productos y servicios que ofrecen son: Videos corporativos Diseño de imagen corporativa Transmisiones vía	Los precios tiene un rango entre $300.000 para productos y servicios básicos y más de $5.000.000 para producciones	La logística de distribución es de forma directa, donde los servicios son prestados en las instalaciones que el cliente requiera ajustándose a las necesidades. La	Ventajas: Experiencia en el mercado, contactos comerciales, transmisiones de calidad. Desventajas: estrategias publicitarias limitadas, poco cubrimiento en el

	en la ciudad de Ibagué	streaming	especializadas.	empresa cuenta con un local comercial donde opera el área operativa y técnica.	departamento, Mercado objetivo: empresa pequeñas y medianas del departamento del Tolima

III. ¿Cual es mi Solución?

1 - Solución

5. Describa la alternativa o solución que usted propone para satisfacer las necesidades señaladas en la pregunta 2:

Concepto del negocio:

La alternativa o solución que se propone para satisfacer las necesidades señaladas en la pregunta 2 corresponde a crear la empresa DAOS Comunicaciones en la ciudad de Ibagué, la cual realiza actividades económicas de la industria audiovisual y multimedia, brindando a los clientes alternativas de solución a las problemáticas relacionadas con la publicidad digital de una forma acertada y teniendo en cuenta la demanda del mercado.

Es así, que DAOS Comunicaciones es una productora audiovisual, dedicada a prestar servicios a empresarios de la región del sector turismo, dando importancia a la conexión con el mundo que se requiere para comunicar y transmitir a las audiencias contenidos de calidad, frescos e innovadores, mediante la producción de videos que impacten aplicando la experiencia e inspirado en las tendencias.

Alternativas de solución

Los servicios que oferta al mercado DAOS Comunicaciones están enfocados en las siguientes líneas de trabajo:

Videos Corporativos: la producción de videos está enfocada en dar a conocer la empresa a través de mensajes e imágenes, que transmitan la esencia corporativa, valores, logros, proyecciones a clientes potenciales, inversionistas o empleados

Videos tipo comercial: En videos publicitarios para televisión, web y social media se busca resaltar lo más notable del producto o servicio, por lo tanto estos videos son estéticos, llamativos y emocionales, con calidad de producción como son los comerciales de tv

Videos testimoniales: Casos de éxito de clientes, logros de sus empleados, experiencias de vida, los videos motivacionales para empresas generan como resultado credibilidad, confianza y afinidad con las marcas.

Videos animados: Videos infográficos, doodle, ilustrativos, motion graphics, que usan lenguajes didácticos y de fácil entendimiento al público, del mismo modo estos pueden ser comerciales, institucionales y explicativos.

Servicios de diseño gráfico: especialistas en comunicación visual. Creación de diseños y con el fin de potencializar la comunicación de las empresas con herramientas visuales atractivas y de calidad.

Diseño Publicitario: Piezas publicitarias creadas para generar impacto visual en el espectador; creaciones hechas de acuerdo al tipo de producto, mercado y preferencias de la compañía.

Identidad de marca: plasmar los componentes físicos y digitales el concepto la empresa; con la identidad corporativa con el fin de darle un valor a la marca.

Manual de imagen corporativa: documento que incluye las pautas para que la marca se exprese de manera coherente en todos sus soportes y canales. Es una herramienta necesaria para gestionar la marca, obtener una imagen coherente y trasladar una imagen profesional de la empresa y/o negocio

Ilustración: Añade más versatilidad y creatividad al diseño gráfico, la creación de personajes, dibujos, elementos decorativos, tipografías, composiciones artísticas realizadas que apoyan los diseños generando alto impacto.

Transmisión vía streaming (transmisión): es un tipo de tecnología multimedia que envía contenidos de vídeo y audio a su dispositivo conectado a Internet. Esto le permite acceder a contenidos (TV, películas, música, pódcast) en cualquier momento que lo desee, en un PC o un móvil, sin someterse a los horarios del proveedor. Este servicio se brinda a diferentes empresas que deseen realizar transmisiones en vivo de sus eventos. El servicio es prestado desde una cámara en adelante hasta 5 de acuerdo a las necesidades del cliente.

DAOS Comunicaciones es una productora audiovisual con alta experiencia en el mercado y con un equipo humano creativo de profesionales, es una empresa dedicada a crear conceptos, ideas, guiones acordes a los objetivos y necesidades de los clientes. Como valor agregado se brinda asesoría personalizada, uso de técnicas cinematográficas y estrategias de video marketing, con el fin de mostrar la marca de forma novedosa sacándole el máximo provecho a sus clientes.

Calidad y características técnicas de los servicios

Videos: Se entrega en resolución HD o 4K, con formato 16:9, Archivo en mp4 o avi, mov, h264, Xvid o Divx. Audio tipo stereo. De requerir voz en off, se hará con micrófono de condensador especial y contará con toma aérea con drone cuando así se requiera, que graba a la misma resolución.

Diseño gráfico: los diseños son entregados en alta calidad en pdf. De igual manera se entrega el archivo en alta resolución en formato vectorial. El formato vectorial más común hoy en día es el .ai (Illustrator) Otros formatos muy conocidos son: .eps .pdf .fh11 (Freehand) o .cwd (Corel draw)

Transmisiones vía streaming: Se entrega en resolución HD o 4K, con formato 16:9, Archivo en mp4 o avi, mov, h264, Xvid o Divx. Audio tipo stereo. De requerir voz en off, se hará con micrófono de condensador especial y contará con toma aérea con drone cuando así se requiera, que graba a la misma resolución.

Entrega de los productos a clientes

Los productos son entregados a los clientes de forma digital:

Videos: se entregan vía correo electrónico o mediante el uso de plataformas de tipo gratuito para el envió digital de archivos pesados como DRIVE de Google o Microsoft, wetransfer, Dropbox o transferlx. Al cliente se le hace entrega además del video final los pregrabados.

Diseño gráfico: se entregan vía correo electrónico o mediante el uso de plataformas de tipo gratuito para el envió digital de archivos pesados como DRIVE de Google o Microsoft, wetransfer, Dropbox o transferlx.

Transmisiones vía streaming: se realiza la prestación del servicio mediante plataformas privadas o públicas, donde una vez finalizada la producción, el video queda guardado. se entregan vía correo electrónico o mediante el uso de plataformas de tipo gratuito para el envió digital de archivos pesados como DRIVE de Google o Microsoft, wetransfer, Dropbox o transferlx.

Imagen corporativa

El logo de Daos comunicaciones representa en un solo diseño el compromiso, la calidad y el dinamismo de nuestra marca, un logo minimalista qué contiene la combinación de dos colores, el azul y el negro el cual da un impacto juvenil, dinámico y elegante. Dentro del logo hay un símbolo de "play" el cual representa la producción del medio audiovisual. El origen de la palabra "DAOS" es la combinación de diferentes letras e iniciales de mi nombre (Da nilo S ánchez O rtega) esto representa una marca personal que se lanza al mundo audiovisual. Además de todo este simbolismo, el logo esta diseñado para que pueda ser adaptable a cualquier aplicación en diferentes tamaños o reducciones sin perder legibilidad y protagonismo.

Fortalezas y debilidades de los servicios de DAOS Comunicaciones

Fortalezas

Experiencia del emprendedor de más de 8 años en el mercado

Relacionamiento con clientes potenciales en la industria audiovisual del departamento y a nivel nacional

Profesionales especializados con alta experiencia en la producción audiovisual

Acceso a equipos de alta tecnología buscando ampliar la capacidad instalada

Innovación en los servicios relacionados en el área comercial y técnica

Debilidades

Empresa con poco reconocimiento en el mercado

Equipos técnicos de baja calidad que requieren de mejoramiento

Componente Innovador:

Concepto del negocio:

Concepto de negocio

El componente innovador o factor diferencial relacionado con el concepto de negocio se relaciona a continuación:

DAOS Comunicaciones tiene como propuesta de valor ser una productora audiovisual especializada con componentes de diseño gráfico que le permita a sus clientes ofrecer un servicios de forma integral para potencializar las marcas. La empresa cuenta con equipos tecnológicos en la industria audiovisual que le permiten desarrollar estrategias innovadoras y creativas para sus clientes potenciales.

El modelo y concepto de negocio de DAOS Comunicaciones está enfocado en posicionar la imagen corporativa de los clientes mediante el uso audiovisual en lo relacionados con videos y diseño gráfico, generando un contenido de impacto, exclusivo y de alta calidad.

DAOS Comunicaciones, innovara en su modelo de negocio basado en la metodología con la cual prestara sus servicios basado en 4 pilares fundamentales:

Planeación

Creatividad

Posicionamiento

Resultados

La planeación: DAOS Comunicaciones realiza conjuntamente con su cliente la planeación de la estrategia de comunicación que se desea lograr, donde se brinda asesoría especializada atreves del grupo de profesionales buscando generar un resultado de impacto y evitando riesgos que puedan surgir en la prestación del servicio.

La Creatividad. La creatividad es en DAOS Comunicaciones es algo fundamental buscando transmitir a la audiencia contenidos de calidad y atrapantes.

El posicionamiento: El posicionamiento de marca de DAOS Comunicaciones se ha logrando mediante la experiencia de más de 8 años en el mercado, (Eventos masivos, presencia de marca, cubrimiento de eventos nacionales e internacionales) entre otras actividades. El posicionamiento tiene como función principal: Permanecer en la memoria de los clientes.

El Resultado: DAOS Comunicaciones busca la satisfacción del cliente, brindado una solución al su mercado objetivo mediante el concepto audiovisual

El modelo de innovación de DAOS Comunicaciones está enfocado en:

Tecnología: Cámaras y equipo de Alta definición y tecnología

Servicio: Asesoría de acuerdo a las necesidades del cliente

Soporte creativo en las transmisiones

Formación en la narrativa visual

Producto o servicio:

Producto o servicio

El componente innovador o factor diferencial relacionado con el producto o servicio se relaciona a continuación:

Según el manual de Oslo – es una guía para la realización de mediciones y estudios de actividades científicas y tecnológicas que define conceptos y clarifica las actividades consideradas como innovadoras.

La innovación es “la introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo, en las practicas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores”.

El factor diferenciador e innovador de DAOS Comunicaciones está enfocado en la narrativa visual, puesto que los videos y las transmisores requieren de experiencia y conocimiento para realizar cada una de las tomas, de modo tal que comuniquen el mensaje con el que se quiere llegar a la audiencia.

Es así, que los videos desarrollados por la empresa tendrá como componente innovador la narrativa visual basada en la capacidad de la imagen de contar historias, a través de un discurso visual que remite a la existencia de un mundo, al cual revela parcialmente, desde el punto de vista de determinada interpretación.

Por otro lado en los servicios de diseño gráfico la empresa realizara innovación apoyada en la inteligencia artificial como herramienta de trabajo. La Inteligencia artificial aplicada al diseño gráfico para la generación de imágenes es un área muy interesante. Consiste en proporcionar una serie de características sobre la imagen a generar para obtener distintas alternativas generadas según el criterio del propio algoritmo.

Algo clave en el componente innovador en el ámbito del diseño grafico debe cumplir con entender el mercado, es decir, que debe cumplir con cierto criterios respecto a lo útil que va a ser para algo o alguien, ya sea transmitir el mensaje de una marca o comunicar para persuadir.

DAOS Comunicaciones en su componente de innovación en el servicio trabaja bajo los siguientes aspectos:

Involucrar al cliente en la historia: invitan al consumidor a interactuar y tomar decisiones sobre los contenidos que se presentan

Socios creativos, auténticos y creíbles: popularidad con generados de contenidos con alto reconocimiento en el mercado (influyentes)

Llegar a la audiencia en tiempo real: La tendencia a favor de las transmisiones en directo sigue en alza.

Proceso:

Proceso

El componente innovador o factor diferencial relacionado con el proceso se relaciona a continuación:

Se considera innovación de procesos todo cambio significativo introducido en la forma de ejecutar una tarea determinada. Innovar no solo es crear cosas totalmente nuevas, sino que la innovación también puede ser modificar algo lo suficiente como para crear un proceso totalmente distinto al que se seguía anteriormente.

Es así, que DAOS Comunicaciones realizara innovación en su proceso basado en:

Tecnología innovadora

Proceso de realización de un video

Proceso de transmisiones en vivo

Proceso de diseño gráfico basado en inteligencia artificial

Proceso de realización de un videos se realiza en tres pasos:

Preproducción: análisis de su público y objetivos para elaborar una estrategia de video acertada, acompañado de lluvia de ideas, definiendo contenido, plan de rodaje, logística, preparativos, casting, storyboards, guiones

Producción: Cumpliendo la fase de pre-producción, se lleva a cabo la ejecución, capturando las mejores tomas, cumpliendo con su equipo las jornadas y tareas de producción organizadamente para obtener el mejor resultado.

Posproducción: Esta es la fase de construcción final de un video coherente, conceptual, atractivo, con efectos visuales, animaciones, música y demás características que el cliente solicite.

El proceso de diseño gráfico se realiza en tres pasos

Primer paso: Análisis y bocetación Se realizan estudios y orientación de los objetivos de comunicación, estableciendo una estrategia y tiempos de ejecución, los bocetos, referencias, selección de colores y formas, hacen parte de encontrar el camino hacia el estilo gráfico y concepto de un diseño.

Segundo paso: Diseño: Se realiza el diseño y se realizan fases de correcciones, ajustes finales y detalles que concluyan con piezas gráficas listas para su aplicación en los medios requeridos.

Tercer paso: finalización y entrega: se consolidan los archivos en los formatos y con los requerimientos necesarios para su uso final, impresiones, aplicaciones en redes, producción física, etc, realizamos entregables y un cierre a satisfacción de los clientes.

6. ¿Cómo validó la aceptación en el mercado de su proyecto (metodología y resultados)?

