DESARROLLO DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL, FINANCIERA Y DE MERCADEO DE LA EMPRESA IN-SIGN GROUP

RICARDO MARÍN OCAMPO

ASESORA

ESTHER JULIA CASTAÑO

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE PEREIRA

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN

ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA

PEREIRA

2018

DEDICATORIA

A mis padres por el apoyo constante

TABLA DE CONTENIDO

1. RESUMEN EJECUTIVO 7

2. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO 9

¿Qué necesidad del cliente satisface el producto o servicio? 9
¿Qué tipo de producto o servicio se pretende vender? 10
¿Qué es exactamente lo que ofrece? 11
¿Cuál es su valor agregado?, ¿qué tiene de innovador el producto o servicio? 12
¿Es un producto o servicio único? 13

3. PLAN DE MERCADEO 15

¿Qué clientes constituyen el segmento objetivo? 15
¿Por qué resulta este segmento de especial interés para el emprendimiento? 15
¿Qué tan grande es el mercado y cuál es la participación que quiere obtener del mismo? 18
¿Cómo se espera que cambie dicho mercado? 20
¿Quién es la competencia? 20
¿Cuáles son los sustitutos del producto o servicio de la empresa? 22
¿Qué precios tienen? 23
¿Qué canal(es) de distribución se utilizará(n)? 24
¿Cuánto cuesta llegar al mercado? 24

4. CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN 26

5. PLAN FINANCIERO 27

Costeo de materiales y equipos 27
Depreciación de los materiales y equipos 28
Cálculo mano de obra directa e indirecta 31
Presupuesto mano de obra 32
Presupuesto de costos indirectos 33
CIF presupuestado (Anual y mensual) 33
Costeo de servicios básicos prestados por In-Sign group 33
Tasa predeterminada del costo indirecto para estimar el costo del producto o servicio 34
Costo productos básicos In-Sign group 35
Punto de equilibrio 41

LISTA DE REFERENCIAS 42

ANEXOS 44

Anexo 1: encuesta realizada al grupo de trabajo de In-Sign group 44
Anexo 2: cotizaciones materiales y equipos 47

LISTADO DE TABLAS

Tabla 1. Principales variables de segmentación de los mercados de In-Sign group (Elaboración propia, basada en el planteado por Kotler y Amstrong (2008). 17
Tabla 2. Segmentación moderna del mercado para la empresa In-Sign group (Elaboración propia, basada en la segmentación planteada por Kotler y Amstrong (2008).....18
Tabla 3. Costeo de llegar al mercado. Elaboración propia.....25
Tabla 4. Cronograma de implementación. Elaboración propia.....26
Tabla 5. Costeo materiales y equipos y su vida útil. Elaboración propia. 27
Tabla 6. Depreciaciones anuales de equipos y materiales. Elaboración propia. 30
Tabla 7. Erogaciones de ley salario mínimo 2018. 31
Tabla 8. Salarios equipo de trabajo In-Sign group.....32
Tabla 9. Presupuesto Mano de Obra Directa de In-Sign group 32
Tabla 10. Presupuesto Mano de Obra Indirecta de In-Sign group.....32
Tabla 11. Presupuesto Mano de Obra Indirecta e Indirecta de In-Sign group.....33
Tabla 12. Presupuesto Costos Indirectos Anual de In-Sign group.....33
Tabla 13. CIF presupuestado anual y mensual de In-Sign group.....33
Tabla 14. Tasa predeterminada del costo indirecto de In-Sign group.....34
Tabla 15. Costo producto 1: Sesión fotográfica básica de In-Sign group.....35
Tabla 16. Costo producto 2: Sesión fotográfica social de In-Sign group 36
Tabla 17. Costo producto 3: Video institucional de In-Sign group 36
Tabla 18. Costo producto 4: Video spot publicitario / promo redes sociales de In-Sign group 37
Tabla 19. Costo producto 5: Videoclip musical de In-Sign group.....38
Tabla 20. Costo producto 6: Weeding Videos de In-Sign group 39
Tabla 21. Costo producto 6: Cuña radial de In-Sign group 39
Tabla 22. Costo producto 7: jingle de In-Sign group.....40
Tabla 23. Costo producto 8: Infografía de In-Sign group.....40
Tabla 24. Costos fijos de fabricación de In-Sign group.....41
Tabla 25. Punto de equilibrio de In-Sign group.....41

LISTADO DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Niveles de producto (Elaboración propia basado en el planteado por Kotler y Amstrong [2008])..... 14

RESUMEN

El contenido de este trabajo presenta el desarrollo de la estructura organizacional, financiera y de mercadeo de la empresa In-Sign Group, dedicada a la prestación de servicios del área audiovisual y de publicidad en la ciudad de Pereira, con el objetivo de poner en práctica el aprendizaje adquirido durante la especialización en Gerencia de la Comunicación Corporativa.

Palabras clave: comunicación, organizacional, gerencia, mercadeo, audiovisual, publicidad, emprendimiento, empresa.

ABSTRACT

The content of this work presents the development of the organizational, financial and marketing structure of the company In-Sign Group, dedicated to filmmaker and advertising services in the city of Pereira, with the aim of putting into practice the learning acquired during the specialization in Corporate Communication Management.

Keywords: communication, organizational, management, marketing, audiovisual, advertising, entrepreneurship, business.

1. RESUMEN EJECUTIVO

Hoy por hoy, en Colombia y, específicamente en la ciudad de Pereira, existe una creciente demanda de productos audiovisuales por parte de pequeñas y medianas empresas que no tienen el capital suficiente para contratar de planta profesionales a su servicio o grandes agencias de publicidad, aunque sí reconocen la necesidad de invertir en productos audiovisuales de calidad. Es allí donde nace la idea de emprendimiento de In-Sign group, para atacar ese nicho de mercado con productos y servicios con ciertas características que la hacen diferente a su competencia.

Dichas características se basan, entre otras, en la profunda integración con el cliente, con el objeto de transformar su idea de producto y/o servicio, lo que se hace a través de un equipo multidisciplinario y comprometido que se une para hacer la creación de la propuesta para al cliente. Esta forma de trabajo es importante resaltarla ya que se acostumbra, en las agencias, tanto pequeñas como grandes y reconocidas, que cada integrante tenga una cuenta y la desarrolle, diferente In-Sign group, en la que todos participan.

Dicha manera de producción garantiza que la idea del cliente sea analizada desde el punto de vista conceptual, técnico y estético por diferentes miradas que enriquecen la propuesta final, todo ello coordinado por un especialista en gerencia de la comunicación corporativa.

En ese orden de ideas, se establece un factor diferencial frente a la competencia. Se debe enfatizar aquí que el valor agregado de la propuesta de In-Sign group, para el cliente, se instaura en ese servicio posventa; una preocupación constante, por el beneficio y utilidad del producto con el ánimo de mejorar permanentemente y brindar un buen servicio siempre.

In-Sign group tiene como público objetivo las pequeñas y medianas empresas ubicadas en la región cafetera y toda su área de influencia, identificando un nicho de mercado en la industria del arte corporal, las escuelas de arte, danza y baile, músicos independientes, escuelas de deporte, eventos institucionales, servicios para *weeding planners*, (bodas y eventos sociales), instituciones educativas y la participación en convocatorias municipales y nacionales para la producción audiovisual con entidades como Señal Colombia, Secretaría y Ministerio de Cultura, por ejemplo el programa de Estímulos municipal y regional.

Para lograr dichos objetivos se realiza un planteamiento estructural de la empresa, estableciendo una forma de empresa horizontal, donde la toma de decisiones se encuentra descentralizada y se realiza de manera conjunta. Posteriormente, se analiza la competencia y los factores diferenciales frente a las otras casas productoras de la región. Se plantean los principales productos y/o servicios a ofrecer por parte de la compañía y su costeo, para determinar el precio base al cliente

Para llegar a los precios se construye un plan de mercadeo en el que se segmenta el mercado de una manera clásica y también de una manera moderna, estableciendo la tipología de clientes a los cuales buscar por parte de la empresa.

Dentro del plan de mercadeo también se analiza el precio de la mano de obra directa e indirecta y los costos de producción de cada uno de los productos ofrecidos y finalmente, se proyecta cuánto vale llegar al mercado inicialmente, encontrando que la inversión para la compra de equipos, constitución legal, campaña publicitaria inicial y puesta en marcha de todo el plan debe ser de $72.541.771 y el punto de equilibrio determina que en un año se recupera dicha inversión.

2. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

¿Qué necesidad del cliente satisface el producto o servicio?

In-Sign group nace de la idea de emprendimiento de un grupo de profesionales en diferentes disciplinas con el objetivo de dar respuesta a la creciente demanda de creación de contenido audiovisual y social media en la ciudad de Pereira y toda su zona de influencia. La idea de formar este tipo de empresa surge de la observación empírica de una necesidad identificada con respecto a diferentes pequeñas empresas de la región que carecían de productos audiovisuales para publicitarse y competir, puesto que dichos productos cada vez son más requeridos, no solo por las grandes empresas, sino también por las pequeñas y medianas organizaciones.

Así lo avizoró Kotler (1975) en su obra Estudios de Mercadotecnia al plantear las "Cien innovaciones técnicas muy probables en el último tercio del siglo XX" ubicando, en el puesto número 24, la utilización en masa de la "fotografía tridimensional, ilustraciones, películas y televisión de este tipo" y en el número 72:

> *Sistemas de comunicación práctica para el hogar y los negocios, con video "por cables", para teléfono y televisión (incluso quizá material grabado de consulta en las bibliotecas y otras fuentes) transmisión y recepción rápida de facsímiles (posiblemente de noticias, material de bibliotecas, anuncios comerciales, entrega postal instantánea, otro tipo de impresiones, etcétera) para impulsar el marketing y la publicidad de las empresas.* (p.90)

El planteamiento anterior visualizaba, en su momento, el panorama previsto para la era en la que actualmente se vive, donde las personas poseen un medio de información y comunicación

en su bolsillo, los medios de comunicación, publicidad y de mercadeo tradicionales han cambiado, hay anuncios pagos en las redes sociales, anuncios por internet, *mailing, advergaiming, etc*. El internet ha permitido una nueva forma de segmentar el mercado y abarcar justo la población requerida para cada tipo de producto y/o servicio ofrecido, las pantallas interactivas son cada vez más comunes y las posibilidades publicitarias para las empresas parecen ser infinitas.

Es por ello que In-Sign group se plantea estar vigente, respondiendo a esas nuevas tendencias de la comunicación, la publicidad, el marketing y la realización audiovisual, haciendo parte de ese presente tecnológico y proveer a sus clientes soluciones audiovisuales y de social media. Se toma como punto de partida una experiencia práctica de llevar funcionando alrededor de un año en el mercado, planteando, a partir de este momento, una estructura organizacional, de mercado ni financiera que garantice su sostenimiento en el tiempo.

¿Qué tipo de producto o servicio se pretende vender?

Para determinar el producto o servicio ofrecido por la empresa se hace necesario plantear el interrogante de si In-Sign group ofrece netamente un producto, un servicio o una experiencia para el cliente, pues la idea de la empresa, no es únicamente entregar un producto o prestar un servicio, sino realizar todo un acompañamiento al cliente, como lo plantean Kotler y Armstrong (2008) al establecer qué:

> *Hoy en día, a medida que los productos y servicios son más comunes, muchas empresas están pasando a un nuevo nivel de creación de valor para sus clientes. Para diferenciar*

sus ofertas, más allá de limitarse a fabricar productos y proveer servicios, están creando y gestionando experiencias de productos o de empresa. (p.141)

En ese orden de ideas se establece que la intención de In-Sign group es ofrecer una experiencia al cliente, compuesta por productos y servicios que ayuden a satisfacer sus necesidades, para lo cual se ha recogido información tanto de las empresas para las cuales ya se han realizado trabajos y también un sondeo con preguntas específicas respondido por los integrantes del equipo de trabajo de In-Sign group (Ver anexo 1), dando como resultado lo descrito a continuación, que permite dar un panorama más amplio sobre lo que busca y ofrece la empresa.

¿Qué es exactamente lo que ofrece?

El tipo de necesidad cubierta por la empresa, como se aclaró inicialmente, es de servicios y productos de publicidad, marca e imagen, por medio de realizaciones audiovisuales, animaciones, infografías, producción sonora, fotográfica y/o de diseño gráfico, construidas específicamente para cada empresa, es decir, más allá del producto o servicio entregado, se plantea una solución dedicada, diseñada en conjunto con el cliente, acompañándolo durante todo el proceso, metiéndose en el ADN de la idea y del objetivo de la empresa para descubrir el sentido, el sello propio de la misma y encontrar, en sinergia, esa solución específica a la necesidad planteada, convirtiendo todo esto en una experiencia para el cliente.

Todo lo anterior partiendo del hecho de que las empresas actuales no buscan simplemente suplir una necesidad dada ni únicamente un producto, como lo ratifica Kotler (1975) “el público no gasta su dinero en bienes y servicios, sino en conseguirse las satisfacciones que espera le va a proporcionar lo que compra” (p.142).

Para lograr este objetivo In-Sign group parte del concepto del triángulo semiótico de Ogden y Richards (1923) en su obra *El significado del significado*, que permite distribuir en sus vértices los componentes de un signo - pensamiento, símbolo y referente, es decir, la idea del cliente- para jugar con la flexibilidad de dicho triángulo y darle un significado diferente, aunque consecuente, con los componentes del signo -idea del cliente- es decir, entrar en el proceso de semiosis para transformar la idea del cliente, sin salirse de su signo, de su sello, de su *In-Sign*.

Esta estructura permite un modelo de trabajo que se involucre, de manera especial, con el cliente y su idea, dándole un significado de identidad, originalidad, innovación y personalización a cada producto donde interviene la mirada estética, técnica y profesional de diferentes disciplinas que integran el equipo de trabajo de In-Sign group: Comunicación Social – Periodismo, Licenciatura en Comunicación e Informática Educativa, Licenciatura en Arte Plástico, Técnica en Producción Audiovisual y Técnica en Diseño Web y Multimedia, lo cual se convierte en valor agregado y le imprime una característica de innovación para los clientes de la empresa, puesto que todo el proceso creativo pasa por diferentes miradas antes de llegar al producto final y la entrega al cliente.

¿Cuál es su valor agregado?, ¿qué tiene de innovador el producto o servicio?

Aunque ya se ha hablado del valor agregado y de la experiencia que promete In-Sign group, es importante retomar el concepto de valor agregado o valor añadido como lo han llamado autores como Kotler (2008) al momento de establecer que “la clave está en conseguir que los clientes sean leales ofreciendo un servicio que no pueden encontrar en ninguna otra parte” (p.315), es por ello

que In-Sign group pretende también brindar un servicio posventa que incluya una comunicación directa con el cliente, preguntándole por la utilidad de dicho producto y/o servicio, el beneficio que le trajo y las posibles mejoras.

Todo ello servirá a su vez, como mecanismo de fidelización del cliente y busca generar una buena relación entre las partes para futuros negocios y poder seguir cultivando la relación comercial. Ese "servicio que no pueden encontrar en ninguna otra parte" (Kotler 2008, p. 315) para In-Sign group es equivalente a la mirada multidisciplinaria que tendrá su producto antes de entregarse, una búsqueda exploratoria entre todo el equipo de trabajo, para encontrarle un nuevo sentido a esa idea del cliente, sumado a ello se plantea ese acompañamiento al cliente en dicha construcción de la idea y el servicio posventa clave para sentir al cliente parte del proceso, y no hacerlo sentir únicamente como una fuente de ingreso para la compañía.

¿Es un producto o servicio único?

El producto o servicio ofrecido por In-Sign group, pese a no ser el único de su tipo en el mercado, cuenta con características como las anteriormente mencionadas que sí lo hacen diferente, pues al trabajar en conjunto con el cliente y tener un equipo multidisciplinario que intervenga en el proceso creativo, lo hace más llamativo y funciona como factor diferenciador con lo ofrecido por la competencia, en directa relación con los niveles de producto planteados por Kotler y Armstrong (2008):

Ilustración 1. Niveles de producto (Elaboración propia basado en el planteado por Kotler y Amstrong [2008])

En síntesis, los productos ofrecidos por In-Sign group son:

- Realización audiovisual en general
- Realización de videos institucionales
- Spot publicitarios
- Video perfiles
- Videos para redes sociales
- Videoclips
- Weeding Videos (Videos de bodas y eventos sociales)
- Fotografía publicitaria
- Fotografía de eventos
- Diseño gráfico
- Diseño para contenido digital
- Producción sonora (cuñas radiales, voz en off, musicalización, jingles)

3. PLAN DE MERCADEO

¿Qué clientes constituyen el segmento objetivo?

En un año de funcionamiento la empresa In-Sign group ha encontrado un nicho de mercado en la ciudad de Pereira en la creciente industria del arte corporal, las escuelas de arte, danza y baile, músicos independientes, escuelas de deporte, eventos institucionales, servicios para *weeding planners* (bodas y eventos sociales), instituciones educativas y le apunta al sector industrial de pequeñas y medianas empresas.

Esta segmentación del mercado se ha identificado en la práctica, pues pese a no haber realizado una investigación del mercado para segmentarlo se puede identificar cierto tipo de empresas y clientes con determinadas características que han permitido, en la marcha, dividir "a grandes mercados heterogéneos en segmentos más pequeños que se pueden alcanzar de forma más eficaz y eficiente con productos y servicios que satisfacen sus necesidades singulares" (Armstrong, 2008, p.231).

¿Por qué resulta este segmento de especial interés para el emprendimiento?

Teniendo en cuenta el ejercicio experimentando en un año de funcionamiento de la idea de emprendimiento, da pistas sobre la importancia de este sector del mercado para la empresa y se propone una segmentación del mercado para el modelo de negocio de In-Sign group que se base tanto en variables clásicas como la geográfica, demográfica, psicográfica y de comportamiento, como en variables modernas planteadas por Kotler (2008) como valores, susceptibilidad al cambio, propósitos, ideas estéticas, actitudes, necesidades individuales y confianza en si mismo,

puesto que ambas formas de segmentación del mercado aportan a la construcción de la tipología de clientes a las cuales In-Sign group le apuntan, siendo consecuente con la idea de Kloter (1975).

> *Debemos descartar el supuesto antiguo e inconcluso de que la demografía es siempre la mejor manera de formarse idea de los mercados…la idea de una segmentación estratégica ensancha los horizontes de planeación comercial, para poder incorporar nuevos productos a los ya establecidos en el mercado*. (p.141)

A continuación, se establece la segmentación del mercado con las variables clásicas y las variables modernas planteadas por Kotler (1975) y actualizadas por Kotler y Armstrong (2008)

SEGMENTACIÓN CLÁSICA DEL MERCADO PARA LA EMPRESA IN-SIGN GROUP:

Geográfica	
Región mundial o país	Colombia
Región de Colombia	Risaralda y Eje Cafetero
Habitantes de la región	Más de 2500000
Demográfica	
Edad de la empresa	De 0 a 10 años en el mercado
Tipo de empresa	Privadas y públicas, personas naturales
Tamaño de la empresa	Microempresa, pequeña y mediana empresa
Sector empresarial	Industria del arte corporal, las escuelas de arte, danza y baile, músicos independientes, escuelas de deporte, eventos institucionales, servicios para weeding planners (bodas y eventos sociales), instituciones educativas
Generación de la empresa	Empresas jóvenes, generación x y y
Nacionalidad	Colombianas y/o extranjeras con alguna relación con la región
Psicográfica	
Clase social	Todas las clases sociales
Estilo de vida	Microempresarios, emprendedores, vida urbana
Personalidad	Empresa amables, jóvenes, extrovertidas, creativas, abiertas al cambio
Por comportamiento	
Ocasiones	Ocasión periódica y ocasión especial

Beneficios	Calidad, servicio, ahorro, celeridad
Nivel de uso	Primera vez, usuario habitual
Frecuencia de uso	Ocasional, media, frecuente
Grado de lealtad	Ninguna, fuerte
Disposición	Informado, interesado, deseoso, con intención de compra
Actitud hacia el producto	Entusiasta, positiva, indiferente

Tabla 1. Principales variables de segmentación de los mercados de In-Sign group (Elaboración propia, basada en el planteado por Kotler y Amstrong (2008).

SEGMENTACIÓN MODERNA DEL MERCADO PARA LA EMPRESA IN-SIGN GROUP:

VARIABLE	SIGNIFICADO	SEGMENTACIÓN
Valores	Ponderación que el cliente establece para el producto o servicio ofrecido por la empresa:	Para In-Sign group es importante trabajar con las dos primeras segmentaciones por valor, que es donde se encuentran ubicadas, en su mayoría, las pequeñas y medianas empresas.
	1. Empresas que solo quieren pagar el precio menor posible por el servicio	
	2. Empresas que valoran el servicio por su relación calidad - precio	
	3. Empresas que no solo buscan en el producto características útiles, sino valores emocionales o asociados al reconocimiento y/o prestigio por trabajar con determinada empresa	
Susceptibilidad al cambio	Susceptibilidad relativa de los clientes potenciales de elegir In-Sign group o una compañía de la competencia	Para In-Sign group es importante reconocer que como empresa nueva en el mercado su segmentación en este aspecto deben ser empresas predispuestas a elegir otras agencias nuevas de acuerdo a lo ofrecido por estas, por sus
	1. Empresas cuya lealtad a la marca habitual es sólida	

	2.Empresas predispuestas a elegir otra marca diferente a la habitual por diferentes características	diferentes características como el valor agregado y el servicio postventa y de igual manera trabajar con aquellas que no le temen a atreverse a trabajar con nuevas empresas.
	3. Empresas sin prejuicio alguno y de criterio abierto a la hora de elegir determinada empresa con la cual trabajar	
Propósitos	Segmentación establecida por el fin último que busca la empresa con la adquisición del producto o servicio	Empresas que busquen publicitarse, mostrar sus servicios, dar cuenta de sus actividades por medio de productos mediáticos (audiovisuales, sonoros, multimediales, social media)
Ideas estéticas	Segmentación establecida por empresas y/o clientes que conciban o no conciban la importancia del branding corporativo y el manejo de la imagen	Empresas que conciban una idea estética de vanguardia y estén abiertas a cambios desde su imagen
Necesidades individuales	Cualificación establecida para empresas que requieran soluciones puntuales no estandarizadas para sus necesidades de publicidad e imagen	Empresas que requieran productos y/o servicios específicos y soluciones dedicadas a cada una de sus necesidades

Tabla 2. Segmentación moderna del mercado para la empresa In-Sign group (Elaboración propia, basada en la segmentación planteada por Kotler y Amstrong (2008).

¿Qué tan grande es el mercado y cuál es la participación que quiere obtener del mismo?

Teniendo en cuenta la anterior segmentación del mercado y analizando la experiencia a la fecha de In-Sign group, se puede observar que la empresa ha crecido poco a poco y ha podido establecerse en un sector de alta importancia comercial de la ciudad, la denominada Zona C (Circunvalar)

donde se desarrolla una amplia actividad económica, comercial, cultural y de entretenimiento en Pereira.

In-Sign Group está ubicada en una llamada *Art House*, un conglomerado de diferentes empresas que comparten, además de la misma casa-local, sus clientes y conexiones comerciales, así es como la *Art House* conocida como Raven, alberga en su interior empresas como Raven Tattoo, Jhon Ospina Hair And Style, Británica Producciones y Eventos e In-Sign Group dedicada a la realización audiovisual.

Entre las empresas con las que ha trabajado In-Sign Group a la fecha se encuentran: MediaPac Agencia de Publicidad, Ballet Ana María Mejía, Madeca Sports, Ballet Miluzka, La Ofrenda – Paraiso de Mascotas, Colegio La Anunciación, Raven Tattoo, Británica Producciones y Eventos, Jhon Ospina Hair and Style, Álvaro Corleone Tattoo, Jorge Yarce Tattoo.

El estar ubicados en este sector ha significado para In-Sign group una dinamización de sus contactos comerciales, convirtiendo a sus clientes en portavoces de su trabajo y a la referenciación y recomendación en la principal estrategia de mercadeo, es decir, un cliente satisfecho recomienda la empresa con sus contactos, que posteriormente se convierten en nuevos clientes para In-Sign group.

Es por ello que este segmento resulta de especial interés para la idea de emprendimiento, pues es un terreno ya recorrido y se expande cada vez más en la ciudad, además, es un terreno poco explorado por empresas que se dedican a la realización audiovisual y a la publicidad, pues su

público objetivo son grandes marcas, grandes empresas y no tienen en cuenta a las pequeñas o medianas empresas del sector del entretenimiento de la ciudad de Pereira.

¿Cómo se espera que cambie dicho mercado?

La empresa In-Sign group piensa abarcar gran parte del mercado audiovisual de la región en el nicho de mercado anteriormente descrito, logrando acaparar la atención de clientes potenciales para que por lo menos, conozcan de la existencia de los productos y servicios que puede ofrecer la compañía, teniendo en cuenta factores importantes como el cambio de dicho mercado, pues la industria del arte corporal, los servicios de bodas, escuelas de arte, etc. cada vez requieren más soluciones en cuanto a imagen y realización audiovisual, lo que generará, a corto y largo plazo, un crecimiento de la demanda de dichos productos, a donde In-Sign group pretende llegar.

¿Quién es la competencia?

Para una empresa es importante conocer quiénes son sus competidores en el mercado para leer de qué manera le están llegando a sus clientes, en qué son más fuertes y qué elementos deben mejorarse, pues como lo plantea Grönroos (1996):

> *El mayor objetivo de un análisis de los competidores es ser capaz de predecir las respuestas del mercado y los cambios en las estrategias de la competencia. Planificar un guión de actuación y las estrategias de respuesta compensatoria podrían minimizar el riesgo y ayudar con la implementación de estrategias y planes propios.* (p. 115)

Por consiguiente, y teniendo en cuenta que la característica principal del servicio ofrecido por In-Sign group se basa en la atención preferencial y dedicada al cliente, se identifica que éste puede ser un factor diferencial ante la competencia para aplicar estrategias que determinen la escogencia entre una u otra empresa por parte del cliente, como lo establece Grönroos (1996) al plantear que:

> *La aplicación de una estrategia de servicios implica que lo más importante en el pensamiento estratégico y en la toma de decisiones de la dirección es el servicio. En otras palabras, la clave de la competencia es el servicio.* (p.17)

Es por ello que se tiene como base que en la región existen cuatro agencias dedicadas a la publicidad que abarcan gran parte del sector comercial, entre ellas se encuentran:

- ISM – Innova Social Marketing: que nace como agencia In-House del grupo Frisby
- CPC Agencia: dedicada a la activación de marca y campañas publicitarias de largo aliento
- Plug ID: Agencia especializada en videos corporativos
- Soprano Agencia: dedicada a empresas del sector industrial

Las anteriores agencias y modelos de negocio, si bien representan competencia para In-Sign group, están enfocadas en un nicho de mercado específico, dejando por fuera sectores como las pequeñas y medianas empresas, pues su objetivo es atacar a grandes empresas y marcas que tienen un renombre y posicionamiento ya establecido.

Ese otro sector no abarcado por este tipo de agencias es cubierto por productores audiovisuales freelance que realizan el producto o servicio y no pertenecen a una agencia como tal. Es allí donde In-Sign group encuentra su fortaleza al atacar estas pequeñas y medianas empresas

brindando todo el acompañamiento multidisciplinar que no puede garantizar una sola persona como freelance.

¿Cuáles son los sustitutos del producto o servicio de la empresa?

En lo referente a los sustitutos de producto o servicio ofrecido por la empresa, se ha identificado que la creciente oferta de videos, productos audiovisuales, contenido en redes sociales, Instagram Stories, anuncios pagos en la web, demuestra que la publicidad y la imagen ha cambiado la forma de llegar a los clientes potenciales, es decir, la publicidad tradicional como comerciales de televisión, cuñas radiales y grandes vallas publicitarias, si bien siguen siendo usadas, están al acceso únicamente de grandes empresas con un músculo económico que pueda pagar los altísimos costos de pautar, por ejemplo, en el prime time de un canal nacional de televisión.

Es por ello que la industria de la publicidad ha encontrado nuevos canales por los cuales llegar a sus públicos, los principales; las redes sociales, Internet y las plataformas digitales, que sirven para segmentar muy específicamente su mercado y llegar al target seleccionado. Todo ello sin invertir grandes cantidades de dinero en publicidad masiva.

Las redes sociales y el Internet se ha convertido en el sustituto de la publicidad tradicional para lograr sus objetivos, todo ello en concordancia con la teoría del ATL -Above the line- que hace referencia a los medios masivos tradicionales como radio, prensa y televisión, BTL -Below the line- referente a la publicidad diseñada para un segmento específico de manera creativa e innovadora, utilizando la sorpresa y sentido de oportunidad mediante diferentes canales de

comunicación, por ejemplo, el marketing digital y las redes sociales y el TTL –Through the line – una combinación de ambas formas (Carrión, 2016)

¿Qué precios tienen?

Cada producto y servicio ofrecido por In-Sign group es pensado para dar solución específica a la necesidad del cliente, es decir, hay un compromiso de personalización de cada producto, por ello, para cuantificar los precios de la empresa, se piensa en el tiempo necesario para desarrollar la idea, los costos de preproducción, producción y posproducción y cada uno de los elementos técnicos y personal humano necesario para satisfacer las necesidades del cliente. Entre tanto, existen otros productos y servicios estándar donde se ha establecido unas tarifas básicas de acuerdo con lo que ofrece la competencia en sus productos similares como se describe a continuación:

- Realización de videos institucionales: $4’3000.000 (precio base)
- Spot publicitarios $760.000 (precio base)
- Video perfiles: $760.000 (precio base)
- Videos para redes sociales: $760.000 (precio base)
- Videoclips $5’350.000 (precio base)
- Weeding Videos (Videos de bodas y eventos sociales) $1’120.000 (precio base)
- Fotografía publicitaria $1.600.000 (precio base)
- Fotografía de eventos $390.000 (precio base)
- Cuñas radiales $290.000 (precio base)
- Jingle: $910.000 (precio base)
- Infografía animada: $1’400.000 (precio base)

¿Qué canal(es) de distribución se utilizará(n)?

Siendo consecuentes con el avance de las nuevas formas de publicidad, In-Sign group ha identificado la promoción a través de canales digitales como la forma ideal para desplegar sus estrategias publicitarias y buscar nuevos clientes – Estrategias BTL - ya que este canal de distribución, además de ser económico equiparado con la publicidad tradicional, permite llegar al público específico necesario, es decir, permite, gracias a la segmentación del mercado, poder publicitarse directamente ante los clientes identificados como potenciales.

Para lograr dicho objetivo, hay que tener presente que ya hay unos clientes recurrentes que se sirven de los servicios del In-Sign group, es decir, hasta el momento se cuenta con un banco de clientes y que este debe crecer para ampliar los ingresos de la compañía, y es allí donde es clave estructurar estrategias de mercadeo que permitan llegar a ese mercado a través de la publicidad digital, invirtiendo en campañas digitales que cumplan con ese objetivo. Se propone la inversión de $3’000.000 de pesos en dicho canal de distribución para generar un impacto en el target seleccionado para la empresa.

¿Cuánto cuesta llegar al mercado?

Analizar cuánto cuesta llegar al mercado se plantea desde una perspectiva de inversión de actualización tecnológica de la dotación de la empresa, teniendo en cuenta que In-Sign group es una idea de emprendimiento que ya se encuentra en marcha con recursos propios de los integrantes del equipo, incluyendo la compra de equipos y mobiliario, publicidad y página web como se analiza en el siguiente cuadro, además se anexan las cotizaciones de cada uno de los elementos. (ver listado de anexos)

ITEM	CANT	V. UNI	V. TOT	VIDA ÚTIL
Computador Torre Ci7 8GB 1TB | 900-101LA	3	$ 5.299.990	$ 15.899.970	10 años
Monitor Curvo 23,5" 1920 x 1080 | LC24F390FHLXZL	3	$ 553.900	$ 1.661.700	10 años
Cámara Sony a7R III	1	$ 9.999.000	$ 9.999.000	5 años
Cámara Canon 6D	1	$ 10.085.990	$ 10.085.990	5 años
Juego de lentes	1	$ 7.823.900	$ 7.823.900	5 años
Estabilizador de video Zhiyun Crane v2	1	$ 2.347.111	$ 2.347.111	5 años
Micrófono inhalámbrico Sennheiser EW 112P G3-A omni-directional EW system	2	$ 1.887.000	$ 3.774.000	5 años
Trípode de video	2	$ 2.397.000	$ 4.794.000	10 años
Drone Mavic Pro	1	$ 2.699.900	$ 2.699.900	5 años
Escritorios	5	$ 300.000	$ 1.500.000	10 años
Sillas ergonómicas	5	$ 195.000	$ 975.000	5 años
Licencia Software Adobe	3	$ 2.660.400	$ 7.981.200	1 año
Campaña publicidad en redes sociales y publicidad impresa	1	$ 3.000.000	$ 3.000.000	1 año
GRAN TOTAL GENERAL		**$ 72.541.771**		

Tabla 3. Costeo de llegar al mercado. Elaboración propia.

4. CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN

ITEM	ACTIVIDAD	TIEMPO (Sem)	RESPONSABLE	JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE			
				S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
1	Trámites y constitución legal	1	ISG																				
2	Adquisición de implementos de trabajo y compra de equipos	1	ISG																				
3	Definición de modelo de trabajo y estructura organizacional	1	ISG																				
4	Definición de plan de mercadeo, comunicaciones y metas a cumplir	1	ISG																				
5	Implementación de la campaña publicitaria en redes sociales	16	ISG																				
6	Actualización de bases de datos de empresas y búsqueda de nuevos clientes	1	ISG																				
7	Visitas a clientes nuevos	2	ISG																				
8	Evaluación e implementación de indicadores que midan la gestión hasta este punto	1	ISG																				
9	Reuniones de preproducción con los clientes	1	ISG																				
10	Reuniones de preproducción con el equipo creativo	1	ISG																				
11	Producción de los primeros productos	8	ISG																				
12	Postproducción de los primeros productos	4	ISG																				
13	Entrega y correcciones de los primeros productos	2	ISG																				

Tabla 4. Cronograma de implementación. Elaboración propia

ISG= In-Sign group

5. PLAN FINANCIERO

A continuación, se presenta el costeo y consideraciones económicas iniciales de In-Sign group proyectadas a un año (doce meses) de funcionamiento. Para ello inicialmente se establecen los costos de materiales, equipos y su depreciación, la mano de obra directa e indirecta, un presupuesto de costos indirectos anual, el costo base de cada uno de los productos y el punto de equilibrio para cada uno de los productos y la política de pago de los servicios establecidos.

Costeo de materiales y equipos

COSTEO MATERIALES Y EQUIPOS				
ITEM	**CANTIDAD**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR TOTAL**	**VIDA ÚTIL**
Computador Torre Ci7 8GB 1TB | 900-101LA	3	$ 5.299.990	$ 15.899.970	10 años
Monitor Curvo 23,5" 1920 x 1080 | LC24F390FHLXZL	3	$ 553.900	$ 1.661.700	10 años
Cámara Sony a7R III	1	$ 9.999.000	$ 9.999.000	5 años
Cámara Canon 6D	1	$ 10.085.990	$ 10.085.990	5 años
Juego de lentes	1	$ 7.823.900	$ 7.823.900	5 años
Estabilizador de video Zhiyun Crane v2	1	$ 2.347.111	$ 2.347.111	5 años
Micrófono inhalámbrico Sennheiser EW 112P G3-A	2	$ 1.887.000	$ 3.774.000	5 años
Trípode de video Mangfroto 504 HD	2	$ 2.397.000	$ 4.794.000	10 años
Drone Mavic Pro	1	$ 2.699.900	$ 2.699.900	5 años
Escritorios	5	$ 300.000	$ 1.500.000	10 años
Sillas ergonómicas	5	$ 195.000	$ 975.000	5 años
Licencia Software Adobe	3	$ 2.660.400	$ 7.981.200	1 año
Campaña publicidad en redes sociales y publicidad impresa	1	$ 3.000.000	$ 3.000.000	1 año
TOTAL	**$ 72.541.771**			

Tabla 5. Costeo materiales y equipos y su vida útil. Elaboración propia.

Depreciación de los materiales y equipos

A continuación, se presenta la depreciación de los materiales y equipos, se realiza la diferenciación entre la depreciación mensual por cada elemento y la depreciación anual proyectada por unidad y cantidad total de los materiales y equipos.

DEPRECIACIÓN Computador Torre Ci7 8GB 1TB | 900-101LA						
$ 5.299.990	-	$ 1.000.000	= $ 4.299.990	= $ 35.833	Dep. al mes por computador	
120		meses	120 meses			
$ 35.833	x 3 computadores		=	$ 107.500		
$ 107.500	x 12 meses de uso		=	**$ 1.289.997**	Dep. 3 computadores por año	

DEPRECIACIÓN Monitor Curvo 23,5" 1920 x 1080 | LC24F390FHLXZL						
$ 553.900	-	$ 100.000	= $ 453.900	= $ 3.783	Dep. al mes por pantalla	
120		meses	120 meses			
$ 3.783	x 3 pantallas		=	$ 11.348		
$ 11.348	x 12 meses de uso		=	**$ 136.170**	Dep. 3 pantallas por año	

DEPRECIACIÓN Cámara Sony a7R III						
$ 9.999.000	-	$ 3.000.000	= $ 6.999.000	= $ 116.650	Dep. al mes cámara sony	
60		meses	60 meses			
$ 116.650	x 12 meses de uso =			**$ 1.399.800**	Dep. cámara sony por año	

DEPRECIACIÓN Cámara Canon 6D						
$ 10.085.990 / 60	-	$ 3.000.000 meses	=	$ 7.085.990 / 60 meses	= $ 118.100	Dep. al mes por cámara
$ 118.100	x 12 meses de uso		=		**$ 1.417.198**	Dep. Cámara Canon 6D año

DEPRECIACIÓN Juego de Lentes						
$ 7.823.900 / 60	-	$ 3.000.000 meses	=	$ 4.823.900 / 60 meses	= $ 80.398	Dep. al mes por juego de lentes
$ 80.398	x 12 meses de uso		=		**$ 964.780**	Dep. juego lentes por un año

DEPRECIACIÓN Estabilizador de video Zhiyun Crane v2						
$ 2.347.111 / 60	-	$ 800.000 meses	=	$ 1.547.111 / 60 meses	= $ 25.785	Dep. al mes por estabilizador
$ 25.785	x 12 meses de uso		=		**$ 309.422**	Dep. estabilizador por un año

DEPRECIACIÓN Micrófono inhalámbrico Sennheiser EW 112P G3-A omni-directional EW system						
$ 1.887.000 / 60	-	$ 600.000 meses	=	$ 1.287.000 / 60 meses	= $ 21.450	Dep. al mes por micrófono
$ 21.450	x	2 micrófonos	=		$ 42.900	
$ 42.900	x 12 meses de uso		=		**$ 514.800**	Dep. micrófono por un año

DEPRECIACIÓN Trípode de video Mangfroto 504 HD						
$ 2.397.000	-	$ 500.000	= $ 1.897.000	= $ 15.808		Dep. al mes por trípode
120		meses	120 meses			
$ 15.808	x	2 trípodes	=		$ 31.617	
$ 31.617	x 12 meses de uso		=		**$ 379.400**	Dep. trípode por un año

DEPRECIACIÓN Drone Mavic Pro						
$ 2.699.900	-	$ 1.000.000	= $ 1.699.900	= $ 28.332		Dep. al mes por drone
60		meses	120 meses			
$ 28.332	x 12 meses de uso		=		**$ 339.980**	Dep. drone por un año

DEPRECIACIÓN Escritorios						
$ 300.000	-	$ 100.000	= $ 200.000	= $ 1.667		Dep. al mes por escritorio
120		meses	60 meses			
$ 1.667	x	5 escritorios	=		$ 8.333	
$ 8.333	x 12 meses de uso		=		**$ 100.000**	Dep. escritorios por un año

DEPRECIACIÓN Sillas ergonómicas						
$ 195.000	-	$ 20.000	= $ 175.000	= $ 2.917		Dep. al mes por siila
60		meses	60 meses			
$ 2.917	x 12 meses de uso	5 sillas	=		$ 14.583	
$ 14.583	x 12 meses de uso		=		**$ 175.000**	Dep. sillas por un año
TOTAL DEPRECIACIONES ANUALES					**$ 7.026.547**	

Tabla 6. Depreciaciones anuales de equipos y materiales. Elaboración propia.

Cálculo mano de obra directa e indirecta

Para calcular la mano de obra de las labores normales de la empresa, primero es necesario calcular cuánto es el precio real de un salario mínimo legal vigente para el año 2018 y teniendo este como base, poder fijar los precios del resto de los salarios de los integrantes del equipo de trabajo de la empresa.

Erogaciones de ley salario mínimo 2018:

EROGACIONES DE LEY MANO DE OBRA AL MES			
DETALLE	PORCENTAJE	TOTAL	
Sueldo SMMLV		$ 781.242	
Salud	8,50%	$ 66.405,57	
Pensión	12%	$ 93.749,04	
ARL	0,52%	$ 4.079,65	
Cesantías	8,33%	$ 72.425,43	Sueldo + aux transporte
Prima	8,33%	$ 72.425,43	sueldo+aux transporte
Vacaciones	8,33%	$ 32.538,73	De medio sueldo
Intereses Cesantías	1%	$ 8.694,53	De las censatías
Auxilio de transporte	10%	$ 86.945,30	Sueldo+aux transporte
PARAFISCALES			
SENA	2%	$ 15.625	
Comfamiliar	4%	$ 31.250	
ICBF	3%	$ 23.437	
TOTAL SMMLV 2018		$ 1.288.817	

Tabla 7. Erogaciones de ley salario mínimo 2018.

Presupuesto mano de obra

Se proyecta que el equipo de trabajo de In-Sign group, integrado por las siguientes personas, devengue los salarios de la siguiente manera:

PERSONA	CANTIDAD DE SALARIOS MÍNIMOS AL MES	CARGO	MANO DE OBRA DIRECTA O MANO DE OBRA INDIRECTA
Comunicador Social - Periodista	2	Gerente	MOI
Licenciado en Comunicación e Informática Educativa 1	2	Director Comercial	MOI
Licenciado en Comunicación e Informática Educativa 1	2	Realizador 1	MOD
Técnico en	2	Realizador 2	MOD
Técnico en Diseño de Páginas Web y Multimedia	2	Productor de Campo	MOD
Artista Plástica	Asesoría por especificidad de proyecto	Asesora	MOD

Tabla 8. Salarios equipo de trabajo In-Sign group

PRESUPUESTO MANO DE OBRA DIRECTA MOD			
3 trabajadores devengando 2 SMMLV 2018 c/u			
$ 1.288.817 x 2 salarios =	$ 2.577.634 / 120 horas laboradas al mes	= $ 21.480 Hora c/u	
$ 21.480 x 3 trabajadores	$ 64.441 x 1440 horas		**$ 92.794.824 MOD por año**

Tabla 9. Presupuesto Mano de Obra Directa de In-Sign group

PRESUPUESTO MANO DE OBRA DIRECTA INDIRECTA MOI /ADMINISTRACIÓN			
2 trabajadores devengando 2 SMMLV 2018 c/u			
$ 1.288.817 x 2 salarios =	$ 2.577.634 / 120 horas laboradas al mes	= $ 21.480 Hora c/u	
$ 21.480 x 3 trabajadores	$ 42.961 x 1440 horas		**$ 61.863.216 MOD por año**

Tabla 10. Presupuesto Mano de Obra Indirecta de In-Sign group

COSTOS Y GASTOS DE OBRA DE MANO ANUAL			
DETALLE	**CANTIDAD DE HORAS**	**COSTO HORA MO**	**COSTO TOTAL**
2 Realizadores	2880	$ 21.480	$ 61.862.400
1 Productor de Campo	1440	$ 21.480	$ 30.931.200
1 Gerente	1440	$ 21.480	$ 30.931.200
1 Director Comercial	1440	$ 21.480	$ 30.931.200
GRAN TOTAL M.O. DIRECTA E INDIRECTA			**$ 154.656.000**

Tabla 11. Presupuesto Mano de Obra Indirecta e Indirecta de In-Sign group

Presupuesto de costos indirectos

PRESUPUESTO DE COSTOS INDIRECTOS ANUAL		
DETALLE	**COSTO MENSUAL**	**COSTO TOTAL**
Arriendo	$ 100.000	$ 1.200.000
Servicios Públicos -Energía $50.000 -Agua $30.000 -Internet $200.000	$ 280.000	$ 3.360.000
Papelería	$ 100.000	$ 1.200.000
Impuestos	$ 150.000	$ 1.800.000
TOTAL	**$ 630.000**	**$ 7.560.000**

Tabla 12. Presupuesto Costos Indirectos Anual de In-Sign group

CIF presupuestado (Anual y mensual)

CIF PRESUPUESTADO ANUAL		
DETALLE	**COSTO MENSUAL**	**COSTO TOTAL ANUAL**
Arriendo	$ 100.000	$ 1.200.000
Servicios Públicos -Energía $50.000 -Agua $30.000 -Internet $200.000	$ 280.000	$ 3.360.000
Papelería	$ 100.000	$ 1.200.000
Impuestos	$ 150.000	$ 1.800.000
Depreciaciones	$ 585.546	$ 7.026.547
TOTAL	**$ 1.215.546**	**$ 14.586.547**

Tabla 13. CIF presupuestado anual y mensual de In-Sign group

Costeo de servicios básicos prestados por In-Sign group

Para calcular el costo del producto o servicio prestado por In-Sign group es necesario tener en cuenta el CIF presupuestado y la tasa predeterminada de los costos indirectos para estimar el costo de un producto o servicio, que para el caso, será tomada con base en las horas de mano de obra directa empleadas en cada uno de los productos o servicios establecidos por la empresa.

Tasa predeterminada del costo indirecto para estimar el costo del producto o servicio

TASA PREDETERMINADA DEL COSTO INDIRECTO			
TASA=	CIF Presupuestado (mensual)		
	Horas de mano de obra directa (mensual)		
TASA=	$ 1.215.546	=	**$ 10.130**
	120 h MOD		

Tabla 14. Tasa predeterminada del costo indirecto de In-Sign group

Costo productos básicos In-Sign group

SESIÓN FOTOGRÁFICA EXTERIORES											
MATERIALES DIRECTOS				**MANO DE OBRA DIRECTA**				**COSTOS INDIRECTOS**			
DETALLE	**CANT.**	**COSTO UNITARIO**	**COSTO TOTAL**	**DETALLE**	**CANT. HOR.**	**VALOR HORA**	**VALOR TOTAL**	**DET.**	**TASA**	**CANT.**	**TOTAL**
Trasporte	1	$ 20.000	$ 20.000	Realizador / Fotógrafo	4	$ 21.480	$ 85.920	Costos Indirectos	$ 10.130	32	$ 324.145
Materiales de arte y utilería	1	$ 50.000	$ 50.000	Productor de Campo	4	$ 21.480	$ 85.920				
Pilas	1	$ 10.000	$ 10.000	Editor	24	$ 21.480	$ 515.520				
TOTAL MATERIALES			**$ 80.000**	**TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA**			**$ 687.360**	**TOTAL CIF**			**$ 324.145**
COSTO TOTAL							**$ 1.091.505**				
COSTO TOTAL + MARGEN DE GANANCIA DEL 30 %							**$1.559.293**				

Tabla 15. Costo producto 1: Sesión fotográfica básica de In-Sign group

SESIÓN FOTOGRÁFICA SOCIAL											
MATERIALES DIRECTOS				**MANO DE OBRA DIRECTA**				**COSTOS INDIRECTOS**			
DETALLE	**CANT.**	**COSTO UNITARIO**	**COSTO TOTAL**	**DETALLE**	**CANT. HOR.**	**VALOR HORA**	**VALOR TOTAL**	**DETALLE**	**TASA**	**CANT.**	**TOTAL**
Trasporte	1	$ 20.000	$ 20.000	Realizador / Fotógrafo	4	$ 21.480	$ 85.920	Costos Indirectos	$ 10.130	8	$ 81.036
				Editor	4	$ 21.480	$ 85.920				
TOTAL MATERIALES			**$ 20.000**	**TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA**			**$ 171.840**	**TOTAL CIF**			**$ 81.036**
COSTO TOTAL							**$ 272.876**				
COSTO TOTAL + MARGEN DE GANANCIA DEL 30 %							**$389.823**				

Tabla 16. Costo producto 2: Sesión fotográfica social de In-Sign group

VIDEO INSTITUCIONAL											
MATERIALES DIRECTOS				**MANO DE OBRA DIRECTA**				**COSTOS INDIRECTOS**			
DETALLE	**CANT.**	**COSTO UNITARIO**	**COSTO TOTAL**	**DETALLE**	**CANT. HOR.**	**VALOR HORA**	**VALOR TOTAL**	**DETALLE**	**TASA**	**CANT.**	**TOTAL**
Trasporte	5	$ 20.000	$ 100.000	Realizador / Fotógrafo	40	$ 21.480	$ 859.200	Costos Indirectos	$ 10.130	120	$1.215.600
				Productor de Campo	40	$ 21.480	$ 859.200				
				Editor	40	$ 21.480	$ 859.200				
TOTAL MATERIALES			**$ 100.000**	**TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA**			**$ 2.577.600**	**TOTAL CIF**			**$1.215.600**
COSTO TOTAL							**$ 3.893.200**				
COSTO TOTAL MAS MARGEN DE GANANCIA DEL 30 %							**$ 5.561.714**				

Tabla 17. Costo producto 3: Video institucional de In-Sign group

SPOT PUBLICITARIO / PROMO REDES SOCIALES / VIDEO PERFILES											
MATERIALES DIRECTOS				**MANO DE OBRA DIRECTA**				**COSTOS INDIRECTOS**			
DETALLE	**CANT**	**COSTO UNITARIO**	**COSTO TOTAL**	**DETALLE**	**CANT. HOR.**	**VALOR HORA**	**VALOR TOTAL**	**DETALLE**	**TASA**	**CANT.**	**TOTAL**
Trasporte	1	$ 20.000	$ 20.000	Realizador / Fotógrafo	4	$ 21.480	$ 85.920	Costos Indirectos	$ 10.130	16	$ 162.080
				Productor de Campo	4	$ 21.480	$ 85.920				
				Editor	8	$ 21.480	$ 171.840				
TOTAL MATERIALES			**$ 20.000**	**TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA**			**$ 343.680**	**TOTAL CIF**			**$ 324.145**
COSTO TOTAL							**$525.760**				
COSTO TOTAL MAS MARGEN DE GANANCIA DEL 30 %							**$751.085**				

Tabla 18. Costo producto 4: Video spot publicitario / promo redes sociales de In-Sign group

VIDEOCLIPS MUSICALES											
MATERIALES DIRECTOS				**MANO DE OBRA DIRECTA**				**COSTOS INDIRECTOS**			
DETALLE	**CANT.**	**COSTO UNITARIO**	**COSTO TOTAL**	**DETALLE**	**CANT. HOR.**	**VALOR HORA**	**VALOR TOTAL**	**DETALLE**	**TASA**	**CANT.**	**TOTAL**
Trasporte	3	$ 20.000	$ 60.000	Realizador / Fotógrafo	24	$ 21.480	$ 515.520	Costos Indirectos	$ 10.130	84	$ 850.882
Materiales de utilería /locaciones	1	$ 1.000.000	$ 1.000.000	Productor de Campo	20	$ 21.480	$ 429.600				
				Editor	40	$ 21.480	$ 859.200				
TOTAL MATERIALES			**$ 1.060.000**	**TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA**			**$ 1.804.320**	**TOTAL CIF**			**$ 850.882**
COSTO TOTAL							**$ 3.715.202**				
COSTO TOTAL MAS MARGEN DE GANANCIA DEL 30 %							**$ 5.307.431**				

Tabla 19. Costo producto 5: Videoclip musical de In-Sign group

WEEDING VIDEOS (VIDEOS DE BODAS, 15 AÑOS, ETC)											
MATERIALES DIRECTOS				**MANO DE OBRA DIRECTA**				**COSTOS INDIRECTOS**			
DETALLE	**CANT.**	**COSTO UNITARIO**	**COSTO TOTAL**	**DETALLE**	**CANT. HOR.**	**VALOR HORA**	**VALOR TOTAL**	**DETALLE**	**TASA**	**CANT.**	**TOTAL**
Trasporte	1	$ 20.000	$ 20.000	Realizador / Fotógrafo	8	$ 21.480	$ 171.840	Costos Indirectos	$ 10.130	24	$ 243.109
				Editor	16	$ 21.480	$ 343.680				
TOTAL MATERIALES			**$ 20.000**	**TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA**			**$ 515.520**	**TOTAL CIF**			**$ 243.109**
COSTO TOTAL							**$ 778.629**				
COSTO TOTAL MAS MARGEN DE GANANCIA DEL 30 %							**$ 1.112.327**				

Tabla 20. Costo producto 6: Weeding Videos de In-Sign group

CUÑAS RADIALES											
MATERIALES DIRECTOS				**MANO DE OBRA DIRECTA**				**COSTOS INDIRECTOS**			
DETALLE	**CANT.**	**COSTO UNITARIO**	**COSTO TOTAL**	**DETALLE**	**CANT. HOR.**	**VALOR HORA**	**VALOR TOTAL**	**DETALLE**	**TASA**	**CANT.**	**TOTAL**
				Voz en off	1	$ 21.480	$ 21.480	Costos Indirectos	$ 10.130	9	$ 91.166
				Editor	4	$ 21.480	$ 85.920				
TOTAL MATERIALES			**$ 0**	**TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA**			**$ 107.400**	**TOTAL CIF**			**$ 91.166**
COSTO TOTAL							**$ 198.566**				
COSTO TOTAL MAS MARGEN DE GANANCIA DEL 30 %							**$ 283.666**				

Tabla 21. Costo producto 6: Cuña radial de In-Sign group

JINGLE RADIALES											
MATERIALES DIRECTOS				**MANO DE OBRA DIRECTA**				**COSTOS INDIRECTOS**			
DETALLE	**CANT.**	**COSTO UNITARIO**	**COSTO TOTAL**	**DETALLE**	**CANT. HOR.**	**VALOR HORA**	**VALOR TOTAL**	**DETALLE**	**TASA**	**CANT.**	**TOTAL**
				Cantante 1	4	$ 21.480	$ 85.920	Costos Indirectos	$ 10.130	20	$ 202.591
				Editor / Músico	16	$ 21.480	$ 343.680				
TOTAL MATERIALES			**$ 0**	**TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA**			**$ 429.600**	**TOTAL CIF**			**$ 202.591**
COSTO TOTAL							**$ 632.191**				
COSTO TOTAL MAS MARGEN DE GANANCIA DEL 30 %							**$ 903.130**				

Tabla 22. Costo producto 7: jingle de In-Sign group

INFOGRAFÍA ANIMADA											
MATERIALES DIRECTOS				**MANO DE OBRA DIRECTA**				**COSTOS INDIRECTOS**			
DETALLE	**CANT.**	**COSTO UNITARIO**	**COSTO TOTAL**	**DETALLE**	**CANT. HOR.**	**VALOR HORA**	**VALOR TOTAL**	**DETALLE**	**TASA**	**CANT.**	**TOTAL**
				Graficador	20	$ 21.480	$ 429.600	Costos Indirectos	$ 10.130	44	$ 445.700
				Productor	4	$ 21.480	$ 85.920				
TOTAL MATERIALES			**$ 0**	**TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA**			**$ 515.520**	**TOTAL CIF**			**$ 445.700**
COSTO TOTAL							**$ 961.220**				
COSTO TOTAL MAS MARGEN DE GANANCIA DEL 30 %							**$ 1.373.172**				

Tabla 23. Costo producto 8: Infografía de In-Sign group

Punto de equilibrio

Para determinar el punto de equilibrio para cada uno de los diferentes productos y servicios descritos anteriormente, es primero necesario determinar los costos fijos de funcionamiento de la empresa, descrito a continuación.

COSTOS FIJOS		
DETALLE	**COSTO MENSUAL**	**COSTO TOTAL**
Servicios Públicos (Energía, Internet)	$ 250.000	$ 3.000.000
Papelería	$ 100.000	$ 1.200.000
Depreciaciones	$ 562.629	$ 6.751.547
Mano de obra	$ 7.732.902	$ 92.794.824
TOTAL	**$ 8.645.531**	**$ 103.746.371**

Tabla 24. Costos fijos de fabricación de In-Sign group

PUNTO DE EQUILIBRIO POR PRODUCTOS					
Producto	**Costos Fijos Mensuales**	**Precio de venta**	**Costo de fabricación**	**Margen de Contribución**	**Punto de equilibrio**
Sesión fotográfica exteriores	$ 8.645.531	$ 1.559.293	$ 1.091.505	30	18
Sesión fotográfica social	$ 8.645.531	$ 389.823	$ 272.876	30	74
Video institucional	$ 8.645.531	$ 4.288.208	$ 3.001.745	30	7
Spot publicitario / video redes sociales	$ 8.645.531	$ 751.075	$ 525.753	30	38
Videoclips musicales	$ 8.645.531	$ 5.307.431	$ 3.715.202	30	5
Weeding Videos	$ 8.645.531	$ 1.112.327	$ 778.629	30	26
Cuñas Radiales	$ 8.645.531	$ 283.666	$ 198.566	30	102
Jingle Radial	$ 8.645.531	$ 903.130	$ 632.191	30	32
Infografía Animada	$ 8.645.531	$ 1.373.172	$ 961.220	30	21

Tabla 25. Punto de equilibrio de In-Sign group

LISTA DE REFERENCIAS

*Aguilera, J. (2007). *Gerencia integral de las comunicaciones.* Ecoe Ediciones.

*Barnard, C. (1959) *Las funciones de los elementos dirigentes.* Instituto de Estudios Políticos.

*Capriotti, P.(2009) *Branding Corporativo.* Barcelona: Editorial Ariel.

*Carrión, J. (2007). Estrategia de la visión a la acción. España: ESIC Editorial.

*Castells, M. (1999) *La transformación del trabajo.* Barcelona: Editorial Grao.

*Costa, J. (1999) *Comunicación en acción.* España: Ediciones Paidos.

*De la Calle, C. (2000) *La gestión horizontal desbanca a la jerarquización dentro de las compañías.* En El Global.

*Escobar, M. (1999) *El comercio electrónico, Escuela de Organización Industrial*, Madrid.

*Grant M. (1996) *Dirección Estratégica. Conceptos, técnicas y aplicaciones*. Madrid: Editorial Civitas.

*Grönroos, C. (1990) *Marketing y gestión de servicios*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.

*Hogde, B.J. (1998) *Teoría de la Organización*. Madrid: Prentice Hall Iberia.

*Kotler, P. – Cox, K. (1972) *Estudios de mercadotecnia.* México: Editorial Diana.

*Kotler, P. – Amstrong, G. (2008) *Principios del marketing.* Madrid: Pearson Educación.

*Manzanera, A. (2012) *Finanzas para emprendedores.* Murcia: Editorial Deusto.

*Mariña, M. (1998) *Impacto de las nuevas técnicas informáticas sobre la competitividad de las empresas latinoamericanas.* En revista Capítulos, Nº 48.

*Ogden, C. – Richards, I. (1984) *El significado del significado.* Barcelona: Ediciones Paidos.

*Ostroff, F. (1995) *La Organización Horizontal.* En Harvard Deusto Business Rewiew. Nº 94 págs. 89 a 93.

*Piñuel, J. (1997) *Teoría de la Comunicación y gestión de las organizaciones*. Madrid; Editorial Síntesis.

*Ries, E. (2011) *El Método Lean Startup.* Editorial Planeta.

*Rodríguez Ramírez, Alfonso. (2009). *Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial*. En Pensamiento & Gestión, (26), 94-119. Recuperado el 18 de abril de 2018 desde http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762009000100005&lng=en&tlng=pt.

*Shütz, A. (1993) *La construcción significativa del mundo social*. Barcelona: Ediciones Paidos.

ANEXOS

Anexo 1: encuesta realizada al grupo de trabajo de In-Sign group

ENCUESTA IN – SIGN GROUP

Objetivo: la presente encuesta tiene el objetivo de reunir información que permita la construcción estructural, financiera y de mercadeo de la empresa In – Singn group.

Dirección de correo electrónico *

Dirección de correo electrónico válida

Este formulario recopila las direcciones de correo electrónico. Cambiar configuración

¿Qué necesidad y/o necesidades del cliente satisface el producto o servicio prestado por In-Sign? *

Texto de respuesta corta

¿Qué tipo de producto o servicio se pretende vender? (Selección múltiple) *

- [ ] Productos audiovisuales
- [ ] Animaciones
- [ ] Producción sonora
- [ ] Fotografía y/o diseño gráfico
- [ ] Todas las anteriores
- [ ] Otra...

¿Qué es exactamente lo que ofrece? (Descripción de todo el proceso con el cliente) *

Texto de respuesta larga

¿Cuál es su valor agregado? *

Texto de respuesta corta

¿Qué tiene de innovador el producto o servicio? *

Texto de respuesta corta

¿Es un producto o servicio único? ¿Por qué? *

Texto de respuesta corta

¿A qué tipo de mercado pretende llegar In – Sign group? *

Texto de respuesta corta

Haga un listado con los potenciales clientes de la empresa (sectores empresariales) *

Texto de respuesta larga

¿Qué empresas o tipos de empresa son competencia para In – Sign group? *

Texto de respuesta corta

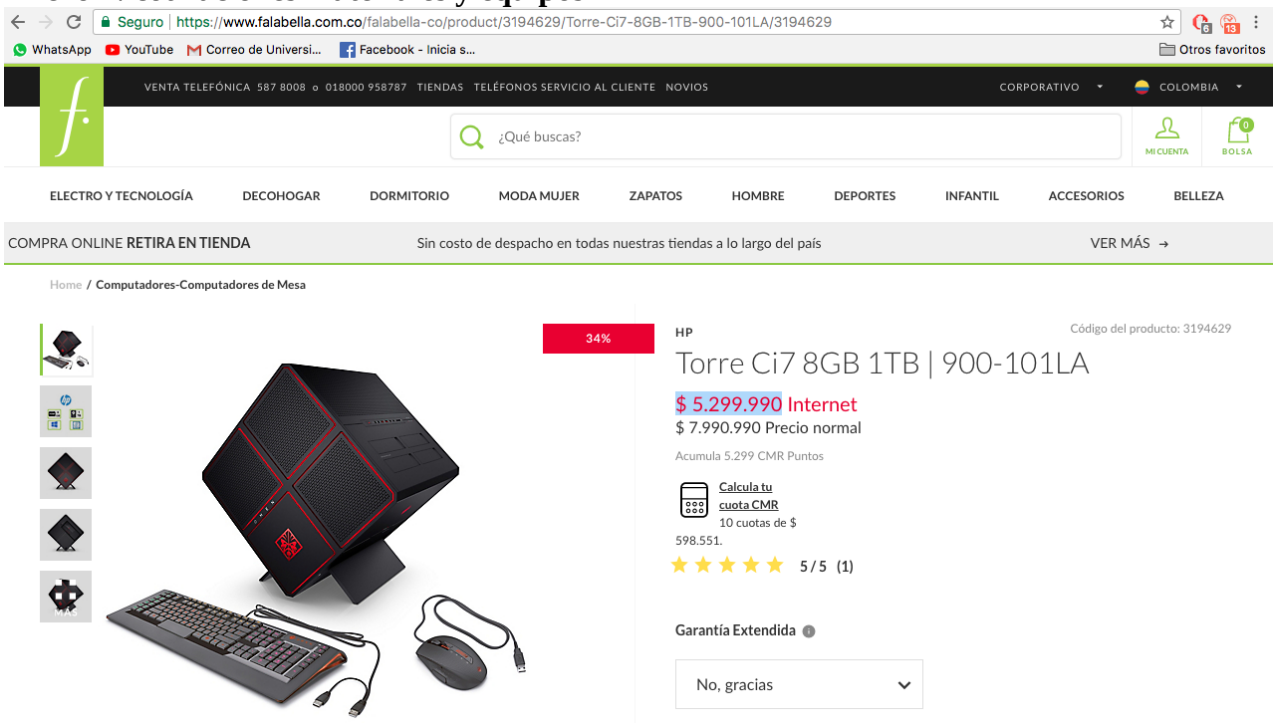
¿Cuál es la mejor forma de llegar a los clientes potenciales? (Selección múltiple) *

