

Press Conference

Creación de Empresa para optar el título de Comunicación y Periodismo

Angélica María Cunha Palacio

Asesor

Víctor Hugo Zapata Madrigal

**Corporación Universitaria Lasallista
Facultad de Ciencias Sociales y Educación
Comunicación Social y periodismo
Caldas - Antioquia
2012**

TABLA DE CONTENIDO

Justificación.....	11
Objetivos	18
Objetivo General.....	18
Análisis Administrativo	19
Potencial de mercado en cifras	27
Ventaja competitiva y propuesta de valor	30
Marco económico y financiero	35
Aspecto ambiental.....	52
Conclusiones y evaluación de viabilidad	53
Bibliografía.....	55

Tablas

Tabla 1: Esquema de la presentación del equipo emprendedor	19
Tabla 2: Competencia	24
Tabla 3: Proveedores.....	35
Tabla 4: Costo organización rueda de prensa	36
Tabla 5: Esquema de inversión inicial	37
Tabla 6: Gastos administrativos.....	37
Tabla 7; Valores por servicios	38
Tabla 8: Cantidad de Servicios	39
Tabla 9. Consolidado ingresos servicios por cada año.....	40
Tabla 10. Flujo de efectivo primer año	42
Tabla 11 Fortalezas y debilidades.....	47
Tabla 12 Oportunidades y amenazas.....	48
Tabla 13. Estrategias FODA.....	49

Ilustraciones

Ilustración 1: Logo.....	15
Ilustración 2: Flujograma de procesos.....	22
Ilustración 3 Diseño del Negocio.....	25
Ilustración 4: Valores servicios.....	39
Ilustración 5: Cantidad de Servicios por año.....	40
Ilustración 6 Consolidado ingresos por servicios	41

Apéndices

Apéndice A: Modelo de carpeta para portafolio.....	56
Apéndice B. Tarjeta de presentación.....	57
Apéndice C. Guía de constitución de empresa unipersonal.....	57

Dedicatoria

Le dedico este trabajo A Dios, por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A mi madre Esther, por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor y por los ejemplos de perseverancia y constancia que la caracterizan y que me ha infundado siempre, por el valor mostrado para salir adelante y por su amor.

Agradecimientos

Agradezco de corazón a todos los que creyeron en mi, a toda la gente que me apoyo, a mi madre que fue pilar fundamental en mi formación y educación como persona; a mis amigos, quienes me brindaron su ayuda, su atención y lo más importante su amistad; a mis familiares y a esta institución que me ha formado, especialmente mis profesores quienes me han instruido y han permitido mi formación como profesional y como ciudadana.

A todos, con el sentimiento más grande, solo me resta decirles ¡GRACIAS!

Resumen

La comunicación en cualquiera de sus categorías se ha convertido en el aliado de empresas y personas que desean anunciarse como opciones viables en el mercado en el que compiten. Su importancia se da por la capacidad de generar un punto de interés entre el público.

Las personas y sus profesiones, tales casos como políticos y cantantes, no han sido ajenos a esta tendencia y ven en las ruedas de prensa la posibilidad de generar espacios en positivos en los periódicos, revistas, radio o televisión, que posteriormente seguro se convertirán en pesos en sus cuentas bancarias.

La organización de ruedas de prensa para artistas o personalidades es una opción de negocios que aún tienen mucho por descubrir, sus posibilidades de crecimiento son muchas en una industria que crece diariamente y se fortalece con la globalización.

Por esto, la importancia de este trabajo, que propende por entregar herramientas objetivas para la creación de una empresa que se encargue de manera integral de este servicio, focalizando su razón de ser en el artistas, los colaboradores, los medios de comunicación y los proveedores.

Abstract

Communication in any of the categories has become the ally of companies and individuals wishing to advertise as viable options in the market in which they compete. Its importance is given by the ability to generate a point of interest to the public.

People and professions, such as politicians and singers cases, have not been immune to this trend and see in the press conferences the ability to generate positive space in newspapers, magazines, radio or television, which later become safe dollars in their bank accounts.

The organization of press conferences for artists or personalities is a business option that still have much to discover, its growth prospects are many in an industry that is growing daily and is strengthened by globalization.

Therefore, the importance of this work, which aims to deliver objective tools for creating a company that is responsible for this service holistically, focusing its rationale in the artists, partners, media and suppliers.

La rueda de prensa es una herramienta del proceso de comunicación que busca generar interés en el público acerca de un hecho noticioso o informativo, para lo cual se convoca a los medios de comunicación.

“la conferencia de prensa tiene un aire de importancia y credibilidad, porque usa un formato noticioso para presentar información corporativa importante. La nueva tecnología promueve esta herramienta para difundir la palabra” (T. O’GUINN, 2004) De acuerdo con los autores anteriores, lo que se trata de difundir con este recurso de comunicación es la palabra que anuncia un concepto o ideología, que para nuestro caso es el concepto musical desde la misma boca del artista por medio de canales que son los medios.

Para vender este producto hemos decidido realizar este plan de negocios basado en estructuras sencillas pero completas, que nos permitan conocer la viabilidad real del negocio.

Como dice (ANTONIO, 2000) “El Plan de Negocios es un resumen, un instrumento sobre el que se apoya un proceso de planificación sistemático y eficaz “.

Justificación

El notable crecimiento de la industria musical y la avalancha de nuevos artistas forjándose codo a codo con veteranos en el ramo, impulsan que cada día, tanto unos como los otros, se den a la tarea de buscar en compañías como agencias de comunicaciones y relaciones públicas, el aliado fiel que los ayude a tomar la ventaja ante los medios de comunicación y la opinión pública.

Esta tendencia crece al ritmos vertiginosos en el país y cada día son mas los artistas que buscan en los medios una ventana publicitaria para trascender los límites y llegar a los oídos de millones de personas en el mundo, lo cual ya no es tan difícil gracias a la globalización, pero requiere de herramientas y decisiones acertadas.

En vista de lo anterior consideramos pertinente y viable la creación de una empresa especializada en organizar y manejar las ruedas de prensa de nuevos y consagrados artistas, bajo la premisa de brindar el conocimiento y las herramientas acertadas para que el camino del artista sea menos escabroso en su afán de llegar a los medios de comunicación y por ahí derecho a los amantes de la música, quienes son los que pagan la boleta del concierto o compran el CD.

En Medellín existen agencias de comunicaciones y RRPP que brindan sus servicios a empresas, personajes de la farándula o políticos, pero no existe una

especializada en el tema de artistas musicales, lo cual se convierte para nuestra idea de negocio en una ventaja comparativa frente a las demás empresas parecidas.

La idea surge a partir de una experiencia personal. Hace aproximadamente un año se realizó en la ciudad de Medellín la rueda de prensa de un grupo de Reggaetón de Puerto Rico (Plan B) a la cual tuvimos la oportunidad de asistir como periodistas.

Durante el evento la desorganización se hizo notar, pues éste comenzó con casi dos (2) horas de retraso, no tenían una persona encargada de realizar los boletines de prensa para los medios, razón por la que una colega y yo nos ofrecimos a hacerlos e incluso, uno de los organizadores de dicho acto comentó lo siguiente: “Por qué no existe una empresa que se dedique a esto (refiriéndose a la organización de las ruedas de prensa), nosotros llegamos a la ciudad y no tenemos tiempo para estar organizando nada, no tenemos los suficientes contactos, esto es una locura”.

