



**Plan de negocio: Lumen Studio**  
**socio estratégico de transformación agropecuaria**

**Trabajo de grado para optar por el título**  
**Administradora empresas agropecuarias**

**Mariana Berrío Jiménez**

**Asesor**

**Estefany Salazar Castaño**

**Facultad de Ciencias Administrativas y Agropecuarias**  
**Programa de Administración de Empresas Agropecuarias**

**Corporación Universitaria Unilasallista**

**Caldas, Antioquia**

**2026**

## Contenido

1. RESUMEN .....	4
1.1. Descripción del producto/servicio .....	4
1.2. Localización/ubicación de la empresa .....	4
1.3. Objetivos del proyecto/empresa.....	4
1.4. Presentación del equipo emprendedor .....	5
1.4.1. Mariana Berrío Jiménez.....	5
1.4.2. María Paulina Velez Mejia.....	5
1.5. Potencial de mercado en cifras .....	6
1.6. Ventaja competitiva y propuesta de valor .....	6
1.7. Inversiones requeridas .....	7
1.8. Proyecciones de ventas y rentabilidad .....	7
1.9. Conclusiones financieras y evaluación de viabilidad .....	7
2. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	7
2.1. Análisis del sector .....	7
2.2. Análisis del mercado.....	8
2.3. Análisis del consumidor/cliente.....	8
2.4. Análisis de la competencia.....	9
3. Plataforma estratégica.....	9
3.1. Concepto del negocio – Función empresarial.....	9
3.2. Objetivos de la empresa .....	10
3.3. Análisis MECA.....	10
4. Estrategia de mercadeo .....	11
4.1. Concepto del producto o servicio.....	11
4.2. Mezcla de marketing (4P) .....	11
5. Estrategia de comunicación externa .....	12
6. Análisis técnico operativo .....	12
6.1. Ficha técnica del servicio .....	12
7. Análisis administrativo y organizacional .....	18
7.1. Grupo emprendedor.....	18
7.2. Estructura organizacional.....	18

7.3 Gastos de administración y nómina .....	18
7.4 Organismos de apoyo .....	18
7.5 Constitución empresa.....	18
7.6 Comunicación organizacional .....	18
8. Impacto del proyecto: Económico, social y ambiental.....	19
9. Registro de licencias y leyes.....	19
9.1. Constitución y registros.....	19
9.2. Legislación laboral y protección social.....	20
9.3. Protección de datos e inteligencia artificial.....	20
9.4. Propiedad intelectual y ambiental .....	20
9.5. Régimen Tributario y Utilidades .....	21
10. Financiero .....	21
10.1. Análisis de riesgos y sensibilidad.....	21
10.2. Descripción general de la inversión requerida para el óptimo funcionamiento del proyecto .....	21
11. Conclusiones .....	22
Bibliografía .....	22

## 1. RESUMEN

**Nombre comercial:** *Lumen Studio*

### 1.1. Descripción del producto/servicio

*A diferencia de un proyecto teórico, Lumen es una iniciativa en marcha que ya cuenta con una estructura operativa definida, aliados estratégicos y una metodología propia de diagnóstico de marca. Busca la incorporación de servicios de IA y consultoría de procesos surge de la retroalimentación directa de los clientes actuales, quienes demandan una transformación que vaya más allá de lo visual para impactar la rentabilidad estructural de sus negocios.*

Lumen no opera como una agencia de marketing tradicional, sino como un socio estratégico de transformación digital agropecuaria. Actualmente, el negocio se encuentra en etapa de operación activa, validando su modelo mediante tres pilares de servicios integrales:

- **Servicios de marketing digital:** Es el motor actual de la empresa, enfocado en profesionalizar la presencia digital de las pymes agro: Administración profesional de redes sociales con enfoque en conversión y branding, producción audiovisual especializada, buscamos humanizar las marcas del agro, conectando la tradición del campo con el consumidor moderno. Así como gestión de pauta digital.
- **Consultoría en inteligencia artificial y automatización:** Como respuesta a la necesidad de modernización técnica detectada en la operación actual.
- **Acompañamiento integral para procesos empresariales:** Aprovechando la formación profesional en Administración de Empresas Agropecuarias, ofrece consultoría para robustecer la estructura interna de las empresas: Estandarización de procesos internos, estrategias de reducción de costos operativos, construcción de propuesta de valor y fidelización.

### 1.2. Localización/ubicación de la empresa

Caldas, Antioquia.

Operamos bajo un modelo flexible y remoto apoyado en espacios de coworking.

### 1.3. Objetivos del proyecto/empresa

**Corto plazo (1 año):** Alcanzar una cartera de 10 clientes corporativos bajo modalidad de **pago mensual** en los siguientes 12 meses de operación formal, proyectando una facturación bruta mensual de COP \$15,000,000.

**Mediano plazo (3 años):** Posicionarse como la agencia digital referente para el sector agropecuario en el departamento de Antioquia, alcanzando una cartera de 50 clientes activos. El objetivo es pasar de ser un proveedor de contenido a ser el socio estratégico de transformación digital en la región.

**Largo plazo (5 años):** Lograr cobertura a nivel nacional y establecer una línea de formación académica digital especializada en el agro. Esta meta responde a políticas de transformación

digital, que promueven la inclusión económica rural a través de la conectividad y el conocimiento técnico. Lumen se convertirá en un ecosistema de soluciones que conecta la producción rural colombiana con mercados globales de manera directa y eficiente.

#### 1.4. Presentación del equipo emprendedor

##### 1.4.1. Mariana Berrío Jiménez

Profesional bilingüe y estudiante de último semestre de Administración de Empresas Agropecuarias en la Corporación Universitaria Lasallista. Se desempeña como cofundadora y líder estratégica en Lumen.

#### **Características personales y profesionales**

Se caracteriza por una mentalidad de mejora continua, liderazgo orientado a resultados y una alta capacidad de adaptación en entornos multiculturales. Como administradora, combina competencias en planeación y organización con habilidades críticas en gestión de herramientas digitales. Posee una comunicación efectiva bilingüe (nivel B2 certificado) que le permite conectar con diversos actores de la cadena agroalimentaria. Su perfil integra la rigurosidad administrativa con la agilidad del mundo digital, enfocándose en amplificar el alcance de marcas del sector agro a través de estrategias coherentes y escalables.

#### **Características personales y profesionales**

Cuenta con una trayectoria sólida de más de un año como community manager y líder en su propia agencia de marketing digital. Durante este tiempo, ha desarrollado consultorías estratégicas, gestión de redes sociales y campañas digitales con resultados medibles para diversas marcas. Su experiencia se complementa con roles previos en servicios de atención al cliente bilingüe y asistencia en la gestión de plataformas de ventas online, lo que le otorga una visión integral del ciclo comercial y la experiencia del usuario.

##### 1.4.2. María Paulina Velez Mejia

Estudiante de último semestre de Administración de Empresas Agropecuarias en la Corporación Universitaria Lasallista. Cofundadora y especialista en creación de contenido.

#### **Características personales y profesionales**

Es una líder de acción orientada a resultados, con una mentalidad enfocada en la ejecución y el crecimiento empresarial. Posee una visión comercial aguda y pragmática, desarrollada en entornos de alta exigencia, lo que le permite negociar con asertividad y leer las dinámicas del mercado con rapidez. Su perfil destaca por una determinación profesional hacia la excelencia operativa y la capacidad de integrar la estructura financiera de una marca con su potencial estético y de mercado. Como mujer emprendedora, ejerce un liderazgo que transforma ideas en unidades de negocio funcionales, siempre bajo una metodología de orden y eficiencia administrativa.

Cuenta con una trayectoria fundamental en la comercialización masiva en la Central Mayorista de Antioquia, donde perfeccionó habilidades en negociación de alto impacto, gestión de suministros,

atención a clientes mayoristas y control de cartera. Esta experiencia le otorgó una agilidad comercial única que hoy aplica en la dirección de Lumen. Como cofundadora de la agencia, supervisa la operación estratégica y el cumplimiento de estándares de calidad, asegurando que cada proyecto creativo esté respaldado por un análisis de rentabilidad y metas de ventas claras. Su formación profesional le permite dominar los procesos productivos y las cadenas de suministro, convirtiéndose en el puente entre la disciplina agroindustrial y la innovación digital.

**¿La oportunidad está acorde con las habilidades y experiencia del equipo que tratará de aprovecharla? ¿Es compatible con las fortalezas?**

Sí, esto porque existe una alineación entre la oportunidad detectada y el perfil del equipo fundador. La oportunidad de negocio radica en la profesionalización de la gestión digital para un sector que tradicionalmente ha operado con baja madurez tecnológica.

El equipo combina la rigurosidad de la Administración de Empresas Agropecuarias con la ejecución táctica del marketing digital y la creación de contenido.

- La experiencia de Mariana en gestión de comunidades bilingües y el dominio de Paulina en la comercialización masiva en la Central Mayorista permiten que la agencia no solo ofrezca *estética*, sino estrategias de ventas reales y optimización de suministros.

**Al ser un negocio ya operativo**, el equipo ha demostrado capacidad para ejecutar los procesos de diagnóstico, producción y análisis de métricas que el mercado demanda actualmente.

**¿Se tienen las habilidades críticas?**

La propuesta de Lumen Studio es compatible con las fortalezas del equipo, ya que su ventaja competitiva radica en una experticia sectorial que trasciende el marketing convencional. Al ser ambas administradoras de empresas agropecuarias, poseen la capacidad técnica para traducir ciclos productivos en estrategias comerciales efectivas, eliminando la brecha de comunicación de las agencias generalistas; una formación permite integrar la estandarización de procesos y el análisis financiero en la estrategia digital, asegurando un crecimiento sostenible para el cliente.

Finalmente, el enfoque en el trato personalizado y el acompañamiento presencial refuerza la confianza, factor determinante en la idiosincrasia del sector agropecuario.

1.5. Potencial de mercado en cifras

El mercado potencial en Colombia es de aproximadamente 300.000 pymes agropecuarias que requieren procesos de digitalización. Con un ticket promedio de inversión entre \$1.000.000 y \$2.500.000 mensuales, el sector presenta una oportunidad de crecimiento sostenido impulsada por el Plan Nacional de Conectividad Digital y la necesidad de conexión directa entre productores y consumidores urbanos.

1.6. Ventaja competitiva y propuesta de valor

Reside en su experticia sectorial y capacidad bilingüe, permitiendo la internacionalización de marcas locales. La propuesta de valor se centra en el acompañamiento presencial y la gestión

integral, eliminando la brecha de comunicación mediante el uso de lenguajes técnicos adaptados y tecnologías de IA para la eficiencia operativa.

### 1.7. Inversiones requeridas

Se requiere una inversión inicial de \$20.000,000 COP. Esta se clasifica principalmente en ACTIVOS FIJOS (\$10.000.000) para equipos audiovisuales de alta gama, ACTIVOS INTANGIBLES (\$2.000.000) para software y licencias, GASTOS PREOPERATIVOS (\$3.000.000) para constitución y marketing inicial, y una reserva de CAPITAL DE TRABAJO (\$5.000.000) para asegurar la operatividad durante los primeros meses.

### 1.8. Proyecciones de ventas y rentabilidad

Lumen Studio proyecta alcanzar una facturación bruta de \$15,000,000 mensuales al finalizar el primer año con una cartera de 10 clientes corporativos. Para el tercer año, la utilidad operativa se estima en \$32,400,000 anuales, manteniendo una estructura de costos optimizada que favorece la rentabilidad neta

### 1.9. Conclusiones financieras y evaluación de viabilidad

El proyecto es altamente viable desde la perspectiva financiera, presentando un VPN positivo de \$35,654,116 y una TIR del 74.12% anual, cifra que supera ampliamente la tasa de oportunidad exigida. Con un periodo de recuperación de la inversión de 16 meses y una relación costo/beneficio de 2.78, Lumen se consolida como una inversión segura y rentable para las fundadoras.

## 2. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

### 2.1. Análisis del sector

El sector agropecuario colombiano se encuentra en una fase de transformación estructural impulsada por la necesidad de modernización, digitalización y competitividad internacional. Según el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC), las empresas deben fortalecer su analítica de datos y conocimiento del comportamiento del consumidor para responder a las nuevas demandas del mercado y aumentar su eficiencia operativa (MinTIC, 2024).

La implementación del Plan Nacional de Conectividad Digital ha favorecido el acceso a internet en zonas rurales, permitiendo la incorporación progresiva del campo al ecosistema del comercio digital. Esto, sumado al crecimiento de la economía digital y al auge de las redes sociales, ha generado nuevas oportunidades para la promoción de productos agropecuarios y la conexión directa entre productores y consumidores (Trade.gov, 2024).

El marketing digital en Colombia muestra un crecimiento sostenido gracias a la adopción masiva de dispositivos conectados y al uso extendido de plataformas como Instagram, Facebook y TikTok, donde los consumidores buscan experiencias más auténticas y productos de origen sostenible. Este entorno favorece la aparición de empresas especializadas en estrategias de comunicación para el

agro, capaces de traducir el lenguaje técnico del campo en mensajes atractivos para audiencias urbanas (Meltwater, 2025).

En síntesis, el sector presenta altas oportunidades de crecimiento, pero también retos asociados a la brecha digital, la profesionalización de la comunicación y la necesidad de adoptar tecnologías adaptadas al contexto rural y regional.

## 2.2. Análisis del mercado

En Colombia existen aproximadamente 1.5 millones de pymes agropecuarias, de las cuales se estima que al menos un 20% buscan apoyo en procesos de digitalización y presencia en redes sociales. Esto representa un mercado potencial de más de 300.000 empresas que requieren servicios especializados para mejorar su visibilidad y posicionamiento.

El ticket promedio que estas empresas están dispuestas a invertir oscila entre \$1.000.000 y \$2.500.000 mensuales, dependiendo del alcance de los servicios, la frecuencia de publicación y la incorporación de herramientas tecnológicas como pauta digital o automatización.

Los nichos más activos se concentran en productores de frutas, café, flores, cárnicos y lácteos, sectores que tienen fuerte vocación exportadora y buscan posicionar su marca en mercados nacionales e internacionales. Asimismo, las tendencias indican un incremento del comercio electrónico agroalimentario, la venta directa sin intermediarios y la profesionalización de las marcas rurales en redes sociales.

El crecimiento sostenido del marketing digital en pymes, sumado a la baja oferta de agencias especializadas en el agro, configura una ventaja competitiva clara para quienes logren comprender las particularidades de este mercado y ofrecer soluciones adaptadas a su realidad productiva y cultural.

(IICA, 2024)

(Meltwater, 2025)

## 2.3. Análisis del consumidor/cliente

El cliente ideal corresponde a un empresario agropecuario entre 30 y 55 años, que lidera un negocio familiar o una pyme en expansión y busca profesionalizar su presencia digital. Generalmente se trata de productores o comercializadores de bienes agroalimentarios con interés en llegar a mercados urbanos o internacionales y proyectar una imagen más sólida y moderna de su empresa.

Entre sus motivaciones principales se encuentran:

- Aumentar las ventas a través de redes sociales.
- Conectarse con consumidores finales sin intermediarios.
- Potenciar el reconocimiento de su marca.

- Acceder a nuevas oportunidades de mercado digital.

Sus dolores o necesidades no resueltas incluyen la falta de conocimiento técnico en herramientas digitales, escasez de tiempo para manejar redes de forma estratégica y limitado alcance en plataformas como Instagram o TikTok. Por esta razón, valora soluciones que combinen acompañamiento personalizado, gestión integral y resultados medibles.

Además, el cliente actual muestra una tendencia a mantener relaciones duraderas con los proveedores que le generen confianza, buscando no solo servicios de marketing, sino también asesoría continua y acompañamiento consultivo para crecer digitalmente junto con su negocio.

(Branch., 2025)

## 2.4. Análisis de la competencia

El panorama competitivo está dominado por agencias de marketing digital generalistas que atienden diversos sectores económicos, así como por freelance que ofrecen servicios puntuales de diseño o manejo de redes sociales.

