

emotique

# Índice

---

1. De donde venimos , a donde vamos
2. Análisis hasta 2011
3. Plan de Expansión 2012

# De donde venimos , a donde vamos

---

## Breve Historia

Emotique se forma en 2004 como empresa de arte y nuevas tecnologías. Crea sus propios espectáculos y los vende por todo el mundo.

En 2005 entra en el mercado del marketing ofreciendo sus servicio para añadir nuevos usos de las tecnologías para acciones y promociones con el objetivo de aumentar el impactos de las acciones promocionales.

Emotique decide desarrollar sus propias herramientas de software para poder ofrecer las máximas innovaciones y no depender del las herramientas del mercado.

Hasta hoy en día Emotique ha ido ofreciendo sus servicio por todo el mundo (ver mapa).

## En resumen

Ofrecemos

- Creación de proyectos audiovisuales innovadores
- Desarrollo y producción de los proyectos
- Herramientas de software para las necesidades audiovisuales (eventos, proyecciones, museos, etc.)
- Consultoría en la implantación de nuevos sistemas tecnológicos en el ámbito audiovisual

## Donde estamos

Actualmente, siguiendo el plan de expansión de Emotique hasta 2011, estamos con la empresa abierta en

- Colombia
- Brasil
- Republica dominicana
- España

## Valores

El valor de Emotique se apoya en 3 pilares

1. CREACION
2. INNOVACION
3. SOFTWARE
4. CALIDAD

Estos conceptos tienen la ventaja de no tener fronteras . Se pueden fácilmente exportar a cualquier parte del mundo. Llevamos desde 2004 pudiendo ofrecer nuestros servicios por todas partes. Actualmente Emotique necesita buscar socios locales con los que producir los proyectos.

## La marca

Emotique ha invertido mucho en tener una marca fuerte y muy presente en el mercado audiovisual. La marca Emotique esta registrada en Europa, EE.UU, américa latica, Rusia, China, y en varios países de oriente medio.

## Expansión

Emotique nace como una empresa que pueda trabajar en cualquier parte del mundo. Ha sido y sigue su principal preocupación. Le ha permitir hacer frente a los problemas locales de cada país y seguir creciendo.

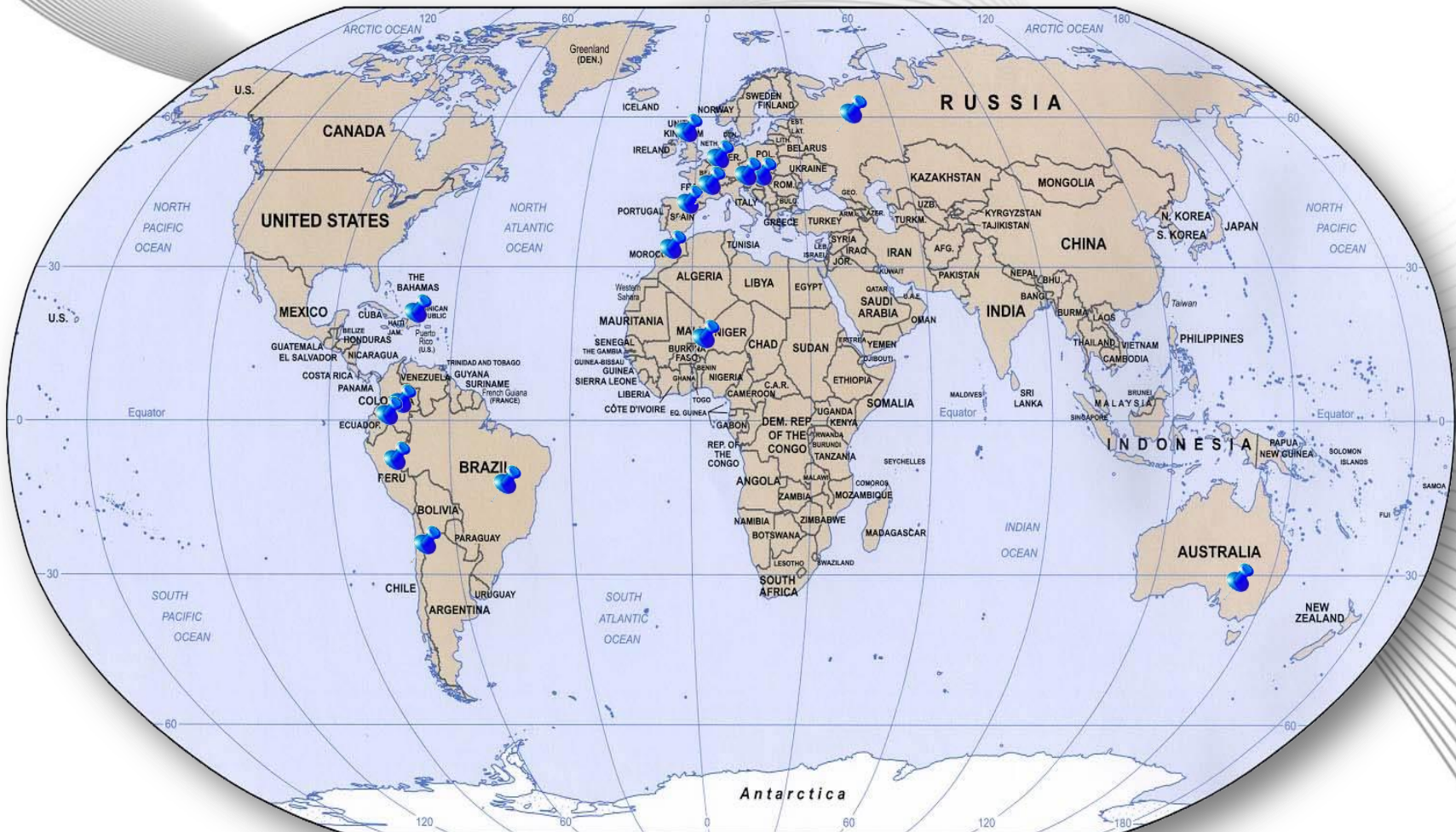
Actualmente vemos varios puntos importantes

- Consolidar la presencia de Emotique en Latino América y Europa.
- Seguir con la expansión y explorar nuevos mercado en nuevos países.
- Comercializar su herramienta de software.

Mas adelante detallaremos estos puntos.

## Donde hemos trabajado

Emotique ya ha trabajado en mas de 16 países y 22 ciudades.

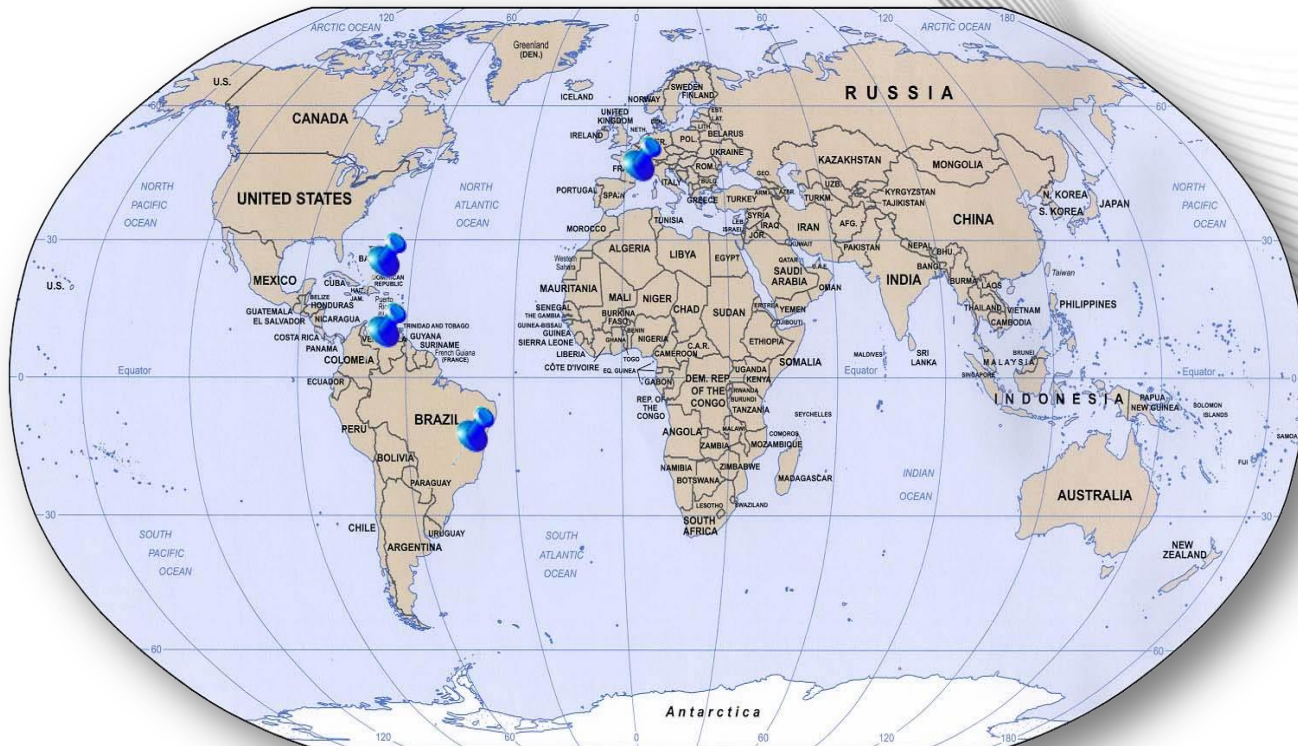




# Donde estamos

Actualmente Emotique cuenta de 4 sedes:

- España: Barcelona
- Brasil: Sao Paulo
- Colombia: Bogota
- Republica: Dominicana: Santo Domingo



# Análisis hasta 2011

---

## Que ofrecemos

- CREACION
- INNOVACION
- SOFTWARE
- CALIDAD

En el sector audiovisual.

## Objetivo

- Queremos poder ofrecer nuestros productos y servicio en todas partes del mundo.
- Queremos poder ofrecer soluciones completas a buen precio.

## Análisis del mercado actual

- La proyección esta de moda: es la forma mas barata de conseguir un gran impacto (coste por metro cuadrado).
- Las empresas necesitan visibilidad. Necesitan ampliar sus mercado y mostrarse en otros países. Es un momento histórico donde mas que nunca Europa necesita entrar en los mercados emergente y los mercados emergentes necesitan mostrarse en los otros países. Por lo que detectamos el crecimiento de proyectos audiovisuales para ese fin.
- Los presupuestos son ajustados. Se están perdiendo mucho proyectos por los presupuestos. No existe una empresa que ofrezca la solución 360(Creación, Desarrollo y producción) sobre la totalidad del proyecto audiovisual. Por lo que los costes
- El mercado necesita propuestas nuevas innovadoras de gran impacto (Proyectos de la ciudad)

## Punto débil

Nuestro punto mas débil es la parte de material audiovisual.

- Hoy en día la contratamos localmente con proveedores diferentes para cada país.
- Ciertos Países (Colombia, Republica dominicana por ejemplo) no tienen el material por los que muchos proyectos nos se pueden hacer.
- En Europa, el coste del material audiovisual sigue muy elevado mientras que los presupuestos han bajado. Se están dejando de hacer muchos proyectos.

## Que necesitamos

Emotique necesita un socio a nivel mundial para el material audiovisual. Esto nos permitirá

- Mejorar los precios de los proyectos
- Ofrecer una solución 360
- Responder a las peticiones del mercado.
- Ofrecer al mercado nuevos proyectos.

## Plan Expansión

1. Diseñar una estructura que permita actuar en cualquier parte del mundo a bajo coste
2. Ampliar su capacidad comercial y enfocarse en varios mercados de forma estratégica.
3. El software

# Plan estratégico de expansión

## Un socio Hardware = Un nuevo servicio

Hoy en día Emotique ofrece soluciones locales a peticiones del mercado. Aumentando su fuerza con un socio de material audiovisual con el cual nos podamos situar en cualquier parte del mundo conseguimos:

- *Un servicio 360:* desde la concepción a la realización.
- *Un servicio internacional.* Ofrecemos a las empresas poder mostrar-se en cualquier parte del mundo
- *Un servicio competitivo.* Podemos mejorar los precios de los proyectos ya que tenemos dentro de casa todas las partes del proyecto
  - Creación
  - Contenidos
  - Material
  - Sistema (software)

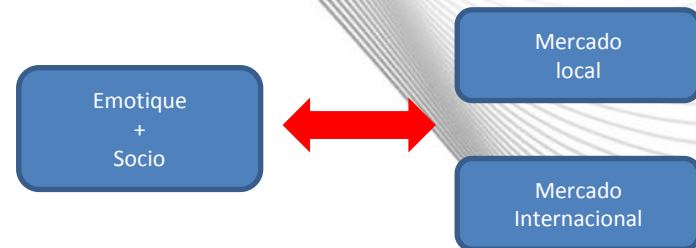
Los beneficios del proyecto podrán ajustar-se de forma global.

- *Ofrecer nuevos proyectos al mercado:* Nos parece un punto clave de la de la expansión. Crear nuevas ofertas para el mercado. La posibilidad que de tener todo los elementos necesarios para la creación un proyecto audiovisual permite dar-le mayor rendimiento y mas visibilidad a la nueva estructura.

Mercado actual en los diferentes países



Mercado con la nueva estructura



## Ventajas

- Ampliar el mercado
- Estabilizarse frente a las variaciones financieras locales
- Ofrecer un servicio que actualmente no existe

*Un servicio 360 en cualquier parte del mundo*

# Plan estratégico de expansión comercial

---

Ampliar estratégicamente la estructura comercial es uno de los puntos mas importante de la expansión. Emotique quiere centrar-se en dos sectores importante:

- **Proyectos cotidianos:** El día a día. Buscar donde este el material (Colombia, España) comerciales que trabajen para mover los proyectores. Se plantea incorporar al equipo varias personas para este fin. En España tenemos localizada la persona y hemos establecido las primeras reuniones.
- **Grandes proyectos:** buscar y establecer relaciones comerciales con empresas estratégicas para la venta de grandes proyectos a grandes marcas o ciudades.

Partner comercial en Europa para grandes proyectos:

- Flaque Internacional
- Mark Tamschick



# Plan de Expansión 2012: Nuevos mercados



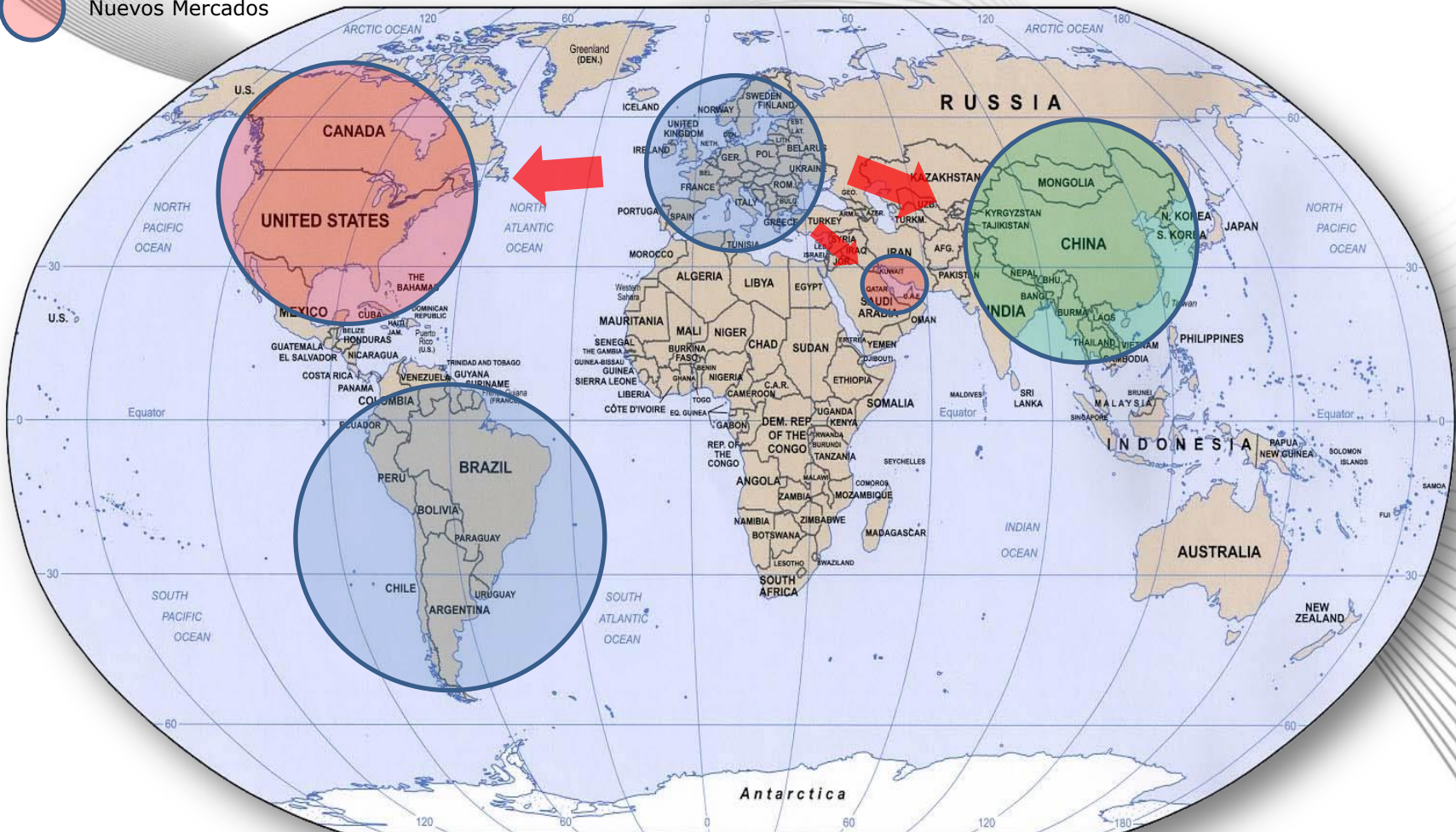
Mercados a fortalecer



Mercado comercialmente activado.  
Necesidad de un socio en Material  
Audiovisual



Nuevos Mercados



# Plan de Expansión 2012: Estructura

Dos focos de material: Colombia-Panamá y España. Desde estos dos puntos podríamos ofrecer nuestros servicios en cualquier parte del mundo, limitando los costes de infraestructura.