Para validar la aceptación en el mercado del proyecto DAOS Comunicaciones a continuación se describe la metodología y los resultados:

Para el proceso de ideación y validación se aplicaron diferentes metodologías:

Identificando necesidades y problemáticas

Jobs to be done

Lean Canvas

Focus group

Estudio de mercado

Avances y resultados de la empresa

IDENTIFICANDO NECESIDADES Y PROBLEMATICAS

Se realizó el ejercicio de identificar necesidades y problemáticas de acuerdo al segmento de Mercado de la empresa DAOS Comunicaciones bajo la metodología entregada por el SBDC del SENA, logrando identificar:

Desconocimiento y desaprovechamiento del uso, beneficios y promoción de servicios y productos en medios digitales de las empresas, a partir de contenido digital de calidad, marketing, posicionamiento e interacción con las comunidades digitales y su potencial como clientes

Insatisfacción con los servicios de marketing digital, por razones como:

Baja efectividad en las ventas de la empresa o consecución de clientes

Servicios de mala calidad

Incumplimiento

Servicios costosos

JOBS TO BE DONE

Jobs funcionales

Dar a conocer la empresa por medio del uso de videos corporativos y transmisiones en directo

Generar ingresos por medio de canales de comunicación digital mediante el desarrollo y posicionamiento de marca

Llegar al mercado objetivo de la empresa de forma directa

Jobs emocionales

Satisfacción de ver la empresa en diferentes plataforma transmedia por medio de videos y una imagen corporativa de calidad que lleve al posicionamiento de marca.

Jobs sociales

Reconocimiento de la empresa por medio de videos y piezas graficas profesionales

Recordación de la marca por parte del cliente

Credibilidad y prestigio frente a clientes y competidores

ESTUDIO DE MERCADO EMPRESAS DE ALOJAMIENTO

De las personas encuestadas el 49% fueron gerentes, el 34% son propietarios y el 17% son encargados.

Se identifica positivo el resultado de las encuestas ya que el 83% de las personas que la respondieron son las que toman decisiones en la empresa.

De las empresas encuestadas el 38% están ubicadas en la comuna 1, el 31% en la zona rural, el 15% en la comuna 7, el 11% en la comuna 4 y el 5% en la comuna 5.

El 86% de las empresas encuestadas no tienen un plan de mercado, tan solo el 14% manifestó que sí.

En las empresas de alojamiento el 77% manifiesta que realiza algún tipo de publicidad digital

Se identifica que las redes sociales son el principal medio de comunicación digital utilizado por las empresas de alojamiento, seguidas por página web y correo electrónico.

El 56% de las empresas encuestadas manifiesta que no realizan seguimiento y medición de la publicidad digital que utilizan y el 44% menciono que si.

El 64% de las empresas encuestadas manifiesta que realiza publicidad digital de forma mensual, seguido por el 20% que lo hace de forma trimestral y el 10% semestral.

Se identifica en las personas encuestadas que el 44% manifiesta que realizan una inversión entre 500 mil y 800 mil y el 38% menos de 500 mil en publicidad digital.

Tan solo 9 empresas invierte más de 800 mil

En las empresas de alojamiento se identifica que el 46% manejan la publicidad digital delegando esta función a empleados, el 34% lo hace por cuenta propia, el 16% contratan profesionales independientes y tan solo el 4% lo hacen con una agencia

El 82% de las empresas no realizan contenidos propios digitales y tan solo el 18% manifestó que si

Para las empresas de alojamiento se identifica que el factor fundamental en la publicidad digital corresponde a la realización de contenidos, medición y resultados y la optimización de recursos. Los aspectos menos importantes están relacionados con la innovación, puntualidad y diagnóstico inicial.

El 85% de las empresas de alojamiento estarían interesadas en adquirir los servicios de marketing digital y el 15% manifiesta que no

ESTUDIO DE MERCADO EMPRESAS DE AGENCIAS DE VIAJE

De las personas encuestadas el 22% fueron gerentes, el 70% son propietarios y el 8% son encargados.

Se identifica positivo el resultado de las encuestas ya que el 92% de las personas que la respondieron son las que toman decisiones en la empresa.

De las empresas encuestadas el 90% están ubicadas en la comuna 1, el 5% en la comuna 5 y el 3% en la comuna No. 4

El 58% de las empresas encuestadas no tienen un plan de mercado, tan solo el 42% manifestó que sí.

En las agencias de viaje se identifica que el 92% de las empresas realizan algún tipo de publicidad digital y tan solo el 8% manifiesta que no

En las agencias de viaje se identifica que la publicidad digital la realizan por medio de redes sociales en su gran mayoría, seguidas por otras donde manifiesta que utilizan inscripciones gratis a páginas como trivago, despegar.

El 65% de las empresas encuestadas manifiesta que no realizan seguimiento y medición de la publicidad digital que utilizan y el 35% menciono que sí.

El 82% de las empresas encuestadas manifiesta que realiza publicidad digital de forma mensual, seguido por el 13% que lo hace de forma trimestral y el 10% semestral.

Referente a las agencias de viajes, el 44% de estas empresas manifiestan que la inversión que se realiza corresponde al rango entre 500 mil y 800 mil seguido por un 33% con inversión inferior a 500 mil.

El 73% de las agencias de viaje manifiestan que las publicaciones digitales las realizan a cuenta propia, el 20% se apoyan en empleados, el 5% lo hacen con personas independientes y el 2% correspondiente a una sola empresa opta por contratar una agencia

El 96% de las empresas no realizan contenidos propios digitales y tan solo el 4% manifestó que si

En las empresas de agencias de viaje los aspectos más importantes para adquirir servicios de marketing digital son los contenidos, la puntualidad y la medición y resultados, mientras que los aspectos menos importantes están en la optimización de recursos y la innovación.

El 75% de las empresas de alojamiento estarían interesadas en adquirir los servicios de marketing digital y el 25% manifiesta que no

ESTUDIO DE MERCADO EMPRESAS DE ALOJAMIENTO

De las personas encuestadas el 16% fueron gerentes, el 75% son propietarios y el 9% son encargados.

Se identifica positivo el resultado de las encuestas ya que el 91% de las personas que la respondieron son las que toman decisiones en la empresa.

En las empresas de restaurantes el 38% están ubicados en la comuna 1, el 22% en la comuna 7, el 16% en la zona rural y el 13% en la comuna 9.

El 73% de las empresas encuestadas no tienen un plan de mercado, tan solo el 27% manifestó que sí.

En los restaurantes el 76% manifiesta que si realiza publicidad digital y el 22% no

Las redes sociales es la herramienta más utilizadas por los restaurantes para hacer publicidad digital, seguido por correo electrónico y pagina web

El 64% de las empresas encuestadas manifiesta que no realizan seguimiento y medición de la publicidad digital que utilizan y el 36% menciono que sí.

El 36% de las empresas encuestadas manifiesta que realiza publicidad digital de forma ocasional y el 21% mensual, seguido por el 14% que lo hace de forma trimestral y el 20% semestral.

El 80% de las empresas encuestadas manifiesta que la inversión que se realiza en publicidad corresponde a un presupuesto inferior a 500 mil y el 16% está en el rango de 500 mil a 800 mil

En los restaurantes se identifica que el 87% de las personas encuestadas maneja la publicidad digital a nombre propio. El 10% lo hace con empleados y el 3% con independientes

El 87% de las empresas no realizan contenidos propios digitales y tan solo el 13% manifestó que si

Los aspectos más importantes a la hora de adquirir servicios de marketing digital están relacionados con la innovación, optimización de recursos y contenidos. Los aspectos menos importantes están relacionados con la puntualidad y la optimización de recursos

El 83% de las empresas de alojamiento estarían interesadas en adquirir los servicios de marketing digital y el 17% manifiesta que no

7. Describa el avance logrado a la fecha para la puesta en marcha de su proyecto, en los aspectos: técnico - productivo, comercial y legal.

Técnico - productivo:

Técnico productivo

A continuación se describe el avance logrado a la fecha para la puesta en marcha del proyecto DAOS Comunicaciones en el aspecto técnico productivo

Infraestutura: la empresa cuenta con equipo tecnologico basado en un Computador especializado, cámaras de video y fotograficas de tipo profesional. Igualmente cuenta con proveedores y aliados del gremio que le suministran en alquiler los equipos necesarios de acuerdo a los servicios que realiza.

Formación Academica relacionada: el emprendedor ha realizado formación titulada logrando obtener el titulo de Técnico en sistemas y Tecnólogo en producción multimedia. De igual manera ha realizado formacion complementario en Bocetación, herramientas de adobe, teoría del color para procesos artesanales, TIC´S, Proceso técnicos para producción de tv con énfasis en camarografÍa, servicio al cliente.

Experiencia en el proceso: La empresa ha realizado diferentes eventos de gran importancia como es el Festival folcloricos, transmisones de Futbol y deportes, feria Maquila y moda, streaming empresarial, rendiciones de cuentas de Alcaldias y Gobernación del Tolima.

Equipo de trabajo:
Productor: Luis Fernando Bernal Polo – Comunicador social y publicista.
Realizador: Nelson Hurtado: técnico profesional en cine televisión y video
Diseñar grafico: Edwin Hurtado: Diseñador Grafico
Camarografo: Jose Cornelio Veloza técnico profesional en cine televisión y video

Comercial:

Comercial

A continuación se describe el avance logrado a la fecha para la puesta en marcha del proyecto DAOS Comunicaciones en el aspecto comercial

La unidad productiva cuenta con diferentes clientes como son:
Graficas leon
Media pro (Win Sport)
Canal PYC
Vision fly
Focus.

Las Ventas que se registran son de $ 5.000.000 promedio mensual

La empresa ha realizado diferentes eventos de gran importancia como es el Festival folcloricos, transmisones de Futbol y deportes, feria Maquila y moda, streaming empresarial, rendiciones de cuentas de Alcaldias y Gobernación del Tolima.

Imagen corporativa: la empresa DAOS Comunicaciones ya cuenta con diseño de logo e imagen corporativa

Legal:

Legal

A continuación se describe el avance logrado a la fecha para la puesta en marcha del proyecto DAOS Comunicaciones en el aspecto legal

DAOS Comunicaciones opera como persona natural sin cámara de comercio. El emprendedor Jairo Danilo Sánchez cuenta con el Registro Único tributario RUT ante la DIAN.

En el aspecto legal los avances están relacionados con las investigaciones que ha realizado el emprendedor para la formalización empresarial y la debida normatividad vigente:

Creación de la empresa: se realizara como persona jurídica ante la cámara de comercio de Ibagué bajo el nombre DAOS Comunicaciones SAS

Registro de marca: se realizara el proceso de registro de marca ante la superintendencia de industria y comercio

RUT de la empresa ante la DIAN.

Documento de la DIAN: Firma digital, resolución de facturación, numeración de documentos de transferencia de la DIAN para proveedores no obligados a facturar, nomina electrónica, impuestos.

Competencias blandas, Conocimiento del negocio, Barrera de imitación, Factores comerciales, Diferenciación, Factores financieros, Factores Técnicos, Factores normativos, Socio-económico, Capacidad de implementación, Tendencia del mercado, Mercado y tendencias de crecimiento, fortaleza de la competencia, Nivel de exigencia de la demanda, canales de distribución, venta directa, Comisiones comerciales, logística de la cadena de distribución, Condiciones de manejo, entrega y devolución de producto, mercado objetivo

persona jurídica, actividad económica, cliente, Consumidor, Gustos, Preferencias

Hábitos de consumo, empaque, etiqueta, imagen gráfica, condiciones de entrega, Recibo a satisfacción, posventa, Gestio´n de quejas y reclamos, Comunicacio´n posventa, Manejo de devoluciones, Medición de satisfacción del cliente, politicas de garantías, Competencia, grupo etario, nivel educativo, genero, profesio´n o actividad econo´mica, Ubicacio´n geogra´fica, Ha´bitos y preferencias de consumo, estrategia de promocio´n, modelo de negocio, experiencia comercial, marketing mix, venta de producto, promoción comercal

poli´tica de compras adquisiciones, Selección de proveedores, Localización, Plazo de entrega, Especificaciones de compra, Necesidades, imagen corporativa, logo, manual de imagen grafica, registro de marca, posicionamiento de marca, Identificación de riesgo, plan de mitigación, alianza, impacto, medio ambiente, productividad, perfil del cliente consumidor, riesgos técnicos, productos sustitutos, estrategia de precios y descuentos

oferta y demanda, costo – beneficio, comercialización, modelos organizativos, innovación, competitividad, rentabilidad, ingresos, poli´tica de compras adquisiciones , Perfil de cliente

Mercado objetivo, Grupos poblacionales, Características, Motivos de compra, Necesidad, Problemática : causas consecuencias, Ideación , Validación, Investigación de mercados, PIB, Consumo percapita, Porcentaje de crecimiento, problemáticas sectoriales, Tendencias, Productos sustitutos y complementarios. Precio: definir precio y descripción de los productos y servicios que incluye. Logística y distribución: Canales de distribución, incluir pequeña descripción. Oferta de productos de la empresa, Producto o servicio en función del cliente, Propuesta de valor, Concepto de Negocio, Métodos de validación, Lean Canvas, Jobs to be done, Investigación de mercado, Motivaciones de compra, Propuesta de valor, experiencia previa en el aspecto comercial del emprendimiento, Competencias blandas, Competencias duras, Ficha Técnica, Cartas de intención de compra, Clientes, Grado de aceptación, Estrategia de comunicación, Estrategia de promoción, Estrategia de distribución, Estrategia de aprovisionamiento, Estrategia de precio, la empresa obtendrá ingresos, Sector, Bioseguridad, Sistema de Gestión y seguridad en el trabajo, Normatividad técnica sectorial, Política de privacidad, Registro de marca, Propiedad intelectual, Derechos de autor, Condiciones técnicas, Actividad, personas responsables, Elementos utilizados, duración de proceso, Capacidad instalada, Capacidad utilizada, Habilidades blandas: Liderazgo, responsabilidad.