Dicha experiencia, sumada a la molestia de los periodistas por la impuntualidad y mediocridad del evento, fueron claves para el surgimiento de la idea de crear Press Conference, ya que a través de los conocimientos adquiridos como profesional se puede ofrecer un servicio bajo los estándares de calidad, teniendo en cuenta que gracias al medio en el que nos desenvolvemos como periodistas tenemos los contactos y las relaciones necesarias con los diferentes medios locales (prensa, televisión y radio), para ofrecer un buen servicio a nuestros clientes (cantantes) y a nuestros consumidores.

Concepto de negocio

Press Conference será una empresa que ofrecerá a los artistas el servicio de realización de ruedas de prensa, “es un acto informativo convocado por un organismo o entidad al que están invitados los medios de comunicación para que informen de lo que allí suceda” (Corporativa., 2011). Debido que estas son de total importancia y agregando que “los medios son un reflejo de la sociedad del momento, en el cual es posible manifestar lo positivo y lo negativo de una situación o de un contexto determinado” “Son la representación física de la comunicación en nuestro mundo; es decir, son el canal mediante el cual la información se obtiene, se procesa y, finalmente, se expresa y se comunica” (VELAZCO, 2009), además cabe anotar que “Las ruedas de prensa se relacionan mucho con el espectáculo, con cantantes o artistas, ya que son ellos quienes generalmente recurren a esta forma periodística para dirigirse al público, ello tal vez por la comodidad que implica y la gran cantidad de tiempo que es economizado, pues logran acceder a muchos medios a la vez.” (MUNDIAL, 2012). Por eso, para nuestro público objetivo (artistas), debe ser de total importancia la interacción con los medios, logrando entonces que a la hora de adquirir nuestro servicio, el artista se sienta totalmente cómodo y confiando para promover su producto(canciones, shows, conciertos...) o dar a conocer cualquier situación por la que está cruzando su carrera o hasta su vida personal.

Lo que queremos lograr con nuestra empresa es que el artista o su mánager, no tengan sino que preocuparse por contratarnos, puesto que nuestra empresa hará toda la labor de logística y agencia de medios, para que su rueda de prensa sea todo un éxito, además que podrá contar con un servicio adicional para prepararse, para responder diferentes tipos de preguntas, responder mediáticamente y como tratar algunos medios, que en ocasiones se pueden tornar algo “pesados” en una rueda de prensa.

Por medio de Press Conference el artista logrará expresarse, informar y obtener free press; gracias a que recibirá un servicio puntual, resaltando que para Press Conference, es importante responder a tiempo lo pactado con nuestros clientes, así mismo demostramos estar comprometidos con nuestro trabajo.

Somos un equipo profesional competitivo porque contamos con personas capacitadas, con un título y con experiencia en este tipo de actividades, estando a la altura de cualquier compañía que realice ruedas de prensa, gracias a ellos, la gran fortaleza de la empresa radica en el área de logística y comunicaciones.

Nombre comercial

La empresa llevará por nombre: “PRESS CONFERENCE”

Ilustración 1: Logo



Press conference es una empresa encargada de realizar ruedas de prensa para artistas, nacionales e internacionales.

El nombre, Press Conference, le da a la empresa un enfoque más global, ya que el inglés es el idioma universal y por esto cualquier artista, nacional o internacional podrá reconocer la razón social de la empresa, la estrella representa al artista, quien es el centro de la rueda de prensa, la línea curva que está debajo de la empresa, hace alusión al “sol naciente” utilizado por las empresas más grandes del mundo (CITYGROUP, SHELL, SUNTRUST, entre otros) para hacer alusión a un nuevo día, un nuevo comienzo y un futuro próspero, La tipografía es san serif, llamada helvética, es una tipografía moderna y es una de las tipografías más utilizadas en el mundo, por su buena lecturabilidad, las líneas y los puntos que están abajo del nombre, simbolizan el público, el cual, siempre están al frente del artista, esperando la información que este vaya a entregar y por último el azul ayuda a

controlar la mente, a tener claridad de ideas y a ser creativos.(Palabras claves del color azul: estabilidad, profundidad, seriedad.)

Descripción del producto/servicio

Press Conference es una empresa de servicios que oferta de organización y logística de ruedas de prensa para artistas nacionales e internacionales (cantantes) que se presenten en la ciudad de Medellín y tienen la necesidad de dar a conocer su actividad promocional en los medios de comunicación.

Se *ofrecerá* un servicio oportuno y eficiente pensando en la comodidad de nuestros clientes, estos nos podrán contactar vía telefónica, virtual o personalmente.

Políticas de Negociación

Los clientes nos contactarán personalmente, virtual o telefónicamente y se le solicitará confirmación del servicio con 15 días de anticipación, previa aprobación de la respectiva cotización. El tiempo de antelación es el prudente para poder contar con una buena convocatoria de medios y organizar y ejecutar todo lo que lleva en sí una rueda de prensa.

La forma de pago será de contado, cancelando el cliente el 50% una vez sea aprobado el servicio y 50% restante al cumplir con todos los compromisos por parte de Press Conference. En caso de que el cliente suspenda el servicio pese a estar aprobado, éste debe asumir los gastos incurridos hasta la fecha.

El cliente tendrá la posibilidad de escoger lo que quiere y cómo lo quiere, no se le impone lo que se va a hacer, a no ser que este quiera dejar todo a nuestro cargo y hacer lo que nosotros creemos más pertinente. (Podrá escoger por medio de algunos paquetes básicos donde se ofrecerá: cantidad de medios, divulgación de la rueda de prensa, lugar, montaje, refrigerio, etc.).

Estas políticas de negociación son estándares, pero están sujetas a cambios de acuerdo a un posible programa de fidelización

Localización/ubicación de la empresa

Press Conference estará ubicada en Suramérica, país Colombia, en la ciudad de Medellín, en la Cra 48c #16ª Sur 50 apartamento 805, teléfono: 582-0786 e-mail: Info@PressConference.com.co

Es un punto de fácil acceso y muy bien situado, se encuentra en medio de dos de las principales avenidas de la ciudad (Av. regional y Av. las vegas), tiene dos estaciones de metro cerca (Ayurá y Aguacatala) y varias rutas de buses. Un asesor estará encargado de realizar los contactos mientras la empresa adquiere posicionamiento, para luego proceder a tener instalaciones propias.

Objetivos

Objetivo General

Elaborar un plan de negocio para evaluar la viabilidad del proyecto “creación de la empresa Press Conference” por medio de la identificación de riesgos y análisis de variables de mercado.

Objetivos Específicos

- Poner en práctica los conocimientos para llevar a cabo el proyecto de creación de empresa.
- Conocer y establecer cada particularidad que tenga los diferentes elementos constitutivos para la creación de una empresa de este tipo, a fin de elegir las alternativas más favorables para lograr un impacto efectivo.
- Realizar análisis de mercado, competencia, producto y servicio para conocer la viabilidad del proyecto.

Análisis Administrativo

Tabla 1: Esquema de la presentación del equipo emprendedor

	CARGO	ACTIVIDADES A DESARROLLAR
Angélica Cunha Palacio comunicadora Periodista	Dirección General	Atención al cliente, logística, y coordina la gestión y dirección de la empresa
Camila Cobollo Vélez comunicadora Periodista	Jefe de Prensa	Realización boletines de prensa y convocatoria de los medios de comunicación y mercadeo
Jhon Hoyos Duque Adminitrador De Empresa	Director Administrativo	Finanzas y parte legal de la Empresa

Áreas de la empresa

Área de gerencia

Una persona se encargará de esta área que tendrá como finalidad representar a la empresa frente a los clientes, proveedores, entes gubernamentales y otros que lo requiera. Entre sus funciones estará la planeación, dirección, organización y control de los recursos físicos y talento humano de la empresa.

