

# VILABELL

Comunicación Organizacional  
Irving Alejandro Aguilar López

# INTRODUCCIÓN

Villabell es una empresa ubicada dentro de la “industria de la música”. La industria de la música esta dividida en “música en vivo” y música “envasada”. Villabell se define porque trabaja con estas dos categorías. Villabell se define por tener un estilo, innovador, en donde se muestre a su publico un concepto nuevo que marque una era y un estilo.

Villabell está conformada por un equipo, en donde se trata de presentar el show más espectacular, y jamás antes visto por los espectadores. Objetivando al evento, desde su creación, producción, culminación y utilizando nuestra experiencia y profesionalismo para ofrecer una solución adecuada al público.

En Villabell se considera como principal punto rector la creatividad y la innovación. Para así poder crear una imagen corporativa que transmita sensaciones, recuerdos evocaciones y sentimientos.

# ORGANIZACIÓN

En villabell lo más importante es la comunicación efectiva e interpersonal , pues en ella se basa todo lo que será mostrado el día del espectáculo, involucrando desde los integrantes de la banda hasta todo el equipo de producción. Pues todos conforman parte de la concepción y la idealización del proyecto.

Lo vemos como un engrane, todo debe estar en perfecto funcionamiento para que siga adelante.

# HISTORIA

Todo esto surgió, en un momento en el que, un grupo de amigos que ya tienen una conexión y un mismo género de ideas, comenzaron a plantear una nueva alternativa de espectáculo musical, mezclándolo con el teatro.

Interpretando por medio de la música sus letras y su vestuario.

Y deciden darle vida a unos personajes que resaltarán la esencia de la banda.

Villabell, compone 3 temas, que dan vida a los ideales de los integrantes y llegan a ser escuchados y a llamar la atención de las personas.

# Organigrama



# Públicos

# Mercado Meta

Villabell quiere, imponer un mercado meta, muy amplio sin delimitar un rango corto de edad ni un nivel socioeconómico. Dirigirse a toda tipo de publico sin importar su genero, edad, ubicación geográfica, estilo de vida, etc. Sin embargo para poder definir una empresa es necesario enfocarse a un sector para poder hacer un estudio o análisis, por eso como primer publico al que va dirigido se delimita en una edad de 20- 40 años.

Un publico que espere, un show diferente, que les guste cultivar su gusto auditivo y visual. Que gocen de una mente con una creencia radical. Y estén abiertos al cambio y en espera de cualquier cosa que pueda suceder en el espectáculo.

# Mercado Real

Como mercado real podemos darnos cuenta que es un grupo de personas, entre una edad de 20 a 30 años, mayoritariamente universitarios que tienen una necesidad de una búsqueda de estilo y de imponer sus ideales.

Y al mismo tiempo gozar de un buen espectáculo el cuál puedan recordar toda la vida.



# Mercado Potencial

En el mercado potencial, se posicionan los estudiantes, ya sea de preparatoria y universidades pues son unas masas más grandes y también en busca de nuevas modas, que les gusta explorar, conocer y al mismo tiempo un que, al cuál seguir y parecerse.

# Mercado Actual

En la actualidad, los jóvenes siguen una tendencia que hace una remembranza a las épocas pasadas, ya sean los años cuarenta, sesenta setenta. Esto es la moda que todos están siguiendo, por lo tanto en Villabell estamos pisando un terreno seguro, en el cuál todo nuestro show y personajes están basados en una historia contada en la segunda guerra mundial.

Por lo tanto como mercado actual, tenemos a todos los jóvenes involucrados en esta moda.

# Mercado Actual

En la actualidad, los jóvenes siguen una tendencia que hace una remembranza a las épocas pasadas, ya sean los años cuarenta, sesenta setenta. Esto es la moda que todos están siguiendo, por lo tanto en Villabell estamos pisando un terreno seguro, en el cuál todo nuestro show y personajes están basados en una historia contada en la segunda guerra mundial.

Por lo tanto como mercado actual, tenemos a todos los jóvenes involucrados en esta moda.