2 - Ficha técnica

8. Elabore la ficha técnica para cada uno de los productos(Bienes o servicios) que componen su portafolio :

Nombre específico	Nombre comercial	Unidad de medida	Descripción	Condiciones especiales	Composición	Otros
Video corporativo full HD	Video corporativo full HD	Video de 30 segundos	La producción de videos está enfocada en dar a conocer la empresa a través de mensajes e imágenes, que transmitan la esencia corporativa, valores, logros, proyecciones a clientes potenciales, inversionistas o empleados	Locaciones establecidas por el cliente Servicio de internet y energía suministrado por el cliente Actores suministrados por el cliente Uso del producto: digital	Video: Se entrega en resolución HD o 4K, con formato 16:9, Archivo en mp4 o avi, mov, h264, Xvid o Divx. Audio tipo estéreo	Equipo humano: Productor multimedia, camarógrafo, editor Entrega: digital
Manual de imagen corporativa	Manual de imagen corporativa	Manual de imagen corporativa	documento que incluye las pautas para que la marca se exprese de manera coherente en todos sus soportes y canales. Es una herramienta necesaria para gestionar la marca, obtener una imagen coherente y trasladar una imagen profesional de la empresa	Se realizara con los colores representativos de la empresa El cliente suministra la actividad económica y una idea inicial de lo que busca en su imagen corporativa Acceso a las instalaciones de la empresa	Los diseños son entregados en alta calidad en pdf. De igual manera se entrega el archivo en alta resolución en formato vectorial. El formato vectorial más común hoy en día es el .ai (Illustrator)	Equipo humano: Productor multimedia, diseñador gráfico. Entrega: digital
Transmisión vía streming o en vivo	Transmisión vía streming o en vivo	Video en vivo de 4 horas	Este servicio se brinda a diferentes empresas que deseen realizar transmisiones en vivo de sus eventos. El servicio es prestado desde una cámara en adelante hasta 5 de acuerdo a las necesidades del cliente.	Locaciones establecidas por el cliente Servicio de internet y energía suministrado por el cliente Actores suministrados por el cliente Uso del producto: digital	Video en vivo: Se entrega en resolución HD o 4K, con formato 16:9, Archivo en mp4 o avi, mov, h264, Xvid o Divx. Audio tipo estéreo	Equipo humano: Productor multimedia, camarógrafo, editor Entrega: digital

IV. ¿Cómo desarrollo mi solución?

1 - Ingreso y condiciones comerciales

9. ¿Cómo obtendrá ingresos? Describa la estrategia de generación de ingresos para su proyecto

De acuerdo con el estudio de mercado se tiene un alto grado de aceptación, la intención de compra es elevada, lo cual nos permite generar proyecciones de ventas.

La empresa obtendrá ingresos, mediante el desarrollo de las siguientes estrategias:

Estrategias de comunicación

Se pretende seguir posicionando en el mercado a DAOS Comunicaciones, con contenido audiovisual variado y exclusivo. Se realiza comunicación periódica con el cliente para conocer si este se encuentra satisfecho con el servicio, identificar oportunidades de mejora y fidelizar al cliente con el medio de información.

Esta estrategia está representada: redes sociales, página web, tarjetas de presentación, book digital, aviso y valla publicitaria

Página web: La empresa contara con una página web que le permita dar a conocer los servicios que presta, inversiones, contactos comerciales y ubicación. Para la elaboración de la página de la empresa se tendrá en cuenta:

La página web será elaboración en CMS (Content Management System), ya que su interfaz es amigable y permite subir información masiva de manera rápida.

Sitio con Responsive: Es decir el sitio debe tener la capacidad de adaptarse a diferentes pantallas para verse en diferentes dispositivos como teléfonos celulares – tables y televisores

Certificado SSL: "Un certificado SSL sirve para brindar seguridad al visitante de su página web, una manera de decirles a sus clientes que el sitio es auténtico, real y confiable para ingresar datos personales.

Blog: se tendrá en el menú, donde se generaran contenidos de marketing digital relacionados con el sector turismo. Este se alimentara de forma mensual por parte de la gerente.

SEO (Search Engine Optimization) optimización para los motores de búsqueda.

La página contara con los botones de enlace a redes sociales en tiempo real.

Estrategias de promoción

El propósito es continuar con un buen posicionamiento de marca de la empresa DAOS Comunicaciones, y lograr un seguimiento en fidelización de clientes con el fin de generar recordación en los clientes

Estrategia: Entrega de botones con el logo de la empresa y porta celulares.

Estrategias de distribución

Se continuara con el trabajo que se viene adelantando con publicidad difundida en las redes sociales como son: Facebook y YouTube, como también en su página web.

Tipo de Distribución:

Canal directo: la empresa atenderá un único canal de distribución que es el directo. Dado que es un servicio que se adapta a las necesidades del cliente de manera particular y debe ser abordado y asesorado por personal idóneo directo de la empresa. Como es un servicio no se puede tercerizar a través de distribuidores dado que la relación del servicio parte de la atención directa al cliente.

Estrategias de precios

Para la estrategia de precios se tiene en cuenta la competencia y el punto de equilibrio de la empresa, de la siguiente forma:

Punto de equilibrio de acuerdo con la estructura de costos:

Costos unitarios de Servicio Vendido, costos fijos, Mano Obra Operativa.

Los precios de mercado se encuentran por debajo de la competencia con el objetivo de mantener la posición que se lleva en la trayectoria de la empresa

10. Describa las condiciones comerciales que aplican para el portafolio de sus productos:

Cliente	Volúmenes y Frecuencia	Características Compra	Sitio de Compra	Forma de Pago	Precio	Requisitos Post-Venta	Garantías	Margen de Comercialización
Empresas del sector Público	Volumen de compra: 1 transmisión o video Frecuencia de compra: semestral o anual	Características de compra: Videos en alta resolución HD o 4K Narrativa visual en los videos Sonido adecuado y entendible : Tipo stereo Productos digitales Cámaras profesionales y drones	El sitio de compra es físico en las instalaciones de las empresas que prestan estos servicios y digital.	Forma de pago: de contado Se realizan contratos con pagos 50% inicial y 50% contraetrega del producto o servicio realizado Los pagos se hacen por transferencias bancarias	$ 805,000.00	Requisitos post-venta: Video en buena calidad y entregado de forma digital Garantia frente al servicio contratado Servicio al cliente Ajustes y cambios pactados con anticipación	Garantías Ajuste de los productos a entregar por concepto de : Tomas realizadas en baja resolución Fallas en el video y sonido Errores cometidos por la empresa Fallas técnicas responsabilidad de la empresa	No aplica margen de comercialización, ya que la empresa tendrá un canal de comercialización directo con el cliente.
Empresas privadas del sector turismo	Volumen de compra: 1 transmisión, video e imagen corporativa Frecuencia de compra: semestral o anual	Características de compra: Videos en alta resolución HD o 4K Narrativa visual en los videos Sonido adecuado y entendible : Tipo stereo Productos digitales Cámaras profesionales y drones	El sitio de compra es físico en las instalaciones de las empresas que prestan estos servicios y digital.	Forma de pago: de contado: Se realizan contratos con pagos 50% inicial y 50% contraetrega del producto o servicio realizado Los pagos se hacen por transferencias bancarias	$ 805,000.00	Requisitos post-venta: Video en buena calidad y entregado de forma digital Garantía frente al servicio contratado Servicio al cliente Ajustes y cambios pactados con anticipación	Garantías Ajuste de los productos a entregar por concepto de : Tomas realizadas en baja resolución Fallas en el video y sonido Errores cometidos por la empresa Fallas técnicas responsabilidad de la empresa	No aplica margen de comercialización, ya que la empresa tendrá un canal de comercialización directo con el cliente.

2 - Proyección

11. Realice la proyección de cantidades y precios de venta (mensual). Justifique los resultados y señala la forma de pago:

Listado de productos

Nombre de Producto	Unidad de medida	Forma de pago	Justificacion	Iva
Video corporativo full HD	Video de 30 segundos	Forma de pago: contado	Ventas proyectadas de acuerdo al estudio de mercado y procesos de validación del emprendedor	0
Manual de imagen corporativa	Manual de imagen corporativa	Forma de pago: contado	Ventas proyectadas de acuerdo al estudio de mercado y procesos de validación del emprendedor	0
Transmisión vía streming o en vivo	Video en vivo de 4 horas	Forma de pago: contado	Ventas proyectadas de acuerdo al estudio de mercado y procesos de validación del emprendedor	0

Ingresos por ventas

Periodo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Video corporativo full HD	$ 14,400,000	$ 24,420,000	$ 29,040,000	$ 35,138,400	$ 43,044,540
Manual de imagen corporativa	$ 27,600,000	$ 46,805,000	$ 55,660,000	$ 67,348,600	$ 82,502,035
Transmisión vía streming o en vivo	$ 22,400,000	$ 37,730,000	$ 45,738,000	$ 54,970,300	$ 66,616,550
Total	**$ 64,400,000**	**$ 108,955,000**	**$ 130,438,000**	**$ 157,457,300**	**$ 192,163,125**
Iva	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
Total mas Iva	**$ 64,400,000**	**$ 108,955,000**	**$ 130,438,000**	**$ 157,457,300**	**$ 192,163,125**

3 - Normatividad y condiciones técnicas

12. Describa la normatividad que debe cumplirse para el portafolio definido anteriormente: Identificación de la norma, procesos, costos y tiempos asociados al cumplimiento de la normatividad.

Normatividad empresarial (constitución empresa):

Normatividad empresarial (constitución empresa)

A continuación se describe la normatividad que debe cumplirse para el portafolio definido, identificando la norma, proceso, costos y tiempos asociados al cumplimiento de la normatividad

Se relaciona la normatividad empresarial

La empresa DAOS Comunicaciones, se constituirá como S.A.S.

Constitución: El trámite de constitución de la empresa será 7 días hábiles y se tramitará ante la Cámara de Comercio de Ibagué. La empresa se constituirá con un capital de $ 10.500.000 diez millones quinientos mil pesos COP, como Capital Suscrito y pagado, de acuerdo con aporte social del emprendedor.
El Gerente y representante legal de la empresa DAOS Comunicaciones, será el emprendedor Jairo Danilo Sanchez Ortega, se estima un costo de $500.000 quinientos mil pesos para realizar los trámites de constitución.

Registro Mercantil:

Es una instancia legal que deben efectuar todas las personas naturales, sociedades comerciales y civiles, establecimientos de comercio, sucursales o agencias, sucursales de sociedades extranjeras y empresas asociativas de trabajo, que ejerzan actividades comerciales. Para formalizar la empresa se requieren los siguientes documentos: cédula, copia del último pago de servicios públicos, llevar el número de registro catastral, predial, consulta previa de viabilidad verificación nombre del establecimiento, y diligenciar el formulario.

Se realiza ante DIAN, la solicitud de la resolución de autorización de facturación y firma digital del representante legal y contador para presentación de declaraciones. Este proceso tiene una duración de 2 horas.

Renovación del registro mercantil

De conformidad con el artículo 33 del Código de Comercio, es obligación de los comerciantes renovar su matrícula anualmente e informar a la correspondiente cámara de comercio la pérdida de su calidad de comerciante, así como las demás mutaciones referentes a su actividad comercial a fin de que se tome nota de ello en el registro correspondiente.

Normatividad tributaria:

Normatividad tributaria

A continuación se describe la normatividad que debe cumplirse para el portafolio definido, identificando la norma, proceso, costos y tiempos asociados al cumplimiento de la normatividad

Se relaciona la normatividad tributaria

Las obligaciones formales son cinco básicamente:

Inscribirse y actualizar la información contenida en el Registro Único Tributario - RUT
Informar la actividad económica desarrollada y la dirección en el RUT, y actualizar la información.
Certificar las retenciones en la fuente hechas por concepto del impuesto sobre la renta.
Informar y atender los requerimientos de la Administración de Impuestos.
Exigir por la compra de bienes y servicios, las facturas o documentos equivalentes

Las obligaciones sustanciales

Hacen referencia a cumplir con el deber de liquidar y pagar el impuesto que les corresponda, o de efectuar las retenciones en caso de ser agentes de retención.

DAOS Comunicaciones, tiene la obligación de liquidar y presentar los siguientes impuestos:

Información exógena: esta deberá ser presentada a la DIAN anualmente. Consiste en informar acerca de las transacciones realizadas por la

empresa en el año inmediatamente anterior.

Impuesto de Industria y comercio: Este es un impuesto Municipal que se debe pagar mediante la declaración de Industria y Comercio anualmente, el cual se liquida con base en los ingresos obtenido en el año inmediatamente anterior. Este impuesto fue calculado en los gastos administrativos y será pagadero a partir del segundo año de funcionamiento de la empresa.

Retención en la Fuente: la empresa está obligada igualmente a practicar retención sobre aquellas compras cuyos topes superen las respectivas tablas de retención aplicando las tarifas según corresponda. Se contará con la asesoría por parte del contador de la empresa quien será vinculado a través de la modalidad de prestación de servicios.

Impuesto de Renta: Exención de renta por 7 años para empresas de Economía Naranja

Decreto 286 de 2020

Este incentivo fiscal está dirigido a empresas, cuyo objeto social esté exclusivamente ligado al desarrollo de actividades culturales, creativas y/o de base tecnológica. Los interesados en aplicar a este beneficio deben ser contribuyentes del impuesto sobre la renta y complementarios del régimen ordinario, y tener su domicilio principal dentro del territorio colombiano.

Art. 476. Servicios excluidos del impuesto sobre las ventas.

Los servicios de publicidad en periódicos que registren ventas en publicidad a 31 de diciembre del año inmediatamente anterior inferiores a 180.000 UVT.

La publicidad en las emisoras de radio cuyas ventas sean inferiores a 30.000 UVT al 31 de diciembre del año inmediatamente anterior y programadoras de canales regionales de televisión cuyas ventas sean inferiores a 60.000 UVT al 31 de diciembre del año inmediatamente anterior. Aquellas que superen este monto se regirán por la regla general.

Las exclusiones previstas en este numeral no se aplicarán a las empresas que surjan como consecuencia de la escisión de sociedades que antes de la expedición de la presente Ley conformen una sola empresa ni a las nuevas empresas que se creen cuya matriz o empresa dominante se encuentre gravada con el IVA por este concepto.

Normatividad técnica (Permisos, licencias de funcionamiento, registros, reglamentos):

Normatividad técnica (Permisos, licencias de funcionamiento, registros, reglamentos)

A continuación se describe la normatividad que debe cumplirse para el portafolio definido, identificando la norma, proceso, costos y tiempos asociados al cumplimiento de la normatividad

Se relaciona la normatividad técnica de permisos, licencias de funcionamiento, registros y reglamentos:

Declaración de industria y comercio y complementarios (Avisos y tableros y sobre tasa de bomberos)

Certificado de uso de suelos: Para desarrollar la actividad económica se debe diligenciar solicitar en la oficina de planeación Municipal el certificado de uso de suelos donde el concepto debe ser Compatible.

Bomberos: se solicitara la visita técnica ante la Alcaldía Municipal de Ibagué con el fin de que los funcionarios verifiquen que la empresa cumple con la normatividad de seguridad industrial.

Ley de Protección de Datos Personales

Esta Ley reconoce y protege el derecho que tienen todas las personas a conocer, actualizar y rectificar las informaciones que se hayan recogido sobre ellas en bases de datos o archivos que sean susceptibles de tratamiento por entidades de naturaleza pública o privada.

Según la SIC, los datos personales son toda aquella información asociada a una persona y que permite su identificación. Estos datos se recogen cuando ocurren interacciones de las personas con empresas y/o entidades y son necesarios de recolectar para contribuir al desarrollo económico y el mejoramiento de los bienes y servicios.

De forma específica, para CDM, esta Ley aplica en su labor de nutrición de bases de datos con información de leads, prospectos y clientes. Por tanto, el procedimiento para proteger estos datos indica que deben registrarse dichas bases de información anualmente ante el Directorio Público RNBD.

De igual manera, se sugiere que, las bases de datos a registrar son las que contengan datos personales cuyo tratamiento automatizado o manual se realice por personas naturales o jurídicas, de naturaleza pública o privada, en el territorio colombiano o fuera de él, en este último caso, siempre que al Responsable del Tratamiento o al Encargado del Tratamiento le sea aplicable la legislación colombiana en virtud de normas y tratados internacionales.

CÓDIGO COLOMBIANO DE AUTORREGULACIÓN PUBLICITARIA

Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria (Conarp)

En relación con el respeto de los derechos a la imagen y a la intimidad, los de propiedad industrial, los derechos ambientales y los de protección al consumidor, el Código establece una protección más detallada, que debe ser tenida en cuenta por quienes intervienen en la preparación de los mensajes publicitarios.

El capítulo sobre publicidad comparativa profundiza en aspectos importantes tales como las pruebas de las afirmaciones, los requisitos que se deben cumplir para su difusión y el respeto a la leal competencia, siempre en beneficio del consumidor.

En relación con las nuevas tecnologías, el Código reserva uno de sus capítulos a la publicidad en medios digitales interactivos, atendiendo a la expansión creciente de medios y canales que se encuentran disponibles hoy en día para llegar a los consumidores. Así las cosas, el sector publicitario colombiano se compromete igualmente a mantener una conducta ética y responsable a través de los medios digitales.

ARTÍCULO 52: Respeto a las sensibilidades potenciales de una audiencia global considerando el alcance global de las redes electrónicas y la variedad y diversidad de posibles receptores, los anunciantes deben asegurarse que sus mensajes comerciales son congruentes con los principios de responsabilidad social contenidos en el presente Código.

ARTÍCULO 53: disposiciones sobre mensajes comerciales en línea basados en hábitos de navegación de usuarios de internet (mbhu) La Publicidad basada en el Comportamiento requiere consentimiento explícito del usuario antes de la recopilación y uso de los datos de sus hábitos de visita y navegación. Para ello, tanto los operadores de los sitios web en los que se monitorean los hábitos del usuario como el operador del servicio de publicidad, deberán publicar claramente en sus sitios web sus prácticas de recopilación y uso de información de MbHU. Esta notificación debe incluir la descripción clara del tipo de información y propósito para el cual es recopilada. Así mismo, los operadores del servicio de publicidad deben poner a disposición de los usuarios un mecanismo para que éstos ejerzan su derecho de elección respecto a la recopilación y uso de información.

ARTÍCULO 54: La publicidad en la world wide web no podrá impedir la libre navegación del usuario en Internet. En particular, los mensajes publicitarios que reciba el usuario durante su navegación por una página web deberán permitirle en todo momento salir del mensaje publicitario o eliminarlo de su pantalla, y volver a la página de origen desde la que el usuario accedió al mensaje publicitario.

Normatividad laboral:

Normatividad laboral

A continuación se describe la normatividad que debe cumplirse para el portafolio definido, identificando la norma, proceso, costos y tiempos asociados al cumplimiento de la normatividad

Se relaciona la normatividad laboral

Se acoge al Decreto 1828 de 2013

"Que adicionalmente, a partir del 1 de enero de 2014, la ley 1607 de 2012 exonera del pago de las cotizaciones al sistema general de seguridad social en salud a las sociedades y personas jurídicas y asimiladas contribuyentes declarantes del impuesto sobre la renta y complementarios y sujetos pasivos del impuesto sobre la renta para la equidad – cree, y a las personas naturales empleadoras de al menos dos (2) trabajadores, por sus empleados que devenguen, individualmente considerados, menos de diez (10) salarios mínimos mensuales legales vigentes."

Para realizar un proceso de reclutamiento de personal idóneo para la empresa, se realizara el siguiente proceso:

1. Consecución: Teniendo en cuenta las necesidades de personal identificadas para la ejecución del proyecto.
2. Reclutamiento: Se realizara un proceso de reclutamiento externo
3. Selección: Teniendo en cuenta el perfil de cada puesto de trabajo

El proceso de selección a realizar será:

Recepción de hojas de vida: Estas serán entregadas por los candidatos postulados a través del proceso de reclutamiento.

Preselección: Teniendo en cuenta el perfil de cada puesto de trabajo se realizara una comparación de lo solicitado contra lo ofertado por los

candidatos, con el fin de seleccionar las hojas de vida que más se ajusten al perfil solicitado.

Entrevista: el emprendedor realizara la entrevista a las personas seleccionadas.

Selección: Se escogerá el candidato que cumplan con las expectativas de acuerdo al perfil de los puestos de trabajo

Este proceso será aplicado para todo el personal excepto al emprendedor.

La contratación del personal se realizara así:

Contrato a término fijo por nomina: el cual tiene fecha de terminación establecida. El empleado goza de todas las prestaciones sociales establecidas por la ley y tiene beneficios adicionales como la opción de vinculación a cooperativas empresariales y ayudas especiales de acuerdo con cada empresa; con posibilidad de optar por créditos y préstamos entre otros. Las personas contratadas baja esta modalidad serán el gerente (emprendedor) y productor multimedia

Para el contador la empresa maneja un contrato civil por prestación de servicios profesionales (honorarios), este tipo de contrato se celebra de manera bilateral entre una empresa y una persona (natural o jurídica) especializada en alguna labor específica. La remuneración se acuerda entre las partes y no genera relación laboral ni obliga a la organización a pagar prestaciones sociales. La duración es igualmente en común acuerdo dependiendo del trabajo a realizar.

Inducción: La persona encargada de realizar el proceso de inducción será el gerente de la empresa. Esta inducción será general y especifica.

La DAOS Comunicaciones realizara el manual de seguridad industrial de acuerdo al decreto 1072 de 2015, el cual manifiesta que a partir de 1 de junio de 2017 las empresas deben cumplir con este requisito. En las proyecciones financieras en el año 1 en gastos administrativos se realiza el cálculo por valor de $1.500.000 y en los años posteriores se realiza el cálculo de la actualización.

Decreto Ley 2663 de 1950: Por el cual se adopta el Código Sustantivo del Trabajo. Norma las relaciones que deben darse entre empleadores y trabajadores en Colombia, cualquier empresa que trabaje desde la formalidad, debe dar cumplimiento a lo consignado en el Código. El Código Sustantivo del Trabajo, plantea derechos para el trabajador tales como:

Salario: El cuál debe ser acorde al perfil y las funciones a desempeñar por parte del empleado, no puede ser inferior a un salario mínimo mensual legal vigente, para el presente año del 2023 está fijado en $1.160.000 pesos colombianos

Auxilio de Transporte: Es una figura creada por la ley 15 de 1959, y reglamentado por el decreto 1258 de 1959, con el objetivo de subsidiar el costo de movilización de los empleados desde su casa al lugar de trabajo, el cual para el 2023 fue fijado en 140.606 pesos colombianos y que se paga a los trabajadores que devengan hasta dos salarios mínimos mensuales. Se puede determinar que en caso de que el empleado viva a menos de 1 kilómetro del sitio de trabajo no tiene derecho al auxilio de transporte.

Prestaciones Sociales: Las prestaciones sociales son beneficios legales que el empleador paga a sus trabajadores adicionalmente al salario ordinario, para atender necesidades o cubrir riesgos originados durante el desarrollo de su actividad laboral.

Dotaciones: es una prestación social a cargo del empleador que se debe suministrar a los trabajadores que devenguen hasta dos salarios mínimos mensuales legales vigentes. Se ha de entregar al trabajador una dotación cada 4 meses para un total de tres dotaciones al año.

Normatividad ambiental:

Normatividad ambiental

A continuación se describe la normatividad que debe cumplirse para el portafolio definido, identificando la norma, proceso, costos y tiempos asociados al cumplimiento de la normatividad

Se relaciona la normatividad ambiental

Colombia cuenta con una legislación ambiental bastante fuerte pero que pocas empresas conocen y cumplen a cabalidad, por lo cual el Decreto 1299 de 2008 que reglamenta el artículo octavo de la Ley 1124 de 2007, expone la obligación de cada organización, para que desarrolle su actividad productora en el país, mediante la implementación y respeto por la norma ambiental.

Las actividades ambientales que realizara la empresa son:

Desconectar los aparatos eléctricos cuando no estén en funcionamiento
Uso de luces tipo LED
Canecas de clasificación de residuos solidos

Buenas prácticas ambientales en la prestación de los servicios (bajo uso de elementos plásticos para hidratación o refrigerios, planta de energía cuando se requiera exclusivamente)

Registro de marca - Propiedad intelectual:

Registro de marca – Propiedad intelectual:

A continuación se describe la normatividad que debe cumplirse para el portafolio definido, identificando la norma, proceso, costos y tiempos asociados al cumplimiento de la normatividad

Se relaciona la normatividad de registro de marca y propiedad intelectual

Con la aprobación de la Ley 201 de 2012, conocida como Ley Lleras 2.0, uno de los temas que se empieza a modificar es el de propiedad intelectual y derechos de autor en el ámbito informático. Asimismo, en la Dirección Nacional de Derechos de Autor DNDA se contemplan todos los conceptos para conocer los derechos sobre los contenidos y la comunicación online, además de la forma adecuada de administrar estos, de acuerdo a la legislación nacional e internacional sobre la materia.

Entorno a los derechos de autor, se encuentra que es un tema de consulta y referencia permanente para los publicistas y en general y por extensión, a diseñadores, artistas y personas allegadas al sector de las industrias creativas.

La empresa, en su ejercicio de actividades creativas, debe considerar todas las implicaciones no sólo de registrar obras, sino también de infringir las leyes de Copyright por el uso indebido de piezas de contenidos protegidas. De igual forma, es necesario revisar la Ley para discernir hasta dónde va el alcance de autoría en los contenidos que un creativo desarrolle para CDM y el efecto que esto cobra cuando finalmente la obra se entregada al cliente.

Referente al registro de marca la empresa realizara el trámite ante la superintendecia de industria y comercio, en el presupuesto está establecido un rubro por valor de $ 1.200.000.

Competencias blandas, Conocimiento del negocio, Barrera de imitación, Factores comerciales, Diferenciación, Factores financieros, Factores Técnicos, Factores normativos, Socio-económico, Capacidad de implementación, Tendencia del mercado, Mercado y tendencias de crecimiento, fortaleza de la competencia, Nivel de exigencia de la demanda, canales de distribución, venta directa, Comisiones comerciales, logística de la cadena de distribución, Condiciones de manejo, entrega y devolución de producto, mercado objetivo

persona jurídica, actividad económica, cliente, Consumidor, Gustos, Preferencias

Hábitos de consumo, empaque, etiqueta, imagen gráfica, condiciones de entrega, Recibo a satisfacción, posventa, Gestio´n de quejas y reclamos, Comunicacio´n posventa, Manejo de devoluciones, Medición de satisfacción del cliente, politicas de garantías, Competencia, grupo etario, nivel educativo, genero, profesio´n o actividad econo´mica, Ubicacio´n geogra´fica, Ha´bitos y preferencias de consumo, estrategia de promocio´n, modelo de negocio, experiencia comercial, marketing mix, venta de producto, promoción comercal

poli´tica de compras adquisiciones, Selección de proveedores, Localización, Plazo de entrega, Especificaciones de compra, Necesidades, imagen corporativa, logo, manual de imagen grafica, registro de marca, posicionamiento de marca, Identificación de riesgo, plan de mitigación, alianza, impacto, medio ambiente, productividad, perfil del cliente consumidor, riesgos técnicos, productos sustitutos, estrategia de precios y descuentos

oferta y demanda, costo - beneficio, comercialización, modelos organizativos, innovación, competitividad, rentabilidad, ingresos, poli´tica de compras adquisiciones , Perfil de cliente

Mercado objetivo, Grupos poblacionales, Características, Motivos de compra, Necesidad, Problemática : causas consecuencias, Ideación , Validación, Investigación de mercados, PIB, Consumo percapita, Porcentaje de crecimiento, problemáticas sectoriales, Tendencias, Productos sustitutos y complementarios. Precio: definir precio y descripción de los productos y servicios que incluye. Logística y distribución: Canales de distribución, incluir pequeña descripción. Oferta de productos de la empresa, Producto o servicio en función del cliente, Propuesta de valor, Concepto de Negocio, Métodos de validación, Lean Canvas, Jobs to be done, Investigación de mercado, Motivaciones de compra, Propuesta de valor, experiencia previa en el aspecto comercial del emprendimiento, Competencias blandas, Competencias duras, Ficha Técnica, Cartas de intención de compra, Clientes, Grado de aceptación, Estrategia de comunicación, Estrategia de promoción, Estrategia de distribución, Estrategia de aprovisionamiento, Estrategia de precio, la empresa obtendrá ingresos, Sector, Bioseguridad, Sistema de Gestión y seguridad en el trabajo, Normatividad técnica sectorial, Política de privacidad, Registro de marca, Propiedad intelectual, Derechos de autor, Condiciones técnicas, Actividad, personas responsables, Elementos utilizados, duración de proceso, Capacidad instalada, Capacidad utilizada, Habilidades blandas: Liderazgo, responsabilidad.

13. Describa las condiciones técnicas más importantes que se requieren para la operación del negocio.

A continuación se describen la condiciones técnicas más importantes que se requieren para la operación del negocio

En el área técnicas las condiciones más importantes están relacionadas con las adecuaciones locativas y la infraestructura en maquinaria y equipo que requiere DAOS Comunicaciones para la prestación de los servicios

Adecuaciones locativas: se requieren adecuaciones de tipo eléctrico, donde se puedan hacer las conexiones necesarias para el buen y correcto funcionamiento de la maquinaria. En el presupueto se destinó un rubro de 2 millones de pesos.

Maquinaria y equipo: la infraestructura necesaria para operar es:

Computador especializado, con capacidad y tarjeta de video grafica (aporte del emrpendedor)
Camara de video profesional (aporte del emrpendedor)
Computador especializado

Cámara de video
Cámara fotográfica con estabilizador
Consola de sonido
Juego de luces
Memorias
Cargador
Kit de cables
Microfonos
Intercom
Trípode
Estabilizador
UPS

Referente a muebles y enseres se requiere de un escritorio y sillas

De igual manera una de las condiciones técnicas está relacionada con el local comercial, donde se pueda instalar de forma correcta la maquinaria y realizar actividades administrativas, comerciales, financieras y operativas de la empresa.

Competencias blandas, Conocimiento del negocio, Barrera de imitación, Factores comerciales, Diferenciación, Factores financieros, Factores Técnicos, Factores normativos, Socio-económico, Capacidad de implementación, Tendencia del mercado, Mercado y tendencias de crecimiento, fortaleza de la competencia, Nivel de exigencia de la demanda, canales de distribución, venta directa, Comisiones comerciales, logística de la cadena de distribución, Condiciones de manejo, entrega y devolución de producto, mercado objetivo

persona jurídica, actividad económica, cliente, Consumidor, Gustos, Preferencias

Hábitos de consumo, empaque, etiqueta, imagen gráfica, condiciones de entrega, Recibo a satisfacción, posventa, Gestio´n de quejas y reclamos, Comunicacio´n posventa, Manejo de devoluciones, Medición de satisfacción del cliente, politicas de garantías, Competencia, grupo etario, nivel educativo, genero, profesio´n o actividad econo´mica, Ubicacio´n geogra´fica, Ha´bitos y preferencias de consumo, estrategia de promocio´n, modelo de negocio, experiencia comercial, marketing mix, venta de producto, promoción comercal

poli´tica de compras adquisiciones, Selección de proveedores, Localización, Plazo de entrega, Especificaciones de compra, Necesidades, imagen corporativa, logo, manual de imagen grafica, registro de marca, posicionamiento de marca, Identificación de riesgo, plan de mitigación, alianza, impacto, medio ambiente, productividad, perfil del cliente consumidor, riesgos técnicos, productos sustitutos, estrategia de precios y descuentos

oferta y demanda, costo – beneficio, comercialización, modelos organizativos, innovación, competitividad, rentabilidad, ingresos, poli´tica de compras adquisiciones , Perfil de cliente

Mercado objetivo, Grupos poblacionales, Características, Motivos de compra, Necesidad, Problemática : causas consecuencias, Ideación , Validación, Investigación de mercados, PIB, Consumo percapita, Porcentaje de crecimiento, problemáticas sectoriales, Tendencias, Productos sustitutos y complementarios. Precio: definir precio y descripción de los productos y servicios que incluye. Logística y distribución: Canales de distribución, incluir pequeña descripción. Oferta de productos de la empresa, Producto o servicio en función del cliente, Propuesta de valor, Concepto de Negocio, Métodos de validación, Lean Canvas, Jobs to be done, Investigación de mercado, Motivaciones de compra, Propuesta de valor, experiencia previa en el aspecto comercial del emprendimiento, Competencias blandas, Competencias duras, Ficha Técnica, Cartas de intención de compra, Clientes, Grado de aceptación, Estrategia de comunicación, Estrategia de promoción, Estrategia de distribución, Estrategia de aprovisionamiento, Estrategia de precio, la empresa obtendrá ingresos, Sector, Bioseguridad, Sistema de Gestión y seguridad en el trabajo, Normatividad técnica sectorial, Política de privacidad, Registro de marca, Propiedad intelectual, Derechos de autor, Condiciones técnicas, Actividad, personas responsables, Elementos utilizados, duración de proceso, Capacidad instalada, Capacidad utilizada, Habilidades blandas: Liderazgo, responsabilidad.

4 - Requerimientos

14. Defina los requerimientos en: Infraestructura - adecuaciones, maquinaria y equipos, muebles y enseres, y demás activos

14.1. ¿Para el funcionamiento del negocio, es necesario un lugar físico de operación? (SI / NO, justificación) **SI**

14.1. ¿Para el funcionamiento del negocio, es necesario un lugar físico de operación? (SI / NO, justificación)

Se definen los requerimientos en infraestructura – adecuaciones, maquinaria y equipos, muebles y enseres y demás activos.

Para el funcionamiento del negocio es necesario un lugar físico de operación

El estudio de localización de la empresa se orientó analizando variables determinantes en donde se podría ubicar una empresa, identificando diferentes variables.

Macrolocalizacion: La macrolocalización del proyecto será en el departamento del Tolima.

Microlocalizacion: El proyecto será desarrollado en el municipio Ibagué, donde se ubicaran las oficinas de la empresa.

Localización
Sería necesaria una oficina en la cual se procesaran los archivos vectoriales, fotográficos y de vídeo. Igualmente se tendrá un espacio de estudio. Esta estaría localizada en Ibagué, Tolima. El emprendedor ha identificado 3 posibles alternativas de ubicación de la empresa:

Sector el interlaken: zona céntrica de la ciudad, equidistante a los puntos estratégicos, arriendos a buen precio, cerca de zonas bancarias y

comerciales. Zona donde actualmente funciona la empresa.

Sector centro: zona comercial de la ciudad, arriendos costosos.

Centro comercial la quinta: Centro tecnológico de la ciudad, cuenta con locales disponibles a buen precio, vigilancia.

14.2. Identifique los requerimientos de inversión

1. Infraestructura - Adecuaciones

Descripción	Requisitos Técnicos	Fuente de Financiación	Cantidad	Valor Unitario
Adecuaciones locativas	Adecuaciones eléctricas, adecuaciones para estudio con paneles y requerimientos técnicos para grabaciones en estudio	Fondo Emprender	1	$ 2,000,000.00
Total:				**$ 2,000,000.00**

2. Maquinaria y Equipo

Descripción	Requisitos Técnicos	Fuente de Financiación	Cantidad	Valor Unitario
Computador especializado	Computador especializado, con memoria RAM de 4 GB, Pantalla de 14 pulgadas, disco duro, teclado, mouse, tarjeta gráfica	Aporte Emprendedores	1	$ 4,000,000.00
Cámara de video profesional	Cámara de video profesional con grabación en HD, puertos de salida HDMI y USB, con conexiones de sonido	Aporte Emprendedores	1	$ 6,000,000.00
Computador especializado para video y transmisiones	Computador especializado, con memoria RAM de 4 GB, Pantalla de 14 pulgadas, disco duro, teclado, mouse, tarjeta gráfica	Fondo Emprender	1	$ 12,500,000.00
Cámara de video profesional	Panasonic HC-X2000 UHD 4K Vídeo UHD 4K60, salida 3G-SDI y HDMI Sensor MOS de 1/2.5" y 8.29M, motor Venus Zoom óptico 24x, iZoom digital 48x Graba MP4, MOV, AVCHD en dos tarjetas SD Lente ancha de 25 mm, zoom inteligente 4K de 32x Garantía	Fondo Emprender	1	$ 12,700,000.00
Cámara fotografica con estabilizador	Cámara CANON Profesional EOS 90D 18 135IS USM Sensor CMOS (APS-C) de 32.5 Megapixeles Tecnología de autoenfoque Dual Pixel CMOS AF Grabación de video sin recorte en 4K UHD Captura la acción a una velocidad de hasta 10 fps Sistema de autoenfoque	Fondo Emprender	1	$ 10,000,000.00
Consola de sonido	Behringer XENYX X1222USB Mixer Premium de 12 entradas con preamplificadores. Mezclador analógico premium de muy bajo ruido y alto headroom EQ neoclásicos "británicos" de 3 bandas Salidas de sala de control/teléfono con matriz de fuentes Faders	Fondo Emprender	1	$ 1,500,000.00
Juego de luces	Set 3x GVM 560AS Bicolor 90W Luces LED Profesionales Referencia LU-LEDGVM53 Luz bicolor graduable 2300-6800K. Cada panel es de alta potencia: 30W. CRI: 97+ Para crear colores vibrantes.	Fondo Emprender	1	$ 2,500,000.00
Memorias SD	Memorias SD	Fondo Emprender	1	$ 1,000,000.00
Kit de cables	Cables: corriente, SDI y adaptadores	Fondo Emprender	1	$ 3,000,000.00
Micrófonos	Sennheiser e 825s Micrófono dinámico cardioide de mano con interruptor on/off Patrón polar cardioide Elemento dinámico Tono cálido y natural Respuesta en frecuencia de 80 Hz a 15 kHz	Fondo Emprender	1	$ 1,000,000.00
Intercom	Equipo de comunicaciones para eventos y transmisiones	Fondo Emprender	1	$ 1,000,000.00
Tripode	Trípode Cabeza Fluida Weifeng WF 717 Dispositivos compatibles DSLR Marca Weifeng Material Aluminum, Rubber Tipo de cabeza de trípode Fluid Heads Altura máxima 180 Centímetros Peso del artículo 6.1 Kilogramos	Fondo Emprender	1	$ 800,000.00
Total:				**$ 56,000,000.00**

3. Equipo de Comunicación y Computación

Descripción	Requisitos Técnicos	Fuente de Financiación	Cantidad	Valor Unitario
Estabilizador	DJI Estabilizador RS3 Mini Diseñado para cámaras sin espejo. Diseño liviano, hasta 4.4 lb de carga útil. Control de cámara inalámbrico a través de Bluetooth. Pantalla táctil a todo color.	Fondo Emprender	1	$ 2,500,000.00
UPS	Técnica automática de recarga. Control Digital Automático. Indicadores de funcionamiento LED. Diseño confiable conectado a la red. Reinicio automático después de una falla en la red. Tamaño compacto y peso ligero. porporciona protección c	Fondo Emprender	1	$ 600,000.00
Total:				**$ 3,100,000.00**

4. Muebles y Enseres y Otros

Descripción	Requisitos Técnicos	Fuente de Financiación	Cantidad	Valor Unitario
Escritorio y sillas de oficina	Escritorio basico de 1 metro de largo x 90 cm de alto y 50 cm de ancho. Sillas tipo plegables para oficina y eventos de fácil manipulación en estructura metálica o plástica con sillín en espuma	Fondo Emprender	1	$ 1,100,000.00
Total:				**$ 1,100,000.00**

5. Otros (incluído herrramientas)

Descripción	Requisitos Técnicos	Fuente de Financiación	Cantidad	Valor Unitario

No hay registros para mostrar

6. Gastos Preoperativos

Descripción	Requisitos Técnicos	Fuente de Financiación	Cantidad	Valor Unitario
gastos notariales y matricula mercantil	gastos notariales y matricula mercantil	Aporte Emprendedores	1	$ 500,000.00
Arriendo	Arriendo Canon de arrendamiento del inmueble comercial de la empresa	Fondo Emprender	10	$ 950,000.00
Nominas de tres trabajadores	Nominas de tres trabajadores Operario: 4 meses, gerente: 7 meses, contador 10 meses	Fondo Emprender	1	$ 24,719,266.00
Dotaciones	Dotaciones para el personal de la empresa conformado por camibuso, pantalón, gorra, zapatos	Fondo Emprender	1	$ 700,000.00
Sistema de gestión, seguridad y salud en el trabajo	Sistema de gestión, seguridad y salud en el trabajo	Fondo Emprender	1	$ 1,500,000.00
Publicidad y mercadeo	Estrategia de comunicación (redes sociales, página web, tarjetas de presentación, book digital, aviso) Estrategia de promoción (botones, portacelular)	Fondo Emprender	1	$ 3,000,000.00
Registro de marca	Registro de marca ante la superintendencia de industria y comercio de Colombia	Fondo Emprender	1	$ 1,180,734.00
Total:				**$ 41,100,000.00**

5 - Producción

14.3. Detalle las condiciones técnicas de infraestructura: áreas requeridas y distribución de espacios. (Anexar mapa y /o plano)

Se detallan las condiciones técnicas de infraestructura: áreas requeridas y distribución de espacios para el empresa DAOS Comunicaciones

Áreas requeridas

Estudio fotográfico y de grabación: Espacio para realizar tomas profesionales de productos o servicios. Igualmente, está involucrado en la zona de posproducción. Medidas: 30 metros cuadrados, distribuidos en las siguientes áreas:

Área comercial para atención de clientes
Área de edición para desarrollo operativo de la empresa
Área administrativa
Baño

14.4. ¿Para la adquisición de algún activo, se tiene contemplado realizar importación? (SI / NO, justificación) **NO**

No se tiene contemplado la adquisición de algun activo por importaciones

14.4.1. Detalle los activos, países proveedores y tiempos estimados:

No se tiene contemplado la adquisición de algun activo por importaciones

14.4.2. En caso de presentarse incremento en el valor del activo por factores como: tasa de cambio, reformas tributarias, etc. ¿Cómo financiará éste mayor valor?

En caso de presentarse incremento en el valor del activo por factores como: tasa de cambio, reformas tributarias, etc, el emprendedor asumira el valor adicional con recursos propios

15. ¿Cuál es el proceso que se debe seguir para la producción del bien o prestación del servicio?

1. Manual de imagen corporativa - Manual de imagen corporativa

Manual de imagen corporativa

El proceso que se debe seguir para la producción del bien o la prestación del servicios relacionados con el manual de imagen corporativa:

El proceso de diseño gráfico se realiza en tres pasos

Primer paso: Análisis y bocetación Se realizan estudios y orientación de los objetivos de comunicación, estableciendo una estrategia y tiempos de ejecución, los bocetos, referencias, selección de colores y formas, hacen parte de encontrar el camino hacia el estilo gráfico y concepto de un diseño.

Segundo paso: Diseño: Se realiza el diseño y se realizan fases de correcciones, ajustes finales y detalles que concluyan con piezas gráficas listas para su aplicación en los medios requeridos.

Tercer paso: finalización y entrega: se consolidan los archivos en los formatos y con los requerimientos necesarios para su uso final, impresiones, aplicaciones en redes, producción física, etc, realizamos entregables y un cierre a satisfacción de los clientes.

2. Transmisión vía streming o en vivo - Video en vivo de 4 horas

Transmisión vía streaming Jornada de 4 horas a 2 cámaras

El proceso que se debe seguir para la producción del bien o la prestación del servicios relacionados la transmisión vía streaming

1. Se elabora una propuesta comercial en la cual se le indica al cliente los costos, tiempo, calidad, productos, servicios.

2. Contratación: Se elabora un contrato de servicios, donde se le indica al cliente los compromisos y responsabilidades de cada una de las partes. Al igual que los tiempos de ejecución, términos de entrega del producto y consecuencias de incumplimiento del contrato de una de las partes

3. Preprodución: Investigación, elaboración de un guion y plan de rodaje, para dar a conocer los tiempos y desarrollo de la grabación con el equipo de trabajo. Se identifican locaciones, personas a entrevistar, recursos entre otros aspectos. Posteriormente se realiza una revisión con el cliente para aprobar los guiones y el plan de rodaje

4. Producción:

a. Alistamiento: se realiza el alistamiento de los equipos de llevar y demás recursos necesarios establecidos en el plan de rodaje.

b. Desplazamiento: se realiza el desplazamiento den el servicio de transporte contratado.

c. Adecuación de locación o personajes a entrevistar, donde se identifican factores claves como la luz, presentación de los lugares, presentación personal de entrevistados, pruebas de cámaras y sonido.

d. Pruebas técnicas dos horas antes del evento

e. Producción: se realiza la transmisión del evento

5. Posproducción

a. Selección: Se realiza la selección del material de producción

b. Entrega: El producto finalizado será entregado al cliente en un dispositivo de almacenamiento, ya sea una memoria usb o un disco duro. Suministrados por el cliente.

6. Entrega: El producto circulará por el medio de comunicación seleccionado por el cliente, donde se codifica para salir al aire.

7. Informe final: Se le entrega un chequeo de pauta y emisión al aire, de acuerdo a la orden de publicidad.

La maquinaria que interviene en este proceso corresponde a Servidores – computadores, Portátiles, Cámaras de video, Dron, Microfonos, Tripodes, Cámaras de video profesional, computador de producción al aire, Cableado, Trípodes, Servidor de emisión, computador play list, Computador de back up, UPS, Monitores de 32 pulgadas, Consola de audio.

3. Video corporativo full HD - Video de 30 segundos

Videos corporativos de 30 segundos full HD

El proceso que se debe seguir para la producción del bien o la prestación del servicios relacionados con videos corporativos:

1. Creación: proceso de ideación de la historia a desarrollar, donde se desarrolla el libreto Responsable: productor general.

2. Diseño de pre-producción: De acuerdo al guion se hace un desglose de actores, equipos técnicos necesarios para operar, identificación de locaciones y actividades logísticas (alimentación, vestuario, escenografía, transporte, ambientación), donde se definen actividades y presupuestos basados en un plan de acción. Responsable: productor general.

3. Preproducción: basado en el diseño anterior, se realiza el proceso de adquisición de elementos necesarios para operar, donde adicional se gestionan procesos contractuales, permisos y licencias. Responsable: productor general.

4. Producción: Se ejecuta el diseño realizado en preproducción, se ponen las ideas en contexto técnico, actoral, escenografías, puesta en escena, dirección de actores, realizando las siguientes actividades:

4.1 Grabaciones: se inicia el proceso de grabación según el guion, de acuerdo al orden determinado, en las locaciones, teniendo en cuenta los departamentos de arte, dirección artística, dirección técnica y realización general. Responsable: productor general.

4.1.1 Se realiza un llamado de dirección de arte donde esta: actores, maquillaje, vestuario, escenografía, ambientación.

4.1.2 Se realiza un llamado para montaje de equipo técnico, donde se diseña la fotografía con la colorimetría estipulada entre el departamento de guion y producción general.

4.1.3 Se realiza un llamado para el inicio de las grabaciones, cuando inicia el plan de rodaje.

4.1.4 Se inicia la grabación de las escenas, una vez estén listas se guardan en un equipo de posproducción.

4.1.5 Una vez se terminan las grabaciones los equipos retornan a la empresa y el ciclo del ítem 4.1 se repite hasta terminar el proceso de las filmaciones.

5. Posproducción: una vez se cuente con el material grabado de acuerdo al guion, se pasa a la selección de las mejores secuencias grabadas, bajo el criterio de la producción general. Responsable: productor general.

5.1 Primer corte: Se realizan ajustes narrativos de acuerdo al guion, ajustes de audio y video sobre el producto terminado.

6. Producto terminado. El producto queda listo para la exhibición y venta. Responsable: productor general.

La maquinaria que interviene en cada uno de los proceso es:Panasonic Lumix DMC-GH4 Mirrorless, Micro Four Thirds, Cámara de video Sony XR-NX70 (2 baterías), Dos tarjetas SD (120 y 32 Gb), Dos maletas para cámara, Trípode Manfroto, Boom marca Sony, Micrófono Inalámbrico marca Sony, 2 Luces Led (300 y 120 Leds), Flex, Fly Cam, Blackmagic Design Pocket Cinema Camera 6K Pro (Canon EF), Filtro protector para este lente, KIT DE LENTES ROKINON (24, 35, 50, 85 mm T1.5, Filtro protector para cada lente x 4, Cargador para conectar la cámara a la corriente , Cargador doble para pilas de la cámara, Batería para la cámara , Camera Battery Grip for 6K Pro, SmallRig Full Cage

6 - Productividad y equipo de trabajo

16. ¿Cuál es la capacidad productiva de la empresa? (cantidad de bien o servicio por unidad de tiempo)

Teniendo en cuenta la maquinaria y equipo de trabajo disponible que tiene la DAOS Comunicaciones, se determinó la capacidad instalada y la capacidad utilizada desde el primer año de funcionamiento hasta el año 5 proyectado.

CAPACIDAD MANO DE OBRA DIRECTA

La capacidad esta medida en mano de obra directa, teniendo en cuenta que el tiempo esta medido en la capacidad de las personas para la prestación de servicios. Para determinar la capacidad se tuvo en cuenta los tiempos necesarios para cada uno de los servicios ofertados por la empresa y se determinó un promedio.

Para el primer año de funcionamiento teniendo en cuenta que la empresa opera 8 meses por que 4 meses son improductivos, la capacidad es de 113 servicios en promedio para el primer año de funcionamiento y 170 servicios del año 2 en adelante, se proyectaron en ventas y se identifica una capacidad de:

Primer año: 70,6%

Segundo año: 72,5%

Tercer año: 79,8%

Cuarto año: 87,8%

Quinto año: 96,5%

17. Equipo de trabajo

17.1. ¿Cuál es el perfil del emprendedor, el rol que tendría dentro de la empresa y su dedicación?

Nombre Emprendedor	Perfil	Rol

JAIRO DANILO SANCHEZ ORTEGA	El emprendedor es Jairo Danilo Sánchez, tiene formación titulada en Técnico en sistemas, Tecnólogo en producción multimedia. Igualmente tiene formación complementaria en Bocetación, herramientas de adobe, teoría del color para procesos artesanales, TIC´S, Proceso técnicos para producción de tv con énfasis en camarografía, servicio al cliente. Su experiencia profesional ha sido desempeñando diferentes cargos a como Camarógrafo, Productor audiovisual y Diseñador grafico por más de 7 años, en empresas de reconocimiento nacional e internacional como León Graficas, Canal PYC Noticias, Media Pro (WIN SPORT), Rec Televisión, Visio Fly y Focus. De igual manera el emprendedor tiene habilidades blandas caracterizándose por ser una persona responsable, puntual, honesta y con capacidad de adaptarse a los cambios.	Gerente - emprendedor

17.2. ¿Qué cargos requiere la empresa para su operación (primer año)?

Descripción	Remuneración Unitario	Otros Gastos	Valor con Prestaciones	Unidad	Tiempo Vinculación Primer Año
Productor Multimedia	$ 1,160,000.00	$ 587,206.00	$ 1,747,206.00	Mes	8
Gerente emprendedor	$ 1,160,000.00	$ 587,206.00	$ 1,747,206.00	Mes	8
Contador	$ 550,000.00	$ 00.00	$ 550,000.00	Mes	12

Descripción	Remuneración Primer Año	Valor Solicitado Fondo	Aportes Emprendedores	Ingresos por Ventas
Productor Multimedia	$ 13,977,648.00	$ 6,988,824.00	$ 00.00	$ 6,988,824.00
Gerente emprendedor	$ 13,977,648.00	$ 12,230,442.00	$ 00.00	$ 1,747,206.00
Contador	$ 6,600,000.00	$ 5,500,000.00	$ 00.00	$ 1,100,000.00
Total Solicitado:		**$ 24,719,266.00**	**$ 00.00**	**$ 9,836,030.00**

V. ¿Cuál es el Futuro de mi Negocio?

Estrategias

18. ¿Qué estrategias utilizará para lograr la meta de ventas y cuál es su presupuesto?

Estrategia de promoción (nombre): Estrategia de promoción de la empresa DAOS Comunicaciones
Propósito: Dar a conocer la empresa, fidelización de clientes, aumento de ingresos operacionales

Actividad	Recurso Requerido	Mes de Ejecución	Costo	Responsable (nombre del cargo lider del proceso)
Aviso	Recursos financieros Recursos humanos	Mes 4 en adelante	$ 500,000.00	Gerente
Book (libro) digital	Recursos humanos	Mes 4 en adelante	$ 00.00	Gerente
Pagina web	Recursos humanos Recursos financieros Sera desarrollada por el emprendedor Se deben pagar los gastos para ponerla en funcionamiento	Mes 4 en adelante	$ 500,000.00	Gerente
Redes sociales	Recursos humanos Se trabajaran las redes sociales de manera orgánica	Mes 4 en adelante	$ 00.00	Gerente
Tarjetas de presentacion	Recursos financieros	mes 4 en adelante	$ 200,000.00	Gerente
Costo Total:			**$ 1,200,000.00**	

Estrategia de Comunicación (nombre): Estrategia de comunicación de la empresa DAOS Comunicaciones
Propósito: Dar a conocer la empresa, fidelización de clientes, aumento de ingresos operacionales

Actividad	Recurso Requerido	Mes de Ejecución	Costo	Responsable (nombre del cargo lider del proceso)
Valla publicitaria	Recursos humanos recursos financieros	Mes 4 en adelante Se contempla un mes	$ 1,500,000.00	Gerente
Costo Total:			**$ 1,500,000.00**	

Estrategia de Distribución (nombre): Estrategia de distribución de la empresa DAOS Comunicaciones
Propósito: Dar a conocer la empresa, fidelización de clientes, aumento de ingresos operacionales

Actividad	Recurso Requerido	Mes de Ejecución	Costo	Responsable (nombre del cargo lider del proceso)
portacelulares	Recursos financieros	mes 4 en adelante	$ 300,000.00	Gerente
Costo Total:			**$ 300,000.00**	

Período de arranque e improductivo

19. ¿Cuál es el período de arranque del proyecto (meses)?

19. ¿Cuál es el período de arranque del proyecto (meses)?

El periodo de arranque del proyecto se relaciona con el tiempo corresponde al período estimado entre la fecha de firma del acta de inicio del contrato y la aprobación del lugar de operaciones.

Teniendo en cuenta los procesos del fondo emprender y los términos de referencia de la presente convocatoria, el tiempo comprendido entre la firma del contrato y la aprobación de prendió es de 2 a 3 meses:

Firma del contrato

Asignación de interventoría por parte del SENA: 2 a 3 meses

Consecución del local

20. ¿Cuál es el período improductivo (meses) que exige el primer ciclo de producción?

20. ¿Cuál es el período improductivo (meses) que exige el primer ciclo de producción?

El periodo improductivo del proyecto se relaciona con tiempo corresponde al período estimado entre la fecha de firma del acta de inicio del contrato y la producción del primer lote de bienes o servicios.

Se tendrá un tiempo improductivo de 4 meses, una vez se cuente con el local, se desarrollaran las siguientes actividades:

Adquisición de maquinaria, equipos, herramientas muebles y enseres, teniendo en cuenta el manual de pagos de fondo emprender.

Proceso de selección y contratación del personal.

Permisos y licencias que requiera el proyecto para operar.

VI. ¿Qué Riesgos Enfrento?

¿Qué actores externos son críticos para la ejecución del negocio? Indique el nombre y su rol en la ejecución.

¿Qué actores externos son críticos para la ejecución del negocio? Indique el nombre y su rol en la ejecución.

Los actores externos críticos para la ejecución del plan de negocio son:

ARTICULACIÓN DEL PROYECTO CON EL EMPRENDIMIENTO REGIONAL

De acuerdo a la ley 1014 de 2006 de emprendimiento y la ley 2069 de 2020, en el departamento del Tolima se encuentra establecida la Red Regional de Emprendimiento denominada RETO, la cual está conformada por el SENA, universidades, un representante de las instituciones educativas de educación media, las Cámaras de Comercio del Departamento, Alcaldía de Ibagué, Gobernación del Tolima y un representante de los Gremios.

Estas entidades a nivel individual y articuladamente realizan programas de emprendimiento y apoyo a los empresarios de la región, razón por la cual la emprendedora se vinculará a los siguientes programas:

Alcaldía de Ibagué: Programa de emprendimiento - micronegocios

Gobernación del Tolima: Programa de marca Tolima, el cual es liderado por la secretaria de industria, turismo y comercio.

Cámara de Comercio Ibagué: Programa de apoyo al empresario y el programa de alianzas para la innovación.

SENA: Acompañamiento en la ejecución del proyecto por parte del centro de desarrollo empresarial.

DIAN: Asesorías al contribuyente y legalización de trámites correspondientes.

Fondo Emprender: quien aportará los recursos en forma de capital semilla para la puesta en marcha y operaciones iniciales de la empresa. Igualmente, otras entidades de apoyo en la ejecución de recursos será la presidencia de la república.

Cuerpo oficial de bomberos: esta entidad apoyara la empresa en una visita anual donde se mira el cumplimiento de los elementos mínimos de seguridad industrial

La vinculación a estos programas permitirá al emprendedor

Asistir de forma gratuita o con apoyo a eventos y ferias empresariales a nivel local y nacional

Consecución de nuevos clientes

Programas de innovación permanentes

Capacitaciones a nivel administrativo, comercial y operativo

Apoyo en asesorías y consultorías con profesionales y especialistas

Consecución de recursos para fortalecimiento empresarial

Apoyo en la consecución de personal adecuado para la empresa

Competencias blandas, Conocimiento del negocio, Barrera de imitación, Factores comerciales, Diferenciación, Factores financieros, Factores Técnicos, Factores normativos, Socio-económico, Capacidad de implementación, Tendencia del mercado, Mercado y tendencias de crecimiento, fortaleza de la competencia, Nivel de exigencia de la demanda, canales de distribución, venta directa, Comisiones comerciales, logística de la cadena de distribución, Condiciones de manejo, entrega y devolución de producto, mercado objetivo

persona jurídica, actividad económica, cliente, Consumidor, Gustos, Preferencias

Hábitos de consumo, empaque, etiqueta, imagen gráfica, condiciones de entrega, Recibo a satisfacción, posventa, Gestio´n de quejas y reclamos, Comunicacio´n posventa, Manejo de devoluciones, Medición de satisfacción del cliente, politicas de garantías, Competencia, grupo etario, nivel educativo, genero, profesio´n o actividad econo´mica, Ubicacio´n geogra´fica, Ha´bitos y preferencias de consumo, estrategia de promocio´n, modelo de negocio, experiencia comercial, marketing mix, venta de producto, promoción comercal

poli´tica de compras adquisiciones, Selección de proveedores, Localización, Plazo de entrega, Especificaciones de compra, Necesidades, imagen corporativa, logo, manual de imagen grafica, registro de marca, posicionamiento de marca, Identificación de riesgo, plan de mitigación, alianza, impacto, medio ambiente, productividad, perfil del cliente consumidor, riesgos técnicos, productos sustitutos, estrategia de precios y descuentos

oferta y demanda, costo – beneficio, comercialización, modelos organizativos, innovación, competitividad, rentabilidad, ingresos, poli´tica de compras adquisiciones , Perfil de cliente

Mercado objetivo, Grupos poblacionales, Características, Motivos de compra, Necesidad, Problemática : causas consecuencias, Ideación , Validación, Investigación de mercados, PIB, Consumo percapita, Porcentaje de crecimiento, problemáticas sectoriales, Tendencias, Productos sustitutos y complementarios. Precio: definir precio y descripción de los productos y servicios que incluye. Logística y distribución: Canales de distribución, incluir pequeña descripción. Oferta de productos de la empresa, Producto o servicio en función del cliente, Propuesta de valor, Concepto de Negocio, Métodos de validación, Lean Canvas, Jobs to be done, Investigación de mercado, Motivaciones de compra, Propuesta de valor, experiencia previa en el aspecto comercial del emprendimiento, Competencias blandas, Competencias duras, Ficha Técnica, Cartas de intención de compra, Clientes, Grado de aceptación, Estrategia de comunicación, Estrategia de promoción, Estrategia de distribución, Estrategia de aprovisionamiento, Estrategia de precio, la empresa obtendrá ingresos, Sector, Bioseguridad, Sistema de Gestión y seguridad en el trabajo, Normatividad técnica sectorial, Política de privacidad, Registro de marca, Propiedad intelectual, Derechos de autor, Condiciones técnicas, Actividad, personas responsables, Elementos utilizados, duración de proceso, Capacidad instalada, Capacidad utilizada, Habilidades blandas: Liderazgo, responsabilidad.

¿Qué factores externos pueden afectar la operación del negocio, y cuál es el plan de acción para mitigar estos riesgos?

¿Qué factores externos pueden afectar la operación del negocio, y cuál es el plan de acción para mitigar estos riesgos?

RIESGOS DE MERCADOS

1. Apertura de nuevas Empresas que ofrezcan productos y servicios similares, VIGILANCIA Y CONTROL: 1. Estrategias de mercado que permitan dar a conocer el portafolio de servicios de la empresa2. Fidelizar a los clientes a través de estrategias de imagen corporativa y publicitaria en los canales de la empresa. MITIGACIÓN 1. La empresa innovará en nuevos productos y servicios. 2. Indagar constantemente a los clientes sobre la satisfacción obtenida con nuestros productos y servicios.

2. Creación y constitución de marca por parte de la competencia. VIGILANCIA Y CONTROL 1. Analizar la competencia, con el fin de conocer si hay nuevas marcas posicionadas en el mercado. 2. Implementar un plan de marketing frente a la competencia. MITIGACIÓN 1. Implementar estrategias de posicionamiento de marca, para lograr un alto nivel de recordación dentro del público objetivo. 2. Implementar estrategias de fidelización de clientes, relacionadas con fortalecer la relación marca - consumidor.

TÉCNICOS OPERACIONALES

3. Aumento de los costos en los procesos de elaboración de los servicios. VIGILANCIA Y CONTROL: 1. La gerencia revisara constantemente los mejores precios de los proveedores teniendo en cuenta la calidad del producto. 2. El Gerente revisara constantemente las facturas de compra para identificar alguna alza y baja de acuerdo al comportamiento del mercado. MITIGACIÓN 1. Mantener un margen de rentabilidad alto, para sostener el precio al consumidor.

4. No Conseguir personal calificado. VIGILANCIA Y CONTROL: 1. La gerencia realizará constante contacto con agencias de empleo o entidades de formación, afines con los cargos y los perfiles que utilizará la empresa. 2. Monitoreo constante de satisfacción de los empleados para prevenir y reducir la rotación laboral. MITIGACIÓN: 1. Capacitación constante a los empleados para que crezcan profesionalmente. 2. Realizar alianzas con institutos de formación y universidades, para tener practicantes en la empresa.

5. Daño de la maquinaria o equipos. VIGILANCIA Y CONTROL: 1. se realizará mantenimiento a la maquinaria y a los equipos. 2. Semestralmente se revisará con técnicos profesionales los equipos 3. Se actualizará los programas cada vez que el software lo requiera. MITIGACIÓN 1. Realizar una programación de mantenimiento de equipos semestralmente. 2. tener contacto con técnicos conocedores del tema.

ORGANIZACIONALES

6. Alta rotación del personal de la empresa VIGILANCIA Y CONTROL: 1. Capacitaciones con personal altamente capacitado para el personal de la empresa. 2. Reuniones motivacionales para el personal de la empresa. 3. Mantener el ambiente del trabajo con la herramienta de las 5. (Clasificación y descarte, Organización, limpieza, Higiene y visualización, Disciplina y compromiso).

MITIGACIÓN: 1. Control en el momento de admisión de los nuevos empleados. 2. Establecer buen clima laboral y contrataciones sostenibles en el tiempo. 3. Realizar reuniones motivacionales semanalmente.

7. Accidentes laborales VIGILANCIA Y CONTROL: 1. Una vez sucede el accidente el empleado informará a la gerencia en el menor tiempo posible este lo reportará a la ARL. 2. Implementar el Sistema de Gestión en Seguridad y Salud en el Trabajo (SGSST). 3. Monitorear el uso de los implementos de seguridad y salud en el trabajo. MITIGACIÓN 1. Proteger a los empleados conforme a la seguridad en el trabajo y ARL. 2. Mantener el botiquín, camilla y todo lo necesario para prestar los primeros auxilios. 3. Entregar oportunamente la dotación y elementos de seguridad. 4. Implementar todo lo solicitado en el SGSST.

8. Proceso de selección inadecuado del personal VIGILANCIA Y CONTROL: 1. Operarios con bajos niveles de productividad. 2. Personas con un mal clima laboral MITIGACIÓN 1. Tener una base de datos ampliamente calificada y realizar previamente entrevistas y test con su respectivo análisis de Hoja de Vida. 2. Dar prioridad al talento humano con experiencia.

8. Demandas laborales en la oficina de trabajo VIGILANCIA Y CONTROL: 1. Tener información actualizada en temas laborales. MITIGACIÓN 1. Todo personal de la empresa contara con el respectivo contrato, afiliación al sistema de seguridad social, ARL prestaciones y liquidaciones conforme a la ley.

RIESGO FINANCIEROS

10. Bajos ingresos operacionales de la empresa, VIGILANCIA Y CONTROL: El Gerente estará pendiente de las contrataciones que se efectúen diariamente. 2. La Gerencia monitoreara el crecimiento de las ventas del mes frente al mes anterior para generar nuevas estrategias de ventas. MITIGACIÓN 1- Se fortalecerá las comunicaciones estratégicas de la empresa. 2. Se efectuarán campañas de marketing y promoción On line 3. Se realizarán campañas de marketing mix y fidelización de los clientes. 4. Se innovará constantemente las estrategias de ventas y posicionamiento en el mercado. 5. Contacto permanente con clientes potenciales.

RIESGOS SISTEMATICOS DEL PAÍS

11. Crisis económica del país Y Desastres naturales, VIGILANCIA Y CONTROL: el Gerente estará actualizada local, nacional e internacionalmente sobre los cambios y problemática económica, política y social. MITIGACIÓN: 1. Se innova y se crea de acuerdo a las capacidades de compra de cada consumidor. 2. Se realizarán estrategias de venta. 3. Se implementarán estrategias de precio y calidad para aumentar las ventas. 4. Se realizarán alianzas internacionales para atraer nuevos clientes. 5. Suscribir una póliza contra todo riesgo. 6. Mantener un Stock de materia prima en periodos de crisis. 2. Realizar estrategias de compra que beneficien las partes.

Competencias blandas, Conocimiento del negocio, Barrera de imitación, Factores comerciales, Diferenciación, Factores financieros, Factores Técnicos, Factores normativos, Socio-económico, Capacidad de implementación, Tendencia del mercado, Mercado y tendencias de crecimiento, fortaleza de la competencia, Nivel de exigencia de la demanda, canales de distribución, venta directa, Comisiones comerciales, logística de la cadena de distribución, Condiciones de manejo, entrega y devolución de producto, mercado objetivo

persona jurídica, actividad económica, cliente, Consumidor, Gustos, Preferencias

Hábitos de consumo, empaque, etiqueta, imagen gráfica, condiciones de entrega, Recibo a satisfacción, posventa, Gestio´n de quejas y reclamos, Comunicacio´n posventa, Manejo de devoluciones, Medición de satisfacción del cliente, politicas de garantías, Competencia, grupo etario, nivel educativo, genero, profesio´n o actividad econo´mica, Ubicacio´n geogra´fica, Ha´bitos y preferencias de consumo, estrategia de promocio´n, modelo de negocio, experiencia comercial, marketing mix, venta de producto, promoción comercal

poli´tica de compras adquisiciones, Selección de proveedores, Localización, Plazo de entrega, Especificaciones de compra, Necesidades, imagen corporativa, logo, manual de imagen grafica, registro de marca, posicionamiento de marca, Identificación de riesgo, plan de mitigación, alianza, impacto, medio ambiente, productividad, perfil del cliente consumidor, riesgos técnicos, productos sustitutos, estrategia de precios y descuentos

oferta y demanda, costo – beneficio, comercialización, modelos organizativos, innovación, competitividad, rentabilidad, ingresos, poli´tica de compras adquisiciones , Perfil de cliente

Mercado objetivo, Grupos poblacionales, Características, Motivos de compra, Necesidad, Problemática : causas consecuencias, Ideación , Validación, Investigación de mercados, PIB, Consumo percapita, Porcentaje de crecimiento, problemáticas sectoriales, Tendencias, Productos sustitutos y complementarios. Precio: definir precio y descripción de los productos y servicios que incluye. Logística y distribución: Canales de distribución, incluir pequeña descripción. Oferta de productos de la empresa, Producto o servicio en función del cliente, Propuesta de valor, Concepto de Negocio, Métodos de validación, Lean Canvas, Jobs to be done, Investigación de mercado, Motivaciones de compra, Propuesta de valor, experiencia previa en el aspecto comercial del emprendimiento, Competencias blandas, Competencias duras, Ficha Técnica, Cartas de intención de compra, Clientes, Grado de aceptación, Estrategia de comunicación, Estrategia de promoción, Estrategia de distribución, Estrategia de aprovisionamiento, Estrategia de precio, la empresa obtendrá ingresos, Sector, Bioseguridad, Sistema de Gestión y seguridad en el trabajo, Normatividad técnica sectorial, Política de privacidad, Registro de marca, Propiedad intelectual, Derechos de autor, Condiciones técnicas, Actividad, personas responsables, Elementos utilizados, duración de proceso, Capacidad instalada, Capacidad utilizada, Habilidades blandas: Liderazgo, responsabilidad.

VII. Resumen Ejecutivo

Emprendedor(es):

Nombre	Email	Rol
JAIRO DANILO SANCHEZ ORTEGA	danilosanchez2424@gmail.com	Emprendedor

Concepto del Negocio:

DAOS Comunicaciones es una productora audiovisual, dedicada a prestar servicios a empresarios de la región del sector turismo, dando importancia a la conexión con el mundo que se requiere para comunicar y transmitir a las audiencias contenidos de calidad, frescos e innovadores, mediante la producción de videos que impacten aplicando la experiencia e inspirado en las tendencias.

Los servicios que oferta al mercado DAOS Comunicaciones están enfocados en las siguientes líneas de trabajo:

Videos Corporativos: la producción de videos está enfocada en dar a conocer la empresa a través de mensajes e imágenes, que transmitan la esencia corporativa, valores, logros, proyecciones a clientes potenciales, inversionistas o empleados

Videos tipo comercial: En videos publicitarios para televisión, web y social media se busca resaltar lo más notable del producto o servicio, por lo tanto estos videos son estéticos, llamativos y emocionales, con calidad de producción como son los comerciales de tv

Videos testimoniales: Casos de éxito de clientes, logros de sus empleados, experiencias de vida, los videos motivacionales para empresas generan como resultado credibilidad, confianza y afinidad con las marcas.