Área comercial y de innovación

Una persona encargada de esta área establecerá las estrategias de comercialización y gestión de clientes mediante procesos comerciales previamente establecidos. Esta dependencia proveerá por el cumplimiento de metas, investigación de mercados, promoción, venta y posventa

Área administrativa – financiera

Un administrador de empresas se encargará de los aspectos administrativos financieros de la empresa, actividades como pagos de nómina, pago a proveedores, compras, gestión de recursos y control contable.

Principios corporativos

- Responsabilidad
- Creatividad
- Calidad
- Servicio

La materia prima

Nuestra materia prima para trabajar, serán los medios de comunicación, por eso contaremos con una amplia base de datos que estará diferenciada para los periodistas de la industria del espectáculo, eventos, moda y farándula; en ella se encontrarán: los medios más destacados y reconocidos de la ciudad, los medios que tengan menor difusión y a su vez por lugares, catering y demás cosas necesarias para la realización y logística de ésta.

Al ser nuestra materia prima para el desarrollo exitoso de nuestro trabajo, los periodistas serán nuestros aliados y por tal efecto siempre tendrán un trato especial y en eso haremos énfasis a nuestros clientes; para que los comunicadores sea beneficiarios de detalles de los artistas, tales como boletos de cortesía, sitios preferencias en el cubrimiento del espectáculo o souvenirs tradicionales en este tipo de eventos.

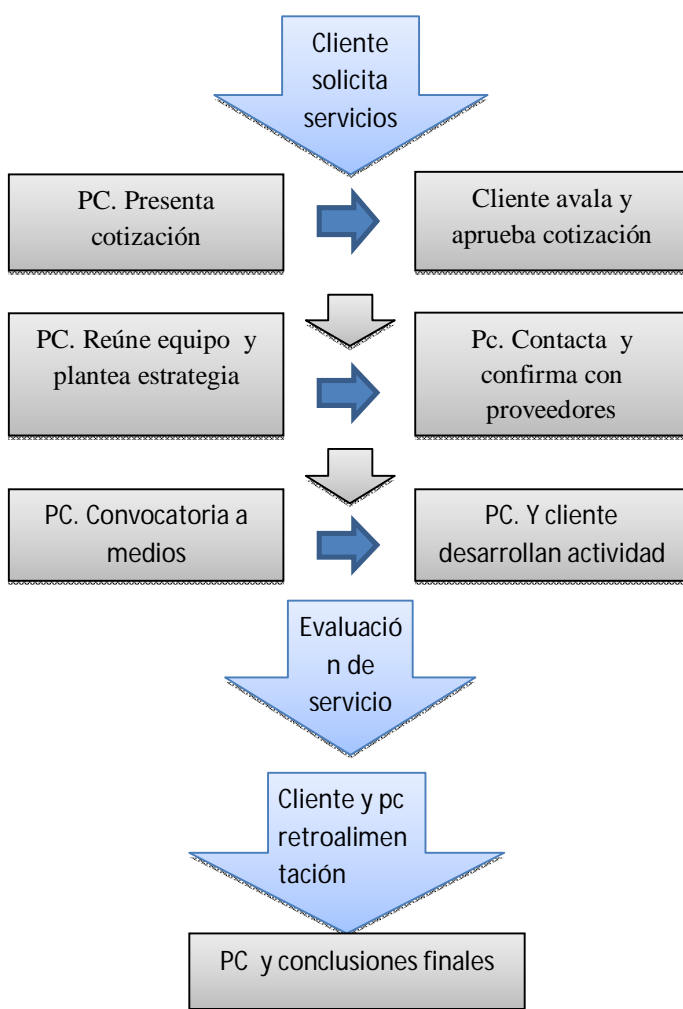
La oferta de los servicios

En su servicio Press Conference brinda:

- Organización y logística completa de Ruedas de Prensa
- Convocatoria a los diferentes medios de comunicación.
- Divulgación en medios interactivos.
- Redacción y gestión de boletines de prensa previos a las ruedas
- Boletín de prensa para los medios de comunicación

- Protocolo y relaciones públicas
- Cubrimiento fotográfico y de video
- Asesoría y acompañamiento antes, durante y después de la rueda de prensa

Ilustración 2: Flujograma de procesos



La competencia

Después de hacer un rastreo de las empresas de Relaciones Públicas en Medellín e incluso de algunas principales de Colombia, no se encontraron empresas que se dediquen única y exclusivamente a realizar ruedas de prensa para los artistas, pues actualmente estas empresas de Relaciones Públicas y organización de eventos ofrecen más que todo este servicio para las compañías y en algunos casos solo brindan orientación. En este rastreo se pudo notar, que a los artistas las ruedas de prensa se las realizan los managers con la ayuda del jefe de prensa (no todos cuentan con uno) y en la mayoría de los casos estos no tienen los contactos suficientes con los medios y/o el tiempo para realizarla y terminan improvisando o realizando un acto mediocre, situación que suele tornarse ofensiva para los periodistas e incluso para los mismo artistas.

La competencia directa principalmente serían empresas encargadas en organización de eventos y relación con los medios, como por ejemplo: Jimeno Acevedo Asociados, que es una de las primeras compañías de Comunicación Estratégica de Colombia, encargada de realizar gestión de medios, diseño grafico, producción editorial, manejo de riesgos/crisis y comunicación corporativa. Por su reconocimiento y prestigio es considerada competencia, pero con la ventaja a favor de que su trabajo va dirigido a empresas básicamente.

En Medellín hay agencias de medios que aunque no se especializan en la industria del espectáculo, sí lo hacen: Contar Comunicaciones, Sci Tech Media, Puntual Comunicaciones, Expansión y Gestión, Lemon, Yerba Buena, entre otras.

Tabla 2: Competencia

Competidora	Localización	Fortaleza	Debilidad
Contar comunicaciones	Medellín	portafolio completo de servicio	Poco reconocimiento en el mercado
			Se enfoca en muchas actividades y no se centran en ninguna.
Hernán Mejía-puntual.com	Medellín	Posee 15 años de reconocimiento en el mercado	no cuenta con un nicho de mercado definido
		Brinda posibilidades de negocio y contactos a nivel nacional e internacional.	
		Amplio portafolio de servicio donde los	Su portafolio es netamente empresarial
SCI Tech Media	Medellín	Free Press es su especialidad.	
		Amplio reconocimiento en el mercado	

Análisis

Analizando los valores anotados podemos concluir que una empresa de cuya unidad de negocio sea la organización de ruedas de prensa para cantantes tiene grandes posibilidades de subsistir en el mercado de Medellín, donde esta industria es creciente cada año y genera la atención de una fracción mayoritaria de la población.

Diseño del Negocio

Según (ROBLES Gloria, 2000) “Cada unidad organizacional tiene un diseño de un negocio, el cual incluye:

Cientes: Las necesidades a satisfacer, los tipos de clientes y su ubicación.

Los productos o servicios generados: Para lograr el éxito los productos requieren una ventaja competitiva sobre los ofrecidos por los competidores.

Las actividades: aquellas realizadas por la organización para generar los productos y servicios y dar valor a los clientes, inversionistas y colaboradores.

Las Capacidades de la Organización: integradas por recursos y competencias. Las competencias que son el conjunto de habilidades que se apoyan en ciertos recursos para realizar determinadas actividades de la cadena de valor.

