

95FILM

'Cine en el Oriente Antioqueño'

Sebastian Gómez Agudelo

Asesores

Gloria Isabel Marín Montoya

Luis José Arias Vallejo

Universidad de Medellín

Comunicación y lenguajes audiovisuales

Trabajo de grado en emprendimiento

Diciembre 2020

Dedicatoria

*A Trinidad la vida,
a Simone el cine.*

Introducción

95Film es un proyecto encaminado a encontrar un modelo de negocio para una productora audiovisual, que le permita el desarrollo del cine independiente regional con la autofinanciación derivada de proyectos comerciales, ubicándose en un punto extrategico en el Oriente Antioqueño para apuntarle a los mercados turisticos y los mercados comerciales, que son las funentes de ingresos. Además, busca agrupar a los profecionales, técnicos y artistas del medio audiovisual en esta subregión, para la creación de una industria cinematografica.

Este proyecto está estructurado bajo la observación del sector audiovisual en el oriente antioqueño, enfocado en las estrategias de creación comercial y publicitaria de un mercado local, para catalogar una industria y desarrollar proyectos cinematograficos logrando una producción con personas de esta subregion.

Abstract

This project is carried out as the final degree project in entrepreneurship, in the Communication and Audiovisual Languages career at the University of Medellin. Consists of the development of an Audiovisual Production Company that is projected to make films in the 'Oriente Antioqueño' subregion , consolidating an industry for cinematographic development.

This degree work has been carried out under participatory and observational research, during the years studied at the university and the approaches and works in the audiovisual medium of the city of Medellin and the cultural developments of the region, to propose a financing model and the articulation of the people who make a living from what to do filmmaking in the 'Oriente Antioqueño'

Resumen

Este proyecto se lleva a cabo como Trabajo de Grado en Emprendimiento, en la carrera de Comunicación y lenguajes Audiovisuales de la Universidad de Medellín. Consiste en el desarrollo de una Productora Audiovisual que se proyecta en hacer cine en la subregión 'Oriente Antioqueño', consolidando una industria para el desarrollo cinematográfico.

Este trabajo de grado se ha realizado bajo una investigación participativa y observacional, durante los años cursados en la universidad, el enfoque y trabajos en el medio audiovisual de la ciudad de Medellín y los desarrollos culturales de la región, que busca proponer un modelo de financiamiento y articulación. de las personas que viven del qué hacer cinematográfico en el Oriente Antioqueño.

| | |
|--|-----|
| Tabla de Contenidos | |
| Dedicatoria | 2 |
| Introducción | 3 |
| Abstract | 4 |
| I.Presentación y definición del plan de negocio | 7 |
| Descripción del negocio | 7 |
| Antecedentes del negocio | 8 |
| Justificación | 9 |
| Definición del negocio | 11 |
| Modelo de negocio | 12 |
| II.Estudio Estratégico administrativo | 16 |
| Misión | 16 |
| Visión | 17 |
| Metas | 18 |
| Objetivos | 21 |
| III.Estudio del Mercado | 22 |
| Análisis del mercado | 22 |
| Análisis de la competencia | 24 |
| Ventaja competitiva | 25 |
| IV.Estrategias del Mercadeo | 27 |
| Estrategia Producto o servicio | 27 |
| Estrategia de Precio | 28 |
| Estrategia de promoción | 32 |
| Matriz DOFA | 34 |
| Análisis PESTEL | 35 |
| V.Estudio técnico de la producción | 36 |
| Características físicas del negocio | 36 |
| Diagrama de Flujo | 40 |
| Organigrama | 41 |
| Inversiones | 42 |
| Proveedores | 44 |
| Recursos Humanos | 45 |
| Directivos / Socios | 46 |
| VI.Estudio Económico | 51 |
| Determinación de mano de obra | 51 |
| Sistemas de retribución | 55 |
| Presupuestos | 46 |
| VII. Proyectos | 64 |
| Sentires | 65 |
| Arrullo para un alma inquieta | 76 |
| La ruta de fuego | 85 |
| La Maleta | 93 |
| Experiencia Jardines | 111 |
| Porto Azul | 119 |
| VIII. Lista de referencias | 124 |

I.Presentación y definición del plan de negocio

Descripción del negocio

95Film es una productora creativa que genera contenidos de calidad visual y narrativa cinematográfica en la publicidad y el videoclip, apuntando a crear y expandir un mercado para el cine publicitario en el Oriente Antioqueño, siendo la casa de colaboraciones con artistas y técnicos de ésta subregión, adquiriendo así una financiación del cine independiente; que permita que los flujos económicos en los sectores publicitarios y las coproducciones, logren el desarrollo de proyectos propios, con mira a los mercados en festivales de cine, plataformas multimedia y salas de cine nacionales e internacionales.

Antecedentes del negocio

La productora se consolida gracias a un proyecto audiovisual realizado durante la cuarentena del covid-19, aunque su gestación se dio en colaboraciones anteriores, en proyectos en los que sus fundadores habían participado. La situación global ocasionó un reencuentro en el pueblo natal, El Peñol, ubicado en el oriente antioqueño. En medio de los cuestionamientos y la incertidumbre del hacer cine, nace 95Film con el propósito del desarrollo del cine regional, sin la necesidad de desplazarse nuevamente hacia las ciudades como única forma de participación en el medio audiovisual.

Los distintos talentos con experiencia en dirección de fotografía, postproducción, dirección de proyectos documentales y de ficción, con participación en festivales nacionales e internacionales; producción musical, composición, diseño sonoro y postproducción para proyectos cinematográficos y audiovisuales, se agrupan en este sitio en común, proyectándose en la creación de un mercado regional con una expansión nacional e internacional.

Justificación

95Film se consolida con la necesidad de hacer cine sin la obligación de estar en una ciudad principal como Medellín o Bogotá, teniendo base en el oriente antioqueño, una subregión que cuenta con amplia y variada geografía, fuente de investigación y reconstrucción histórica, para la creación documental y argumental, para el cuestionamiento interno, para otras miradas, para historias que aun no se han contado, evitando una visión regionalista. Una región que permite apoyarse económicamente con desarrollo publicitario y comercial de la industria y el sector turístico.

La industria audiovisual en Colombia se concentra en grandes ciudades como Bogotá y Medellín, siendo Bogotá según *la ANTV y la agencia de promoción de inversión de Bogotá “Invest in Bogotá” la ciudad que “se consolida como el epicentro audiovisual del país, con la mayor concentración de infraestructura de producción y profesionales en Colombia”*. Dicha agencia, destaca que en Bogotá existen 74 estudios de grabación de cine y televisión”

Por esta razón muchos de los artistas y técnicos que viven de esta industria, se ven en la necesidad de migrar hasta estas ciudades. Nosotros observamos que el desarrollo de los proyectos cinematográficos, requieren en su mayoría de locaciones reales determinados por la historia que se cuenta, obligando a un desplazamiento del equipo de producción hasta espacios geográficamente específicos, que cumplan con estas condiciones. Así la infraestructura de los estudios de grabación, deja de ser indispensable.

Las etapas de posproducción requieren de condiciones técnicas, mas no geográficas, permitiendo que los flujos de trabajo puedan incluso darse en condiciones de interconectividad a través de internet.

De esta manera 95Film confía en que las etapas de preproducción, producción y postproducción, no requieren de tener una base u oficina en el epicentro de la industria Cinematográfica y audiovisual, pero sí de un relacionamiento y reconocimiento en el medio, el cual puede alcanzar con las coproducciones, la participación en proyectos nacionales y el alcance nacional de sus proyectos; teniendo bajos costos sobre el mantenimiento de sus instalaciones, y ubicados estratégicamente cerca a las fuentes económicas. Por eso la productora se fragmenta en tres rangos, Cine Publicitario, Cine Colectivo y Cine Independiente. Una fuente económica en la publicidad, colaboración colectiva con diferentes artistas de la región y autofinanciación del desarrollo cinematográfico, brindando un espacio para las historias , los artistas y técnicos de la subregión.

Definición de negocio

95 Film es una productora dedicada al desarrollo audiovisual en la subregión del oriente antioqueño que busca llenar los vacíos comerciales y publicitarios de diferentes sectores económicos en esta zona con propuestas narrativas y multimediales creativas, con altos niveles de calidad y que ayuden a financiar nuevas propuestas en el sector cinematográfico de la subregión y el desarrollo de la industria.

Modelo de negocio

Segmentación interna.

Para el desarrollo del objetivo general de la productora se requiere una estructura interna de engranajes, 95Film se fragmenta en tres segmentos, 'Cine Publicitario' que genera la fuente económica principal, 'Cine Colectivo' que actúa agrupando los talentos individuales de la subregión, buscando la participación en los diferentes movimientos culturales y como hoja de ruta para catalogar los diferentes talentos del que hacer cinematográfico. Así la fuente económica permite la autofinanciación del 'Cine Independiente' se podría desarrollar con los diferentes talentos del oriente antioqueño.

Cine Publicitario

Publicidad

Videoclip

Cine Colectivo

Colaboraciones / CO-WORKING

Talleres cinematográficos

Mapping / instalaciones interactivas

Experiencias digitales

Catalogo cinematográfico

Cine Independiente

Ficción

Documental

Experimental

Coproducción

Propuesta de valor.

El sector turístico e industrial del oriente antioqueño necesita de manera permanente una renovación de su contenido audiovisual a través del cual se dan a conocer. Desde una perspectiva más cercana a las marcas, 95Film busca desarrollar los proyectos y suplir estas necesidades, sin que el sector tenga que recurrir a productoras externas, en la ciudad o en otras regiones.

Segmento de cliente.

95Film se proyecta como una nueva perspectiva de la publicidad, recurriendo a estrategias del cine publicitario para crear contenidos frescos, con narrativas que apunten a los verdaderos sentimientos e intereses del nicho de las marcas. Por eso los clientes más importantes y fundamentales para el desarrollo, son los que valoran y le apuestan a las nuevas propuestas audiovisuales, que conocen su propia marca, que buscan formas de cautivar y satisfacer los intereses de su público; que valoran nuestro trabajo y más allá de contratar buscan en la productora un aliado para el crecimiento de su marca.

Relaciones con el cliente.

La productora aspira a conocimiento mutuo con el cliente, que el cliente pueda ver y reconocer el trabajo de 95Film, adquiriendo una confianza en el resultado, creando ideales cercanos al producto final. Con anterioridad se investigan las necesidades del cliente, buscando llegar a los vacíos, planteando soluciones creativas. De esa manera se logra una afinidad con el cliente para que regrese siempre buscando nuevas propuestas para potencien su marca y confianza en los resultados de la inversión.

Canales de distribución.

Se apuesta por un buen producto desde el primer acercamiento con un segmento del mercado al que vamos dirigidos, que se convierta en un producto de calidad y en el portafolio que atraerá futuros clientes de ese sector.

Las redes sociales son una fuente de distribución, es por eso que no se apuesta en vender servicios, sino soluciones creativas. 95Film comparte las experiencias de los rodajes, con detrás de cámaras, entrevistas, foto fija análoga con descripciones detalladas, que las personas puedan ver lo que hace y cómo lo desarrolla.

Actividades clave.

Instalaciones y proyecciones callejeras en diferentes parques o sitios representativos en los pueblos del Oriente Antioqueño. El Mapping es una actividad que se quiere desarrollar en ‘Cine Colectivo’, es atractiva y ayuda a atraer espectadores curiosos a que vean el portafolio y lo que hace 95Film de una manera sutil, logrando recordación de la marca, posibles y potenciales clientes.

Recursos claves.

El recurso principal es la creatividad y el ambiente laboral de las personas que trabajan en cada proyecto, la productora busca una forma de trabajo diferente, con más espacios para el desarrollo creativo. En segundo nivel los equipos técnicos para una calidad visual y sonora, suplir un 70% de las necesidades técnicas, para no tener desviar una cantidad superior a la renta de equipos.

Red empresarial- socios clave.

Para 95Film no puede cubrir todas las demandas del sector comercial, por esta razón busca socios claves como operadores de Drone, festivales de cine y rentals, necesidades en las que no son fuertes. Además, productoras que requieren coproducción para desarrollos cinematográficos en la región.

Ingresos.

La principal fuente de ingresos viene del sector comercial, en el que la productora desarrolla proyectos publicitarios y comerciales, que no requiere de muchos gastos en personal y el rental de equipos es corto en cuestión de días de alquiler. Son estos los proyectos junto a los videoclips los de mayor rentabilidad, seguido de los las instalaciones y desarrollos digitales, donde la productora, es responsable de la producción, logística y el desarrollo conceptual del proyecto, pero ejecuta con las colaboraciones de los artistas digitales locales y regionales.

II. Estudio Estratégico administrativo

Misión

95Film busca como productora, lograr una función rentable del cine, lograr hacer el cine que desea con recursos sostenibles manteniendo la estabilidad económica y logrando la reinversión, ser una oportunidad para artistas y técnicos locales. Ampliando las fronteras de nuestra región con una mayor calidad visual y narrativa, desarrollando diferentes ventajas competitivas y publicitarias para los clientes de medianas y grandes marcas.

Visión

Ser la mejor oportunidad para las personas de la región del oriente antioqueño que han soñado con hacer cine, siendo la casa de las colaboraciones de artistas locales, en producciones sostenibles que permitan la reinversión de lo comercial en lo independiente, encontrando en la publicidad un lugar de escuela y economía para la producción y el desarrollo cinematográfico. Así lograr una identificación en las historias por la cercanía, calidad narrativa y visual.

METAS

Corto plazo

6 Meses

Infraestructura técnica

Para el 2021 la productora calcula haber logrado una inversión en equipos necesarios para la producción, evitando el alto porcentaje de alquiler, pasar de un 80% de equipos técnicos alquilados a un 30%. Abaratando costos de producción.

Reconocimiento a nivel regional.

Ser un referente publicitario para el sector turístico del oriente antioqueño, generar alianzas sólidas en el ‘Cine Colectivo’, con los movimientos culturales, los artistas de la región y los procesos cercanos, actualizando constantemente el catalogo de cargos cinematográficos, logrando así un reconocimiento regional.

Creación de banco de ideas

Procesos de investigación documental y escritura de guiones para el desarrollo cinematográfico, logrando un flujo de proyectos que estén circulando en fondos y convocatorias, regionales y nacionales.

Mediano plazo*12 Meses***Rental**

Que los flujos de trabajo y capacidad técnica permitan el alquiler de equipos y coproducciones.

Reconocimiento expandido

Ser una productora reconocida no solo en nuestra región, lograr consolidar los clientes locales e impulsar la marca a mercados nacionales, que permitan un flujo de trabajo amplio, requiriendo de una expansión el el equipo de trabajo para el desarrollo de proyectos en paralelo.

Cine Colectivo

Alcanzar el funcionamiento con alianzas sólidas en el sector para la producción de proyectos documentales y de ficción.

Desarrollo cinematográfico

Concretar los procesos de escritura e investigación para desarrollo cinematográfico, con capacidad económica para la producción de cortometrajes, documentales y argumentales que se puedan circular en festivales nacionales e internacionales.

Largo plazo*18 Meses***Rental**

Capacidad de cubrir grandes producciones con el alquiler de equipos de calidad, en cámaras de cine, iluminación, grips avanzados y vehículos. Permitiendo grandes coproducciones y realizaciones.

Desarrollo cinematográfico

Concretar los procesos de escritura e investigación en el desarrollo cinematográfico, con capacidad económica para la producción de largometrajes y documentales que puedan desarrollar rutas completas en festivales nacionales e internacionales.

Objetivo

Consolidar una productora audiovisual que sea reconocida en el oriente antioqueño, que se distinga por su calidad e innovación narrativa, que pueda suplir las necesidades de los clientes de la región, colaborando con talentos del oriente antioqueño para apostarle al cine independiente.

Específicos

Crear la necesidad en el sector comercial de una nueva forma de hacer publicidad, pensada y de calidad narrativa, que cumpla con la verdadera identidad de la marca y sea realmente atractiva para las necesidades del público objetivo del cliente.

Integrar las diferentes propuestas de los artistas digitales de la región, en desarrollos conjuntos que permitan a los artistas independientes la realización de grandes proyectos.

Crear una catalogo audiovisual del oriente antioqueño, para visibilizar talentos y proyectos regionales, que sea fuente de empleo para las personas que viven de esta profesión.

Producir un fondo interno para la autofinanciación de los proyectos cinematográficos propios, con porcentajes de los trabajos comerciales y proyectos colectivos.

III. Estudio del Mercado

Análisis del mercado

El sector audiovisual en el oriente antioqueño presenta una tendencia hacia la realización empírica, muchos de los proyectos son ejecutados por personas que hacen una inversión técnica en equipos de buena calidad (Cámaras Reflex, Estabilizadores y Drone) son personas que trabajan solas o con un asistente, realizando productos que se pueden rodar en un solo día, no requieren de un trabajo amplio en postproducción siendo muy ligeros en su desarrollo, logrando entregas rápidas, incluso trabajando en paralelo con otros proyectos. Ellos mismos se instruyen con talleres cortos, técnicas o tutoriales de youtube, buscando una realización de proyectos específicos o técnicas de edición. Estas personas trabajan como filmmakers independientes, la mayoría de sus contratos son gracias al reconocimiento en redes sociales y los bajos costos de realización les permite mantener precios bajos para los clientes, en general son contenidos para redes sociales de buena calidad visual.

95film no intenta competir con este modelo de desarrollo, por el contrario, le apuesta a clientes que buscan calidad narrativa y visual, proyectos que requieran de un concepto definido y un despliegue un poco más amplio en cuanto al equipo de realización. 95FILM hace alianzas y convenios en proyectos comerciales, cuando el requiere de operarios de drone o técnicos muy específicos. Cuando el sector comercial del Oriente Antioqueño busca una realización publicitaria con especificaciones narrativas y visuales, recurre a productoras de la ciudad o de otras regiones del País. Esas son las necesidades y vacíos que presenta el sector comercial, que 95Film Busca llenar.

La industria cinematográfica en Antioquia va en aumento y su epicentro está en Medellín, donde tienen base la mayoría de productoras cinematográficas activas. Para el desarrollo de cortometrajes

o largometrajes de ficción y argumentales estas productoras recurren a estímulos públicos; fondos locales, nacionales e internacionales y también a la autofinanciación, en este último caso acuden a intercambios entre la mano de obra y los porcentajes de derechos dentro de la producción, muchas veces el Crew termina siendo coproductor de los proyectos, renunciando a un pago justo.

En el oriente antioqueño se han realizado proyectos cinematográficos, financiados por estos fondos, pero no hay una productora activa que esté actualmente en desarrollo, existen colectivos enfocados en el cine pero desde la distribución y proyección en festivales de Cine, como es el caso cercano, del FILCMAR (Festival de Cine de Marinilla) creado por jóvenes artistas de este municipio, que se ha financiado con la autogestión y fondos locales.

Debido a la pandemia del Covid - 19 muchos profesionales, técnicos y artistas de la industria audiovisual y cinematográfica han retornado a sus pueblos en la subregión del oriente y han empezado una búsqueda para realizar producciones audiovisuales sin tener que regresar a Medellín. 95FILM desea agrupar y trabajar en colectivo para la creación de un mercado y una industria sólida en el departamento desde la subregión del oriente antioqueño.

Análisis de la competencia

| SECTOR | PROYECTO | DESCRIPCIÓN | PRODUCTO | COSTOS | CLIENTES | RELACIÓN |
|---------------------|-----------------------|--|--|--------------------------|-----------------------------------|-------------|
| El Peñol | Rock Town | Colectivo | Live Session | Sin ánimo de lucro | Rock al rio Festivales de Rock | Aliados |
| El Peñol | Filmmakers | Tendencia Drone | Videos Cortos Comerciales | 500.000 - 800.000 | Sector turístico y comercial | Aliados |
| Marinilla | Filmar | Festival de Cine | Proyecciones Y talleres | Inversión pública | Sector Audiovisual | Aliados |
| Rionegro | Plastilina | Productora | Festivales de música, videoclips | 1'000.000 - 2'500.000 | Sector musical | Competencia |
| Rionegro | Audiotec | Productora | Live sessions Videoclips | 500.000 - 800.000 | Sector musical | Competencia |
| Guatapé | Filmmakers | Tendencia Drone | Videos Cortos Comerciales | 500.000 - 800.000 | Sector turístico y comercial | Competencia |
| La Ceja | Pánico | Colectivo Cine | Talleres Ficción Experimental Documental | Reservado | Sector cinematográfico | Competencia |
| La Ceja | No Fun | Productora audiovisual | Videoclips | 800.000 - 1'500.000 | Bandas emergentes | Competencia |
| El Santuario | Proyecto 28Oriente | -Estudio de grabación -Productora audiovisual | Estudio de grabación Productora audiovisual Cursos de Marketing | Sin ánimo de lucro | - | - |

Ventaja competitiva

Calidad y confianza

En 95 FILM buscamos siempre brindar seguridad y transparencia con desgloses completos de la inversión que hace el cliente, pactamos reuniones para resolver dudas y para planificar con detalle la realización del proyecto, buscando siempre hacer sentir cómodo al cliente, seguro de cómo se invierte su dinero y satisfecho con los avances que logra alcanzar la marca.

Cercanía

Se tiene la creencia de que cuando un cliente quiere algo de calidad, debe recurrir a productoras de ciudades como Medellín o Bogotá, pero además de incrementar costos nos solo en la ejecución del proyecto si no en el desplazamiento de la productora, el desconocimiento y la cercanía con el cliente se ven evidenciados en el resultado del producto.

Similitud

Muchas veces las marcas no se preocupan por construir su personalidad que diferencia a las otras con conceptos claros y leales a la razón de ser, por esta razón, los desarrollos publicitarios terminan siendo todos iguales, esto es una desventaja, porque el cliente no va a encontrar los beneficios que ofrece la marca, frente a la competencia.

Instalaciones y mapping

Cuando una empresa busca un lanzamiento de marca o de producto, es muy atractivo utilizar estrategias digitales físicas, que las personas puedan interactuar con el producto o dejarse atrapar por estas propuestas novedosas como el mapping o instalaciones digitales

Producción de audio

El audio es uno de los sectores que dentro de la industria cinematográfica y audiovisual presenta ausencias, por la dificultad de encontrar sonidistas y productores musicales enfocados en el cine, este es un servicio muy poco explorado no sólo en el oriente antioqueño, si no a nivel nacional. Nosotros proponemos flujos de trabajo y desarrollo de audio, que permita una exploración desde el concepto narrativo, las formas de captura y la postproducción en el diseño sonoro y la composición de música, atmósferas y sentimientos acústicos.

IV. Estrategias de mercadeo

Estrategias de producto o servicio

95Film quiere:

- Agrupar los talentos de la región a través de una red de contactos para las coproducciones que vengan de diferentes partes del país, dinamizando y hacienda visible una industria en crecimiento.
- Ser un referente de calidad visual y narrativa en la publicidad comercial del oriente antioqueño logrando que los clientes recurran y mantengan una relación con la productora, esto a partir de los beneficios y la diferenciación que las marcas obtienen frente a la competencia.
- Que las empresas con las cuales trabaja obtengan una mayor fidelización de sus clientes por medio de una comunicación más cercana a través de sus contenidos
- Que sus clientes obtengan buenos resultados económicos en poco tiempo y así, puedan recuperar sus inversiones.
- Que sus clientes regresen satisfechos y seguros de que lo que pagan en el desarrollo de contenidos, más que un gasto es una inversión en su imagen para el crecimiento de su empresa.

Estrategias de precio

Videoclip

| | |
|---|--|
| ¿Cuál será el precio del producto? | 5'000.000 |
| ¿Cómo se ha determinado el precio? | Por el tiempo de la construcción narrativa y creativa, los costos de producción, la mano de obra y la postproducción, más el costo extra sobre las ganancias de la productora. |
| ¿Es un precio de introducción al mercado o es un precio definido? | Es un precio introductorio con el cual se buscan proyectos que generen más rentabilidad, colaboración logística del cliente y posibles patrocinadores para el producto. |
| El precio varía según los costos de la producción, es decir según las características de las locaciones, los desplazamientos, la cantidad de actores y el crew en general. Este es un margen inicial, que permite un pago justo con las personas que trabajan en el proyecto y una ganancia para el fondo de la productora. | |

Comercial

| | |
|--|--|
| ¿Cuál será el precio del producto? | 6'000.000 - 15'000.000 |
| ¿Cómo se ha determinado el precio? | <p>Por el tiempo de la investigación del sector económico al que pertenece, por las necesidades de su público objetivo y por la construcción de una estrategia creativa dirigida al nicho, además de los costos de producción, la mano de obra, la postproducción y el costo extra sobre las ganancias de la productora.</p> |
| ¿Es un precio de introducción al mercado o es un precio definido? | <p>Es un precio introductorio cuando es el primer contenido que se va a generar para un sector económico específico, por ello se buscan proyectos iniciales que permitan la creación de un buen producto y de un portafolio.</p> <p>En los productos comerciales, no se buscan convenios con patrocinios.</p> |
| <p>El precio varía según los costos de la producción, es decir según las características de las locaciones, los desplazamientos, la cantidad de actores y el crew en general. Este es un margen inicial, que permite un pago justo con las personas que trabajan en el proyecto y una ganancia para el fondo de la productora.</p> | |

Mapping

| | |
|--|--|
| ¿Cuál será el precio del producto? | 5'000.000 - 35'000.000 |
| ¿Cómo se ha determinado el precio? | Basado en: el tiempo de construcción del concepto; la subcontratación de animadores y programadores para el desarrollo del contenido digital; el diseño sonoro y la composición musical; el alquiler de equipos técnicos y logísticos, más los costos de producción sobre el porcentaje de 95Film. |
| ¿Es un precio de introducción al mercado o es un precio definido? | Es un precio introductorio cuando es el primer contenido que se va a generar para un sector económico específico, por ello se buscan proyectos iniciales que permitan la creación de un buen producto y de un portafolio. En los productos comerciales, no se buscan convenios con patrocinios. |
| El precio varía según los costos de producción, y la dificultad en desarrollo del concepto, la arquitectura sobre la cual se va a proyectar o la instalación en caso de ser construida. Este es un margen inicial, que permite un pago justo con las personas que trabajan en el proyecto y una ganancia para el fondo de la productora. | |

Cortometraje / Ficción o documental

| | |
|---|---|
| ¿Cuál será el precio del producto? | 15'000.000 - 60'000.000 |
| ¿Cómo se ha determinado el precio? | Con base en: la investigación, el desarrollo de la idea, las asesorías de estructura y la construcción del guion, la preproducción, la producción según el tamaño del equipo de trabajo, la postproducción y la distribución. |
| ¿Cómo es la financiación? | <p>Buscamos que la productora mantenga un fondo destinado al desarrollo cinematográfico propio, que permita una retribución en la etapa de distribución venta del material en salas de cine y plataformas digitales.</p> <p>Se aspira a estímulos departamentales, fondos nacionales para el desarrollo cinematográfico por competencia o automáticos, coproducciones y financiaciones internacionales.</p> |
| Se aspira a tener una producción completamente del oriente antioqueño, con artistas y técnicos capacitados para suplir los diferentes cargos cinematográficos, que se requieren en una producción de calidad. | |

ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

| | |
|---|---|
| <p>¿Qué se hará para promocionar el negocio?</p> | <p>95Film está interesada en el voz a voz de los entornos digitales, por eso se hace un trabajo orgánico en la red social principal ‘Instagram’ donde no se publican contenidos buscando una venta directa, sino un reconocimiento de la forma de trabajo y los contenidos que se desarrollan.</p> <p>La productora desea atraer clientes abiertos a desarrollos creativos que potencien su marca.</p> <p>Con el videomapping se buscan proyecciones dinámicas en diferentes estructuras clásicas o reconocidas de la subregión del oriente de antioqueño, donde se puedan atraer espectadores que sientan curiosidad, y de manera indirecta dar visibilidad a los proyectos realizados por 95film.</p> |
| <p>¿Cuánto dinero se puede invertir en estas actividades?</p> | <p>En las redes sociales se piensa invertir en promoción enfocada al oriente antioqueño y segmentada en intereses particulares como el cine, el audiovisual, la música, el turismo, y</p> |

| | |
|--|--|
| | <p>así conservar seguidores que estén interesados en el contenido que se publica.</p> <p>Promoción 250.000</p> <p>Manejo de redes 300.000</p> <p>Video mapping</p> <p>Costos del software 200.000</p> <p>Costos de desplazamiento 250.000</p> |
| <p>Otros de los mecanismos a emplear para la promoción de los productos son las coproducciones y el relacionamiento con otras productoras y movimientos culturales cercanos a la industria cinematográfica nacional.</p> | |

Matriz DOFA

| Amenazas | Fortalezas |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - La poca inversión del público objetivo - Desconocimiento por parte del sector - Competir contra bajos costos | <ul style="list-style-type: none"> - Equipo conformado por calidad visual y sonora - Innovación en la forma de crear la publicidad para cada proyecto, con énfasis en el cine publicitario - Capacidad de trabajo, entendimiento en el crew. - Mantener un nicho por calidad |
| Debilidades | Oportunidades |
| <ul style="list-style-type: none"> - Infraestructura Técnica, la empresa está en proceso de adquirir equipos y capacitarse en algunos aspectos técnicos, como iluminación y keygrip - Concepto, es un campo que debe potenciarse aún más, pero en avanzar con más ligereza, capacitación y herramientas. - Producción, el colectivo está constituido por directores, directores de fotografía, montajistas y sonidistas, pero hay ausencia en el campo de preproducción en cuestiones organizativas y de gestión. | <ul style="list-style-type: none"> - La novedad en el sector; Normalmente los clientes buscan producciones de otros lugares, al estar en el sitio, podemos tener más cercanía para satisfacer las necesidades. - Creación de mercado; Propuestas innovadoras y creación de necesidades comunicativas, siendo solución para los clientes - Sectores específicos del mercado, que se interesen en los contenidos con conceptos y calidad cinematográfica - Creación del nicho |

ANALISIS PESTEL

| P- POLÍTICOS | E- ECONOMICOS | S-SOCIOPOLITICOS |
|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - Las estrategias locales y nacionales de promoción turística. - Fondos nacionales para la creación de emprendimientos y producción audiovisual. - El Fondo para el Desarrollo Cinematográfico (FDC) - Estímulos al talento creativo de la Gobernación de Antioquia. | <ul style="list-style-type: none"> - Reactivación económica de los sectores turísticos e industriales. - La reinversión turística en los movimientos culturales. -El nivel adquisitivo de sectores específicos, que demandan contenidos comerciales y publicitarios | <ul style="list-style-type: none"> - Las condiciones históricas de la región, permiten un acercamiento para la investigación de los movimientos sociales, el conflicto, las costumbres culturales, condiciones históricas y geográficas. - Movimientos culturales independientes para el desarrollo de eventos musicales y festivales de cine. |
| T-TECNOLOGICOS | E-ECOLOGICOS | L-LEGAL |
| <ul style="list-style-type: none"> - Las limitaciones económicas surgen de los altos costos de importación de equipos que no se encuentran en el mercado local o tienen precios demasiado elevados. - la conectividad a las redes de internet a nivel local y nacional son estables y permiten flujos de trabajo a distancia. | <ul style="list-style-type: none"> - Reconocimiento del entorno y las diferentes cambios climáticos que tiene la región. - Las condiciones de las vías de acceso a locaciones. | <ul style="list-style-type: none"> - Derechos de autor - Derechos sobre imágenes de archivo - Dificultades jurídicas para la creación y legalización de la productora |

V. Estudio técnico de la producción

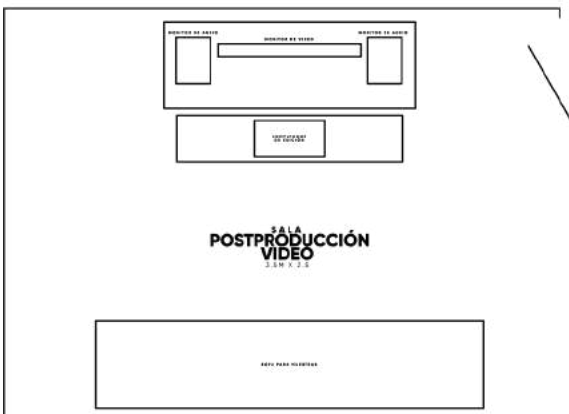
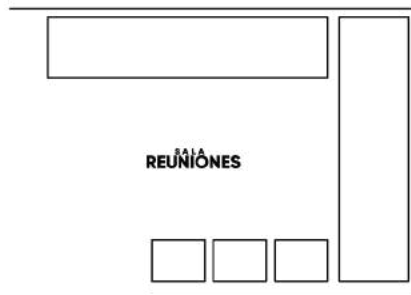
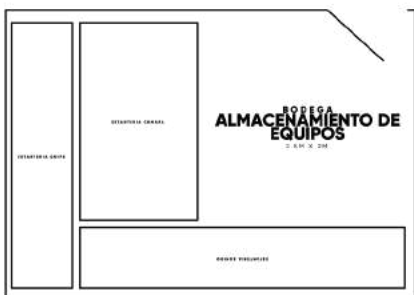
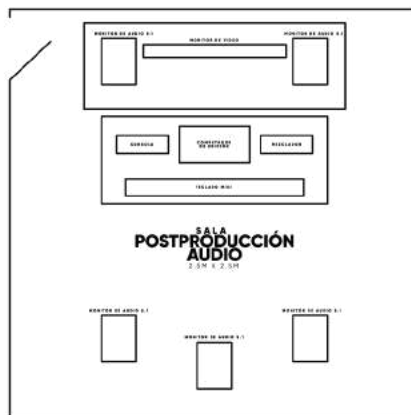
Características físicas del negocio

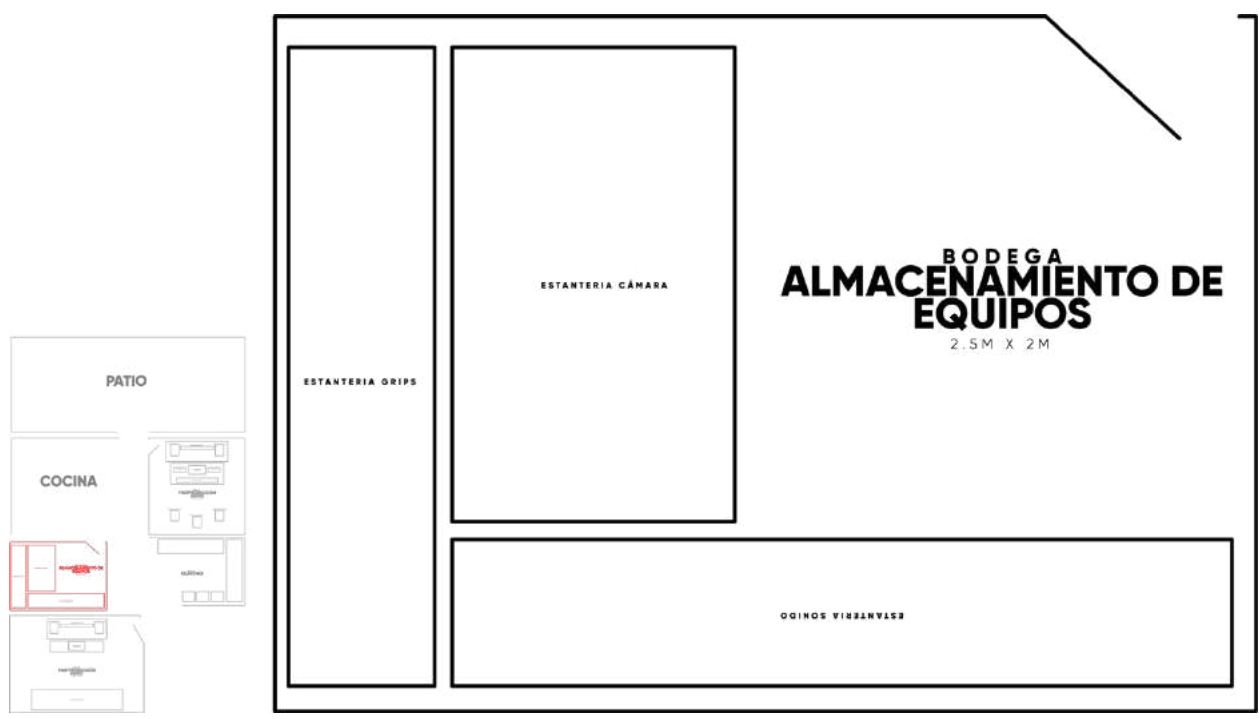
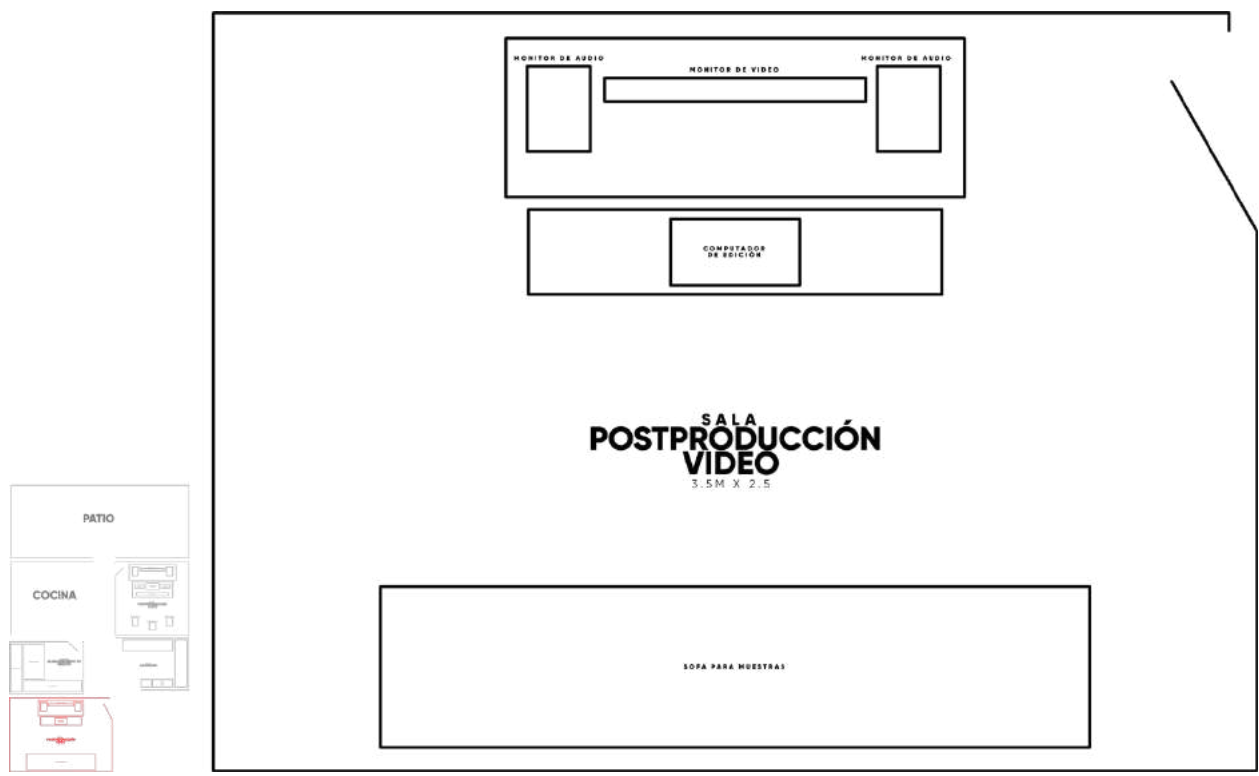
Localización del Negocio

95Film está ubicado en un lugar estratégico, con bajos costos de mantenimiento, buenas condiciones de conectividad y cercano a las principales fuentes económicas como lo son, el turismo de zona de embalse (Guatapé, San Rafael, San Carlos) y de la zona comercial e industrial (Floricultivos, centros comerciales, exportadoras agrícolas) .

Distribución de planta

95Film cuenta actualmente con una sede que dispone de, una bodega para el almacenamiento y protección de los equipos, una sala de postproducción de video amoblada con equipos para el montaje, la edición y la colorización, una sala de postproducción de audio amoblada con equipos para la mezcla y masterización de audio, grabación mediana de instrumentos y voces, una sala de reuniones y un estudio al aire libre con proyección de adquirir backgrounds para el alquiler de sesiones de fotografía





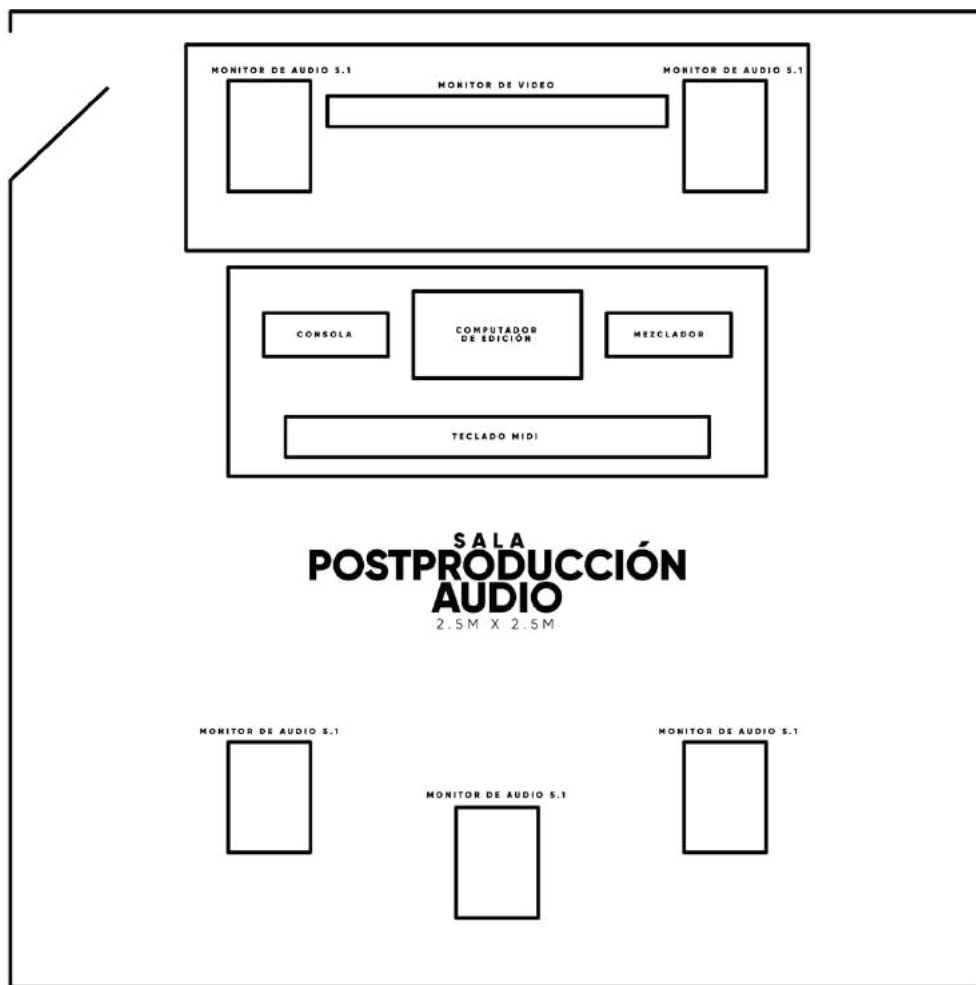
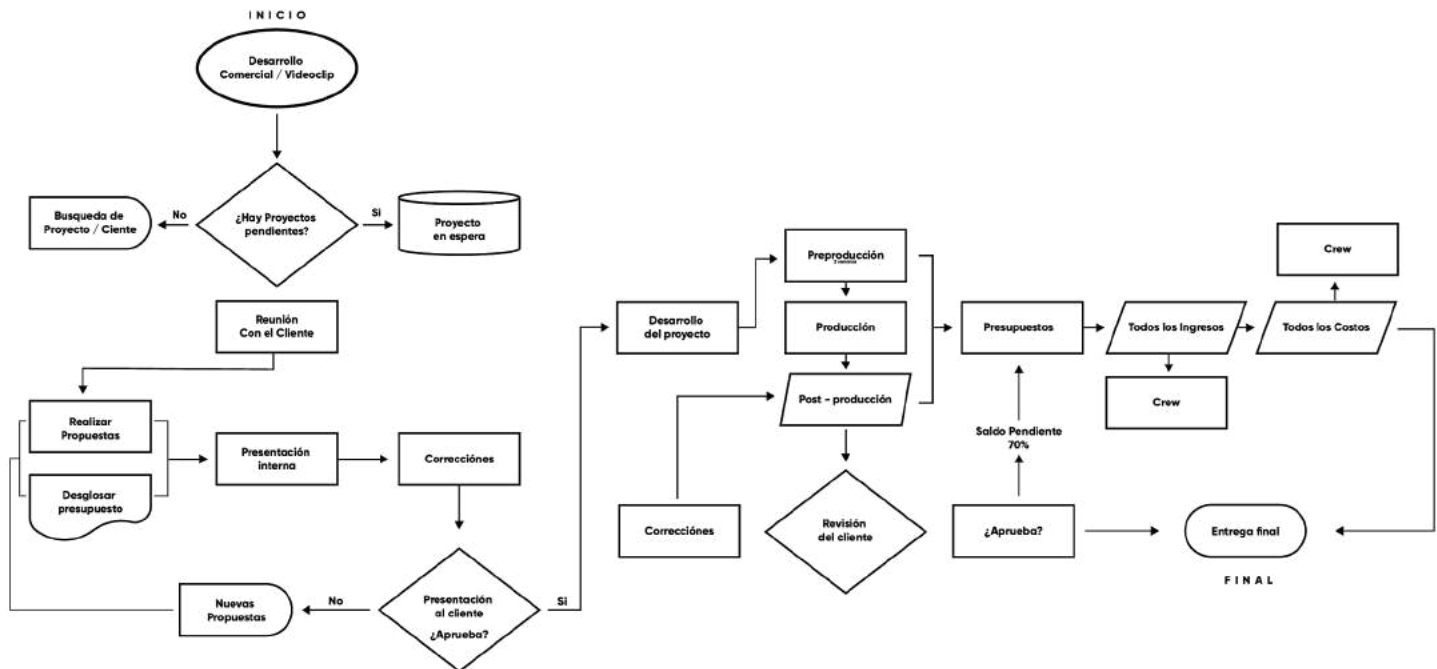
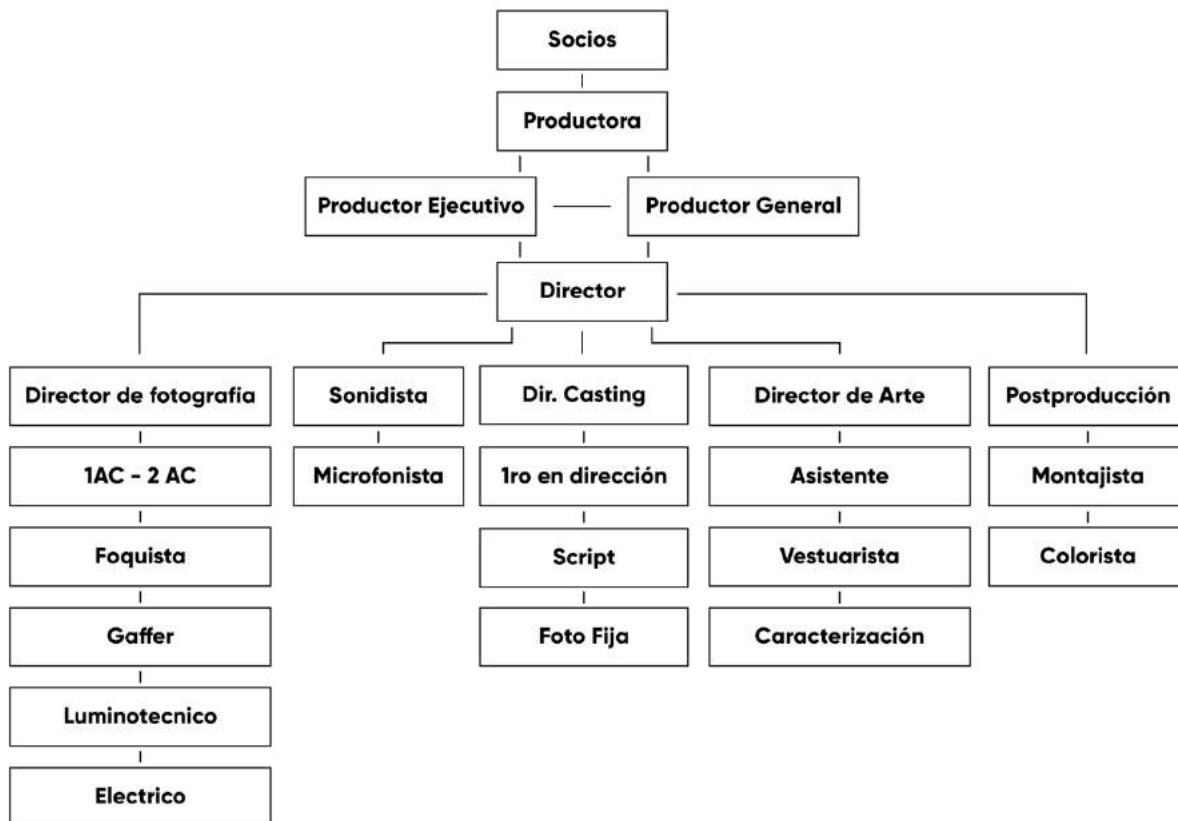


Diagrama de Flujo



Organigrama



Inversiones

| Producto | Cantidad | Presupuesto | Estado |
|----------------------------|-----------------|--------------------|---------------|
| Monitor | 1 | 900.000 | ✓ |
| Jaula de video | 1 | 650.000 | ✓ |
| Shoulder dcp3000 | 1 | 1'500.000 | ✓ |
| Telas | 4 | 100.000 | ✓ |
| Follow focus fl | 1 | 300.000 | ✓ |
| Hit luces arri HMI | 1 | 4'000.000 | |
| Tripode cabeza fluida | 1 | 800.000 | |
| Riel Dolly | 1 | 500.000 | ✓ |
| Cámara sony a7III | 1 | 8'000.000 | |
| Canon c500 | 1 | 18'000.000 | |
| Lente cine Rokinon 35mm | 1 | 2'500.000 | ✓ |
| Filtros | 10 | 300.000 | ✓ |
| Correas | 8 | 150.000 | ✓ |
| Filtros nd | 10 | 300.000 | ✓ |
| Targetas SD | 5 | 600.000 | ✓ |

| | | | |
|---|-------|------------|---|
| Monitor edición | 1 | 800.000 | ✓ |
| Monitores audio | 2 | 300.000 | ✓ |
| Mac Book Pro | 1 | 3'800.000 | ✓ |
| Zoom H8 | 1 | 2'300.000 | |
| Micrófono Boom | 1 | 900.000 | |
| Suspensión / Caña Carbon | 1 | 1'500.000 | |
| Monitores Yamaha Hs5 | 1 | 2'000.000 | |
| Micrófono Rode NT1 A | 1 | 1'500.000 | |
| Micrófono Shure Sm57 | 2 | 1'000.000 | |
| Consola X32 Behringer | 1 | 9'000.000 | |
| Audifonos Beyerdynamic Dt 990 pro | 1 | 900.000 | |
| | TOTAL | 66.000.000 | |

Proveedores

| PROVEEDOR | SERVICIO |
|-----------------------|-------------------|
| Importaciones Arturia | Venta de equipos |
| Metro Cámaras | Venta de equipos |
| Amazon | Venta de equipos |
| Franklin Gómez | Rental de equipos |
| Jhon Fredy Gomez | Rental de equipos |
| Julio Duque | Rental de DRONES |
| Gabriel Gallon | Rental de equipos |
| Isabela Cardona | Catering |
| Javier Cardona | Transporte |

Recursos Humanos

| NOMBRE | CARGO |
|------------------------|--|
| Sebastian Gómez | Dirección, Dirección de fotografía, Montaje |
| Javier Hoyos | Dirección, Dirección de fotografía, Montaje |
| Bryan Ocampo | Producción musical, sonido directo, Gaffer |
| Jeronimo Aristizabal | Producción musical, sonido directo, Productor |
| Santiago Lopera | Productor |
| Simone Cardona | Script, contabilidad, Investigadora |
| Adriana Giraldo | Dirección de Arte |
| Marianela Naranjo | Vestuarista |
| Maria Alejandra Romero | Vestuarista |
| Oscar Suarez | Sonido y AC |
| Isabela Cardona | Asistencia de arte |
| Alejandro Perez | Foto FIja |
| Alan David Gómez | Foto fija |
| Laura Cardenas | DIT - 1AC |
| Juan Diego Lopez | 1AC - productor de campo |

Directivos / socios

Sebastian Gómez Agudelo

Estudiante de último semestre en comunicación y lenguajes audiovisuales de la Universidad de Medellín. Experiencia en proyectos audiovisuales como director, director de fotografía y Montajista. Desde hace más de 6 años hace parte de ROCKTOWN, un colectivo audiovisual en pro de bandas y eventos del rock local y nacional, con experiencia en live sessions y cubrimiento de eventos en vivo. Co-fundador de DUCK DOWN Ejerciendo cargos como Dirección, Dirección de fotografía y montaje. Productora audiovisual que siempre buscó llevar los proyectos un paso más allá de lo académico, alcanzando logros importantes para el colectivo, como; ORO MIEL 2do puesto en el X FESTIVAL PANTALONES CORTOS 2018, muestra BOGOSHORTS 2018 y FESTIVAL DE CINE DE POPAYÁN 2018. Videoclip Mutante FESTIVAL DE CINE DE JARDÍN, FICME, SANTA FE DE ANTIOQUIA 2019. Experimental Las Hilanderas PREMIOS HUELLA. Documental Canto al mar SELECCIÓN OFICIAL FICCI 60° 2020. Video arte Sentires GANADOR DE ESTÍMULOS DE LA GOBERNACIÓN DE ANTIOQUIA 2020 Selección En el VIDEOTITLÁN 2020 MÉXICO.

FILMOGRAFÍA

Cortometraje COUTEN / 2015

Función: Director, guionista y
montajista Tiempo: 4 meses

Serie web LAS 96 HORAS / 2016

Función: Director
Tiempo: 4 meses

Cortometraje DICOTOMÍA / 2016

Función: Director
Tiempo: 2 meses

Serie web COCINE PUES! / 2018

Función: Director y montaje
Tiempo: 4 meses

Cortometraje OROMIEL / 2018

Función: Dirección
Tiempo: 6 meses

Documental CANTO AL MAR / 2019

Función: Dirección

La Maleta - La Gavilla Changoreta

Cargo: Co-Dirección, Dir Fotografía
Año: 2020

Arrullo para un alma inquieta

Dir. Fotografía, Montaje
2020

Experimental BABY BREEZE / 2019

Función: Dirección de fotografía y
montaje Tiempo: 6 meses

Cortometraje SENTA'O / 2019

Función: Dirección
Tiempo: 6 meses

Experimental LAS HILANDERAS / 2019

Función: Dirección de fotografía y montaje
Tiempo: 6 meses

VideoClip MUTANTE / 2019

Función: Dirección de fotografía y
Montaje Tiempo: 6 meses

Videoarte SENTIRES / 2020

Función: Dirección de fotografía y
Montaje Tiempo: 6 meses

Jeronimo Aristizabal

Estudiante de quinto semestre de artes de la grabación y producción musical, estudiante de tercer semestre de técnica profesional en las prácticas musicales énfasis piano. Técnico en animación digital, tecnólogo en animación 3D

Líder de los estudiantes semillero de investigación en técnicas de grabación Tecnigrau ITM.

Canto al mar Documental

Diseño sonoro

Senta'o

Sonido y diseño sonoro

Sentires

Compositor e instrumentista

La Maleta Gavilla Chagoneta

Productor

Arrullo para un alma inquieta

Sonido y diseño sonoro

Producción Conciertos de muestras Red de escuelas de música

Jefe de grabación ITM

Grabación de Disco

El piloto - Los olinguitos - Jazz

Jefe de grabación

Eafit-ITM

Conciertos de temporada FILARMED

Jefe de grabación

ITM

Javier Andres Hoyos Tobón

Estudiante de cuarto semestre de Comunicación Audiovisual y Multimedia en la Universidad de Antioquia, realizador audiovisual, artista visual y creador de contenidos para plataforma digitales
Camarógrafo, fotógrafo, director, guionista y montajista

Dualidad - Corto de ficción realizado en los laboratorios audiovisuales de la cinemateca
Cargo: Dirección, Guión, Dir. Fotografía y Montaje
Año: 2018

Arbitrium - Serie radial realizada en proyecto de semestre de la Universidad de Antioquia
Cargo: Sonido y diseño sonoro
Año: 2019

Cara y Sello - Cortometraje de ficción realizado en los laboratorios audiovisuales de la cinemateca
Cargo: Dir. Fotografía
Año: 2019

Senta'ó - Cortometraje de ficción
Cargo: Foto fija
Año: 2019

Ventanas - Cortometraje documental y experimental realizado para la convocatoria #YoFilmoEnCasa
Cargo: Dirección, Dir. Fotografía y Montaje
Año: 2020

Historia de una Botella - Serie de ficción realizada para la convocatoria "Con la lavadora al fondo" de RTVC
Cargo: Dirección, Guión, Dir. Fotografía y Montaje
Tiempo: 2020

La Caja de Morfeo - Serie documental realizada en proyecto de semestre de la Universidad de Antioquia
Cargo: Dirección y montaje
Año: 2020

La Maleta - Videoclip realizado para La Gavilla Changoreta
Cargo: Co-Dirección y Guión
Año: 2020

Bryan Ocampo Gómez

Soy del municipio de El Peñol - Antioquia, estudio artes de la grabación y producción musical en el ITM, me destaco en la composición y en la interpretación de instrumentos de cuerdas pulsadas (tiple, bandola, guitarra, ukulele, bajo y cuatro llanero) y piano.