Las fortalezas de estos competidores radican en sus precios competitivos, su experiencia en sectores masivos y su capacidad para ofrecer soluciones rápidas. Sin embargo, presentan debilidades importantes, como el desconocimiento de las dinámicas del sector agropecuario, la falta de personalización de estrategias y la ausencia de acompañamiento continuo.

Esta brecha representa una oportunidad estratégica para diferenciarse como una agencia digital especializada en el agro, capaz de conectar las necesidades rurales con herramientas digitales efectivas, utilizando un lenguaje cercano y comprendiendo los ciclos productivos y comerciales del sector.

La ventaja competitiva se centra en la experticia sectorial, el trato personalizado y la capacidad de acompañamiento presencial cuando sea necesario, elementos que fortalecen la confianza y fidelización del cliente agropecuario.

## 3. Plataforma estratégica

### 3.1. Concepto del negocio – Función empresarial

La empresa propuesta es una agencia digital especializada en el sector agropecuario, dedicada a ofrecer gestión profesional de redes sociales, diseño de contenidos y consultoría en transformación digital. Su función empresarial es digitalizar el agro colombiano, conectando productores rurales con mercados urbanos y globales mediante estrategias visuales, narrativas y tecnológicas adaptadas a su realidad.

La agencia actúa como un aliado estratégico que impulsa la competitividad y modernización del sector, generando valor a través de la profesionalización de tareas que tradicionalmente realizaban los propios productores sin conocimientos técnicos, asegurando resultados medibles y sostenibles.

### 3.2. Objetivos de la empresa

**Corto plazo (1 año):** Alcanzar una cartera de 10 clientes corporativos bajo modalidad de **pago mensual** en los siguientes 12 meses de operación formal, proyectando una facturación bruta mensual de COP \$15,000,000.

**Mediano plazo (3 años):** Posicionarse como la agencia digital referente para el sector agropecuario en el departamento de Antioquia, alcanzando una cartera de 50 clientes activos. El objetivo es pasar de ser un proveedor de contenido a ser el socio estratégico de transformación digital en la región.

**Largo plazo (5 años):** Lograr cobertura a nivel nacional y establecer una línea de formación académica digital especializada en el agro. Esta meta responde a políticas de transformación digital, que promueven la inclusión económica rural a través de la conectividad y el conocimiento técnico. Lumen se convertirá en un ecosistema de soluciones que conecta la producción rural colombiana con mercados globales de manera directa y eficiente.

### 3.3. Análisis MECA

MANTENER	EXPLORAR	CORREGIR	AFRONTAR
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conservar el enfoque exclusivo en el sector agropecuario para evitar la generalidad de la competencia.</li> <li>• Sostener el acompañamiento presencial y el trato directo, factores críticos para generar confianza en empresarios del sector.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Integrar herramientas de IA para la analítica de datos y automatización de procesos, alineándose con las directrices del MinTIC (2024).</li> <li>• Explorar convenios con asociaciones agropecuarias y ferias como Agroexpo para escalar el alcance de la</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diversificar los canales de comunicación para no depender exclusivamente de WhatsApp como único medio de contacto con el cliente.</li> <li>• Formalizar los flujos de trabajo internos para asegurar que el crecimiento a 50 clientes (mediano plazo) no</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contrarrestar la oferta de agencias masivas y freelances mediante la especialización y la entrega de resultados medibles y estratégicos.</li> <li>• Mitigar los retos de conectividad en zonas rurales mediante metodologías de trabajo híbridas y</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>Mantener la estructura liderada por administradoras de empresas agropecuarias que comprenden los ciclos productivos y el lenguaje técnico del campo.</li> </ul>	<p>marca a nivel regional.</p>	<p>comprometa la calidad del servicio.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Implementar programas de formación continua para el equipo operativo sobre nuevas tendencias en marketing digital.</li> </ul>	<p>recolección de contenido offline.</p>
--	--------------------------------	---	--

(Colombia, 2024)

#### 4. Estrategia de mercadeo

##### 4.1. Concepto del producto o servicio

La empresa ofrece un servicio integral que profesionaliza la presencia digital de pymes agropecuarias, proporcionando resultados medibles en visibilidad, interacción y ventas. Es un ecosistema de soluciones digitales para el agro.

Nuestro valor diferencial reside en la especialización sectorial, la atención personalizada y la comprensión profunda de las dinámicas del campo colombiano para lograr convertir procesos agropecuarios en contenido comercial de alto impacto.

##### 4.2. Mezcla de marketing (4P)

<b>PRODUCTO</b>	<b>PRECIO</b>	<b>PLAZA</b>	<b>PROMOCIÓN</b>
1. Gestión 360 (RRSS + pauta digital)	Planes desde \$1.500.000 hasta \$3.500.000	Canal directo. La operación es remota con posibilidad de presencia física para la captura de contenido.	Marketing de contenido UGC, LinkedIn para B2B, presencia en ferias gremiales.
2. Consultoría IA (Automatización de procesos).	Así como servicios individuales desde aproximadamente \$600.000.		
3. Asesoría administrativa (Estandarización, costos)			

## 5. Estrategia de comunicación externa

La comunicación de la marca busca transmitir confianza, proximidad y profesionalismo, reflejando su identidad como aliado estratégico del campo. En un tono profesional, innovador y cercano al productor.

Mensaje clave: “Digitalizamos el agro para que tu negocio crezca”. “Llevar la disciplina del campo al mundo digital”.

Canales: LinkedIn (red de contactos profesionales), Instagram/TikTok (vitrina visual de resultados), y vía WhatsApp para un contacto directo, y al que pueden adaptarse estrategias como boletines mensuales con tendencias de IA en el agro.

La estrategia busca crear una comunidad digital agropecuaria, donde la agencia sea reconocida como referente en innovación y sostenibilidad. De acuerdo con el IICA (2024) y el IFAD (2025), la comunicación digital efectiva es clave para la transformación del agro y para consolidar mercados más inclusivos y competitivos.

(MinTIC, 2024)

## 6. Análisis técnico operativo

### 6.1. Ficha técnica del servicio

Estado de desarrollo	Empresa en marcha. El servicio cuenta con una metodología validada, clientes activos y procesos operativos estandarizados en el mercado actual.
Innovación	Aplicación de inteligencia artificial para la automatización de la atención al cliente y el análisis predictivo de métricas de consumo en el sector agro.
Descripción del proceso	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Onboarding y Diagnóstico</b> Se realiza una inmersión técnica en la empresa del cliente. Se evalúan no solo sus redes, sino su capacidad productiva y logística para que la promesa de venta sea real.</li> <li>2. <b>Planificación Estratégica</b> Se diseña la hoja de ruta mensual. Se definen los objetivos (KPIs) y se está preparado para grabaciones.</li> <li>3. <b>Ejecución técnica</b> Desplazamiento al lugar para grabación, sea finca o planta de proceso. Aquí es donde se</li> </ol>

	<p>aplica la técnica de captura audiovisual para obtener el material crudo.</p> <p>4. <b>Postproducción:</b> Edición de video, diseño gráfico y configuración de las herramientas de IA. Es la fase de "procesamiento" de la materia prima (información/vídeo).</p> <p>5. Publicación del contenido y activación de las automatizaciones de IA + Inicio del monitoreo de pauta.</p> <p>6. <b>Control de calidad y cierre de ciclo:</b></p> <p>Análisis de métricas al final del mes. Se entrega un reporte de impacto y se ajusta la estrategia para el siguiente periodo.</p>
Necesidades y requerimientos	<p>Para la prestación de servicios de consultoría, marketing e IA, la empresa requiere una infraestructura que garantice la movilidad y la conectividad constante:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Espacio físico:</b> Puede aplicar un modelo de oficina flexible (Coworking) para reuniones estratégicas y estaciones de trabajo remotas con ergonomía para edición prolongada.</li> <li>• Disponibilidad de transporte terrestre (propio o contratado) para el desplazamiento a las unidades productivas de los clientes.</li> <li>• Conexión a internet simétrica de alta velocidad para la carga y descarga de activos digitales pesados y el entrenamiento de modelos de IA.</li> <li>• <b>Soporte energético:</b> Sistemas de respaldo de energía para proteger los equipos de edición y asegurar la continuidad operativa durante posibles fallas eléctricas.</li> </ul>
Materias primas e insumos	En el sector de servicios digitales, las materias primas son los activos de

	<p>información que se transforman en productos finales:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Teléfonos móviles con capacidades de procesamiento superiores y cámaras con estabilización óptica para la gestión inmediata de redes sociales y edición rápida. Cámaras de video y fotografía profesionales que permitan obtener material de alta calidad cuando el cliente lo requiera.</li> <li>• <b>Información técnica del cliente:</b> Datos de producción, manuales de marca, registros financieros y objetivos comerciales proporcionados por la pyme agropecuaria.</li> <li>• <b>Contenido crudo:</b> Metraje de video, fotografías y audios capturados en sitio durante las jornadas de producción.</li> <li>• Información del comportamiento del consumidor y métricas de mercado extraídas de herramientas de analítica.</li> <li>• <b>Insumos de oficina:</b> Papelería básica para la formalización de contratos, kits de limpieza para lentes y sensores de cámaras, y dispositivos de almacenamiento físico.</li> </ul>
Tecnología requerida	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teléfonos inteligentes de alta gama, cámaras profesionales, drones, micrófonos inalámbricos, trípodes y estabilizadores.</li> <li>• Dispositivos con capacidad de edición avanzada y computadores optimizados para diseño.</li> <li>• Licencias de Canva Pro y CapCut Pro para la creación de piezas visuales y edición de video.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Meta Business Suite para pauta, Hootsuite para programación, y algoritmos de IA para la automatización de procesos.</li> </ul>
Situación tecnológica de la empresa	La infraestructura de la agencia se apoya en el uso sistemático de la nube para el almacenamiento masivo y la colaboración en tiempo real, lo que permite una operación remota eficiente y el acceso inmediato a activos digitales desde cualquier zona rural con conectividad. La empresa busca integrar herramientas de IA para la optimización de flujos de trabajo, edición automatizada y analítica predictiva, asegurando una capacidad técnica superior que traduce las necesidades del campo en soluciones digitales de alto impacto.
Localización y tamaño	Opera bajo un modelo de oficina flexible y remota. El tamaño de la empresa se define por su capacidad instalada para gestionar simultáneamente hasta 10 cuentas corporativas en su primer año de operación formal, con una proyección de escalabilidad a 50 clientes en el mediano plazo.
Necesidades y características del personal requerido	<p><b>Líderes estratégicas</b> encargadas de la visión de negocio, consultoría de procesos y gestión comercial bilingüe.</p> <p><b>Creadores de contenido:</b> Personal con sensibilidad técnica para capturar la esencia del campo y traducirla en narrativa visual efectiva.</p> <p><b>Técnicos expertos</b> en herramientas de postproducción con capacidad de respuesta ágil.</p> <p><b>Especialista en IA y pauta:</b> Responsables de la configuración de agentes inteligentes y la optimización de algoritmos de segmentación.</p>
Plan y presupuesto de producción	Los servicios principales se basan en ciclos mensuales que incluyen: diagnóstico, diseño de parrilla en Excel compartido, jornadas de grabación (varias al mes), edición segmentada y publicación programada.

	Presupuesto estimado para cubrir la operación de 10 clientes iniciales, incluyendo honorarios del equipo operativo, desplazamientos logísticos y mantenimiento de activos digitales.
--	--

### Presupuesto estimado de producción mensual

ÍTEM	DESCRIPCIÓN	COSTO ESTIMADO
Suscripciones	Licencias para Canva Pro, CapCut Po, Meta Business Suite y Google Drive.	\$45,000-\$60,000
Logística	Combustible, peajes y viáticos para visitas técnicas y grabaciones (8-10 visitas al mes)	\$80,000-\$200,000
Honorarios a equipo operativo externo	Pago a editores externos por volumen de piezas	\$1.500.000-\$4.500.000
Conectividad y energía	Internet de alta velocidad (fibra óptica) y servicios públicos de la sede administrativa.	\$250.000-\$350.000
Gastos legales y contables	Honorarios para gestión de contratos y cumplimiento tributario mensual.	\$700.000-\$900.000
<b>COSTO BASE PARA OPERAR 10 CUENTAS</b>		<b>\$2.575.000-\$6.010.000</b>

Análisis de costos de producción	<p><b>Costos Fijos:</b> Suscripciones de software de gestión y edición (Canva Pro, CapCut Pro), internet de alta velocidad y honorarios base del equipo.</p> <p><b>Costos Variables:</b> Gastos de transporte para grabaciones presenciales, mantenimiento de equipos audiovisuales y presupuesto de pauta digital según el paquete contratado.</p>
Plan de compras/Identificación de proveedores	<b>Proveedores de software:</b> Google (Drive/Workspace), Meta (Business Suite), Canva y CapCut.

	<p><b>Proveedores de hardware:</b> Distribuidores especializados en cámaras 4K, drones, micrófonos inalámbricos y equipos de edición de alto rendimiento.</p> <p><b>Proveedores operativos:</b> Servicios legales para contratos de protección intelectual y contabilidad para la gestión tributaria.</p>
Control de calidad y evaluación sensorial	<p><b>Control de calidad:</b> Implementación de un flujo de revisión cruzada donde se verifica que cada pieza cumpla con el manual de marca, la precisión técnica y la calidad de exportación audiovisual.</p> <p><b>Evaluación Sensorial del producto:</b> Se mide a través del impacto visual y auditivo del contenido. Se realizan validaciones internas para asegurar que la narrativa conecte emocionalmente con el consumidor final.</p>
Cronograma de ensayos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pruebas de grabación y captura de audio en diferentes condiciones climáticas y entornos productivos.</li> <li>• Pruebas de flujo y respuesta de los agentes de atención inteligente antes de su implementación final en el canal del cliente.</li> <li>• Evaluación quincenal de métricas para realizar ensayos de segmentación en las campañas de pauta digital.</li> </ul>

(Barrios-Ulloa, 2025)

## 7. Análisis administrativo y organizacional

### 7.1. Grupo emprendedor

Lumen es fundada y liderada por un equipo de profesionales en Administración de Empresas Agropecuarias, lo que garantiza una gestión con visión de dueñas y conocimiento técnico del sector:

- **Mariana Berrío Jiménez:** Cofundadora y Líder Estratégica. Especialista en planeación, gestión bilingüe (B2) y control de calidad administrativa. Aporta la visión de escalabilidad y alianzas internacionales.
- **María Paulina Vélez Mejía:** Cofundadora y Líder de Operaciones. Aporta una vasta experiencia comercial en la Central Mayorista y en la creación de contenido estratégico (UGC). Encargada de la dirección de marca y ejecución táctica.

### 7.2. Estructura organizacional

La empresa adopta una estructura **funcional y flexible**, diseñada para la agilidad digital, pero con departamentos claros para la consultoría técnica:

### 7.3 Gastos de administración y nómina

### 7.4 Organismos de apoyo

Se apalanca en el ecosistema de emprendimiento nacional:

**Cámara de Comercio de Medellín para Antioquia:** Apoyo en formalización y programas de fortalecimiento empresarial.

**MinTIC:** Acceso a programas de transformación digital y convocatorias de tecnología.

**SENA (fondo emprender):** Posible fuente de capital semilla y asesoría técnica especializada.

### 7.5 Constitución empresa

La empresa se constituirá bajo la figura de **Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.)**, es un régimen societario flexible y moderno, diseñado para facilitar la constitución de empresas por una o más personas (físicas o morales) mediante documentos privados sin necesidad de notario.

Ofrece responsabilidad limitada al monto de los aportes, facilidad para el crecimiento y entrada de futuros inversionistas y estructura flexible adaptada a empresas de servicios y tecnología.

### 7.6 Comunicación organizacional

Al ser una agencia nativa digital, la comunicación interna se rige por la eficiencia:

**Interna:** Uso de plataformas como **Slack** o **Discord** para la gestión de proyectos y **Google Workspace** para la colaboración de documentos en tiempo real. Se realizan reuniones semanales de sincronización de KPIs.

**Externa:** Protocolos de comunicación claros vía correo electrónico o WhatsApp Business para clientes, con respuestas automatizadas mediante los agentes de IA desarrollados por la propia agencia, garantizando coherencia y rapidez.

(Trade.gov, 2024)

## 8. Impacto del proyecto: Económico, social y ambiental

El impacto económico de Lumen Studio se centra en la dinamización de las pymes agroindustriales al facilitar su transición hacia el comercio digital directo, lo que permite eliminar intermediarios innecesarios y aumentar los márgenes de rentabilidad para el productor. Al profesionalizar la comunicación y la gestión administrativa de estas empresas, se impulsa su competitividad en mercados urbanos y globales, generando un retorno de inversión medible a través del aumento en las ventas y la optimización de los costos operativos mediante la implementación de inteligencia artificial. Este fortalecimiento empresarial no solo beneficia a los clientes individuales, sino que contribuye al crecimiento del sector agropecuario colombiano, alineándose con las proyecciones de expansión de la economía digital en el país.

En el ámbito social, el proyecto actúa como un catalizador para la reducción de la brecha digital en el campo, empoderando a productores rurales y sus familias a través del acceso a herramientas tecnológicas de vanguardia. Como una agencia fundada y liderada íntegramente por mujeres profesionales, Lumen promueve la equidad de género y el liderazgo femenino en un sector tradicionalmente masculino, fomentando el relevo generacional en el agro mediante la creación de empleos calificados y formación técnica en áreas digitales.

Por otro lado, el impacto ambiental se manifiesta en la promoción de prácticas de producción y consumo responsable a través de narrativas que resaltan el origen sostenible de los productos.

Además, la digitalización de procesos y el modelo de trabajo remoto reducen significativamente la huella de carbono asociada a desplazamientos logísticos y el uso de papel en trámites administrativos tradicionales.

(IFAD, 2025)

## 9. Registro de licencias y leyes

### 9.1. Constitución y registros

Lumen Studio se constituirá como una Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.), la cual permite una estructura flexible alineada con empresas de tecnología y servicios.

El presupuesto inicial para el registro mercantil en la Cámara de Comercio oscila entre \$500.000 y \$1.000.000 COP, dependiendo del capital suscrito. Los costos incluyen el acta de constitución (\$53.000), formulario RUES (\$7.200) y registro mercantil (\$42.000).

- En caso de operar bajo una sede física se debe tramitar el concepto de uso de suelo ante la oficina de Planeación Municipal, asegurando que la actividad económica de "servicios de consultoría" sea permitida en la zona de operación.

## 9.2. Legislación laboral y protección social

- Es obligatorio afiliar y pagar aportes a salud, pensión y ARL de todos los empleados, incluyendo personal en teletrabajo.
- Aún siendo empresa digital, se debe implementar el SG-SST con énfasis en riesgos ergonómicos, visuales y psicosociales para trabajos remotos.
- Evitar el "contrato realidad" verificando que los contratistas independientes no cumplan horario ni subordinación, para prevenir demandas laborales.
- Se recomienda para proteger el SEGURO DE RESPONSABILIDAD CIVIL para proteger el patrimonio ante posibles errores en campañas que causen daños a clientes (terceros).

Según la reforma laboral de 2025-2026 en Colombia (ley 2466 de 2025) y la reducción gradual de la jornada (ley 2101 de 2021) traen cambios significativos para 2025-2026:

- Para 2026, el recargo dominical y festivo aumentará progresivamente al 90%-100% y la jornada laboral ordinaria continuará en reducción progresiva hacia las 42 horas semanales.
- La nueva normativa establece garantías mínimas para trabajadores de plataformas, permitiendo la vinculación como dependientes o independientes.

En la modalidad independiente, la plataforma o empresa debe asumir el 60% de los aportes a seguridad social y el 100% de riesgos laborales.

- Desconexión laboral: Es obligatorio garantizar el derecho a la desconexión mediante el uso de tecnología que regule los tiempos de descanso de los trabajadores.

## 9.3. Protección de datos e inteligencia artificial

Debe adherirse a la actualización de la Ley 1581 de 2012 tramitada en 2025:

- Reforma de Protección de Datos (2025-2026): Se fortalece el régimen jurídico para el tratamiento automatizado de datos y el uso de Inteligencia Artificial. El nuevo marco exige políticas de privacidad reales y gestión responsable del riesgo frente a tecnologías emergentes.
- Regulación de IA: El Proyecto de Ley 043 de 2025 regula el uso ético y responsable de la inteligencia artificial en Colombia, obligando a las empresas a garantizar la transparencia en los procesos algorítmicos y la protección de derechos fundamentales.

## 9.4. Propiedad intelectual y ambiental

- Propiedad industrial: El registro de la marca "Lumen Studio" ante la SIC tiene un costo aproximado de \$558.000 COP (formato digital) para 2024-2025. Las tasas de propiedad industrial se ajustan anualmente mediante resoluciones de la SIC.

- **Protección intelectual:** Los contratos con creadores UGC deben incluir cláusulas de cesión de derechos de autor, alineadas con la Ley 23 de 1982.

Extra:

Normativa ambiental: Aunque es una empresa de servicios, se debe cumplir con el Plan de Gestión de Residuos Sólidos (PGIRS) local y promover la digitalización como estrategia de "oficina verde" para reducir la huella de carbono asociada al papel y traslados físicos.