Sistema Administrativo: Mantiene los elementos del diseño anteriores en funcionamiento y bajo control.

Desempeño del Diseño: Los cinco elementos del diseño mencionados se evalúan en cuanto eficiencia, efectividad y flexibilidad.

Ilustración 3 Diseño del Negocio



Potencial de mercado en cifras

En la ciudad de Medellín se realizan alrededor de 3 conciertos de gran magnitud por mes en los diferentes géneros musicales, resultado promedio encontrado en páginas como tuboleta.com, tuciudadalternativa.com y ticketexpress.com, que son páginas que publican los eventos y conciertos realizados en las principales ciudades, así mismo venden las boletas para estos.

En otras ciudades como Bogotá, se encontró que durante los últimos doce años en Bogotá se han presentado más de 1000 grandes conciertos con diferentes artistas tanto nacionales como internacionales.

Dentro de los principales eventos de tipo Concierto que se realizan anualmente están:

- Temporada de música de todas las regiones de Colombia.
- Festivales y conciertos de hip - hop, jazz, opera, reggae, champeta, danza, rock, años 70 y 80, salsa, vallenato, merengue, opera y música clásica.
- Rock al parque (Bogotá)
- Ballet al parque
- Concierto de conciertos

(Bermudez, 2012), propietario de DAYDREAMER RECORDS, empresa dedicada al manejo y booking de artistas en Estados Unidos, Suramérica y Europa, la cual maneja anualmente alrededor de 60 artistas nacionales e internacionales y quien será nuestro principal cliente afirma que “en Medellín al año vienen entre 30 y 50 artistas, haciendo entonces el mismo número de conciertos. (que se dividen en conciertos de gran magnitud y en discotecas que también cuentan como concierto), son pocos los medios que cubren esta clase de eventos, puesto que se hace muy difícil la convocatoria, además creen que invitando dos de los más importantes como puede ser RCN y Caracol ya el evento o lanzamiento del artista está cubierto. Los medios que pueden cubrir un evento oscilan entre 5 y si se hace buena convocatoria hasta 7.”

Muy diferente es el pensamiento de los organizadores del concierto de Paul McCartney, considerado como el espectáculo musical más exitoso de los últimos tiempos en Colombia, lo cual se ve reflejado en los resultados de la transmisión en donde casi ocho millones de televidentes, vieron el concierto de Paul McCartney en seis ciudades del país. (ESPECTADOR, 2012). El último concierto realizado en Medellín fue el de Vicente Fernández, el día 29 de Junio del año en curso y contó con 30.800 personas asistentes entre localidades vendidas y de cortesía, tal fue la acogida de dicho concierto que muchas personas decidieron no entrar (SITIOCO, 2012).

Pero más impactante aún es el concierto que realizará Madonna en la ciudad de Medellín en Noviembre de este año y ha causado tal revuelo que ya se habla del

Efecto Madonna. Ventas por más de 11 millones de dólares en boletas en apenas cuatro días. Casi agotados están los tiquetes aéreos para viajar a Medellín el día del concierto y los hoteles ya no tienen habitaciones disponibles para esa misma fecha. Este fenómeno, sin antecedentes en la ciudad ni en el país, mostró espontáneamente las muy atractivas posibilidades que tiene Medellín de hacer de los conciertos una fuente permanente de grandes ingresos en beneficio de todos los actores de su economía (colombiano, 2012) las cifras anteriores dan una idea de la gran demanda de eventos de esta categoría que se realizan en Colombia.

Ventaja competitiva y propuesta de valor

El valor agregado

Press Conference tiene un servicio adicional, el cual es asesorar a los artistas para hablar en público, pensando que pueden existir cantantes que no sepan expresarse ante la multitud o den información que no sea pertinente.

Este es el valor agregado de nuestra empresa.

El servicio entre líneas de la empresa es que el artista solo tenga que preocuparse por tener las mejores respuestas a las preguntas de los medios, si éste no se siente en capacidad para hablar ante los medios, por ejemplo artistas nuevos, con poca experiencia, o simplemente con situaciones que pongan su imagen en riesgo y deban aclararla a su público a través de los medios, pero no sepan qué sea pertinente para decir, allí estará Press Conference para asesorarlos.

Los beneficios que brinda nuestra empresa hace más placentera la visita del artista en la ciudad, llevándose la satisfacción de haber recibido un servicio con calidad y eficiencia, partiendo de que actualmente muchas empresas de Relaciones Públicas y organización de eventos ofrecen para sus clientes la organización de las ruedas de prensa y en algunas ocasiones solo orientación, pero a los artistas las ruedas de prensa se las realizan los managers con la ayuda del jefe de prensa.

Press Conference, tiene la gran ventaja de ser diferente en su especie (a nivel nacional), pues única y exclusivamente realizamos asesorías y ruedas de prensa para artistas, al solo dedicarnos a esta actividad, nos hace cada vez más fuerte en esta labor, dándoles entonces a nuestros clientes grandes beneficios que no son fáciles de realizar, ni de adquirir, estos son:

- Al obtener nuestro servicio, el cliente no se tendrá que preocupar de la ardua tarea de realizar una buena y eficaz rueda de prensa, un buen comunicador sabe que no es fácil la convocatoria de buenos y reconocidos medios, la realización de boletines de prensa, la divulgación en redes sociales, adquirir un lugar que cumpla con las exigencias pertinentes para la realización de esta, conseguir refrigerio, montaje, difusión de la rueda de prensa, sonido etc, pero Press Conference siempre estará enfocando las gestiones para que esta rueda de prensa sea un éxito.
- Nuestra empresa contará con profesionales altamente capacitados, especializados y con experiencia laboral en el mundo del espectáculo, personas que están muy bien relacionadas con los medios, entusiastas y con actitud positiva, lo que garantizará al cliente la prestación de un servicio eficiente y eficaz
- La creatividad es una capacidad del ser humano que no se compra y esta será una de nuestras fortalezas para diferenciarnos de nuestros competidores.

Realizaremos ruedas de prensa y servicios creativos, de impacto y recordación en la mente de los clientes y público en general.

- Trataremos que ninguna rueda de prensa se parezca a la anterior, cada servicio nuevo llevará un elemento nuevo que lo haga distinto para que no sea la rueda de prensa plana y contestataria, sino que juegue un poco con lo inesperado.
- Desarrollaremos un programa de valores institucionales que sitúe al cliente en lo más alto, dicha orientación al consumidor promoverá la satisfacción y fidelización, de la mano con estrategias de atención al cliente, respuestas inmediatas y esquemas de contacto eficiente.
- Brindaremos asesoría y acompañamiento al cliente sin costo alguno siempre y cuando no se incurra en ellos. La estrategia permite crear un vínculo permanente y atractivo para ambas partes. Que nuestra empresa sea un respaldo cada vez que el cliente lo necesite y ellos sean fieles a nuestra marca.
- Mediante monitoreo de los medios, evaluación y retroalimentación brindaremos al cliente la posibilidad de saber qué pasó con su inversión después de desarrollada las ruedas de prensa. Esto genera en el cliente los valores de confianza y credibilidad.
- Facilitaremos el acceso a nuestros clientes con la empresa. Muchas empresas alardean de esta forma de servicios, pero efectivamente pocas lo logran. De tal

manera que estaremos a la altura de las necesidades facilitando el contacto a través de sistemas de correo electrónico con respuestas en menos de 24 horas, a través de telefonía contestando el teléfono en máximo cuatro timbradas o en tiempo real si es por aplicaciones como Twitter o Facebook.