# Imagen Corporativa

## Objetivos Generales y Particulares

La imagen de Villabell sobresale de entre los demás, pues no maneja un estándar en comparativa con los demás, refleja el arte.

- ‡ Rememorar Años 30's y 40's, donde los espectadores puedan sentir realmente que están viendo una fracción de estas.
- ‡ Reflejar lo decadente, la miseria, la suciedad, la locura y la guerra.
- ‡ Incitar en la gente un cambio, un sentimiento de innovación.

# Identidad

Villabell, es diferente a las demás bandas por el echo que ayuda a las personas a encontrar ese lugar de confianza y confort dentro de uno mismo, sin sentir la obligación de permanecer a algo o a alguien.

# Misión

Ofrecer un servicio, el servicio del espectáculo y la música. Posicionarse entre las mejores bandas de rock en Guadalajara.

Proyectar el mejor show en Guadalajara que cuente, con un excelente audio e iluminación y visuales, donde la gente pueda disfrutar de un show de calidad y profesionalismo.

Incitar al cambio radical en el pensamiento de las personas,

# Visión

Ser una banda reconocida, en todo México y llegar a los oídos de todo el mundo.

Superar en rating a todas las bandas existentes dentro del genero alternativo. Y recorrer el mundo proyectando nuestro espectáculo de una manera profesional y con la mejor calidad.

# Valores

COMUNICACIÓN EFECTIVA

CREATIVIDAD

PROFESIONALISMO



# COMUNACIÓN

La comunicación en Villabell es muy importante pues todo es un equipo en el cual se reflejara en el espectáculo y en la forma de avanzar.

# COMUNACIÓN

La comunicación en Villabell es muy importante pues todo es un equipo en el cual se reflejara en el espectáculo y en la forma de avanzar.

*“La mitad del mundo tiene algo que decir, pero no puede; la otra mitad no tiene nada que decir, pero no calla.”*

Robert Lee Frost (1874-1963) Poeta estadounidense.

# Estilos de Comunicación

En villabel se pretende solamente utilizar la **Comunicación Asertiva**- Es una comunicación abierta a las opiniones de las demás personas, tiene respeto hacia uno mismo, cuando argumentas sobre cualquier ideología siempre tiene seguridad y confianza a lo que quiere transmitir. Tratando de evitar la comunicación agresiva y pasiva.

# Visiones de comunicación en la empresa

- ‡ VISIÓN FUNCIONAL: a través de los departamentos, mediante la logística del espectáculo manejando un mismo nivel de comunicación sin haber jerarquías, para evitar roces.
- ‡ VISION TECNOLOGICA: utilizaremos las redes sociales como herramienta básica para publicidad y noticias.
- ‡ VISION CULTURAL: tener como principio rector, el habito de mantener la paciencia y tolerancia de ideas, y saber manejarnos bajo la presión y tiempos, sin exaltarse.

# Comunicación Efectiva

Por medio de radios, y el seguimiento de producción en todo momento, pretendemos lograr una comunicación efectiva. Manteniendo la mejor manera de atender y resolver los problemas que se presentan.

# Mensaje

Transmitir al público un idea, que les ponga en su mente la frase “Es el mejor espectáculo que he presenciado en la vida.”.

# Canales

Se pretende hacer uso de todos los canales de comunicación que se puedan, por ejemplo reiterando las redes sociales para la publicidad, el radio para hacernos escuchar y posicionarnos en los tops de las listas, la televisión para hacer uso de todo el espectáculo visual y poder transmitir la imagen que refleja otra época.

# Apariencia VILABELL BAND:





Apariencia LOGOTIPO:

The image shows a stylized logo for 'VILLABELL' in a white, gothic or blackletter font. The letters are highly decorative, with sharp, pointed serifs and intricate flourishes. The 'V' is particularly tall and narrow, while the 'L' has a long, sweeping tail. The text is centered within a dark, textured rectangular area that appears to be a close-up of a book cover or a similar material with a fine, repeating pattern.

# Apariencia ESCENOGRAFÍA:



# Apariencia CREW STAGE HAND:



# Apariencia OFICINAS:



# Apariencia TOUR BUS:

