

**Plan de negocios para creación de empresa “AQ Creative”**

**Trabajo de grado para optar al título de Comunicadora y Periodista**

**Maria Alejandra Quintero Villada**

**Asesores**

**Lina María Acosta Quiroz  
Paula Andrea Gómez Mejía**

**Corporación Universitaria Lasallista  
Facultad de Ciencias Sociales  
Comunicación y Periodismo  
Caldas Antioquia  
2021**

## Tabla de Contenido

Resumen .....	6
Resumen ejecutivo .....	7
Nombre comercial .....	7
Descripción del producto/ servicio .....	7
Localización/ubicación de la empresa .....	7
Objetivo General .....	7
Objetivos Específicos.....	8
Presentación del equipo emprendedor .....	8
Potencial de mercado en cifras.....	9
Ventaja competitiva y propuesta de valor .....	10
Inversiones requeridas.....	12
Proyecciones de ventas y rentabilidad.....	12
Conclusiones financieras y evaluación de viabilidad .....	12
Investigación de mercados .....	14
Análisis del Sector .....	14
Análisis del mercado .....	20
Análisis del Consumidor / Cliente .....	30

Análisis de la competencia.....	31
Plataforma estratégica.....	44
Concepto del negocio – función empresarial .....	44
Objetivos de la empresa / proyecto.....	44
Estrategia de mercadeo .....	49
Concepto del producto o servicio.....	49
Mezcla de Marketing .....	50
Estrategia de Producto .....	50
Estrategia de Distribución.....	51
Estrategia de Precios .....	52
Estrategia de Promoción .....	54
Estrategia de Comunicación.....	54
Estrategia de Servicio.....	54
Estrategia de comunicación externa.....	56
Relaciones con Clientes.....	56
Imagen Corporativa .....	57
Analisis técnico - operativo .....	59
Ficha técnica del producto o servicio .....	59

Innovación.....	60
Descripción del proceso.....	61
Necesidades y requerimientos.....	61
Materias primas e insumos.....	61
Tecnología requerida.....	61
Situación tecnológica de la empresa.....	62
Localización y tamaño.....	62
Definición de las necesidades y características de personal requerido.....	62
Análisis de costos de producción.....	62
Plan de compras.....	63
Análisis administrativo y organizacional.....	64
Grupo emprendedor.....	64
Educación.....	65
Educación.....	66
Gastos de administración y nómina.....	67
Organismos de apoyo.....	68
Constitución Empresa.....	68
Comunicación organizacional.....	69

Impacto del proyecto .....	71
Impacto económico.....	71
Impacto social.....	71
Impacto ambiental.....	71
Registros licencias y leyes regulatorias .....	72
Legislación vigente .....	72
Financiero.....	73
Principales supuestos .....	73
Sistema de financiamiento .....	76
Flujo de caja y estados financieros: .....	77
Evaluación del proyecto:.....	82
Describa y clasifique la inversión requerida para el óptimo funcionamiento del proyecto. ....	83
Conclusiones .....	84
Referencias .....	86

## Resumen

En el emprendimiento de la Agencia de comunicaciones AQ Creative se realiza la investigación del mercado para conocer sobre el sector de las comunicaciones y su competencia, la viabilidad económica de crear una empresa donde se ofrece servicios de comunicaciones a pequeñas y medianas empresas, con énfasis en el sur del Valle de Aburrá, Caldas y el Suroeste Antioqueño para abrir mercado.

Para este trabajo de grado se realiza también un análisis financiero para tener un mayor acercamiento sobre las posibilidades económicas y los servicios de comunicación prestados, con el propósito de obtener la rentabilidad esperada en los primeros cinco años.

**Palabras clave:** Agencia de Comunicaciones, publicidad y promoción en medios digitales y redes sociales, investigación de mercado en comunicación organizacional, emprendimiento con análisis técnico operativo, administrativo, organizacional y financiero.

## **Resumen ejecutivo**

### **Nombre comercial**

Agencia de comunicaciones AQ Creative.

### **Descripción del producto/ servicio**

La Agencia de comunicaciones AQ Creative ofrece consultoría y asesoría en la generación de contenidos digitales, creación de piezas gráficas, capacitación e intervención de comunicación organizacional para emprendimientos de pequeñas y medianas empresas.