- Organización de Ruedas de Prensa con la garantía de satisfacción y prestación de servicio en los mejores escenarios de la ciudad, los mejores hoteles con los mejores equipos técnicos.
- Bonos de fidelidad es un incentivo promocional que entregamos a nuestros clientes después de dos servicios contratados, donde el artista tiene derecho a un descuento en su tercer servicio.
- Conocemos las variables del mercado cuando es competitivo y eso implica que una ventaja en ese sentido, es posible que no pueda ser mantenida por mucho tiempo, pero creemos convenientes estar alertas y atentos para encontrar cada día esos aspectos que nos puedan generar una ventaja competitiva potencial, como el uso de futuras tecnologías.
- Nuestra oferta se enfoca en que el artista no tenga muchas preocupaciones, simplemente que se preocupe de tener las mejores respuestas para los medios y se concentre en lo que viene a hacer en la ciudad y en el país haciendo más placentera su visita y llevándose la satisfacción de haber recibido un servicio con calidad y eficiencia.

Press Conference

La empresa prestará el servicio con amplificación de sonido para llevar a cabo la rueda de prensa, sillas, mesas, meseros y de ser requerido contará con personal de apoyo como camarógrafos. Por el momento estos implementos vienen incluidos en el alquiler de los auditorios en los que se llevará a cabo las ruedas de prensa al mismo tiempo brindara facilidades a los artistas resolviendo sus problemas, de tal manera que estos se concentren en lo que saben hacer, es decir, venir a cantar y ofrecer un buen espectáculo, mientras que nuestra empresa le da solución a sus necesidades comunicativas, a través de asesorías que le permiten desenvolverse mejor ante los medios, generando credibilidad con testimonios persuasivos.

Para lograr lo anterior Press Conference debe trabajar día a día por ser mejor en su labor, cumpliendo puntualmente con sus proveedores a los cuales se les cancela con el primer pago que realice cada cliente, teniendo siempre una relación buena y constante con los diferentes medios de comunicación para garantizar su asistencia a los eventos, colaborarle a los medios en el debido caso que lleguen a necesitar de nosotros como puente para los artistas, esto siempre y cuando el artista nos lo permita.

Al finalizar cada evento se hará control de calidad, por medio de encuestas para que los asistentes y el cliente evalúen nuestro servicio, y así mejorar las falencias y mantener las fortalezas.

Marco económico y financiero

Inversiones requeridas

Los equipos propios serán: 2 Computador portátil Sony Vaio (VPCYB15AL - plateado) con una licencia de office 2011 SB (pyme + hogar box) para realizar los boletines y acceso a internet para enviarlo a los medios y a la vez enviar información a los periodistas, también se contará con dos unidades ópticas (DVDRW) Samsung USB para quemar la información y tener así un archivo de todo lo que se ha realizado. Teléfono y plan de telefonía celular (voz+datos) para hacer por medio de llamadas la invitación a los periodistas, llamar a los lugares en los que se hagan los evento para apartarlos y coordinar los pormenores.

Tabla 3: Proveedores

Proveedor	Empresa telefónica celular e internet por definir	Hotel el Portón	Empresa venta de equipos de computo
Actual/ potencia	potencial	Potencial	potencial
Ubicación	Medellín	Medellín	Medellín
Moneda de negociación	pesos	Pesos	pesos/dólar
Compras anuales y mensuales	mensuales	Mensuales	Anuales
políticas de pago	contado	contado/crédito	contado/crédito
precio	3.600.000	por definir	3.297.000

Press Conference tendrá una comunicación constantemente con sus proveedores, cumpliendo con los pagos y siendo transparente en lo que ambas partes necesitan, esto nos permitirá mantener una buena relación con nuestros proveedores y así entregar un servicio de calidad que satisfaga plenamente las expectativas del cliente.

Tabla 4: Costo organización rueda de prensa

PRESS CONFERENCE			
COSTO DE LA ORGANIZACIÓN DE UNA RUEDA DE PRENSA			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Coffe Break	25	10.500	262.500
Video Bean	1	170.000	170.000
Sonido	1	200.000	200.000
Mensajería	30	3.000	90.000
Auditorio	1	200.000	200.000
Tarjetas Invitación	30	3.000	90.000
Meseros	2	45.000	90.000
Transporte	2	10.000	20.000
Total:			1.122.500

Tabla 5: Esquema de inversión inicial

Cantidad	Costos Fijos	Precio Unitario	Precio Total
3	computadores portátil Sony Vaio plateado	1.099.000	3.297.000
2	unidad óptica (DVDRM) samsung usb	125.000	250.000
1	licencia office	415.000	415.000
1	diseño Logo	120.000	120.000
100	carpeta de presentación	18.000	1.800.000
1000	tarjetas de presentación	220	220.00
1	registro y certificado de cámara y comercio	178.600	178.000
1	publicidad (paquete)	3.000.000	3.000.000
Total			9.280.000

Tabla 6: Gastos administrativos

Cantidad	Gastos Administrativos	Precio Unitario	Precio total
3	Plan telefonía celular	100.000	300.000
1	plan internet	60.000	60.000
2	salarios	858.953	1.717.906
	Transporte	200.000	200.000
1	salario administrador	1.500.000	1.500.000
6	Relaciones públicas (plan mensual 6meses)	450.000	2.700.000
total			6.477.906

Total inversión inicial: \$18.758.506

- Registro y Certificado de Cámara de Comercio: Primero se hace el registro (matricula) que como persona natural y con un activo de 18 millones tendría un valor de \$174.600 pesos más la expedición del certificado que vale 4mil. Un total de \$178.600 pesos
- Registro Único Tributario (RUT): Gratuito.
- Número de identificación tributaria (NIT): Número que se asigna con el registro en la cámara de comercio: Gratuito

Análisis técnico – financiero

Tabla 7; Valores por servicios

PRESS CONFERENCE					
VALORES SERVICIO CADA AÑO					
CONSOLIDADO	2013	2014	2015	2016	2017
RUEDA DE PRENSA	3.000.000	3.150.000	3.307.500	3.472.875	3.646.519
ASESORIA COMUNICACIONAL (PROMEDIO)	1.350.000	1.417.500	1.488.375	1.562.794	1.640.933
TOTAL	4.350.000	4.567.500	4.795.875	5.035.669	5.287.452
Se proyecta incremento anual en el valor de los servicios ofrecidos del 5%					