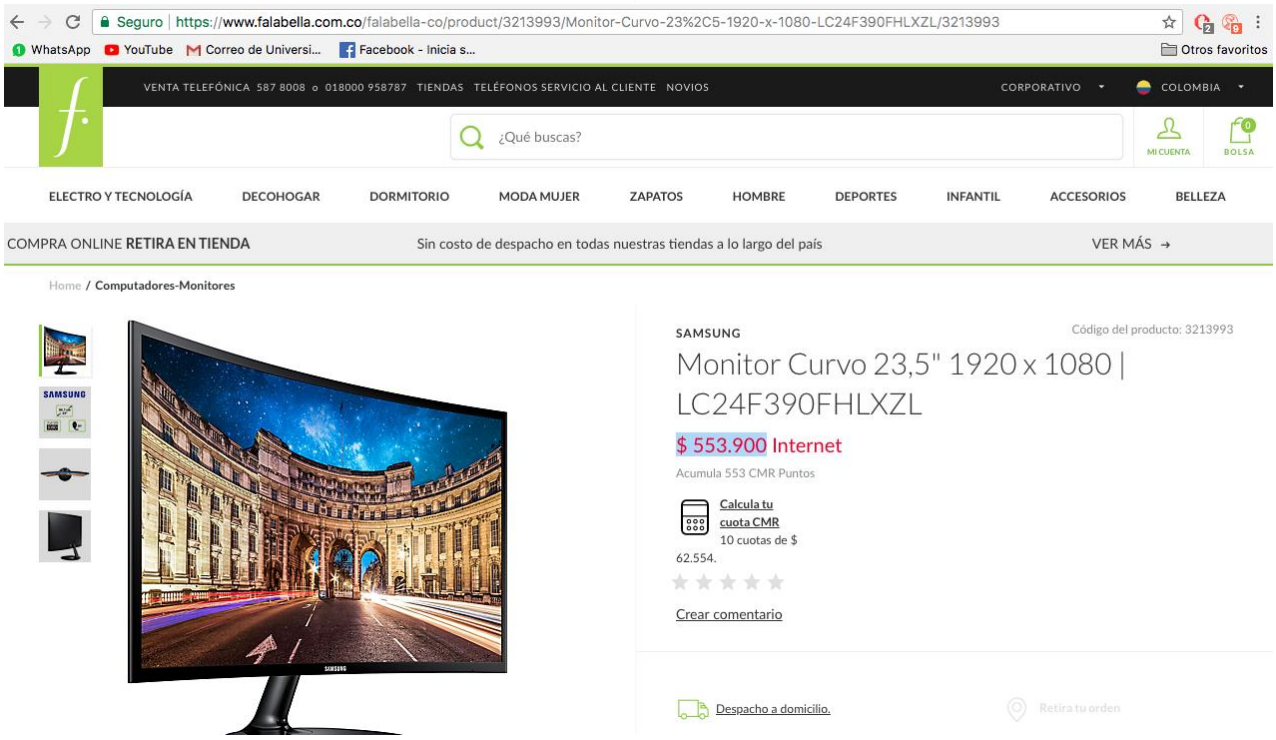
- [ ] Redes Sociales
- [ ] Publicidad impresa
- [ ] Visita a clientes potenciales
- [ ] Voz a voz
- [ ] Correo electrónico
- [ ] Todas las anteriores
- [ ] Otra...

¿Cuánto considera usted que cuesta llegar al mercado? *

Texto de respuesta corta

Anexo 2: cotizaciones materiales y equipos





Seguro | https://store.sony.com.co/ilce-7rm3/p

WhatsApp YouTube Correo de Universi... Facebook - Inicia s... Otros favoritos

SONY

Buscar productos por nombre, código o categoría...

Sitio Sony

CÁMARAS / CÁMARAS A CON LENTES INTERCAMBIA...

CÁMARA FULL-FRAME DE 35 MM A7R III CON EN...

ILCE-7RM3.SOLA

Características Especificaciones Accesorios

Envío + Cuotas + Tienda +

$9,999,000

~~$10,999,000~~

En stock 5 unidades

Agregar al carrito

Cámara full-frame de 35 mm a7R III con enfoque automático

ILCE-7RM3.SOLA

ILCE-7RM3 Comparar producto

Un sistema de procesamiento de imagen totalmente renovado mejora aún más la calidad de la imagen. La velocidad de enfoque automático [1], el seguimiento de enfoque automático [2] y el seguimiento de Enfoque automático Eye [3] mejorados aproximadamente hasta 2 veces, así como la captura continua de hasta 10 fps, permiten capturar más momentos decisivos. La capacidad de uso de estilo profesional confiable, con un cuerpo sólido y compacto, ofrece una flexibilidad y movilidad superiores.

Fecha de Entrega a partir del 26/Mar/2018

Legales

Seguro | https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-462617706-canon-eos-6d-es-mark-ii-dslr-camara-kit-con-24-7mm-f4-usm-_JM

WhatsApp YouTube Correo de Universi... Facebook - Inicia s... Otros favoritos

mercado libre

Buscar productos, marcas y más...

Categorías Ofertas de la semana Tiendas oficiales Tu historial Tus compras Vender Regístrate Ingresa Ayuda / PQR

ebay

Volver al listado Cámaras y Accesorios > Cámaras > Cámaras Analógicas > Réflex > Canon Compartir | Vender uno igual

Canon Eos 6d Es Mark Ii Dslr Cámara Kit Con 24-7mm F/4 Usm

$ 10.085.990

36 cuotas de $ 280.166

VISA

Más información

Entrega a acordar con la tienda

Chapinero, Bogotá D.C.

Ver costos de envío

Cantidad: 1

Comprar

Seguro | https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-457043278-juego-de-lentes-de-cine-rokinon-cine-ds-50mm-35mm-85mm-_JM

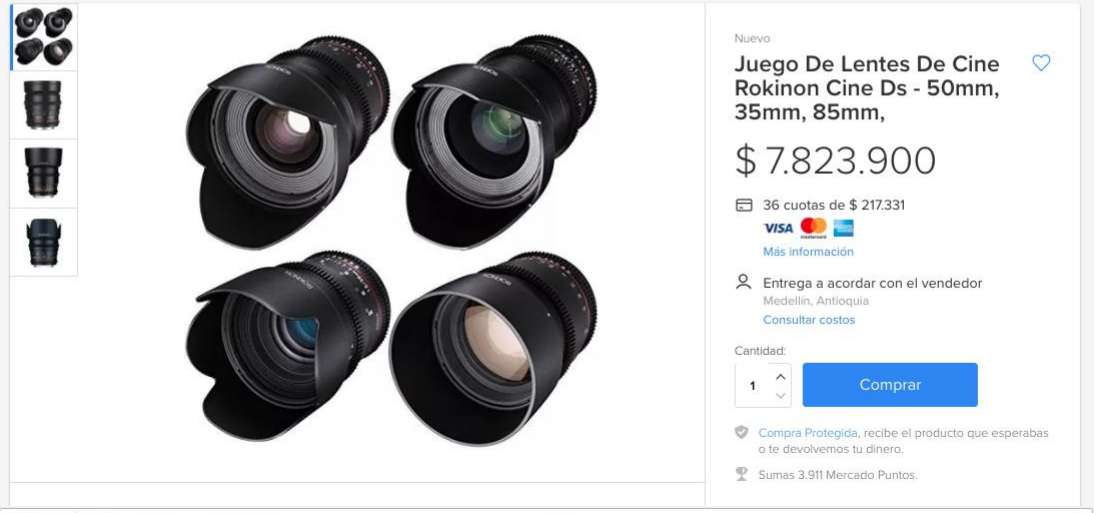
WhatsApp YouTube Correo de Universi... Facebook - Inicia s... Otros favoritos

mercado libre — Buscar productos, marcas y más...

Categorías | Ofertas de la semana | Tiendas oficiales | Tu historial | Tus compras | Vender | Regístrate | Ingresa | Ayuda / PQR

También puede interesarte: camara deportiva - nikon - camara go pro - gopro - leica

Volver al listado | Cámaras y Accesorios > Accesorios para Cámaras > Otros | Compartir | Vender uno igual



Nuevo

Juego De Lentes De Cine Rokinon Cine Ds - 50mm, 35mm, 85mm,

$ 7.823.900

36 cuotas de $ 217.331

VISA

Más información

Entrega a acordar con el vendedor
Medellín, Antioquia
Consultar costos

Cantidad: 1

Comprar

Compra Protegida, recibe el producto que esperabas o te devolvemos tu dinero.

Sumas 3.911 Mercado Puntos.

Seguro | https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-467683924-estabilizador-zhiyun-crane-v2-clasico-cardan-de-3-ejes-_JM

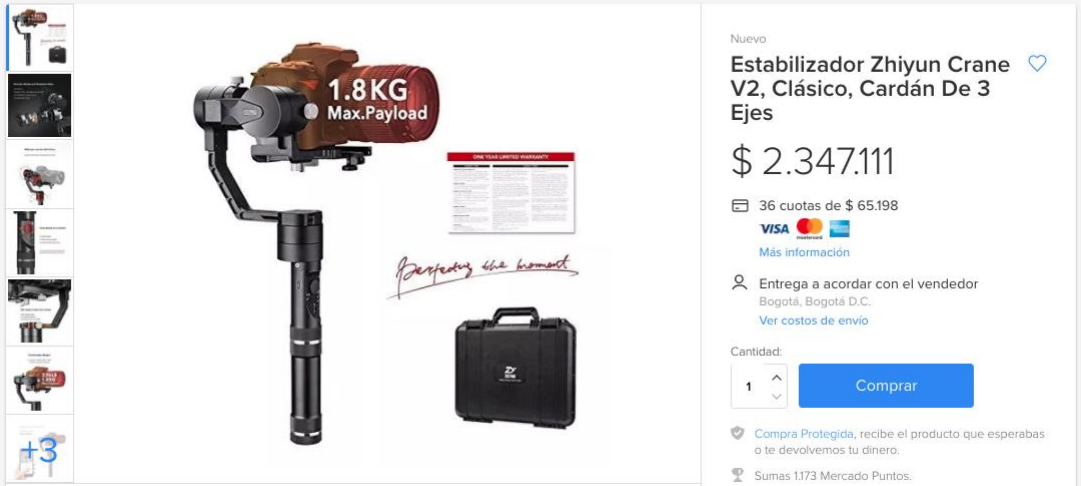
WhatsApp YouTube Correo de Universi... Facebook - Inicia s... Otros favoritos

mercado libre — Buscar productos, marcas y más...

Categorías | Ofertas de la semana | Tiendas oficiales | Tu historial | Tus compras | Vender | Regístrate | Ingresa | Ayuda / PQR

También puede interesarte: go pro - canon - camara de video - fujifilm instax - video camara

Volver al listado | Cámaras y Accesorios > Accesorios para Cámaras > Soportes | Compartir | Vender uno igual



Nuevo

Estabilizador Zhiyun Crane V2, Clásico, Cardán De 3 Ejes

$ 2.347.111

36 cuotas de $ 65.198

VISA

Más información

Entrega a acordar con el vendedor
Bogotá, Bogotá D.C.
Ver costos de envío

Cantidad: 1

Comprar

Compra Protegida, recibe el producto que esperabas o te devolvemos tu dinero.

Sumas 1.173 Mercado Puntos.

Seguro | https://www.amazon.com/Sennheiser-EW-112P-omni-directional-system/dp/B002CWQTXG/ref=sr_1_4?ie=UTF8&qid=1523414788&sr=8-4&keyword...

WhatsApp | YouTube | Correo de Universi... | Facebook - Inicia s... | Otros favoritos

amazon Try Prime | Musical Instruments | sennheiser wireless microphone | Keyless entry and guest access

Deliver to Colombia | Departments | Your Amazon.com | Today's Deals | Gift Cards | Registry | Sell | Help | EN | Hello. Sign in Account & Lists | Orders | Try Prime | Cart

Musical Instruments | Deals | Guitars | Bass | Amplifiers & Effects | Keyboards | Drums | Recording | DJ & Karaoke | Band & Orchestra | Live Sound

‹ Back to search results for "sennheiser wireless microphone"

Roll over image to zoom in

Sennheiser

Sennheiser EW 112P G3-A omni-directional EW system

4.5 out of 5 stars | 83 customer reviews | 52 answered questions

Amazon's Choice for "sennheiser wireless microphone"

- **Low Return Rate:** 38% fewer returns than similar products
- **Highly Rated:** More than 95% 4 star and 5 star reviews
- **Popular Item:** Popular with customers searching for "sennheiser wireless microphone"

Price: $629.00

Item is eligible: **No interest if paid in full within 12 months** with the Amazon.com Store Card. Apply now

Only 2 left in stock - order soon.

This item ships to **Colombia**. **Want it Friday, April 13?** Order within **15 hrs 42 mins** and choose **AmazonGlobal Priority Shipping** at checkout. Learn more

Sold by Liquid Audio Inc and Fulfilled by Amazon. Gift-wrap available.

style: **EW 112P System**

- 42 MHz bandwidth: 1680 tunable UHF frequencies for interference-free reception
- Enhanced frequency bank system with up to 12 compatible frequencies
- Automatic frequency scan feature searches for available frequencies
- User-friendly menu operation with more control options
- Wide range of accessories adapts the system to any requirement

Compare with similar items

Share

Buy new: $629.00

Qty: 1

Add a Protection Plan:

- 4-Year Accident Protection for $98.99
- 3-Year Accident Protection for $15.13

Add to Cart

Turn on 1-Click ordering for this browser

Deliver to Colombia

Buy used: $534.15

Add to List

Seguro | https://www.bhphotovideo.com/c/product/683563-REG/Manfrotto_504HD_546BK_504HD_Head_w_546B_2_Stage.html

WhatsApp | YouTube | Correo de Universi... | Facebook - Inicia s... | Otros favoritos

WhatsApp https://web.whatsapp.com/

Read explora | The Professional's Source Since 1973 | 800.606.6969 / 212.444.6615 | Help | Live Chat | About Us

B&H | Search | DealZone DON'T MISS OUT! Ends In 01:07:48 | Hello, Log In My Account | My Cart

Photography | Computers | Pro Video | Lighting | Pro Audio | Mobile | TVs & Entertainment | Camcorders | Surveillance | Optics | Audio-Visual | Used | Specials

Home / Shop by Brand / Manfrotto / Video Tripods & Support / Manfrotto Tripod Systems / Manfrotto 504HD

Manfrotto 504HD Head w/546B 2-Stage Aluminum Tripod System

B&H # MA504HD546BK • MFR # 504HD,546BK

Manfrotto Imagine More

In Stock

Order **now** to ship **tomorrow**

Calculate Shipping

Product Highlights

- 16.5 lb (7.5kg) Load Capacity
- Aluminum Legs
- 18" to 66" Range
- 4-Step Counterbalance

Show more

4.5 out of 5 stars Reviews 201 | Q&A 20

$0.00 Tax Collected Outside NY and NJ

You Pay: $799.88

1 QTY

Add to Cart

Add to Wish List

Feedback

OVERVIEW | SPECS | QUICK COMPARE | REVIEWS 201 | Q&A 20 | ACCESSORIES

Seguro | https://www.compudemano.com/producto/dji-mavic-pro/

WhatsApp YouTube Correo de Universi... Facebook - Inicia s... Otros favoritos

Bogotá 381 9922 | Medellín 204 0707 | Cali 891 2999 | Barranquilla 316 1300 | Pereira 335 9494 MI CUENTA ACCEDER REGISTRO

compudemano
Distribuidor y Centro de Servicio Autorizado Apple

Buscar... Categorías

HÁBLANOS POR WHATSAPP
+57 (316) 425 4777

TIENDA APPLE DJI OTRAS MARCAS SUBASTAS SOPORTE BLOG CONTÁCTANOS ACEPTAMOS BITCOIN, DASH...

Tienda > Drones > DJI Mavic Pro

-32%

DJI Mavic Pro

(No hay valoraciones aún.)

~~$3.999.000~~ **$2.699.900**

- El DJI Mavic se pliega al mismo tamaño que una botella de agua, haciéndolo lo suficientemente pequeño para llevarlo a todos lados.
- El nuevo sistema de transmisión OcuSync ofrece un rango de imagen de hasta 7km
- Vuela con una velocidad de hasta 64kmh y una duración de batería de hasta 27 minutos
- 4K verdadero y una imagen completamente estable
- ActiveTrack, TapFly y otras características inteligentes te permiten realizar videos profesionales sin esfuerzo
- El sistema de evasión de obstáculos combinado con un sensor de redundancia aumenta la seguridad y

INSTAGRAM SLIDER

MARCAS

Seguro | https://www.amazon.com/GreenForest-L-Shape-Computer-Workstation-3-Piece/dp/B01K7AOSQE/ref=sr_1_17?ie=UTF8&qid=1523415281&sr=8-17&k...

WhatsApp YouTube Correo de Universi... Facebook - Inicia s... Otros favoritos

amazon Try Prime | Home & Kitchen | office desk | Keyless entry and guest access

Deliver to Colombia | Departments | Your Amazon.com | Today's Deals | Gift Cards | Registry | Sell | Help | EN | Hello. Sign in Account & Lists | Orders | Try Prime | 0 Cart

Amazon Home | Shop by Room | Shop by Look | Home Décor | Furniture | Kitchen & Dining | Bed & Bath | Garden & Outdoor | Home Improvement

Home Décor $10 & under with FREE shipping Shop now

‹ Back to search results for "office desk"

Roll over image to zoom in

Green Forest

GreenForest L-Shape Corner Computer Office Desk PC Laptop Table Workstation Home Office 3-Piece,Black

332 customer reviews | 99 answered questions

#1 Best Seller in Home Office Furniture Sets

Price: $99.99

5% off 3 item(s) 5 Applicable Promotion(s)

In Stock.

This item does not ship to **Colombia**. Please check other sellers who may ship internationally. Learn more

Sold by GreenWorlds and Fulfilled by Amazon. Gift-wrap available.

Color: **Black**

- L-shape Computer Desk is made out of a beautiful MDF that appearance and functionality are classy and efficient in home/office
- Office desk in 3 piece,easy switch the two sides as your habit,which take full advantage of space and save space fits nicely into a room without taking up a ton of

Share

Qty: 1

Add a Protection Plan:

5-Year Accident Protection for $14.73

3-Year Accident Protection for $9.60

Add to Cart

Turn on 1-Click ordering for this browser

Deliver to Colombia

Add to List

Seguro | https://www.amazon.com/AmazonBasics-Mid-Back-Office-Chair-Black/dp/B00IFHPVEU/ref=sr_1_4?s=home-garden&ie=UTF8&qid=1523415375&sr=...

WhatsApp YouTube Correo de Universi... Facebook - Inicia s... Otros favoritos

NEW & INTERESTING FINDS ON AMAZON EXPLORE

Home Décor $10 & under with FREE shipping Shop now

‹ Back to search results for "office chair"

AmazonBasics

AmazonBasics Mid-Back Office Chair, Black

4.1 out of 5 stars 2,861 customer reviews | 253 answered questions

Amazon's Choice for "office chair"

- **Low Return Rate:** 43% fewer returns than similar products
- **Best Seller:** #1 best seller in Managerial Chairs & Executive Chairs
- **Highly Rated:** 4.1 star rating with over 2,800 reviews

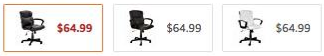
Price: $64.99

In Stock.

This item ships to **Colombia**. **Want it Friday, April 13?** Order within **12 hrs 18 mins** and choose **AmazonGlobal Priority Shipping** at checkout. Learn more

Ships from and sold by Amazon.com in easy-to-open packaging.

Color: **Black**



Share

Qty: 1

Add a Protection Plan:

3-Year Accident Protection for $9.58

Add to Cart

Turn on 1-Click ordering for this browser

Deliver to Colombia

Add to List