Videos animados: Videos infográficos, doodle, ilustrativos, motion graphics, que usan lenguajes didácticos y de fácil entendimiento al público, del mismo modo estos pueden ser comerciales, institucionales y explicativos.

Servicios de diseño gráfico: especialistas en comunicación visual. Creación de diseños y con el fin de potencializar la comunicación de las empresas con herramientas visuales atractivas y de calidad.

Diseño Publicitario: Piezas publicitarias creadas para generar impacto visual en el espectador; creaciones hechas de acuerdo al tipo de producto, mercado y preferencias de la compañía.

Identidad de marca: plasmar los componentes físicos y digitales el concepto la empresa; con la identidad corporativa con el fin de darle un valor a la marca.

Manual de imagen corporativa: documento que incluye las pautas para que la marca se exprese de manera coherente en todos sus soportes y canales. Es una herramienta necesaria para gestionar la marca, obtener una imagen coherente y trasladar una imagen profesional de la empresa y/o negocio

Ilustración: Añade más versatilidad y creatividad al diseño gráfico, la creación de personajes, dibujos, elementos decorativos, tipografías, composiciones artísticas realizadas que apoyan los diseños generando alto impacto.

Transmisión vía streaming (transmisión): es un tipo de tecnología multimedia que envía contenidos de vídeo y audio a su dispositivo conectado a Internet. Esto le permite acceder a contenidos (TV, películas, música, pódcast) en cualquier momento que lo desee, en un PC o un móvil, sin someterse a los horarios del proveedor. Este servicio se brinda a diferentes empresas que deseen realizar transmisiones en vivo de sus eventos. El servicio es prestado desde una cámara en adelante hasta 5 de acuerdo a las necesidades del cliente.

El perfil del cliente corresponde al mercado potencial de las empresas del sector turismo ubicadas en la ciudad de Ibagué, específicamente en Restaurantes, agencias de viaje y hospedaje.

De acuerdo al estudio económico de la Cámara de comercio de Ibagué, se estima que hay 4.707, de las cuales 4.357 son persona jurídica y 350 persona natural.

El perfil del cliente correspondiente al segmento de mercado son empresas del sector turismo ubicadas en la ciudad de Ibagué micro y pequeñas, las cuales son en total 4.623 y 69 respectivamente.

El perfil del cliente corresponde a las entidades públicas ubicadas en el departamento del Tolima, las cuales requieren y demandan servicios tecnológicos de transmisiones para sus eventos, community manager (administrador de comunidades) en sus redes sociales y piezas de diseño gráfico.

En el departamento del Tolima se cuenta con 47 Alcaldías municipales, la Gobernación del Tolima, Cortolima, Universidad del Tolima y entidades del estado descentralizadas en la ciudad de Ibagué como: IBAL(empresa ibaguereña de acueducto y alcantarillado), INFIBAGUE(instituto de financiamiento, promoción y desarrollo), IMDRI (Institutito municipal para el deporte y la recreación), gestora urbana, lotería del Tolima y la Fábrica de licores del Tolima. Es así, que el segmento y nicho de mercado correspondiente al perfil del cliente corresponde a 56 empresas como mercado potencial.

El factor diferenciador e innovador de DAOS Comunicaciones está enfocado en la narrativa visual, puesto que los videos y las transmisores requieren de experiencia y conocimiento para realizar cada una de las tomas, de modo tal que comuniquen el mensaje con el que se quiere llegar a la audiencia.

Es así, que los videos desarrollados por la empresa tendrá como componente innovador la narrativa visual basada en la capacidad de la imagen de contar historias, a través de un discurso visual que remite a la existencia de un mundo, al cual revela parcialmente, desde el punto de vista de determinada interpretación.

Por otro lado en los servicios de diseño gráfico la empresa realizara innovación apoyada en la inteligencia artificial como herramienta de trabajo. La Inteligencia artificial aplicada al diseño gráfico para la generación de imágenes es un área muy interesante. Consiste en proporcionar una serie de características sobre la imagen a generar para obtener distintas alternativas generadas según el criterio del propio algoritmo.

Algo clave en el componente innovador en el ámbito del diseño grafico debe cumplir con entender el mercado, es decir, que debe cumplir con cierto criterios respecto a lo útil que va a ser para algo o alguien, ya sea transmitir el mensaje de una marca o comunicar para persuadir.

Metas

Indicador Empleos:

Meta para el primer año: N/A

Indicador Ventas:

Meta para el primer año: N/A

Indicador Mercadeo (eventos):

Meta para el primer año: N/A

Indicador Contrapartida SENA:

Meta para el primer año: N/A

Indicador Empleos Indirectos:

Meta para el primer año: N/A

VIII - Estructura financiera

Plan de Compras

Consumos por Unidad de Producto:

Manual de imagen corporativa - Manual de imagen corporativa

Materia Prima	Unidad	Cantidad	Presentacion	Margen de Desperdicio (%)
Materia Prima				
Costos manual de imagen corporativa	unidad	1	manual digital	0

Transmisión vía streming o en vivo - Video en vivo de 4 horas

Materia Prima	Unidad	Cantidad	Presentacion	Margen de Desperdicio (%)
Materia Prima				
Costos transmisiones streaming	unidad	1	Video de transmisión	0

Video corporativo full HD - Video de 30 segundos

Materia Prima	Unidad	Cantidad	Presentacion	Margen de Desperdicio (%)
Materia Prima				
Costo vdeos	unidad	1	video	0

Costos de Producción

Tabla de costos de producción en pesos (incluido IVA)					
Tipo de Insumo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia Prima	$ 9,360,000.00	$ 15,807,000.00	$ 19,021,200.00	$ 22,919,820.00	$ 27,891,105.00
Totales	**$ 9,360,000.00**	**$ 15,807,000.00**	**$ 19,021,200.00**	**$ 22,919,820.00**	**$ 27,891,105.00**

Proyección de Compras (Unidades)					
Tipo de Insumo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia Prima					
Costo vdeos	$ 24.00	$ 37.00	$ 40.00	$ 44.00	$ 49.00
Costos manual de imagen corporativa	$ 24.00	$ 37.00	$ 40.00	$ 44.00	$ 49.00
Costos transmisiones streaming	$ 32.00	$ 49.00	$ 54.00	$ 59.00	$ 65.00

Proyección de Compras (Pesos)					
Tipos de Insumo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia Prima					
Costo vdeos	$ 2,400,000.00	$ 4,070,000.00	$ 4,840,000.00	$ 5,856,400.00	$ 7,174,090.00
Costos manual de imagen corporativa	$ 1,200,000.00	$ 2,035,000.00	$ 2,420,000.00	$ 2,928,200.00	$ 3,587,045.00

Costos transmisiones streaming	$ 5,760,000.00	$ 9,702,000.00	$ 11,761,200.00	$ 14,135,220.00	$ 17,129,970.00
Total	**$ 9,360,000.00**	**$ 15,807,000.00**	**$ 19,021,200.00**	**$ 22,919,820.00**	**$ 27,891,105.00**
IVA	**$ 00.00**	**$ 00.00**	**$ 00.00**	**$ 00.00**	**$ 00.00**
Total mas IVA	**$ 9,360,000.00**	**$ 15,807,000.00**	**$ 19,021,200.00**	**$ 22,919,820.00**	**$ 27,891,105.00**

Costos Administrativos

Gastos de Puesta en Marcha:

Descripción	Valor
Escrituras y Gastos Notariales	50,000.00
Permisos y Licencias	00.00
Registro Mercantil	450,000.00
Registros, Marcas y Patentes	1,180,734.00
Total:	**$ 1,680,734.00**

Gastos Anuales de Administracion:

Descripción	Valor
Cargos por servicios bancarios	960,000.00
Dotaciones	700,000.00
Factura y nomina electronica	600,000.00
Pagos por arrendamientos	11,400,000.00
Publicidad	3,000,000.00
Reparaciones y mantenimiento	1,000,000.00
Seguros	00.00
Servicios Públicos	1,200,000.00
Sistema Gestion seguridad y salud en el trabajo	1,500,000.00
Suministros de Oficina	480,000.00
Suscripciones y Afiliaciones	00.00
Teléfono, Internet, Correo	1,440,000.00
Total:	**$ 22,280,000.00**

Ingresos

Fuentes de Financiación:

Recursos solicitados al fondo emprender en (smlv) 80

Aporte de los Emprendedores

Nombre	Valor	Detalle
No hay registros para mostrar		

Recursos de Capital

	Cuantía	Plazo	Forma de Pago	Interes (Nominal/Anual)	Destinación
No hay registros para mostrar					

Proyeccion de Ingresos por Ventas

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Video corporativo full HD	$ 14,400,000.00	$ 24,420,000.00	$ 29,040,000.00	$ 35,138,400.00	$ 43,044,540.00
Manual de imagen corporativa	$ 27,600,000.00	$ 46,805,000.00	$ 55,660,000.00	$ 67,348,600.00	$ 82,502,035.00
Transmisión vía streming o en vivo	$ 22,400,000.00	$ 37,730,000.00	$ 45,738,000.00	$ 54,970,300.00	$ 66,616,550.00
Total	**$ 64,400,000.00**	**$ 108,955,000.00**	**$ 130,438,000.00**	**$ 157,457,300.00**	**$ 192,163,125.00**
Iva	**$ 00.00**	**$ 00.00**	**$ 00.00**	**$ 00.00**	**$ 00.00**
Total con Iva	**$ 64,400,000.00**	**$ 108,955,000.00**	**$ 130,438,000.00**	**$ 157,457,300.00**	**$ 192,163,125.00**

Egresos

Índice de Actualización monetaria 1.1

Inversiones Fijas y Diferidas

Concepto	Valor	Mes	Fuente de financiación
Infraestructura - Adecuaciones	$ 2000000,00	0	Fondo Emprender
Maquinaria y Equipo	$ 10000000,00	0	Aporte Emprendedores
Maquinaria y Equipo	$ 46000000,00	0	Fondo Emprender
Muebles y Enseres y Otros	$ 1100000,00	0	Fondo Emprender
Equipo de Comunicación y Computación	$ 3100000,00	0	Fondo Emprender
Gasto Preoperativos	$ 500000,00	0	Aporte Emprendedores
Gasto Preoperativos	$ 40600000,00	0	Fondo Emprender
Total:	**$ 103,300,000.00**		

Costos de Puesta en Marcha

Descripcion	Valor
Escrituras y Gastos Notariales	$ 50,000.00
Permisos y Licencias	$ 00.00
Registro Mercantil	$ 450,000.00
Registros, Marcas y Patentes	$ 1,180,734.00
Total	$ 1,680,734.00

Costos Anualizados Administrativos

Descripcion	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cargos por servicios bancarios	$ 960,000.00	$ 1,056,000.00	$ 1,161,600.00	$ 1,277,760.00	$ 1,405,536.00
Dotaciones	$ 700,000.00	$ 770,000.00	$ 847,000.00	$ 931,700.00	$ 1,024,870.00
Factura y nomina electronica	$ 600,000.00	$ 660,000.00	$ 726,000.00	$ 798,600.00	$ 878,460.00
Pagos por arrendamientos	$ 11,400,000.00	$ 12,540,000.00	$ 13,794,000.00	$ 15,173,400.00	$ 16,690,740.00
Publicidad	$ 3,000,000.00	$ 3,300,000.00	$ 3,630,000.00	$ 3,993,000.00	$ 4,392,300.00
Reparaciones y mantenimiento	$ 1,000,000.00	$ 1,100,000.00	$ 1,210,000.00	$ 1,331,000.00	$ 1,464,100.00
Seguros	$ 00.00	$ 00.00	$ 00.00	$ 00.00	$ 00.00
Servicios Públicos	$ 1,200,000.00	$ 1,320,000.00	$ 1,452,000.00	$ 1,597,200.00	$ 1,756,920.00
Sistema Gestion seguridad y salud en el trabajo	$ 1,500,000.00	$ 1,650,000.00	$ 1,815,000.00	$ 1,996,500.00	$ 2,196,150.00
Suministros de Oficina	$ 480,000.00	$ 528,000.00	$ 580,800.00	$ 638,880.00	$ 702,768.00
Suscripciones y Afiliaciones	$ 00.00	$ 00.00	$ 00.00	$ 00.00	$ 00.00
Teléfono, Internet, Correo	$ 1,440,000.00	$ 1,584,000.00	$ 1,742,400.00	$ 1,916,640.00	$ 2,108,304.00
Total	$ 22,280,000.00	$ 24,508,000.00	$ 26,958,800.00	$ 29,654,680.00	$ 32,620,148.00

Gastos de Personal

Cargo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Contador	$ 6,600,000.00	$ 7,260,000.00	$ 7,986,000.00	$ 8,784,600.00	$ 9,663,060.00
Gerente emprendedor	$ 13,920,000.00	$ 15,312,000.00	$ 16,843,200.00	$ 18,527,520.00	$ 20,380,272.00
Productor Multimedia	$ 13,920,000.00	$ 15,312,000.00	$ 16,843,200.00	$ 18,527,520.00	$ 20,380,272.00
Total	$ 34,440,000.00	$ 37,884,000.00	$ 41,672,400.00	$ 45,839,640.00	$ 50,423,604.00

Capital de Trabajo

Componente	Valor	Fuente de financiación	Observación
Arriendo	$ 9,500,000.00	Fondo Emprender	Arriendo para 10 meses
Dotaciones	$ 700,000.00	Fondo Emprender	Dotaciones para los 2 trabajadores por nomina
Nominas para tres trabajadores	$ 24,719,266.00	Fondo Emprender	Nomina para: 4 meses de operario: 6.988.824 7 meses de gerente: 12.230.442 10 meses de contador 5.500.000
Publicidad	$ 3,000,000.00	Fondo Emprender	Publicidad Estrategia de comunicación (redes sociales, página web, tarjetas de presentación, book digital, aviso) Estrategia de promoción (botones, portacelular)
Registro de marca	$ 1,180,734.00	Fondo Emprender	Registro de marca
Registro mercantil y gastos notariales	$ 500,000.00	Aporte Emprendedores	Registro mercantil y gastos notariales
Sistema de seguridad y salud en el trabajo	$ 1,500,000.00	Fondo Emprender	Sistema de seguridad y salud en el trabajo
Total:	**$ 41,100,000.00**		