Ilustración 4: Valores servicios

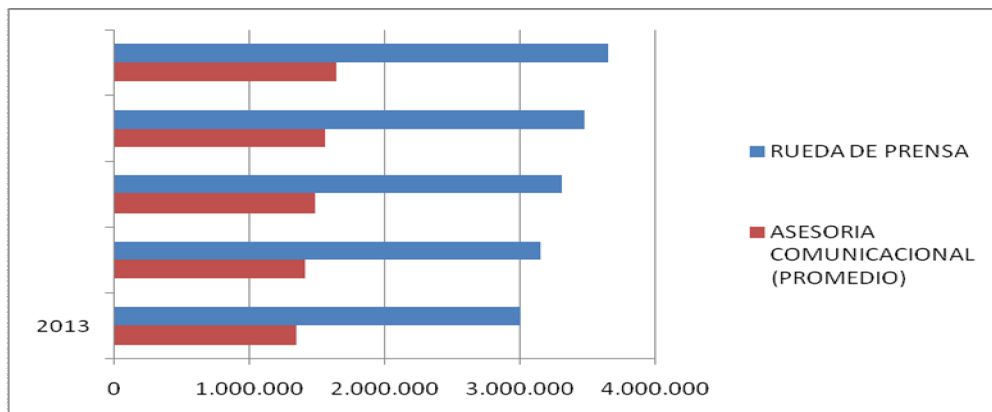
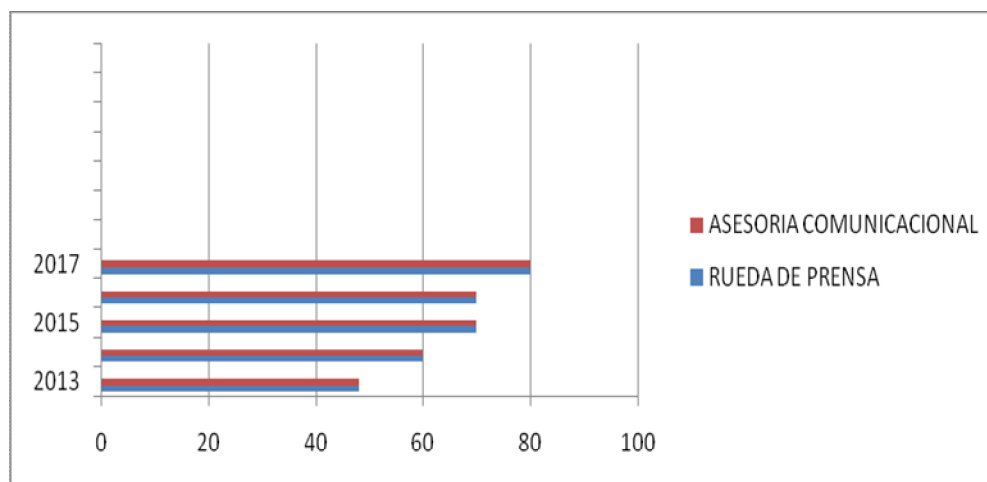


Tabla 8: Cantidad de Servicios

PRESS CONFERENCE					
CONSOLIDADO CANTIDAD DE SERVICIOS POR AÑO					
Consolidado	2013	2014	2015	2016	2017
Rueda de prensa	48	60	70	70	80
Asesoría comunicacional	48	60	70	70	80
Total	96	120	140	140	160

Ilustración 5: Cantidad de Servicios por año**Tabla 9. Consolidado ingresos servicios por cada año**

PRESS CONFERENCE					
CONSOLIDADO INGRESO POR SERVICIOS					
Consolidado	2013	2014	2015	2016	2017
Rueda de prensa	144.000.000	189.000.000	231.525.000	243.101.250	291.721.500
Asesoría Comunicacional	64.800.000	85.050.000	104.186.250	109.395.563	131.274.675
Total	208.800.000	274.050.000	335.711.250	352.496.813	422.996.175

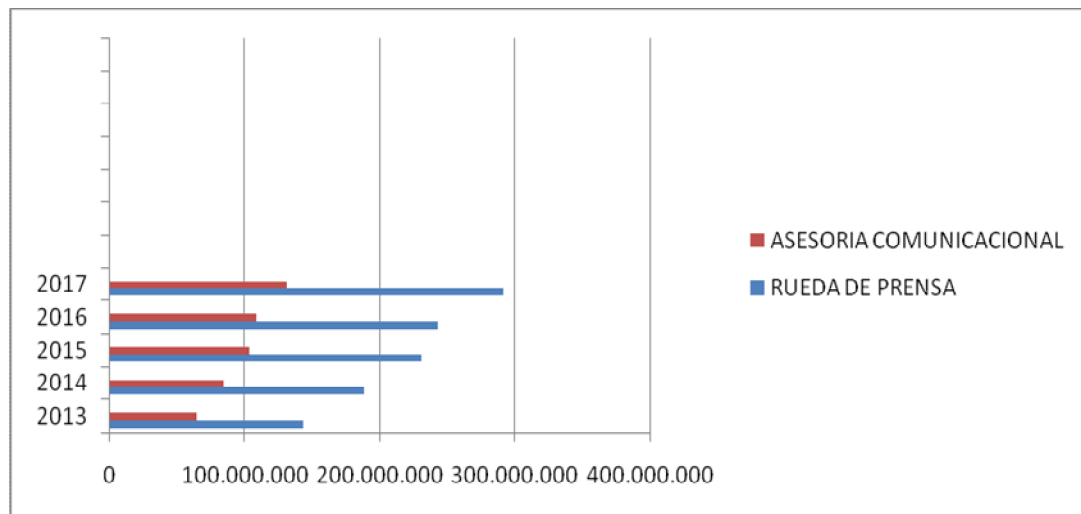
Ilustración 6 Consolidado ingresos por servicios

Tabla 10. Flujo de efectivo primer año

PRESS CONFERENCE: PROYECTO MEDELLÍN FLUJO DE EFECTIVO

CONCEPTO	INGRESOS												TOTAL 2013
	Enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	
SERV. RUEDAS DE PRENSA	15.000.000	15.000.00	15.000.00	15.000.00	15.000.00	15.000.00	15.000.00	15.000.00	15.000.00	15.000.00	15.000.00	15.000.00	180.000.000
SERV. ASESORIAS	6.750.000	6.750.000	6.750.000	6.750.000	6.750.000	6.750.000	6.750.000	6.750.000	6.750.000	6.750.000	6.750.000	6.750.000	81.000.000
3. APORTES													0
4. RECAUDO CARTERA													0
5. LIQUIDACION CDT'S													0
6. CREDITOS													0
TOTAL INGRESOS	21.750.000	21.750.00	21.750.00	21.750.00	21.750.00	21.750.00	21.750.00	21.750.00	21.750.00	21.750.00	21.750.00	.750.000	261.000.000
		0	0	0	0	0	0	0	0	0			

EGRESOS

CONCEPTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL 2013
2. GASTOS Adm.	3.877.906	3.877.906	3.877.906	3.877.906	3.877.906	3.877.906	3.877.906	3.877.906	3.877.906	3.877.906	3.877.906	3.877.906	46.534.872
2.1. Nomina Adm.	3.217.906	3.217.906	3.217.906	3.217.906	3.217.906	3.217.906	3.217.906	3.217.906	3.217.906	3.217.906	3.217.906	3.217.906	38.614.872
2.2. Servicios Adm.	360.000	360.000	360.000	360.000	360.000	360.000	360.000	360.000	360.000	360.000	360.000	360.000	4.320.000
2.3. Otros	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	3.600.000
3.GASTOS DE OPERACIÓN	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	48.000.000
4. OBLIGACIONES FINAN.		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4.1. CAPITAL													0
4.2. INTERESES													0
5. ARRIENDO													0
INVERSIONES													0
1. MUEBLES (0,4%)	87.000	87.000	87.000	87.000	87.000	87.000	87.000	87.000	87.000	87.000	87.000	87.000	1.044.000
2. ENSERES (0,4%)	87.000	87.000	87.000	87.000	87.000	87.000	87.000	87.000	87.000	87.000	87.000	87.000	1.044.000
3. EQUIPOS (0,5%)	108.750	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0	108.750
4. PUBLICIDAD y RRPP	456.750	456.750	456.750	456.750	456.750	456.750	456.750	456.750	456.750	456.750	456.750	456.750	5.481.000
9. IMPUESTOS													0
10. inversion inicial	18.758.506												18.758.506
TOTAL EGRESOS	31.253.818	12.386.562	12.386.562	12.386.562	12.386.562	12.386.562	12.386.562	12.386.562	12.386.562	12.386.562	12.386.562	12.386.562	167.506.000
RESULTADO EJERCICIO	-9.503.818	-140.380	9.223.058	18.586.496	27.949.934	37.313.372	46.676.810	56.040.248	65.403.686	74.767.124	84.130.562	93.494.000	

Plan de divulgación, mercadeo y publicidad

Press conference está diseñada para satisfacer las necesidades de artistas y Managers con intención de llegar a un público mayoritario a través de los medios de comunicación como Televisión, Radio, Prensa o Internet.