La maleta- Gavilla Changoreta

Cargo: Gaffer

Tiempo:

Arrullo para un alma inquieta

Cargo: Sonido y diseño sonoro

Tiempo:

Bullerengue - Duckdown

cargo: mezcla y mastering

Videojuego Un cadáver exquisito

Cargo: compositor y diseñador sonoro

En el ayer - Franklin Gomez

Cargo: compositor e intérprete

Sentires - Pasillo (ganador de estímulos 2020)

Cargo: compositor y diseñador sonoro

V. Estudio Económico

Determinación de Mano de Obra necesaria

| Denominación: Videoclip | | | | Identificación # |
|-------------------------|--|--------------------|---|--------------------|
| Nº Fase | Descripción | Etapas | Descripción y recursos | Tiempo/hombre/días |
| 1 | Dirección Guionista | Escritura | Investigación, creación de guión y Concepto | 15 |
| 2 | Dirección Producción Dirección de Fotografía Dirección de Arte | Preproducción | Locaciones, guión técnico, ensayos actores vestuario y arte | 8 |
| 3 | Producción Dirección Script Dirección de Fotografía Asistencia de Fotografía Gaffer Foto fija Dirección de Arte Asistencia de Arte | Producción | Rodaje | 4 |
| 4 | Montajista Colorista | Post Producción | Montaje y finalización | 8 |
| | Tiempo / hombre TOTAL | | | 114 |

| Denominación: Video Comercial | | | | Identificación # |
|--------------------------------------|--|--------------------|---|---------------------------|
| Nº Fase | Descripción | Etapas | Descripción y recursos | Tiempo/hombre/días |
| 1 | Dirección Guionista | Escritura | Investigación, creación de guión y Concepto | 8 |
| 2 | Dirección Producción Dirección de Fotografía Dirección de Arte | Preproducción | Locaciones, guión técnico, ensayos actores vestuario y arte | 8 |
| 3 | Producción Dirección Script Dirección de Fotografía Asistencia de Fotografía Gaffer Foto fija Dirección de Arte Asistencia de Arte | Producción | Rodaje | 2 |
| 4 | Montajista Colorista | Post Producción | Montaje y finalización | 6 |
| | Tiempo / hombre TOTAL | | | 70 |

| Denominación: Cortometraje | | | | Identificación # |
|-----------------------------------|---|--------------------|---|---------------------------|
| Nº Fase | Descripción | Etapas | Descripción y recursos | Tiempo/hombre/días |
| 1 | Dirección Guionista | Escritura | Investigación, creación de guión y Concepto | 30 |
| 2 | Dirección Producción Dirección de Fotografía Dirección de Arte | Preproducción | Locaciones, guión técnico, ensayos actores vestuario y arte | 15 |
| 3 | Producción Dirección Script Dirección de Fotografía Asistencia de Fotografía Gaffer Foto fija Dirección de Arte Asistencia de Arte Actores | Producción | Rodaje | 7 |
| 4 | Montajista Colorista | Post Producción | Montaje y finalización | 15 |
| | Tiempo / hombre TOTAL | | | 220 |

| Denominación: Documental | | | | Identificación # |
|---------------------------------|---|-----------------|----------------------------------|---------------------------|
| Nº Fase | Descripción | Etapa | Descripción y recursos | Tiempo/hombre/días |
| 1 | Dirección Investigador | Escritura | Investigación, creación de guión | 60 |
| 2 | Dirección Producción | Preproducción | Locaciones Personajes | 20 |
| 3 | Producción Dirección Script Dirección de Fotografía | Producción | Rodaje | 20 |
| 4 | Montajista Colorista | Post Producción | Montaje y finalización | 15 |
| | Tiempo / hombre TOTAL | | | 260 |

Sistemas de retribución

| <i>Cargo</i> | <i>Salario</i> | <i>Dia</i> | <i>Labor</i> | <i>Fijo</i> |
|--------------------------|------------------|------------|--------------|-------------|
| <i>Socio</i> | <i>1'000.000</i> | | | <i>x</i> |
| <i>Socio</i> | <i>1'000.000</i> | | | <i>x</i> |
| <i>Socio</i> | <i>1'000.000</i> | | | <i>x</i> |
| <i>Socio</i> | <i>1'000.000</i> | | | <i>x</i> |
| <i>Guionista</i> | <i>1'000.000</i> | | <i>x</i> | |
| <i>Productor</i> | <i>500.000</i> | <i>x</i> | | |
| <i>Dirección</i> | <i>500.000</i> | <i>x</i> | | |
| <i>Dir Fotografía</i> | <i>500.000</i> | <i>x</i> | | |
| <i>Dirección de arte</i> | <i>350.000</i> | <i>x</i> | | |
| <i>Montajista</i> | <i>300.000</i> | <i>x</i> | | |
| <i>Asistente de arte</i> | <i>100.000</i> | <i>x</i> | | |
| <i>IAC</i> | <i>100.000</i> | <i>x</i> | | |
| <i>Sonidista</i> | <i>200.000</i> | <i>x</i> | | |
| <i>Script</i> | <i>100.000</i> | <i>x</i> | | |
| <i>DIT</i> | <i>350.000</i> | <i>x</i> | | |
| <i>Gaffer</i> | <i>300.000</i> | <i>x</i> | | |
| <i>Luminotécnico</i> | <i>100.000</i> | <i>x</i> | | |

Presupuestos

Videoclip La Maleta

Ciente Gavilla Changoreta

Presupuesto 3'000.000

| RECURSOS TECNICOS | | | | | |
|--------------------------------|----------|-----------|------|-------------|------------|
| EQUIPOS | CANTIDAD | VALOR DIA | DIAS | VALOR TOTAL | DISPONIBLE |
| Cámara Sony a7sII o a7sIII | 1 | 50.000 | 3 | 150.000 | ALQUILER |
| Lente 18 mm | 1 | 110.000 | 2 | 220.000 | ALQUILER |
| Lente 35 mm | 1 | 80.000 | 2 | 160.000 | ALQUILER |
| Lente 85 mm | 1 | 50.000 | 2 | 100.000 | ALQUILER |
| Lente kit 28-70 mm | 1 | | 3 | 0 | ALQUILER |
| Shoulder | 1 | 60.000 | 3 | 180000 | 95 FILM |
| Follow Focus F1 manual | 1 | 50.000 | 3 | 150000 | 95 FILM |
| Monitor | 1 | 70.000 | 3 | 210000 | 95 FILM |
| Jaula | | 35.000 | 3 | 105000 | 95 FILM |
| LUCES | | | | | |
| Kit de Luces Arri - Tungteno | 1 | | 2 | | UDEM |
| 1K | 1 | 120.000 | 2 | 240000 | UDEM |
| 650w | 2 | 100.000 | 2 | 200000 | UDEM |
| Baby | 1 | 70.000 | 2 | 140000 | UDEM |
| Regilla o Grill / Roja y verde | 2 | 15.000 | 2 | 30000 | UDEM |
| Galleta | 3 | 15.000 | 2 | 30000 | UDEM |
| Pinzas | 2 | 15.000 | 2 | 30000 | UDEM |
| Tenazas | 2 | 15.000 | 2 | 30000 | UDEM |
| Brazos | 2 | 15.000 | 2 | 30000 | UDEM |
| Grill | 2 | 15.000 | 2 | 30000 | UDEM |
| | | | | | |
| Cajón 3 medidas | 1 | 20.000 | 3 | 60000 | 95 FILM |
| Difusor | 3 | 20.000 | 3 | 60000 | DUCK DOWN |
| CTB | 2 | 5.000 | 3 | 15000 | UDEM |

| | | | | | |
|----------------------------|---|--------|---|--------|------------|
| CTO | 2 | 5.000 | 3 | 15000 | UDEM |
| Filtro Rojo | 2 | 5.000 | 3 | 15000 | OMAR |
| Extensión | 4 | 10.000 | 3 | 30000 | UDEM-JAVI |
| Panel led 60w | 1 | 20.000 | 3 | 60000 | 95 FILM |
| Regilla de tela | 1 | 10.000 | 3 | 30000 | 95 FILM |
| Panel 1 x 1 Icopor | 1 | 4.000 | 3 | 12000 | 95 FILM |
| Papillon Blanco | 2 | 20.000 | 3 | 60000 | 95 FILM |
| Panel 1 x 1 Tela Negra | 2 | 10.000 | 3 | 30000 | 95 FILM |
| Poleas | 4 | | | | |
| Tripode | 1 | 50.000 | 3 | 150000 | UDEM-FLAKO |
| Soporte para Carro | 1 | 15.000 | 3 | 45000 | 95 FILM |
| Dolly | 1 | | 3 | 0 | 95 FILM |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| Chupas para carro | 4 | 12.000 | | | |
| RECURSOS DIRECCION DE ARTE | | | | | |
| | | | | | |
| Tanque de Gasolina | | | | | |
| Lamparas de mesa | | | | | |
| Maquina de humo | | | | x | |
| Maleta | | | | x | |
| Carro | | | | | |
| Maletin Negro portafolio | | | | x | |
| Cigarillos- tabaco | | | | | |
| | | | | | |
| Fosforos de madera | | | | x | |
| Cortinas viejas | | | | x | |
| Probetas | | | | | |
| Kit destilador | | | | x | |
| Ilustraciones | | | | | |

| Planos del artefacto | | | | | |
|----------------------|----------|-------------------|----------------|---|--|
| Prensa Francesa | | | | | |
| Recipiente de café | | | | x | |
| Colcha setentera | | | | x | |
| Mesa Vieja | | | | x | |
| Candelabro | | | | x | |
| Silla Vieja | | | | x | |
| Tv antiguo | | | | x | |
| Pavecera | | | | x | |
| Colillas | | | | x | |
| Encendedor | | | | x | |
| Lápiceros viejos | | | | x | |
| Libreta de notas | | | | x | |
| Penacho | | | | x | |
| Cuerdas - sogá | | | | | |
| Espejo mediano | | | | | |
| Tapete | | | | x | |
| Gasolina | | | | x | |
| Ropa | | | | x | |
| Manguera | | | | x | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| VIATICOS | | | | | |
| CONCEPTO | CANTIDAD | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL | | |
| Transporte | 3 | 50.000 | 150.000 | | |
| Botiquin | 1 | 30000 | 30000 | | |
| Desayuno | 10 | 4000 | 40000 | | |
| Almuerzo | 20 | 9000 | 180000 | | |
| Refrigerios | 10 | 3000 | 30000 | | |
| Cena | 10 | 9000 | 90000 | | |
| Hidratación | 6 | 12.000 | 72000 | | |

Recorrido Jardines

Cliente Parque comercial Jardines Llanogrande

Presupuesto 2'000.000

| COTIZACIÓN JARDINES RECORRIDO | | | | | |
|-------------------------------|---------------------|--------|--------------|----------------|------------------|
| ETAPA | PROCESO | TIEMPO | COSTO | TOTAL UNITARIO | TOTAL |
| EQUIPOS | Cámara Sony A7III | 1 DÍA | 140.000 | 140.000 | 1.050.000 |
| | Lente Rokinon 14 mm | 1 DÍA | 155.000 | 155.000 | |
| | H6 Zoom | 1 DÍA | 80.000 | 80.000 | |
| | Bateria Sony | 1 DÍA | 40.000 | 40.000 | |
| | Drone | 1 DÍA | 350.000 | 350.000 | |
| | Boom | 1 DÍA | 40.000 | 40.000 | |
| | Estabilizador | 1 DÍA | 200.000 | 200.000 | |
| | Follow Focus | 1 DÍA | 30.000 | 30.000 | |
| | Filtros ND | 1 DÍA | 15.000 | 15.000 | |
| PRODUCCIÓN | Productor | 1 DÍA | 100.000 | 100.000 | 550.000 |
| | Cámara | 1 DÍA | 100.000 | 100.000 | |
| | Director | 1 DÍA | 100.000 | 100.000 | |
| | Operadoe de drone | 1 DÍA | 150.000 | 150.000 | |
| | Sonido | 1 DÍA | 100.000 | 100.000 | |
| Post Producción | Montajista | 1 DÍA | 100.000 | 100.000 | 400.000 |
| | Musicalizacion | 1 DÍA | 100.000 | 100.000 | |
| | Colorización | 1 DÍA | 100.000 | 100.000 | |
| | Graficación | 1 DÍA | 100.000 | 100.000 | |
| | | | TOTAL | | 2.000.000 |

Capsulas Experiencia Jardines**Ciente** Parque comercial Jardines Llanogrande**Presupuesto** 4'000.000

| COTIZACIÓN JARDINES CAPSULAS | | | | | |
|------------------------------|--------------------|--------|---------|----------------|-----------|
| ETAPA | PROCESO | TIEMPO | COSTO | TOTAL UNITARIO | TOTAL |
| EQUIPOS | Cámara Sony A7III | 2 DÍAS | 140.000 | 280.000 | 1.600.000 |
| | Lente Rokinon 35mm | 2 DÍAS | 150.000 | 300.000 | |
| | Lente Kit 24 - 70 | 2 DÍAS | 50.000 | 100.000 | |
| | H6 Zoom | 2 DÍAS | 80.000 | 160.000 | |
| | Bateria Sony | 2 DÍAS | 40.000 | 80.000 | |
| | Boom | 2 DÍAS | 40.000 | 80.000 | |
| | Flex | 2 DÍAS | 15.000 | 30.000 | |
| | Estabilizador | 2 DÍAS | 200.000 | 400.000 | |
| | Follow Focus | 2 DÍAS | 30.000 | 60.000 | |
| | | | | | |
| | | | | | |

| | | | | | |
|------------------------|----------------|--------|--------------|---------|-----------|
| | Filtros ND | 2 DÍAS | 15.000 | 30.000 | |
| | Jaula de video | 2 DÍAS | 40.000 | 80.000 | |
| | | | | | |
| PRODUCCIÓN | Productor | 2 DÍAS | 125.000 | 250.000 | 1.000.000 |
| | Cámara | 2 DÍAS | 125.000 | 250.000 | |
| | Director | 2 DÍAS | 125.000 | 250.000 | |
| | | | | | |
| | Sonido | 2 DÍAS | 125.000 | 250.000 | |
| | | | | | |
| Post Producción | Montajista | 5 DÍAS | 100.000 | 500.000 | 1.400.000 |
| | Musicalizacion | 2 DÍAS | 100.000 | 200.000 | |
| | Colorización | 1 DÍA | 100.000 | 100.000 | |
| | Graficación | 2 DÍAS | 200.000 | 400.000 | |
| | Diseño Sonoro | 1 DÍA | 200.000 | 200.000 | |
| | | | TOTAL | | 4.000.000 |

Experiencia Porto Azul

Cliente Porto Azul

Presupuesto 3'500.000

| VIDEO PORTO AZUL | | | | | |
|------------------|--------------------|--------|--------------|------------------|--|
| ETAPA | PROCESO | TIEMPO | COSTO | TOTAL | |
| Alquiler | Cámara Sony A7III | 1 DÍA | 200.000 | 800.000 | |
| | Lente Rokinon 35mm | 1 DÍA | 110.000 | | |
| | Lente Kit 24 - 70 | 1 DÍA | 30.000 | | |
| | Drone | 1 DÍA | 150.000 | | |
| | H6 Zoom | 1 DÍA | 60.000 | | |
| | Bateria Sony | 1 DÍA | 30.000 | | |
| | Boom | 1 DÍA | 40.000 | | |
| | GoPro | 1 DÍA | 50.000 | | |
| | Flex | 1 DÍA | 15.000 | | |
| | | | | | |
| | Shoulder | 1 DÍA | 30.000 | | |
| | Follow Focus | 1 DÍA | 30.000 | | |
| | Filtros ND | 1 DÍA | 15.000 | | |
| Jaula de video | 1 DÍA | 40.000 | | | |
| Viaticos | Transporte | 1 DÍA | 50.000 | 100.000 | |
| | Alimentacion | 1 DÍA | 50.000 | | |
| Producción | Productor | 1 DÍA | 200.000 | 1.200.000 | |
| | Director | | 200.000 | | |
| | Cámara | 1 DÍA | 200.000 | | |
| | Fotografo | 1 DÍA | 200.000 | | |
| | Operador de Drone | 1 DÍA | 200.000 | | |
| | Sonido | 1 DÍA | 200.000 | | |
| Post Producción | Montajista | 3 DÍAS | 500.000 | 1.400.000 | |
| | Musicalizacion | 1 DÍA | 200.000 | | |
| | Colorización | 1 DÍA | 300.000 | | |
| | Graficación | 1 DÍA | 200.000 | | |
| | Edición Fotografía | 1 DÍA | 200.000 | | |
| | | | TOTAL | 3.500.000 | |

VII. Proyectos

Durante los casi seis meses de conformada la productora, se han realizado algunos proyectos independientes, y proyectos comerciales para clientes de sectores específicos como centros comerciales y atracciones turísticas, logrando la creación de un portafolio que cumple con los diferentes segmentos de la productora.

Sentires

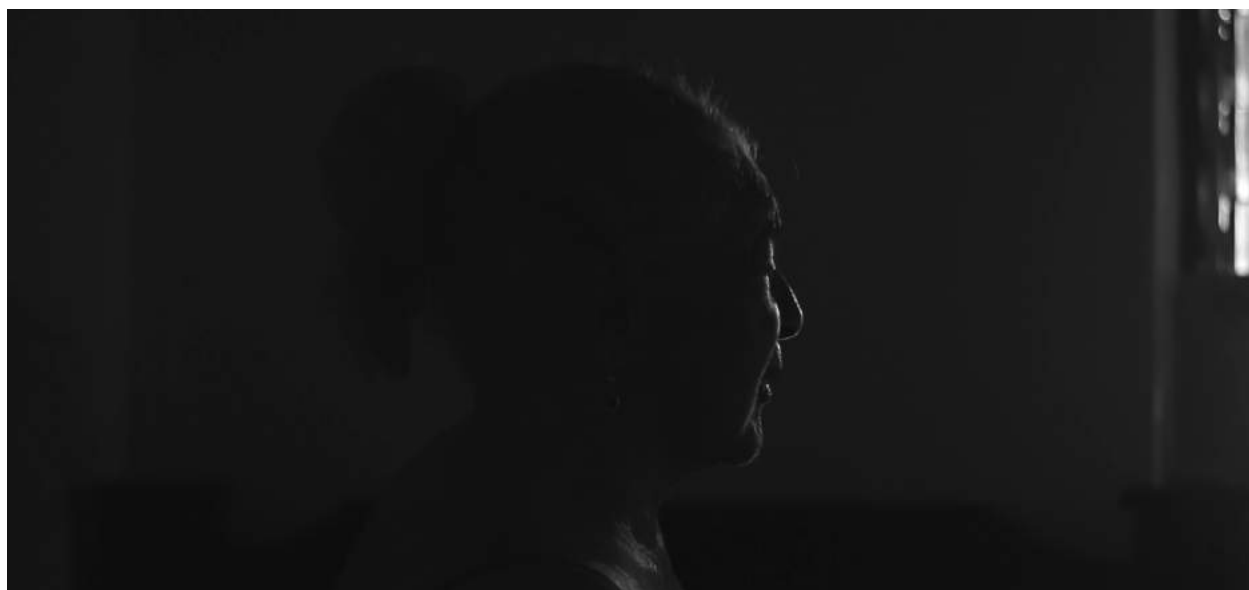
Video Experimental

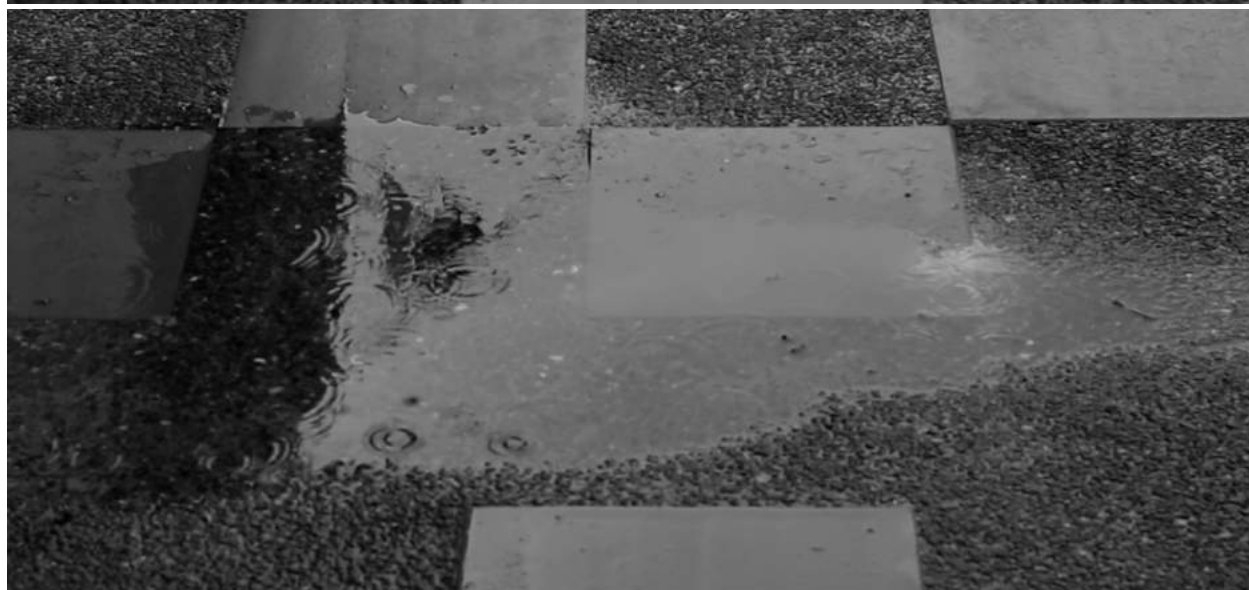
Rodado durante la cuarentena, ganador de la convocatoria de la gobernacion de antioquia y selección oficial del festival de video ensayo mexicano Videotitlan.



COMPOSICIÓN BRAYAN A. OCAMPO, JERONIMO ARISTIZABAL
DIR. FOTOGRAFÍA SEBASTIAN GÓMEZ PIANO JERÓNIMO ARISTIZABAL
PAISAJE SONORO BRAYAN A. OCAMPO MONTAJE & COLOR SEBASTIAN GÓMEZ
PRODUCCIÓN 95FILM 2020



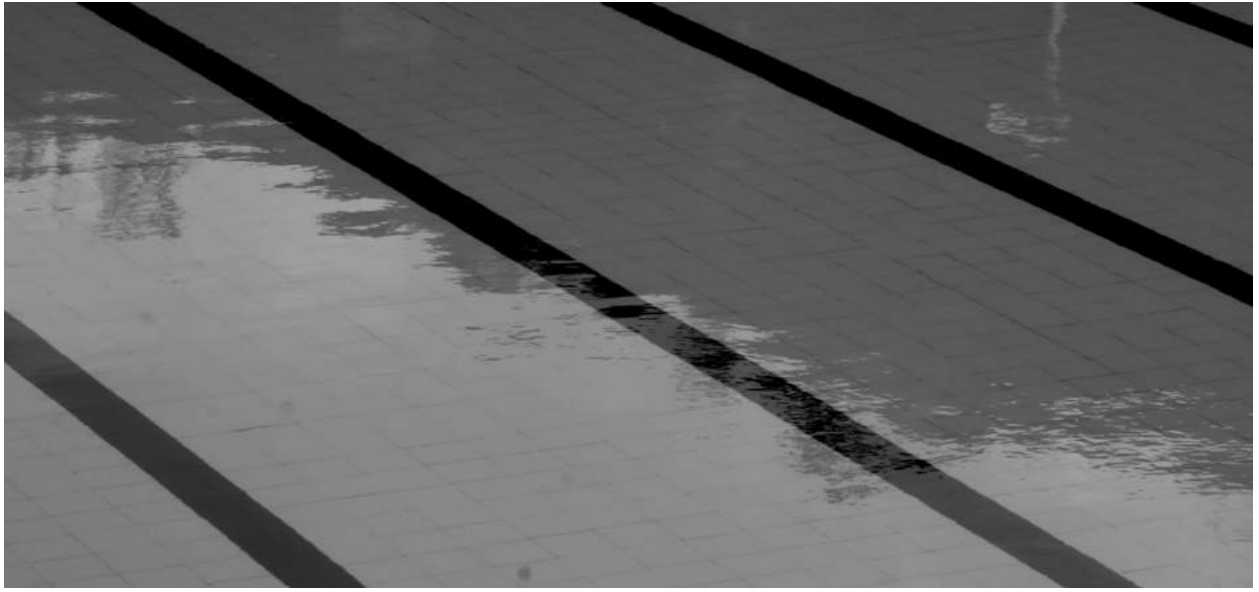


















Arrullo para Un Alma Inquieta

Micro Documental

Andres es un joven músico y compositor, interpreta la guitarra clasica con las emociones que la música trae a su vida. El instrumento para el es un medio de conexión con el mundo, para meditar y estar en calma.

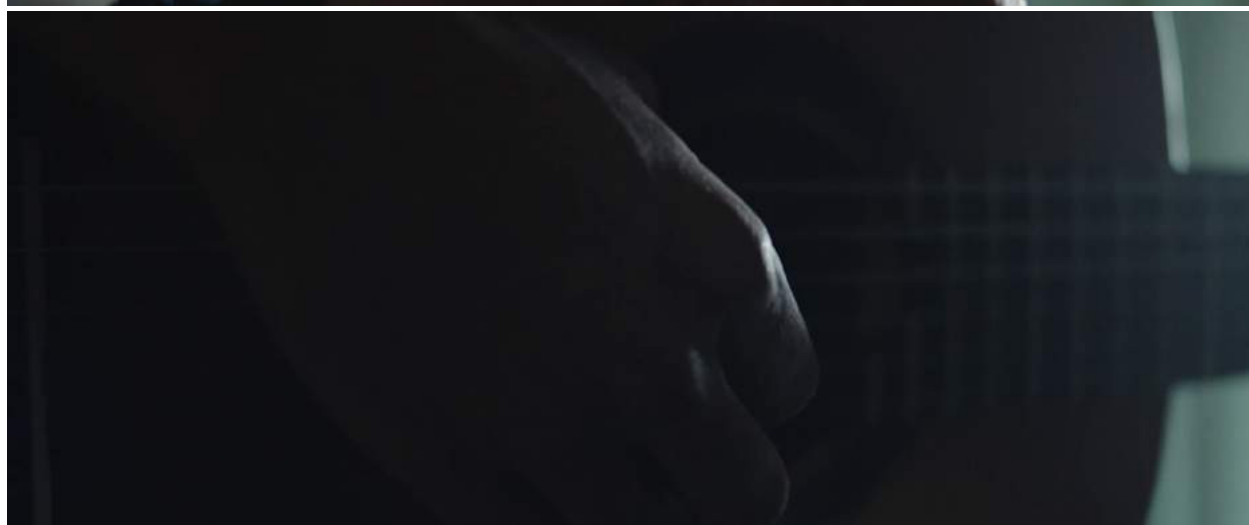


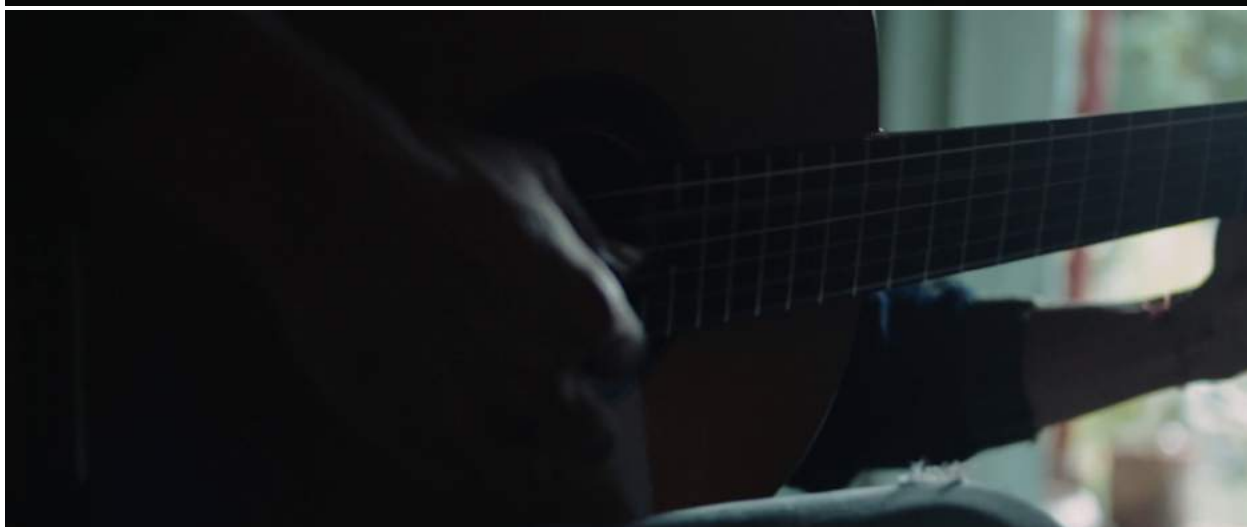
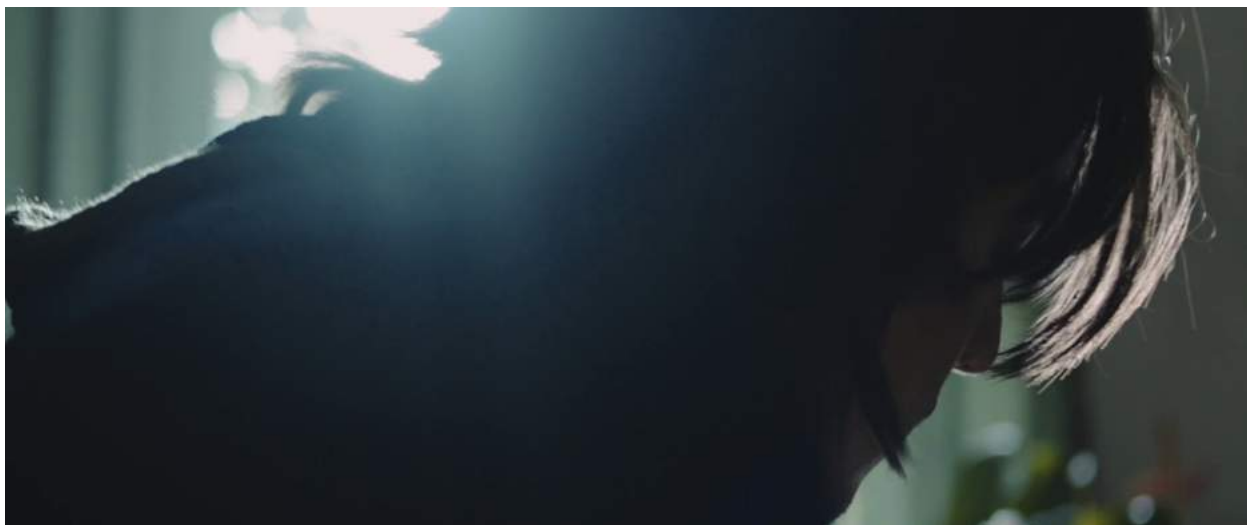
















ANDRÉS CARDONA, COMPOSITOR E INTERPRETE.
 PABLO FERRER, PABLO HERNÁNDEZ, WALTER MORALES,
 WILSON LÓPEZ

Andrés Cardona
ARRULLO PARA UN ALMA INQUIETA

95FILM

ANDRÉS CARDONA, MIGUEL CHARTS
 SEBASTIÁN GÓMEZ, BRYAN OCARPO, JERONIMO ARISTIZABAL, OSCAR SUÁREZ
 BRYAN OCARPO, JERONIMO ARISTIZABAL, SEBASTIÁN GÓMEZ, JAVIER HOYOS

COPIA LOS DERECHOS DE LA INTERPRETACIÓN MUSICAL
 LOS DERECHOS DE AUTOR ESTÁN RESERVADOS PARA LOS PRODUCTORES Y EDITORES DE ESTA OBRA



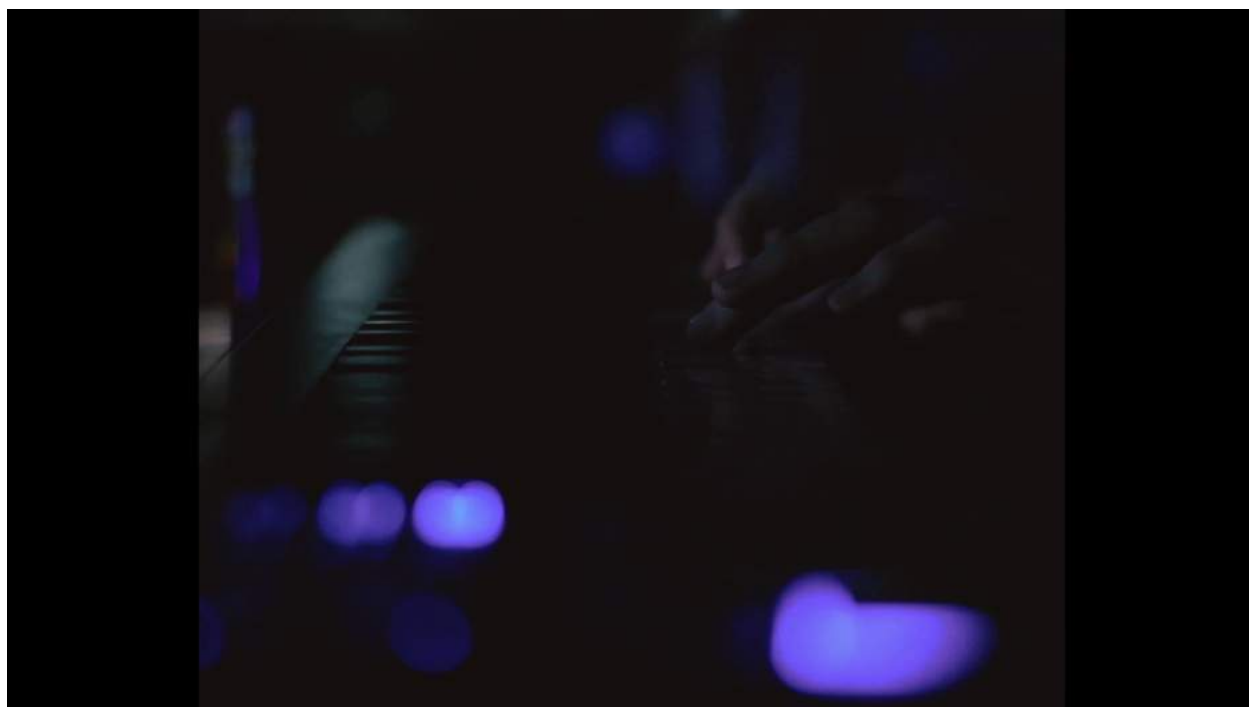
La Ruta de Fuego

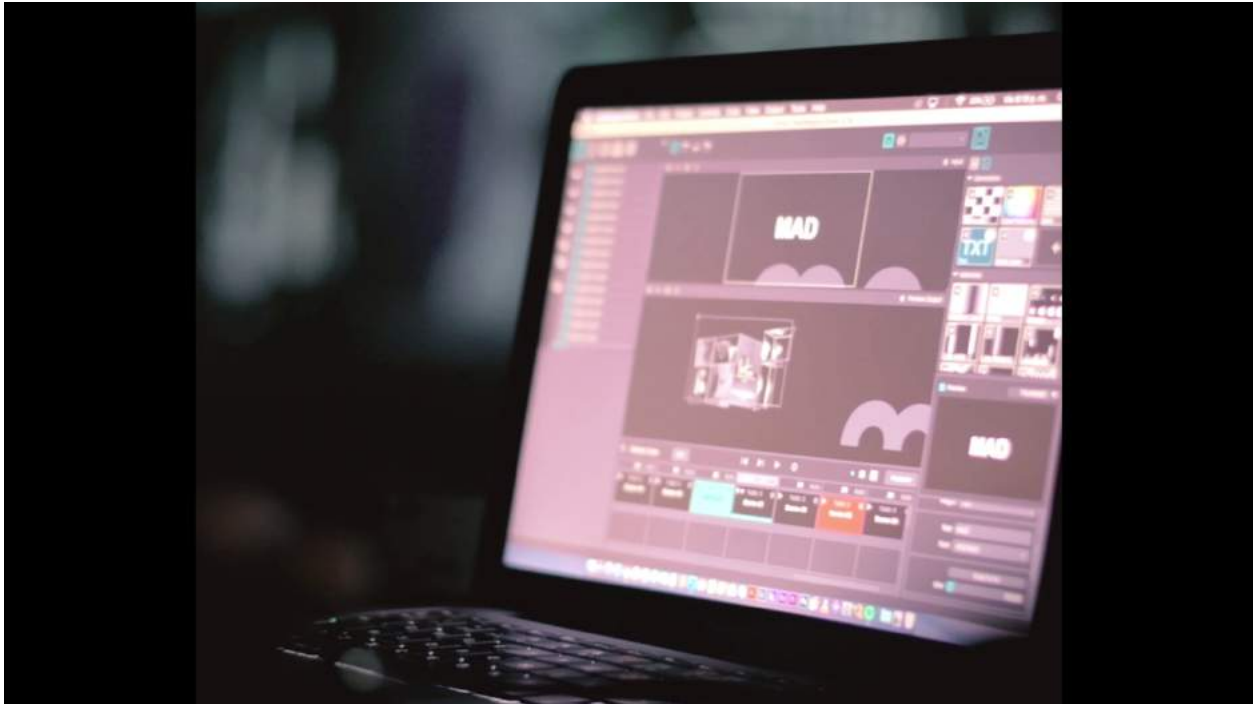
VideoMapping / Jam

Buscando nuevas perspectivas visuales y espaciales con las cuales integrar la música, realizamos un jam con algunos músicos, en los que apartir de un tema o sentimiento, iniciabamos una improvisación que buscaba una interpretacion en lo visual, proyectado sobre una arquitectura sumetrica.



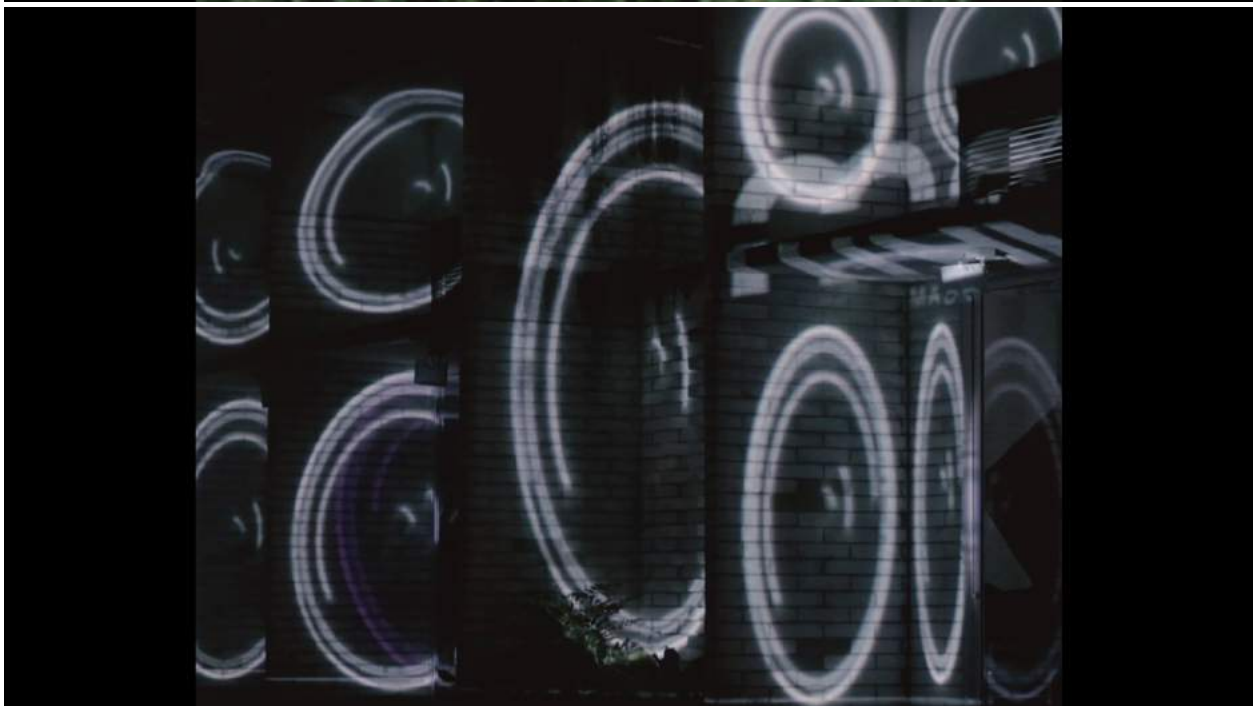














La Maleta

Videoclip / La Gavilla Changoreta

La Gavilla Changoreta crea un relato que surge de una improvisación, en la letra de LA MALETA existe un viaje para ir a una fiesta y donde se mencionan detalladamente los elementos fundamentales. Es la antesala a un festejo que se va a ejecutar con mucha maña. En ese relato se habla de los integrantes de la banda y su preparación, cada uno en un ritual personal que se conjuga para hacer estallar un acontecimiento preparado minuciosamente.





















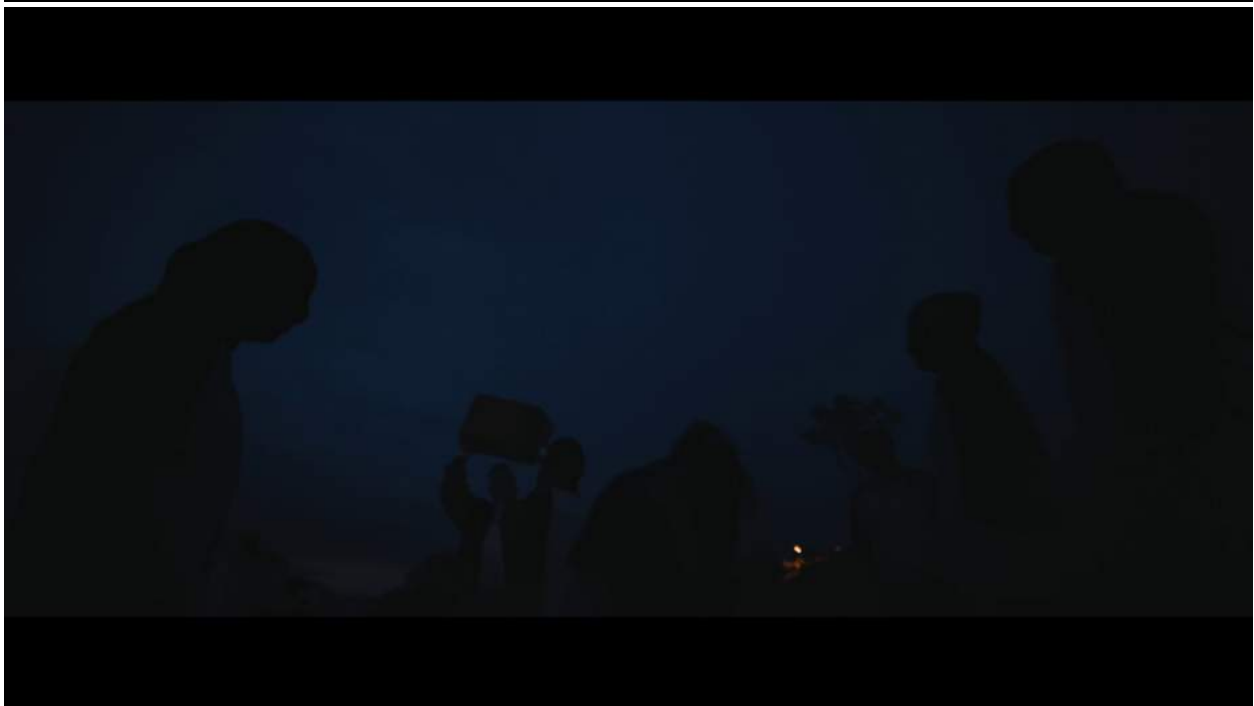




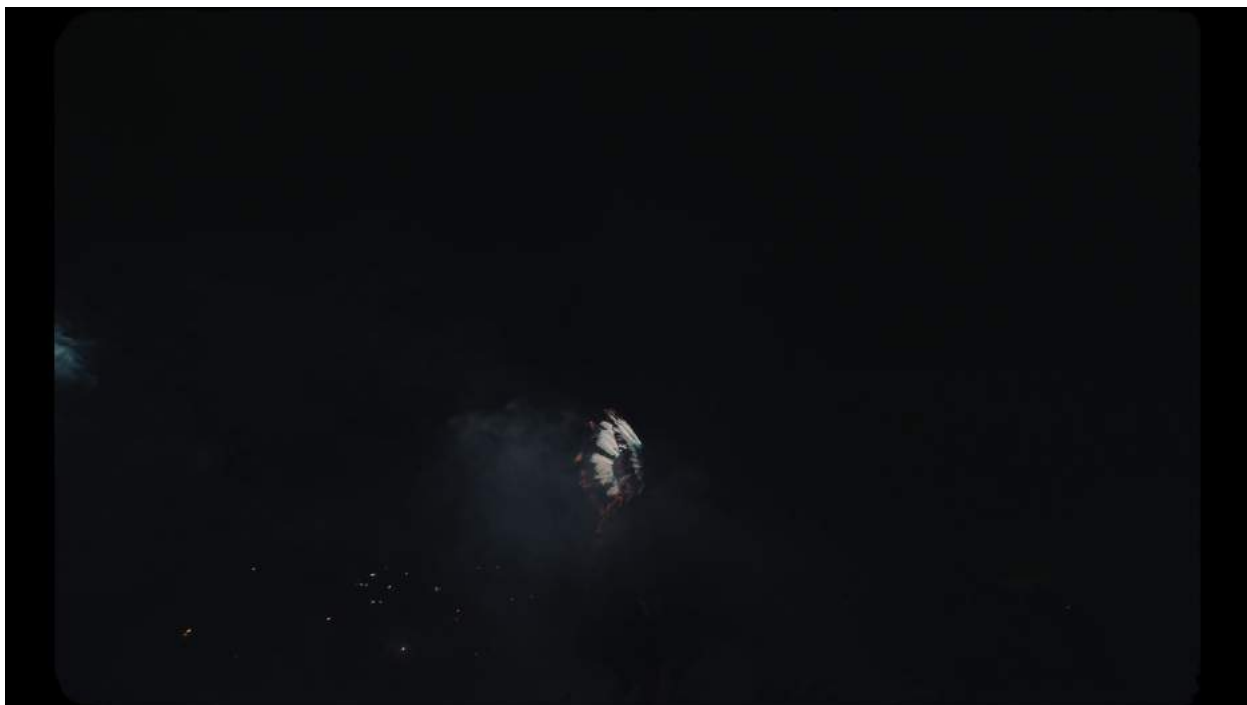








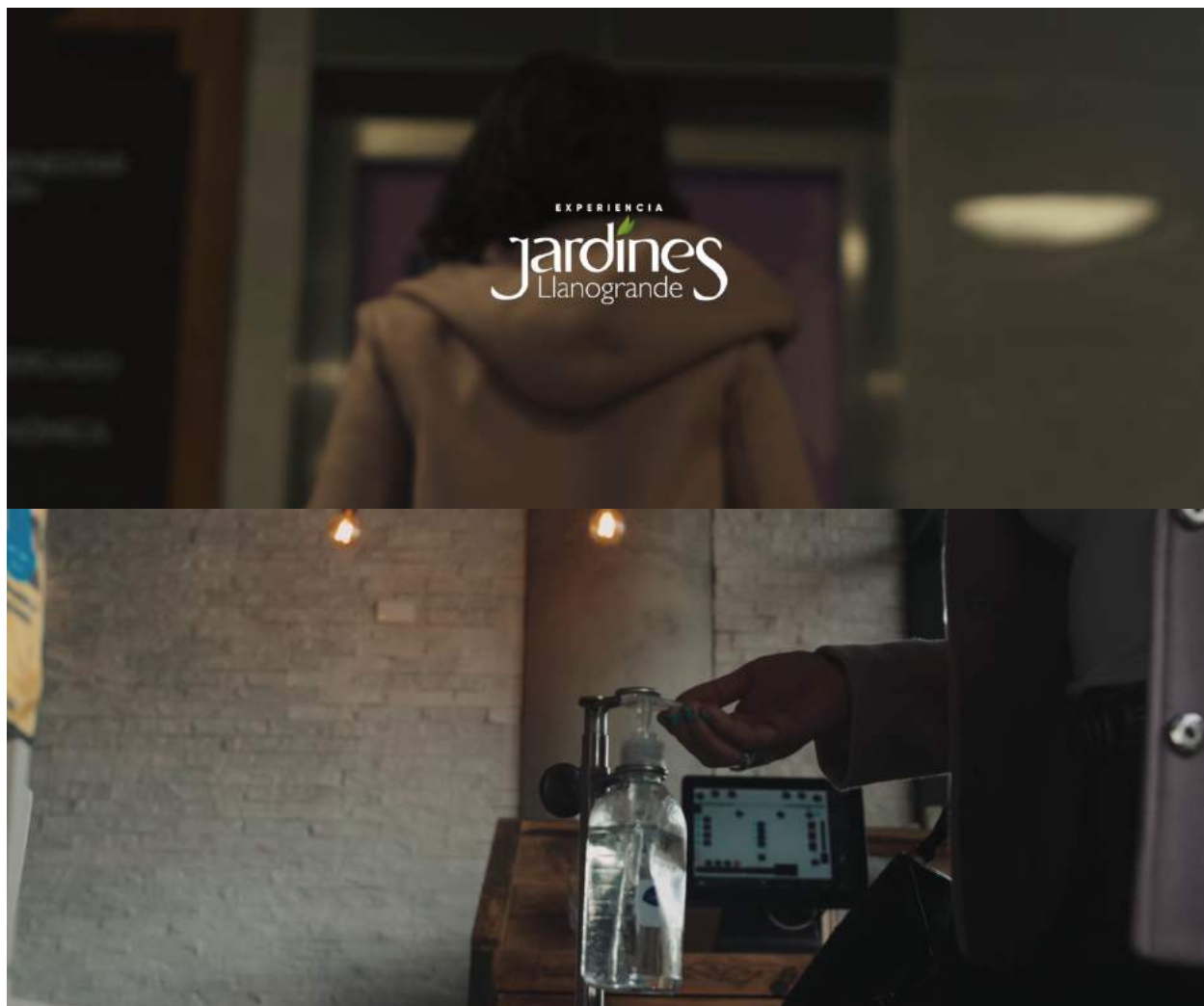




Experiencia Jardines

Micro Serie / Parque Comercial Jardines Llanogrande

El Parque Comercial Jardines, busca impulsar las ventas de las diferentes marcas, para esto crea unos perfiles de posibles clientes que visitan el parque comercial, consumiendo, comprando o pasando un día agradable solo, con un amigo o la familia, demostrando los protocolos de bioseguridad del local y la nueva cotidianidad.

















Porto Azul

Video Comercial / Flota Puerto Azul

Porto Azul es una empresa de transporte fluvial que ofrece a los turistas una experiencia en un planchón que se desplaza por la represa del Peñol y Guatapé, ellos buscan que las personas que viven la experiencia, se alejen cada vez más de los estereotipos del narcotráfico, evitando ese tipo de turismo que busca tures por las rutas de las mansiones y propiedades famosas de la época de la violencia.











Lista de eferencias

- Forbes Staff. (2020). *Colombia extiende los beneficios de la ley de filmación hasta 2030*. Bogotá, Colombia: Revista Forbes.
- Tatiana Cruz, J. C. (s.f.). *Estrategia de marketing para Película documental*. Obtenido de Doc Player.
- xataka. (14 de diciembre de 2016). *Producción audiovisual, motor del desarrollo economico en colombia*. Obtenido de Xataka: <http://www.xataka.com>
- Ruíz, S. S. (2 de octubre de 2020). *ANTV*. Obtenido de Autoridad Nacional de televisión en liquidación República de Colombia: www.antv.gov.co
- FDC. (2020). *Fondo para el Desarrollo Cinematografico*. Obtenido de FDC: www.convocatoriasfdc.com
- CNACC. (s.f.). *Consejo Nacional de las Artes y la Cultura en Cinematografia*. Obtenido de www.mincultura.gov.co/areas/cinematografia

95**FILM**



95**FILM**



95 FILM

Es una productora creativa que genera contenidos de calidad visual y narrativa cinematográfica en la publicidad y el videoclip, apuntando a crear y expandir un mercado para el cine publicitario en el Oriente Antioqueño, siendo la casa de colaboraciones con artistas y técnicos de ésta subregión, adquiriendo así una financiación del cine independiente; que permita que los flujos económicos en los sectores publicitarios y las coproducciones, logren el desarrollo de proyectos propios, con mira a los mercados en festivales de cine, plataformas multimedia y salas de cine nacionales e internacionales.

JUSTIFICACIÓN

95Film se consolida con la necesidad de hacer cine sin la obligación de estar en una ciudad principal como Medellín o Bogotá, teniendo base en el oriente antioqueño, una subregión que cuenta con amplia y variada geografía, fuente de investigación y reconstrucción histórica, para la creación documental y argumental, para el cuestionamiento interno, para otras miradas, para historias que aun no se han contado, evitando una visión regionalista. Una región que permite apoyarse económicamente con desarrollo publicitario y comercial de la industria y el sector turístico.

MISIÓN

95Film busca como productora, lograr una función rentable del cine, lograr hacer el cine que desea con recursos sostenibles manteniendo la estabilidad económica y logrando la reinversión, ser una oportunidad para artistas y técnicos locales. Ampliando las fronteras de nuestra región con una mayor calidad visual y narrativa, desarrollando diferentes ventajas competitivas y publicitarias para los clientes de medianas y grandes marcas.

VISIÓN VISIÓN VISIÓN VISIÓN VISIÓN

Ser la mejor oportunidad para las personas de la región del oriente antioqueño que han soñado con hacer cine, siendo la casa de las colaboraciones de artistas locales, en producciones sostenibles que permitan la reinversión de lo comercial en lo independiente, encontrando en la publicidad un lugar de escuela y economía para la producción y el desarrollo cinematográfico. Así lograr una identificación en las historias por la cercanía, calidad narrativa y visual.

OBJETIVO
OBJETIVO
OBJETIVO
OBJETIVO
OBJETIVO



OBJETIVO -
- GENERAL

Consolidar una **productora audiovisual** que sea **reconocida** en el oriente antioqueño, que se distinga por su calidad e **innovación narrativa**, que pueda suplir las necesidades de los clientes de la región, colaborando con **talentos del oriente antioqueño** para apostarle al **cine independiente.**



OBJETIVOS

ESPE -CIFI COS-

OBJETIVOS

Crear la **necesidad** en el sector comercial de **una nueva forma de hacer publicidad**, pensada y de calidad narrativa, que cumpla con la **verdadera identidad** de la marca y sea realmente atractiva para las necesidades del **público objetivo del cliente**.

Integrar las diferentes propuestas de los artistas digitales de la región, **en desarrollos conjuntos** que permitan a los artistas independientes la realización de **grandes proyectos**.



OBJETIVOS

ESPE- -CIFI- COS-

OBJETIVOS

Crear una **catalogo audiovisual** del oriente antioqueño, para visibilizar talentos y proyectos regionales, que sea **fuentes de empleo** para las personas que viven de esta profesión.

Producir un fondo interno para la autofinanciación de los proyectos **cinematográficos propios**, con porcentajes de los trabajos comerciales y **proyectos colectivos**.



CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO O SERVICIO

Para el desarrollo del objetivo general de la productora se requiere una estructura interna de engranajes, 95Film se fragmenta en tres segmentos, 'Cine Publicitario' que genera la fuente económica principal, 'Cine Colectivo' que actúa agrupando los talentos individuales de la subregión, buscando la participación en los diferentes movimientos culturales y como hoja de ruta para catalogar los diferentes talentos del que hacer cinematográfico. Así la fuente económica permite la autofinanciación del 'Cine Independiente' se podría desarrollar con los diferentes talentos del oriente antioqueño.

CINE PUBLI- CITARIO

95

VISIVILIZAR
EL MERCADO TURISTICO,
COMERCIAL Y
MUSICAL
DEL ORIENTE ANTIOQUEÑO

VISIVILIZAR EL MERCADO TURISTICO,
COMERCIAL Y MUSICAL DEL ORIENTE ANTIOQUEÑO

PUBLICIDAD & VIDEOCLIP



CINE COLEC TIVO

95

COLABORACIONE CON
ARTISTAS DEL MEDIO AUDIOVISUAL
QUE RESIDAN ORIENTE ANTIOQUEÑO.

COLABORACIONE CON
ARTISTAS DEL MEDIO AUDIOVISUAL
QUE RESIDAN ORIENTE ANTIOQUEÑO

MAPPING INSTALACIONES INTERACTIVAS CAMPANAS SOCIALES EXPERIENCIAS



CINE INDE- PENDIEN- -TE

95

AUTOFINANCIACIÓN Y REINVER-
SIÓN AUTOSOSTENIBLE.
VISIBILIZACIÓN DE NUESTRAS
HISTORIAS Y PROBLEMÁTICAS
REGIONALES

AUTOFINANCIACIÓN Y REINVERSIÓN AUTOSOSTENIBLE.
VISIBILIZACIÓN DE NUESTRAS HISTORIAS Y PROBLEMÁTICAS REGIONALES

FICCIÓN DOCUMENTAL EXPERIMENTAL



VALORES

CORPORATIVOS
CORPORATIVOS
CORPORATIVOS
CORPORATIVOS
CORPORATIVOS

- POSTURA ETICA -

COM-
PETEN
-CIA



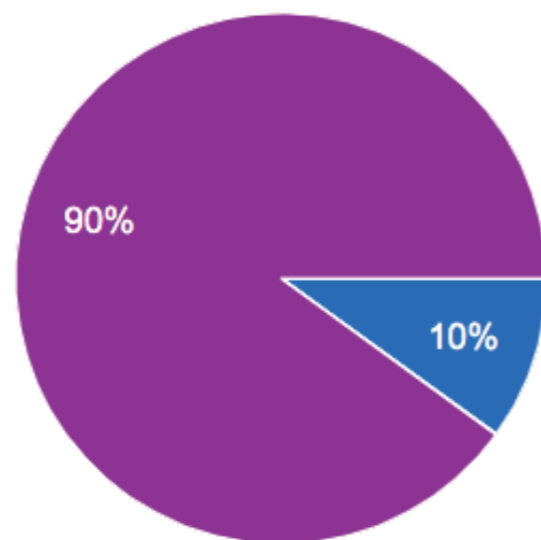
COM-
PETEN
-CIA



RASTREO GEOGRÁFICO

Municipio natal o residencia

10 respuestas



- Rionegro
- Marinilla
- Guarne
- Santuario
- El Peñol
- Guatapé
- Sonsón
- El Carmen de Viboral

▲ 1/3 ▼

D E S C R I P C I Ó N B R E V E

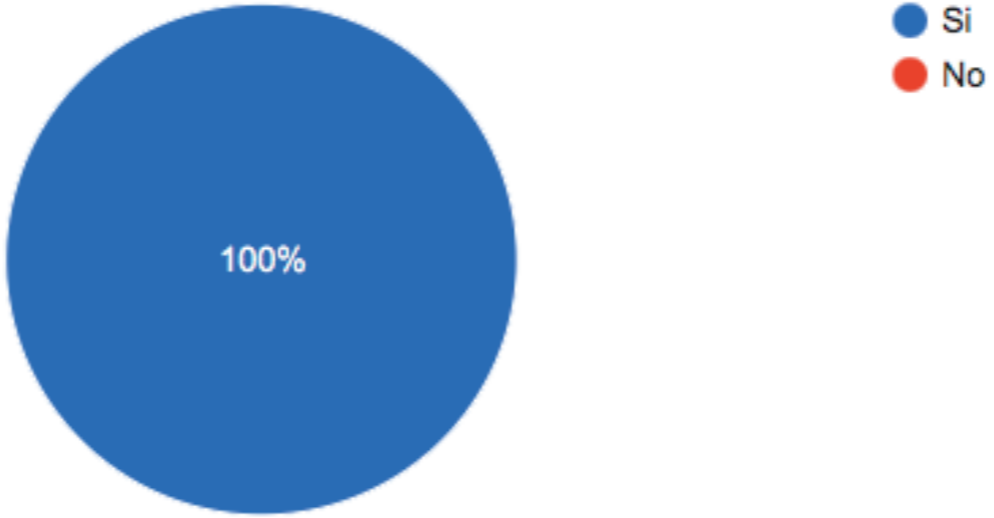
D E S C R I P C I Ó N B R E V E



ACEPTACIÓN

¿Te interesa hacer parte de una red para el desarrollo cinematografico del oriente antioqueño?

10 respuestas



D E S C R I P C I Ó N B R E V E

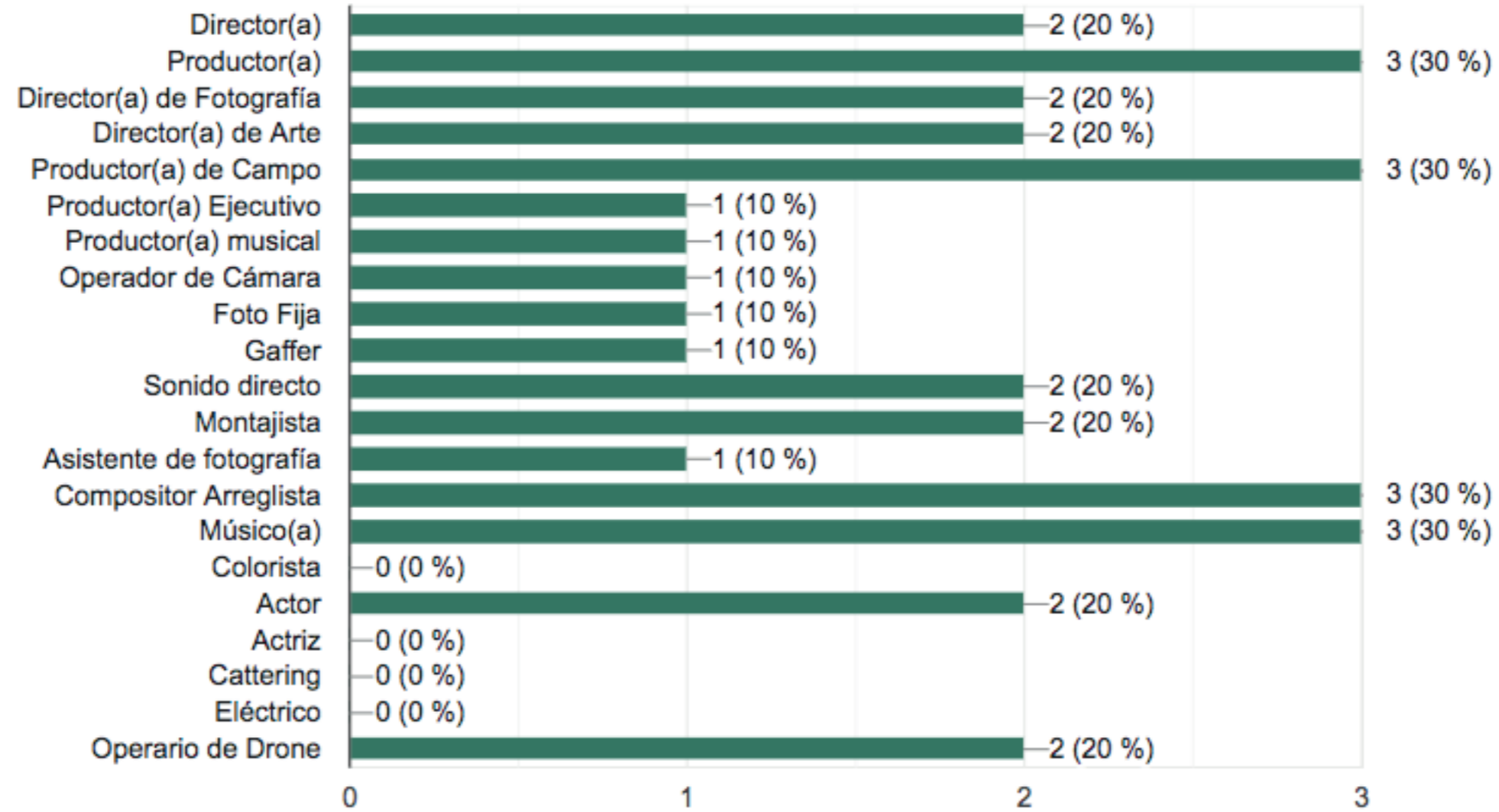
D E S C R I P C I Ó N B R E V E



CARGOS

Cargos que desempeña

10 respuestas



¿CÓMO ESTÁ EL MEDIO?

¿Qué productoras, colectivos, o movimientos enfocados al audiovisual conoces en el oriente antioqueño?

10 respuestas

Rock Town - 95 Film

95_film

98film

95 film

Rock Town, 95 films

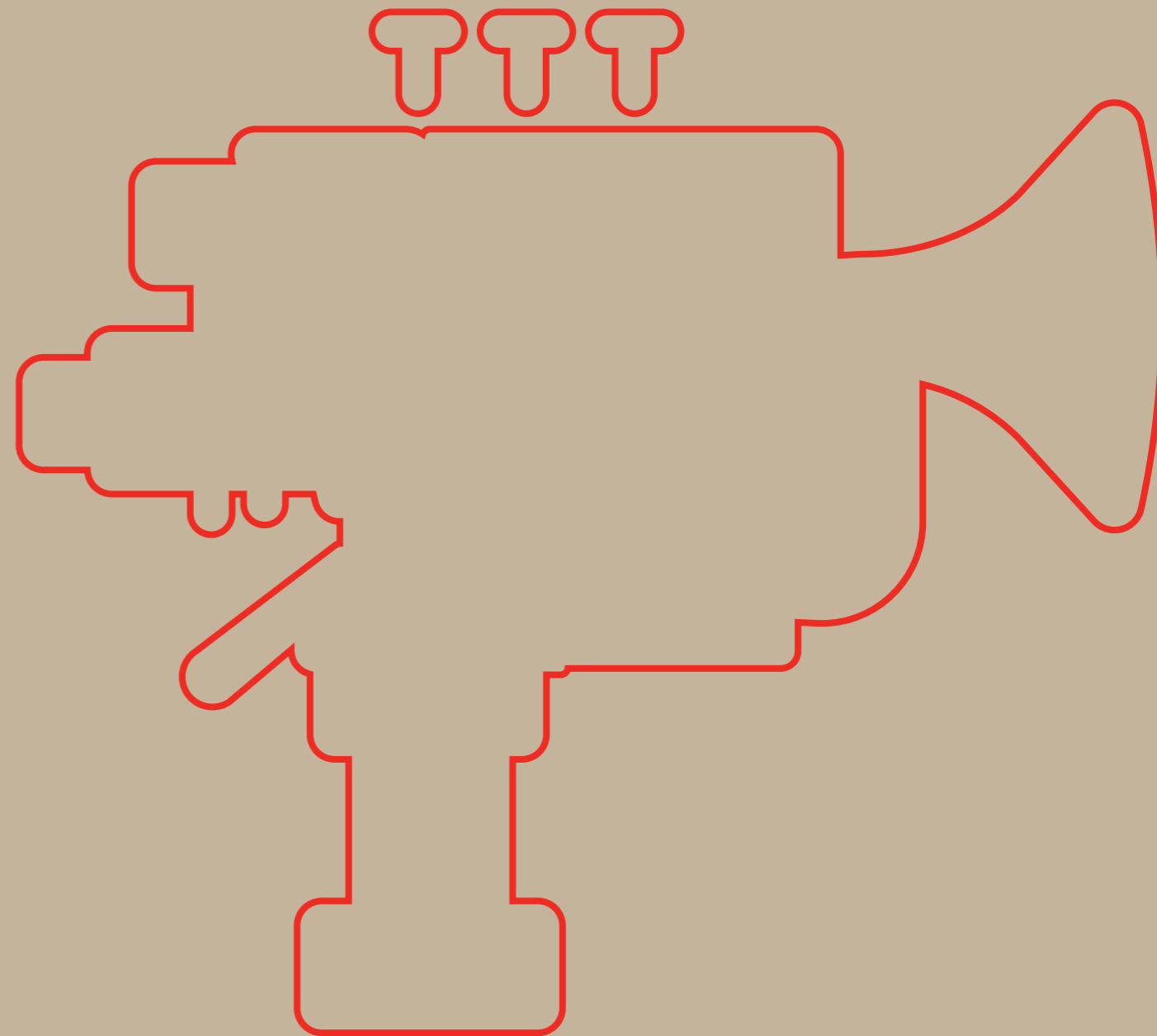
Pánico, 95Film, Filcmar, Rocktown

Rock Town

Fósil Audiovisual, VAL.

Ninguna

AMBITO EMPRESARIAL



PLAN
DE

MERCADEO.

D E S C R I P C I Ó N B R E V E

D E S C R I P C I Ó N B R E V E





EL SECTOR AUDIOVISUAL EN EL ORIENTE ANTIOQUEÑO PRESENTA UNA TENDENCIA HACIA LA REALIZACIÓN EMPÍRICA, MUCHOS DE LOS PROYECTOS SON EJECUTADOS POR PERSONAS QUE HACEN UNA INVERSIÓN TÉCNICA EN EQUIPOS DE BUENA CALIDAD (CÁMARAS REFLEX, ESTABILIZADORES Y DRONE) SON PERSONAS QUE TRABAJAN SOLAS O CON UN ASISTENTE, REALIZANDO PRODUCTOS QUE SE PUEDEN RODAR EN UN SOLO DÍA, NO REQUIEREN DE UN TRABAJO AMPLIO EN POSTPRODUCCIÓN SIENDO MUY LIGEROS EN SU DESARROLLO, LOGRANDO ENTREGAS RÁPIDAS, INCLUSO TRABAJANDO EN PARALELO CON OTROS PROYECTOS. ELLOS MISMOS SE INSTRUYEN CON TALLERES CORTOS, TÉCNICAS O TUTORIALES DE YOUTUBE, BUSCANDO UNA REALIZACIÓN DE PROYECTOS ESPECÍFICOS O TÉCNICAS DE EDICIÓN. ESTAS PERSONAS TRABAJAN COMO FILMMAKERS INDEPENDIENTES, LA MAYORÍA DE SUS CONTRATOS SON GRACIAS AL RECONOCIMIENTO EN REDES SOCIALES Y LOS BAJOS COSTOS DE REALIZACIÓN LES PERMITE MANTENER PRECIOS BAJOS PARA LOS CLIENTES, EN GENERAL SON CONTENIDOS PARA REDES SOCIALES DE BUENA CALIDAD VISUAL.

95FILM NO INTENTA COMPETIR CON ESTE MODELO DE DESARROLLO, POR EL CONTRARIO, LE APUESTA A CLIENTES QUE BUSCAN CALIDAD NARRATIVA Y VISUAL, PROYECTOS QUE REQUIERAN DE UN CONCEPTO DEFINIDO Y UN DESPLIEGUE UN POCO MÁS AMPLIO EN CUANTO AL EQUIPO DE REALIZACIÓN. 95FILM HACE ALIANZAS Y CONVENIOS EN PROYECTOS COMERCIALES, CUANDO EL REQUIERE DE OPERARIOS DE DRONE O TÉCNICOS MUY ESPECÍFICOS. CUANDO EL SECTOR COMERCIAL DEL ORIENTE ANTIOQUEÑO BUSCA UNA REALIZACIÓN PUBLICITARIA CON ESPECIFICACIONES NARRATIVAS Y VISUALES, RECURRE A PRODUCTORAS DE LA CIUDAD O DE OTRAS REGIONES DEL PAÍS. ESAS SON LAS NECESIDADES Y VACÍOS QUE PRESENTA EL SECTOR COMERCIAL, QUE 95FILM BUSCA LLENAR.

LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA EN ANTIOQUIA VA EN AUMENTO Y SU EPICENTRO ESTÁ EN MEDELLÍN, DONDE TIENEN BASE LA MAYORÍA DE PRODUCTORAS CINEMATOGRAFICAS ACTIVAS. PARA EL DESARROLLO DE CORTOMETRAJES O LARGOMETRAJES DE FICCIÓN Y ARGUMENTALES ESTAS PRODUCTORAS RECURREN A ESTÍMULOS PÚBLICOS; FONDOS LOCALES, NACIONALES E INTERNACIONALES Y TAMBIÉN A LA AUTOFINANCIACIÓN, EN ESTE ÚLTIMO CASO ACUDEN A INTERCAMBIOS ENTRE LA MANO DE OBRA Y LOS PORCENTAJES DE DERECHOS DENTRO DE LA PRODUCCIÓN, MUCHAS VECES EL CREW TERMINA SIENDO COPRODUCTOR DE LOS PROYECTOS, RENUNCIANDO A UN PAGO JUSTO.

EN EL ORIENTE ANTIOQUEÑO SE HAN REALIZADO PROYECTOS CINEMATOGRAFICOS, FINANCIADOS POR ESTOS FONDOS, PERO NO HAY UNA PRODUCTORA ACTIVA QUE ESTÉ ACTUALMENTE EN DESARROLLO, EXISTEN COLECTIVOS ENFOCADOS EN EL CINE PERO DESDE LA DISTRIBUCIÓN Y PROYECCIÓN EN FESTIVALES DE CINE, COMO ES EL CASO CERCANO, DEL FILCMAR (FESTIVAL DE

EMPRESAS QUE TRABAJAN EN EL MISMO SECTOR



| SECTOR | PROYECTO | DESCRIPCIÓN | PRODUCTO | COSTOS | CLIENTES | RELACIÓN |
|---------------------|--------------------|--|---|--------------------------|-----------------------------------|-------------|
| El Peñol | Rock Town | Colectivo | Live Session | Sin ánimo de lucro | Rock al río Festivales de Rock | Aliados |
| El Peñol | Filmmakers | Tendencia Drone | Videos Cortos Comerciales | 500.000 - 800.000 | Sector turístico y comercial | Aliados |
| Marinilla | Filcmar | Festival de Cine | Proyecciones Y talleres | Inversión pública | Sector Audiovisual | Aliados |
| Rionegro | Plastilina | Productora | Festivales de música, videoclips | 1'000.000 - 2'500.000 | Sector musical | Competencia |
| Rionegro | Audiotec | Productora | Live sessions Videoclips | 500.000 - 800.000 | Sector musical | Competencia |
| Guatapé | Filmmakers | Tendencia Drone | Videos Cortos Comerciales | 500.000 - 800.000 | Sector turístico y comercial | Competencia |
| La Ceja | Pánico | Colectivo Cine | Talleres Ficción Experimental Documental | Reservado | Sector cinematográfico | Competencia |
| La Ceja | No Fun | Productora audiovisual | Videoclips | 800.000 - 1'500.000 | Bandas emergentes | Competencia |
| El Santuario | Proyecto 28Oriente | -Estudio de grabación -Productora audiovisual | Estudio de grabación Productora audiovisual Cursos de Marketing | Sin ánimo de lucro | - | - |

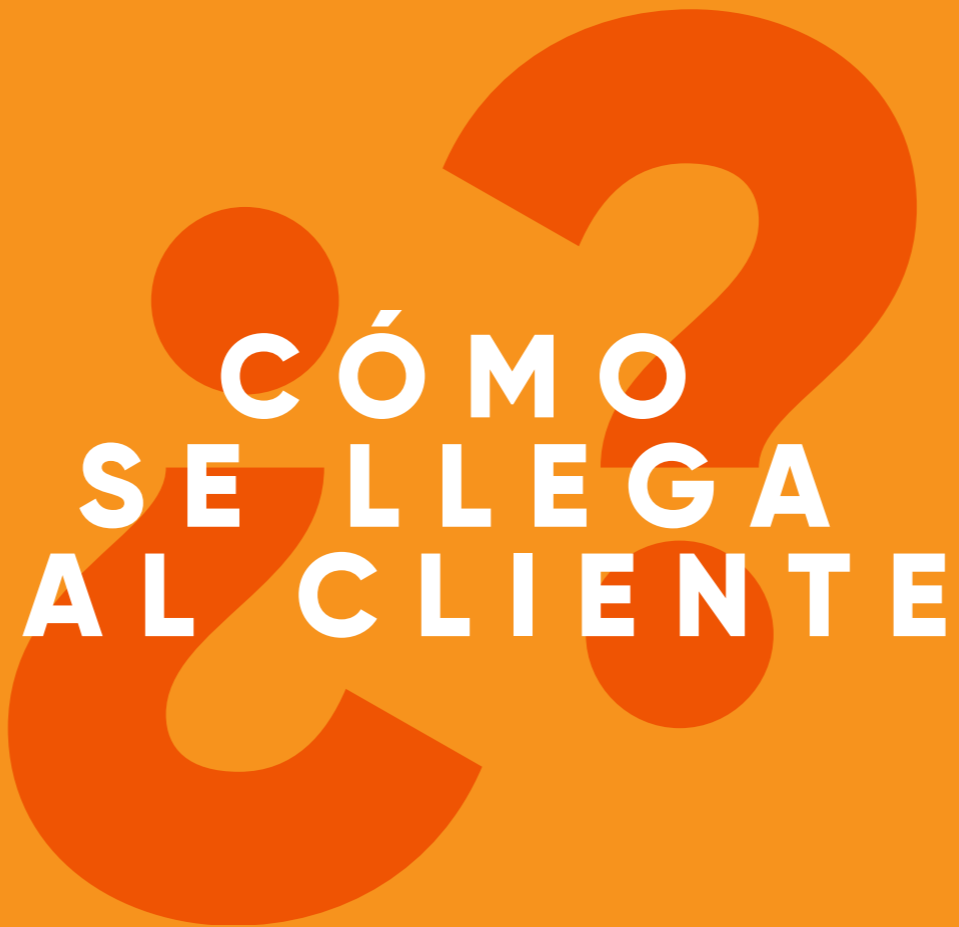
VENTAJA COMPETITIVA

CALIDAD Y CONFIANZA | CERCANÍA
SIMILITUD | **INSTALACIONES Y MAPPING**
PRODUCCIÓN DE AUDIO



CLIENTES
CLIENTES
CLIENTES
CLIENTES

La productora aspira a un **conocimiento mutuo con el cliente**, que el cliente pueda ver y reconocer el trabajo de 95Film, **adquiriendo** una confianza en el resultado, creando ideales **cercanos al producto final**. Con anterioridad se investigan las necesidades del **cliente**, **buscando** llegar a los vacíos, planteando soluciones creativas. De esa manera **se logra** una afinidad con **el cliente** para que regrese **siempre** buscando nuevas **propuestas** para potencien su marca y confianza en los resultados de **la inversión**.



**CÓMO
SE LLEGA
AL CLIENTE**

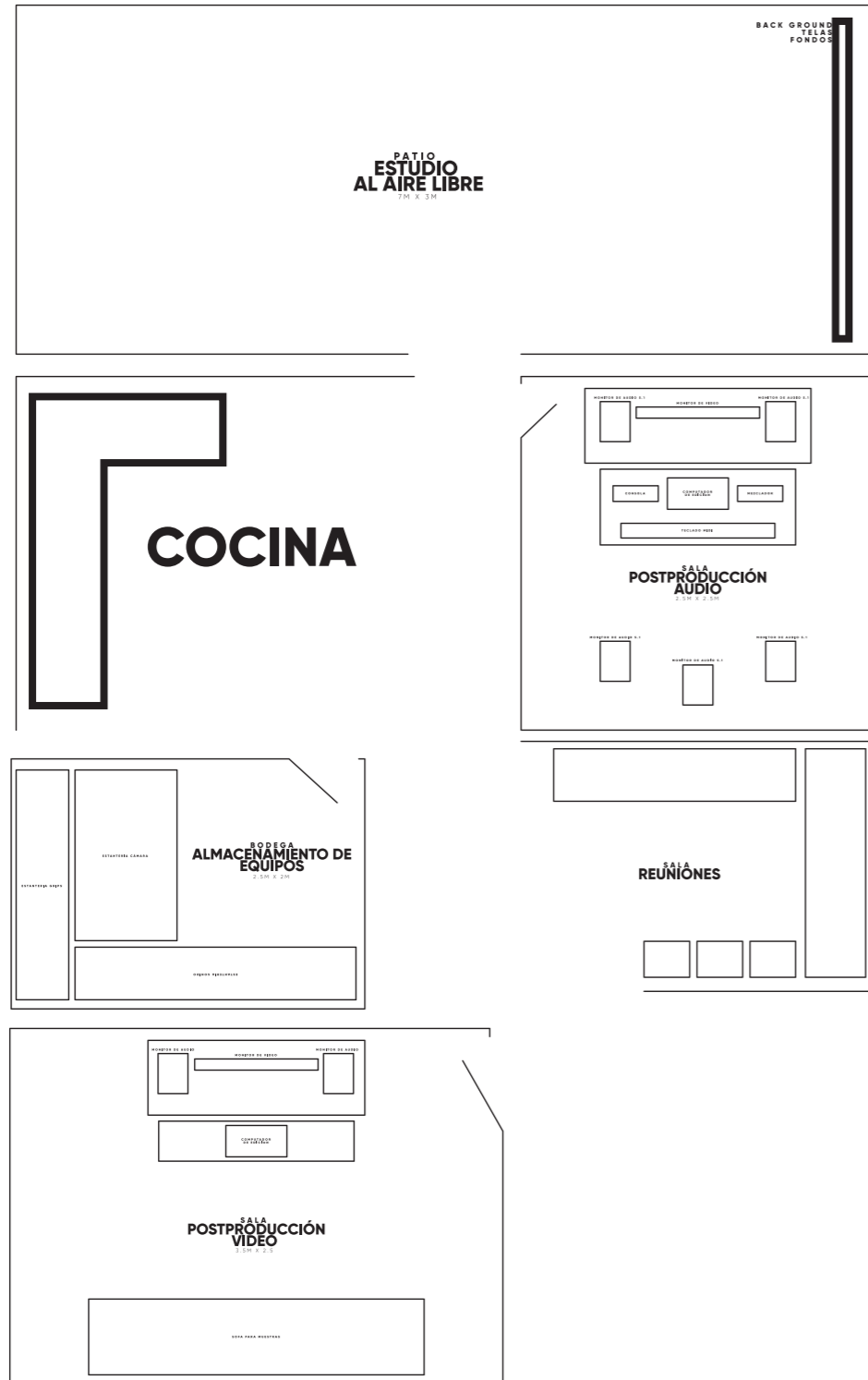


PLAN
FINANCIERO

D E S C R I P C I Ó N B R E V E

D E S C R I P C I Ó N B R E V E



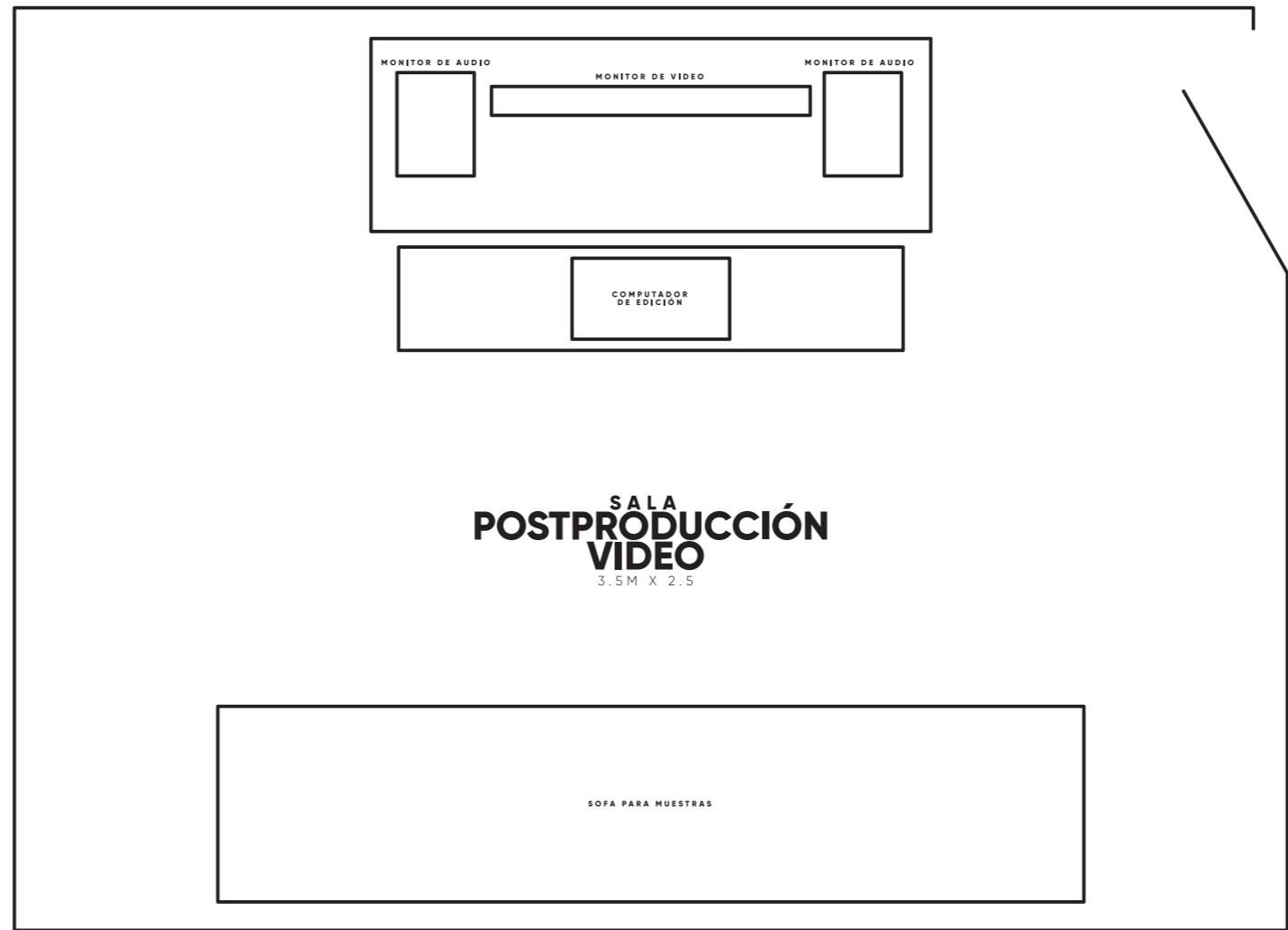


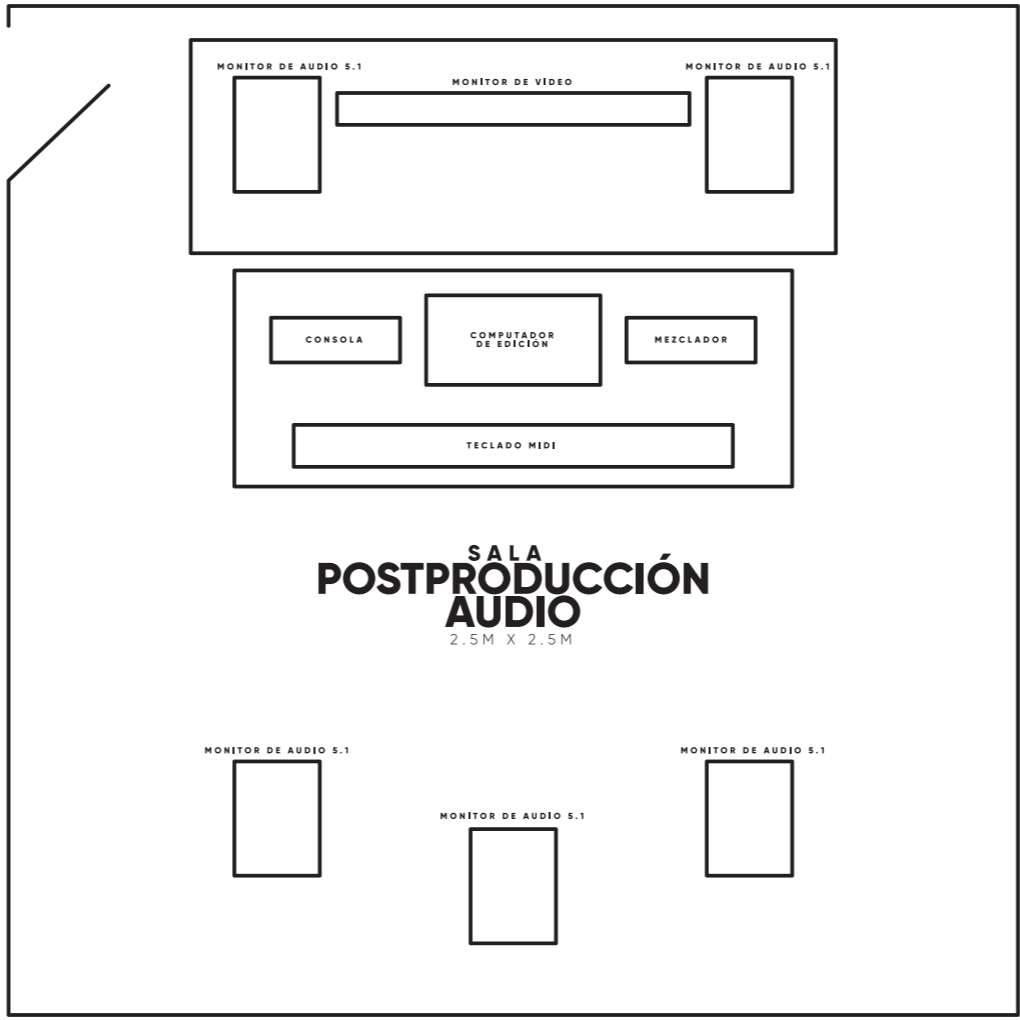
LOCALIZACIÓN DEL NEGOCIO

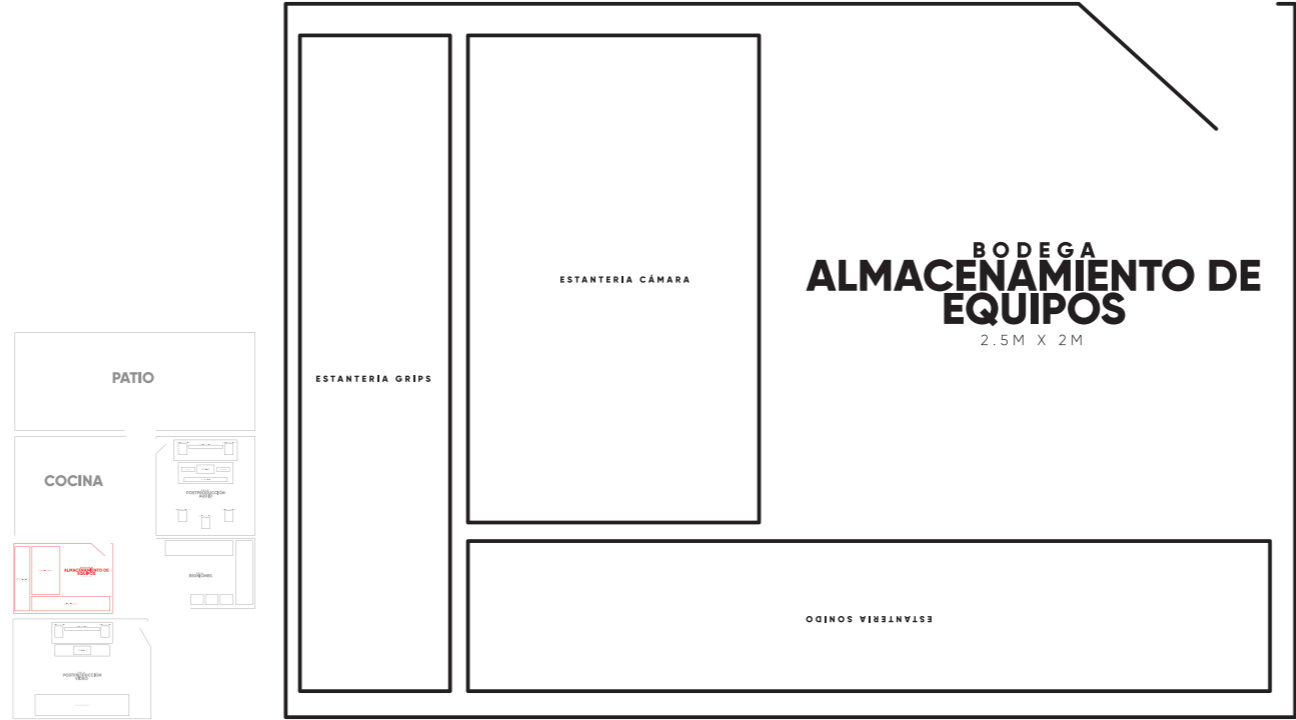
95Film está ubicado en un lugar estratégico, con bajos costos de mantenimiento, buenas condiciones de conectividad y cercano a las principales fuentes económicas como lo son, el turismo de zona de embalse (Guatapé, San Rafael, San Carlos) y de la zona comercial e industrial (Floricultivos, centros comerciales, exportadoras agrícolas).

DISTRIBUCIÓN DE PLANTA

95Film cuenta actualmente con una sede que dispone de, una bodega para el almacenamiento y protección de los equipos, una sala de postproducción de video amoblada con equipos para el montaje, la edición y la colorización, una sala de postproducción de audio amoblada con equipos para la mezcla y masterización de audio, grabación mediana de instrumentos y voces, una sala de reuniones y un estudio al aire libre con proyección de adquirir backgrounds para el alquiler de sesiones de fotografía









PATIO
ESTUDIO
AL AIRE LIBRE
7M X 3M

BACK GROUND
TELAS
FONDOS

95**FILM**