#### 9.5. Régimen Tributario y Utilidades

- **Impuestos:** Lumen será responsable de **IVA (19%)** bimestral si sus ingresos brutos anuales superan las 3.500 UVT (\$183.309.000 para 2026). También estará sujeta al Impuesto sobre la Renta y Complementarios, e ICA según las tarifas del municipio de Caldas.
- **Política de Utilidades:** Según los estatutos de la S.A.S., la asamblea de accionistas (Mariana y Paulina) definirá la reserva legal (10% de utilidades líquidas hasta alcanzar el 50% del capital) y la distribución de dividendos basada en los estados financieros de fin de año.

### 10. Financiero

#### 10.1. Análisis de riesgos y sensibilidad

- Disminución en la demanda por crisis en sectores específicos (ej. flores o café). La contingencia está pensada en diversificar en nichos de exportación que manejen divisas.
- **Sensibilidad de Precios:** Si el ticket promedio baja un 20% (\$1.200.000 COP), el punto de equilibrio sube a 10.4 clientes, lo que exigiría aumentar la eficiencia operativa o reducir la nómina administrativa.

**Plan de contingencia:** En caso de no alcanzar los 8 clientes en el primer semestre, Lumen activará una línea de *microservicio* de baja complejidad para inyectar flujo de caja inmediato.

#### 10.2. Descripción general de la inversión requerida para el óptimo funcionamiento del proyecto

Para el óptimo funcionamiento de Lumen, se ha determinado una inversión inicial total de \$20,000,000 COP, la cual se clasifica estratégicamente en cuatro categorías fundamentales que garantizan la capacidad operativa y la legalidad de la agencia.

El componente más significativo corresponde a los activos fijos (\$10,000,000), representados en hardware de alta gama, herramientas esenciales para la producción de contenido de valor en las unidades productivas. A esto se suman los activos intangibles (\$2,000,000), que comprenden las licencias profesionales de software para edición y herramientas de inteligencia artificial que otorgan la ventaja competitiva tecnológica de la empresa.

Complementando la infraestructura técnica, se destinan \$3,000,000 a gastos preoperativos y de lanzamiento, que cubren la constitución legal de la S.A.S. ante la Cámara de Comercio y la estrategia inicial de marketing para el posicionamiento de la marca.

Finalmente, se establece un rubro de \$5,000,000 como capital de trabajo, una reserva de liquidez diseñada para cubrir los costos fijos de los primeros meses de operación (nómina administrativa y servicios), asegurando la estabilidad financiera mientras se alcanza el punto de equilibrio. Esta estructura de inversión permite que Lumen inicie actividades con un respaldo sólido, minimizando riesgos operativos y facilitando un crecimiento escalable hacia la meta de 10 clientes corporativos en el primer año.

*Los detalles técnicos, proyecciones mensuales y tablas dinámicas que sustentan este análisis financiero se encuentran desarrollados de forma integral en el Anexo Financiero adjunto a este plan de negocio.*

## 11. Conclusiones

El plan de negocio demuestra que Lumen posee una estructura administrativa sólida y flexible, diseñada para escalar de forma rentable. La combinación de una baja carga de costos fijos con un modelo de servicios modulares permite que la agencia mantenga márgenes de contribución saludables desde el primer año.

La diferenciación de Lumen no es solo creativa, sino técnica. Al ser administradoras de empresas agropecuarias, el equipo fundador garantiza un entendimiento técnico que las agencias generalistas no pueden ofrecer, asegurando que cada estrategia digital esté alineada con los ciclos productivos y la realidad económica del cliente.

El proyecto se posiciona como un catalizador de la modernización rural. La inclusión de IA y consultoría de procesos dentro del portafolio asegura que Lumen Studio no solo sea un proveedor de contenido, sino un socio estratégico indispensable para la competitividad del agro en mercados globales.

**Con una TIR del 74% y un VPN positivo, el negocio no solo es sostenible, sino altamente atractivo para la reinversión y el escalamiento nacional.**

## Bibliografía

- Barrios-Ulloa, A. (2025). *Agriculture 5.0 in Colombia: Opportunities through the emerging 6G network. Sustainability, 17(15)*. Retrieved from <https://doi.org/10.3390/su17156664>
- Branch. (2025, 01 23). *Situación digital de Colombia en el 2025*. Retrieved from <https://branch.com.co/marketing-digital/situacion-digital-de-colombia-en-el-2025/>
- Colombia, I. (2024). *Crecimiento del marketing digital en Colombia 2024-2025*. Retrieved from Almas Agencia.: <https://almasagencia.com/blog/marketing-digital/crecimiento-del-marketing-digital-en-colombia/>

- IFAD. (2025). *Advancing IFAD's digital agriculture vision for rural transformation*. Retrieved from International Fund for Agricultural Development: <https://webapps.ifad.org/members/eb/145/docs/EB-2025-145-R-13.pdf>
- IICA. (2024). *Digitalización agroalimentaria*. Retrieved from Inter-American Institute for Cooperation on Agriculture: <https://iica.int/en/digitalizacion-agroalimentaria-en/>
- Meltwater. (2025). *Global Digital Report 2025: Colombia*. Retrieved from Símbolo Interactivo.: <https://www.simbolointeractivo.com/estadisticas-de-marketing-digital-en-colombia-2025/>
- MinTIC. (2024). *Mercadeo y publicidad digital siguen creciendo en el país*. Retrieved from Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC): <https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/Sala-de-prensa/Noticias/396198>
- Trade.gov. (2024). *Country Commercial Guide: Colombia*. Retrieved from Digital Economy. U.S. Department of Commerce.: <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/colombia-digital-economy>