Para que nos conozcan y puedan utilizar nuestros servicios adoptaremos entre muchas, las siguientes estrategias de comunicaciones integradas de marketing (cim), la publicidad se dará a través de los medios convencionales de comunicación como radio, prensa y televisión.

Marketing directo

- **Venta Directa:** En lo posible visita y venta directa a los manager de los artistas presentándoles la propuesta comercial y beneficios de contratar con nosotros los servicios de Free Press.
- **Correo Directo:** Enviar por correo certificado a la dirección de oficina o Apartado Aéreo del Manager, la propuesta comercial con los beneficios de contratar con nosotros los servicios de Free press
- **Telemarketing:** A través de una base de datos previamente establecida, realizar trabajo permanente de Telemarketing a los Manager, gerentes de booking o los mismos artistas de ser posible, haciéndole saber de los beneficios que tienen una vez lleguen a Medellín.

Internet y medios interactivos

- Sitio web: Nuestro sitio web www.pressconference.com.co será una herramienta fundamental para dar a conocer nuestros servicios y establecer contactos con nuestros clientes y potenciales clientes. Con un diseño novedoso y funciones interactivas que lleven al visitante a quedarse por un tiempo prudente en el sitio.
- **Red Social Twitter:** La mayoría de los artistas y manejadores de artistas tienen a Twitter como su red social preferida, de tal manera que este es un canal para estar más cerca de ellos. Seguirlos y conseguir que nos sigan es fundamental para establecer ese vínculo interactivo, de tal forma que cuando nos necesiten estemos al alcance de un twit.
- **Red Social Facebook:** Facebook es la red social de mayor número de registrados, de ahí que sea una ventana importante para darnos a conocer y establecer un sinnúmero de contactos que posteriormente pueden convertirse en un negocio real. A través de este medio podemos también mostrar los trabajos realizados e interactuar con los contactos.

- **Google +:** Es la red social más joven, pero de gran impacto en el medio que nos interesa, de ahí que es necesario explotar sus bondades para establecer vínculos duraderos con los artistas.
- **Otras herramientas interactivas:** Existen otras herramientas a través de internet como Páginas Amarillas, buscador de Google y páginas asociadas que nos ayudarían a ser encontrados como una alternativa en servicios de Free Press para artistas.

Relaciones públicas

Más que orientadas a la divulgación, están orientadas a mantener relaciones mutuamente benéficas entre la empresa y su público interno y externo. Este aspecto también lo consideramos fundamental para un futuro programa de fidelización.

Free Press: Estrategia de Publicidad no pagada en los medios de comunicación. Se hace generando ideas y conceptos de valor noticioso para los medios.

Voz a voz: Un rumor positivo genera alto grado de credibilidad y aceptación que influye de la misma manera en las ventas.

Tabla 11 Fortalezas y debilidades

	Fortalezas	Debilidades
1	Creatividad en diferentes procesos	Bajo reconocimiento en el mercado
2	Responsabilidad	no se ha puesto a prueba la lista de clientes
3	Cultura de servicio orientada al Cliente	Falta de escenarios y equipos propios para la presentación del servicio
4	Autopercepción positiva de la imagen interna	Poca experiencia por el poco tiempo en el mercado
5	Eficiente procesos de divulgación y marketing	
6	Personal especializado y capacitado del negocio	
7	Novedoso modelo de servicio	

Tabla 12 Oportunidades y amenazas

Oportunidades	Amenazas
Constante crecimiento del mercado	Altos costos de productos y servicios de los proveedores esenciales
Ubicación en una ciudad que es puerta turística y comercial del país	La competencia tiene un mayor posicionamiento
Alta influencia de la cultura musical entre los habitantes de la ciudad	Falta de cultura comunicacional de algunos artistas
Representantes medios locales, regionales, nacionales e internacionales	Creciente competencia

Matriz estratégica FODA

Este es el análisis de diagnóstico de variables internas y externas que tienen impacto sobre nuestro negocio y la forma como aprovechar cada una de esas variables para sacar el mejor provecho.

Tabla 13. Estrategias FODA

Estrategia FO	Estrategias DO
C5: Realizar lanzamientos de nuevos artistas, que posteriormente serán nuestros clientes en otras palabras hacer crecer nuestros clientes	C1: propuestas comerciales para artista de la región para aumentar nuestro reconocimiento en el medio.
	B1: Alianzas con entidades que manejan la Marca de ciudad para que se incluya nuestra empresa, como un aporte a la ciudad en materia cultural para los artistas visitantes.
	crear un programa de mercadeo relacional con los medios de comunicación para establecer alianzas que permitan el constante cubrimiento de las ruedas de prensa
Estrategias FA	Estrategias DA
B6: lograr con nuestros procesos de divulgación y marketing mayor reconocimiento y renombre.	1B: campañas publicitarias a través de medio como radio, prensa y televisión.
C8: promover entre los artistas y managers (clientes) las bondades de este modelo de negocio y su aprovechamiento para el mejoramiento de su imagen y procesos de comunicación.	
A1: Desarrollar procesos eficientes y de calidad mediante el uso de la creatividad, utilizando la menor cantidad de recursos de proveedores	
D: 2:3 Minimizar el impacto de nuevos competidores a través del servicio al cliente.	

Aspecto legal

Press Conference tendrá el carácter de Empresa Unipersonal por lo tanto su registro mercantil se realizará en la Cámara de Comercio de Medellín, acorde de los estatutos legales correspondientes para tal fin. La empresa unipersonal, una vez inscrita en el registro mercantil, forma una persona jurídica.

Requisitos de formación: La empresa unipersonal se creará mediante documento escrito en el cual se expresará:

1. Nombre, documento de identidad, domicilio y dirección del empresario.
2. Denominación o razón social de la empresa, seguida de la expresión “empresa unipersonal”, o de su sigla E.U., so pena de que el empresario responda ilimitadamente.
3. El domicilio.
4. El término de duración, si éste no fuere indefinido.
5. Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la empresa podrá realizar cualquier acto lícito de comercio.
6. El monto del capital haciendo una descripción pormenorizada de los bienes aportados, con estimación de su valor. El empresario responderá por el valor asignado a los bienes en el documento constitutivo.

7. El número de cuotas de igual valor nominal en que se dividirá el capital de la empresa.

8. La forma de administración y el nombre, documento de identidad y las facultades de sus administradores. A falta de estipulaciones se entenderá que los administradores podrán adelantar todos los actos comprendidos dentro de las actividades previstas.

Se necesita un Registro Único Tributario (RUT). El cual se debe diligenciar en la DIAN. Este registro debe contener la identificación, la cual corresponde al nombre de las personas naturales o a la razón social de las personas jurídicas y demás sujetos de obligaciones administradas por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales.

Se debe registrar también un Número de Identificación Tributaria, NIT el cual permite su individualización en forma inequívoca para todos los efectos en materia tributaria, aduanera y cambiaria, y en especial para el cumplimiento de las obligaciones de dicha naturaleza. La conformación del código de identificación tributaria, NIT, es de competencia de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales.

Se debe solicitar una licencia de funcionamiento para prestar los servicios, la cual se consigue en la Secretaría de Gobierno Municipal. Esta empresa no necesita de una licencia sanitaria, ya que no va a fabricar ningún producto que atente contra la sanidad del medio ambiente, esta solo prestará servicios.

Aspecto ambiental

Press Conference No genera un impacto o daños en el medio ambiente debido a que su producción es intelectual y de servicios, no extrae materia prima de la naturaleza.

Sin embargo es una empresa con un criterio ambientalista y ecológico que lo pone en practica mediante el uso adecuado y responsable de los recursos y mediante procesos de reciclaje y no contaminación.

Conclusiones y evaluación de viabilidad

- La idea de negocio es una oportunidad que va creciendo en conjunto con el mercado, de ahí las grandes posibilidades que tiene para formarse dentro del ámbito empresarial.
- La inversión es mínima si se tiene en cuenta la proyección del negocio, pues no se quiere mayor infraestructura, procesamiento de materias primas. Sólo el carácter intelectual y estratégico.
- No existen grandes competidores en el mercado, y los pocos que hay los podemos superar estratégicamente con calidad, servicio, responsabilidad y creatividad.
- Como todo negocio, tiene riesgos y oportunidades, destacando como oportunidad la exclusividad en el servicio, la capacidad, profesionalismo, buenas relaciones y conocimiento del tema y como un riesgo que pueda afectar el consumo, sería el ser una empresa nueva, por lo tanto desconocida y no está posicionada.
- Existe un beneficio mutuo, tanto para la empresa como para el cliente, al cumplir con las exigencias, las necesidades y las expectativas de nuestros usuarios el artista podrá ofrecer su producto y lograr que este llegue a más personas por medio de nuestras estrategias de servicios, por ende al tener un

buen desempeño nuestra empresa va creando un reconocimiento en el medio lo que le permite irse posicionando.

- A un artista lo que más le importa es vender su producto de la forma más eficaz posible. Por medio de una excelente rueda de prensa logrará que el producto tenga mayor reconocimiento gracias a la difusión de los medios. Al nuestra empresa convocar grandes medios, realizar buenos boletines de prensa y lograr el montaje más apropiado; el artista podrá ofrecer su producto y lograr que este llegue a más personas.
- El proyecto de negocio no genera un impacto ambiental directo al entorno.

Bibliografía

- ANTONIO, B. (2000). *El Plan de Negocios*. Bogota: Mc. Graw Hill.
- Bermudez, J. E. (10 de abril de 2012). (A. cunha, Entrevistador)
- colombiano, E. (2012). *Madonna desata un rentable negocio en Medellín*. Obtenido de http://www.elcolombiano.com/BancoConocimiento/M/madonna_desata_un_rentable_negocio_en_medellin/madonna_desata_un_rentable_negocio_en_medellin.asp
- Corporativa., E. D. (2011). *¿QUÉ ES UNA RUEDA DE PRENSA*. Obtenido de Wikilexico de la comunicación corporativa y de redes sociales.: <http://wikilexico.wordpress.com/2011/10/23/%C2%BFque-es-una-rueda-de-prensa/>
- ESPECTADOR, E. (1 de julio de 2012). *Cuentas del concierto de McCartney*. Obtenido de <http://www.elespectador.com/noticias/investigacion/articulo-345664-cuentas-del-concierto-de-mccartney>
- MUNDIAL, P. (2012). (s.f), *Rueda de prensa*. Obtenido de <http://periodismomundial.grilk.com/ruedadeprensa.htm>
- ROBLES Gloria, A. C. (2000). *Administración, un enfoque interdisciplinario*. Mexico: 1ª ED. Pearson Educación.
- SITIOCO. (2012). *Vicente Fernández en Medellín*. Obtenido de <http://www.sitioco.com/eventos/vicente-fernandez-en-medellin.html>
- T. O'GUINN, C. A. (2004). *Publicidad y comunicacion integral de marca*. Mexico: THOMPSON EDITORES Tercera Edicion .
- VELAZCO, J. (2009). *MEDIOS DE COMUNICACIÓN*. Obtenido de <http://mediosdecomunicacion.yourbubbles.com/definicion.htm>

Apéndices

Apéndice A: Modelo de carpeta para portafolio



Apéndice B. Tarjeta de presentación



Apéndice C. Guía de constitución de empresa unipersonal

Cámara de Comercio

Yo _____ identificado con la Cédula de
 Ciudadanía No. _____ de

domiciliada en _____, manifiesto soy comerciante y en tal carácter he decidido constituir la empresa Unipersonal que regirá disposiciones contenidas en los artículos 71 a 80 de la Ley 222 de 1995 y por el código de comercio.

NOMBRE: La persona Jurídica que se constituye girará bajo la razón social

_____ E.U. y con este contratará, abrirá cuentas bancarias y realizará y ejecutará todos los actos propios de su objeto.

DOMICILIO: la empresa Unipersonal tendrá como domicilio principal la ciudad de

_____ departamento de _____, República de Colombia, pero podrá establecer sucursales y agencias en cualquier otra ciudad del país.

TÉRMINO DE DURACIÓN: El término de duración será indefinido.

OBJETO SOCIAL: La empresa Unipersonal tiene por objeto el transporte, distribución y venta de toda clase de alimentos y bebidas.

PARÁGRAFO: Se entiende incluidos en el objeto social los actos directamente relacionados con el mismo y que tenga finalidad ejercer los derechos y cumplir las obligaciones legal y convencionalmente derivadas de la existencia y actividad de la sociedad. En desarrollo de su objeto social, la sociedad podrá: 1. Adquirir bienes e inmuebles, corporales e incorporeales, tangibles e intangibles. 2. Celebrar contratos de cuentas corrientes, depósitos bancarios, etc. 3. Celebrar contratos de mutuo con o sin interés, dar en garantía sus bienes muebles e inmuebles y celebrar toda clase de operaciones de crédito. 4. Celebrar contratos de prestaciones de servicios. 5. Adquirir, endosar, avalar, transferir, descontar, etc. Cheques, letras de cambio, pagares y en general toda clase de títulos valores. 6. Participar como socia en otras reuniones.

7. En general, celebrar o ejecutar toda clase de actos y contratos.

CAPITAL: EL capital de la empresa Unipersonal asciende a la suma de (números y letras) _____ dividido en _____
 _____ cuotas de valor nominal de

cada una, el cual es aportada por el titular de la empresa unipersonal al momento de su constitución.

APORTACIÓN POSTERIOR DE BIENES: El constituyente podrá aumentar el capital de la empresa unipersonal mediante la aportación de nuevos bienes en tal caso se procederá en la forma prevista para la constitución de la empresa. La disminución de capital se sujetará a las reglas señaladas en el artículo 145 del Código de Comercio.

RESPONSABILIDAD PATRIMONIAL: El titular de la empresa Unipersonal responde hasta por el monto de sus aportes.

CESIÓN DE CUOTAS: El titular de la empresa Unipersonal podrá ceder total o parcialmente a las cuotas sociales a otras personas naturales o jurídicas mediante documento escrito que se inscriba en el registro público mercantil correspondiente.

Código ORP-019 (recuperado de www.emprendedores.com 2008)