### **Localización/ubicación de la empresa**

La empresa se ubicará en Caldas, Antioquia, municipio con influencia en la ciudad de Medellín, desde donde atenderá el área metropolitana y sus alrededores con énfasis en la zona Sur con la expectativa de ampliar sus servicios de comunicaciones a los microempresarios del Suroeste de Antioquia. El centro de operaciones será en “Barrios Unidos”, en la calle 138 sur N°49<sup>a</sup>-06. (mi lugar de residencia).

### **Objetivo General**

Analizar la viabilidad del emprendimiento para prestar servicios de comunicación y beneficiar a los microempresarios del municipio de Caldas en el planteamiento de soluciones en sus necesidades de interrelación con sus públicos internos y externos.

## **Objetivos Específicos**

- Identificar antecedentes tanto bibliográficos como prácticos sobre la comunicación organizacional en el entorno.
- Definir la estructura organizacional que visibilice los servicios de la comunicación con calidad y costo equitativo para los microempresarios.
- Identificar el mercado conociendo las preferencias del público al que va dirigido el emprendimiento para ofrecer los servicios y lograr el posicionamiento.
- Detallar los recursos financieros requeridos para llevar a cabo el emprendimiento en comunicaciones.

## **Presentación del equipo emprendedor**

Para la creación de la agencia de comunicaciones AQ Creative, el equipo emprendedor está compuesto por:

- a. Maria Alejandra Quintero Villada, 23 años. Estudiante de comunicación y periodismo de la Corporación Universitaria Lasallista, con dos años de experiencia en trabajo independiente como comunicadora con énfasis en la comunicación organizacional por medio de la generación de contenido digital e impreso en negocios de comidas, empresa de logística y sus diferentes eventos, campañas políticas, trabajo independiente de fotografía en eventos sociales, entre otras.
- b. Andrés Felipe Abello Tabares, 34 años. Realizador y productor audiovisual, con seis años de experiencia en el área audiovisual del periódico El Colombiano;

camarógrafo, productor y editor del programa de televisión del canal Teleantioquia y Telemedellín: Rumbas de la ciudad; comunicador audiovisual de la alcaldía de Caldas Antioquia; realizador audiovisual de UniSabaneta; trabajo independiente de fotografía en eventos sociales, realización y producción de videos institucionales y comerciales, colaborador audiovisual de candidato al consejo de Caldas Antioquia.

Los miembros mencionados son esenciales para la creación de AQ Creative, debido a que se necesita personal capaz de desempeñar varias tareas a nivel comunicacional, para cumplir con las necesidades que presente cada cliente sin tener que tercerizar servicios.

Ambos deben estar capacitados para dar asesoría, prestar servicios de consultoría, capacitación y hacer análisis de las necesidades comunicativas de la empresa. En el momento de la implementación y desarrollo de una estrategia o plan de comunicaciones, cada uno tendrá sus funciones conforme a su experiencia profesional, con el fin de crear contenidos de una manera más ágil y acertada. Los acuerdos, propuestas, contratos, y planeaciones se harán en conjunto.

### **Potencial de mercado en cifras**

Según las cifras ofrecidas por el DANE (2020), la rama de actividad de Información y Comunicaciones, representa un 1,4% del empleo del país durante el trimestre móvil de agosto - octubre de 2020.

Para el 2019 la Cuenta satélite de las tecnologías de la información y las comunicaciones arroja un deceso de 0,2% en la participación del valor agregado de la actividad económica de contenido y media, terminando en el 2019 con un 7,7%, DANE (2020)

Según la base de datos de Cámara de Comercio Aburrá Sur (2021), se encuentran 354 registros entre personas naturales y sociedades con el código CIIU 7310 (Correspondiente a Publicidad y Comunicaciones) 148 son de Personas Naturales y 206 de Sociedades.

### **Ventaja competitiva y propuesta de valor**

La agencia de comunicaciones AQ Creative, les brinda a los microempresarios todos los beneficios de un servicio de calidad en el área de las comunicaciones tanto internas como externas a través de la generación de contenidos en diversas plataformas digitales para su posicionamiento para lograr la visualización de los productos y servicios de los clientes.

Se entiende el área de la comunicación como un factor fundamental en la evolución del ser humano y su construcción de civilización, en especial durante los últimos tiempos cuando las personas se han organizado a través de empresas que permitan mejorar su calidad de vida “Estamos asistiendo en los últimos años a unos cambios indudables en las formas de vida que han llevado a pensar en la aparición de un nuevo tipo de sociedad denominada Sociedad de la Información” (Marín, 1997). Es

entonces, este momento, donde el rol del comunicador empieza a tomar valor en la sociedad. Andrade (2005) expone que:

El nacimiento y consolidación, durante las últimas tres décadas, de la Comunicación Organizacional como un campo de estudio y como un área funcional de la empresa, es la mejor prueba de que la comunicación como proceso social es de enorme importancia para las organizaciones.

En el mismo sentido, Villegas (2011), en el libro Comunicación Empresarial: Plan estratégico como herramienta gerencial y nuevos retos del comunicador en las organizaciones, menciona lo siguiente:

Los comunicadores en las empresas propician el encuentro con el otro, tanto en el ámbito interno como en el externo. Atentos siempre a los cambios del entorno son los encargados de mantener relaciones armoniosas y de mutuo entendimiento con la comunidad, dentro de la cual la organización está inserta.

Para ejecutar correctamente esta profesión y sus funciones es necesario tener en cuenta que, “La planificación, la estrategia, la creatividad y el control son entre otras, las actividades a las que constantemente se enfrentan los comunicadores en las organizaciones” (Villegas, 2011).

Por ello, la agencia de comunicaciones, AQ Creative, ofrece paquetes de comunicación estratégica para generar una imagen corporativa y posicionamiento en el

mercado de las organizaciones, con el fin de propiciar contenido de valor a sus públicos internos y externos. Se hará análisis personalizados para descubrir las necesidades de cada empresa, sus fortalezas y debilidades para ayudarlos a llegar a sus públicos de una manera asertiva y visibilizar mucho mejor los productos y servicios ofrecidos.

### **Inversiones requeridas**

La inversión inicial debe ser de \$17.234.163, del cual se cuenta con recursos propios por \$12.000.000 y se buscará un crédito de \$5.234.163 que su interés no sea mayor al 10%.

### **Proyecciones de ventas y rentabilidad**

Los ingresos del primer año serán de \$133.250.000 con una utilidad neta de \$10.908.993.

Para ver la proyección de los primeros cinco años, ir a [flujo de caja y estados financieros.](#)

### **Conclusiones financieras y evaluación de viabilidad**

- Los ingresos de AQ Creative para su primer año tienen una proyección de \$133.250.000, siendo el diseño de piezas gráficas el 68.11% de sus ingresos. El total de egresos de AQ Creative para su primer año será de \$122.341.007.
- El estado de resultados de AQ Creative para sus cinco primeros años es bastante positivo, en su primer año tendrá una utilidad neta de \$10.908.993.

- AQ Creative para su primer año, tendrá un flujo de caja bruto operativo de \$12.230.040, en la misma medida incrementa en los primeros cinco años. Esta proyección permite visibilizar que la empresa no tendrá pérdidas en sus primeros años.
- El balance general es equilibrado en un valor de \$24.399.271 para el primer año. Lo que significa que financieramente AQ Creative es un proyecto viable y puede ser materializado.

## Investigación de mercados

### Análisis del Sector

Cada día se hace más difícil para organizaciones mantener una ventaja competitiva y la fidelidad de sus clientes, puesto a que cada vez existen más marcas y empresas dedicadas a ofrecer el mismo servicio o producto. Ya no basta con solo ofrecer una buena calidad. “las empresas deben aprender a desarrollar bienes con mayor rapidez, ofrecer un mejor diseño del producto, aumentar la oferta a través de mayores beneficios, y construir una relación a largo plazo con el cliente”. Kotler (2005)

Lo que crea una necesidad de evolución constante para las comunicaciones y la publicidad, ya que son las encargadas de dar una imagen que atraiga al público deseado, esto ha hecho que cada día sea más importante para una empresa hacer uso de estas herramientas para no quedarse atascado y no ser olvidado.

Al dominio de las herramientas «tradicionales» del marketing (fuerza de ventas, publicidad, promoción de ventas e investigación de mercado) se deben agregar un conjunto de nuevas herramientas tales como: construcción de marca, administración de relaciones con el cliente, marketing de bases de datos, tele marketing, marketing de experiencias y análisis de rentabilidad por producto, segmento, canal y cliente. (Kotler,2005)

Cuando una empresa no cuenta con un nivel económico que le permita crear un área encargada de las comunicaciones internas y externas tiene la opción de contratar una agencia que le ayude a mejorar en estos aspectos

Una agencia de comunicación persigue la creación de la imagen de marca y reputación a través de difusión de contenidos de interés y valor dirigido al público objetivo de la marca, informándoles sobre novedades de productos/servicios; evolución empresarial y económica, novedades técnicas, etc. La comunicación habitualmente va más dirigida a crear una imagen de marca sólida. (Comunicación y relaciones públicas, 20019)

Existen varios tipos de agencias dedicadas a ayudar, mejorar y posicionar la imagen de las empresas, sin que un área de comunicaciones haga parte de la nómina fija de las organizaciones; éstas se definen según su campo de acción e interés como:

Agencia de comunicaciones: se caracteriza por prestar los siguientes servicios: Creación de imagen corporativa o de marca, desarrollo y creación de campañas publicitarias, comunicaciones internas, creación de planeación estratégica de comunicaciones, organización de eventos y protocolo, uso de medios, entre otros.

Agencia de publicidad: se caracteriza por el servicio de crear campañas publicitarias, ejecutarlas y distribuirlas, teniendo en cuenta los públicos objetivos y los canales de distribución con los que debe contar.

Agencia de relaciones públicas: se caracteriza por asesorar a la organización en las decisiones sobre políticas, líneas de acción y comunicación, se encargan de

mantener e incrementar el posicionamiento, construcción de reputación e imagen positiva, manejo de crisis; las relaciones con los empleados, la comunidad, los influenciadores digitales, entre otros.

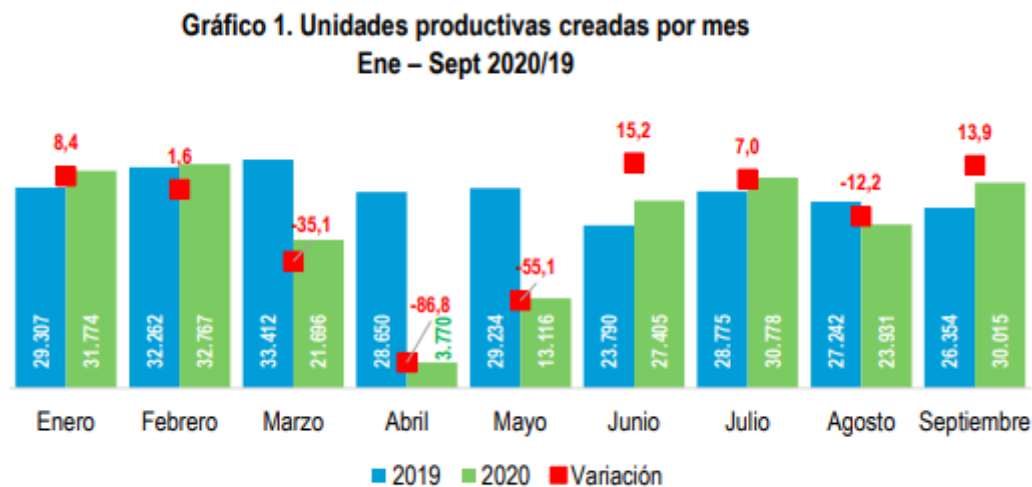
Central de medios: Su objetivo es asesorar a las empresas en materia de publicidad y marketing, en cuanto a la mejor inversión posible, la campaña publicitaria conveniente y el medio adecuado para esta.

Agencia de eventos: Se caracteriza por planificar, coordinar y realizar eventos para organizaciones, ya sea masivos o con un público específico.

A la fecha en este mercado, se utilizan las herramientas de Adobe y office en las empresas en las que trabajan profesionales de la comunicación, diseño gráfico y audiovisual. Últimamente la tendencia para la practicidad es la aplicación Canva, ella ofrece herramientas prediseñadas que permite realizar todo tipo de contenido de una forma más fácil, pero menos profesional. Por ello, se encuentran personas sin capacitación en comunicaciones que al aprender a manejar esta herramienta ofrecen servicios de diseño de piezas publicitarias, creación de logo tipos, entre otros, a precios más bajos que las empresas que trabajan de forma más técnica y profesional.

De acuerdo con CONFECAMARAS (2020), para el tercer trimestre del año 2020 son cerca de 84.724 empresas legalmente constituidas en Colombia, de las cuales cerca 84.718 se clasifican en MIPYMES, y 6 de ellas de clasifican en grandes empresas; según el análisis económico del año 2019 aproximadamente son más de 309.463 compañías que anualmente se constituyen.

El siguiente gráfico muestra las unidades productivas creadas por mes de enero a septiembre del 2020 comparado con el año anterior.



Fuente: RUES – Registro Único Empresarial y Social

*Figure 1 Unidades productivas creadas por mes del 2020, comparado con el año anterior. Tomado de CONFECAMARAS (2020, pág.3)*

Según la encuesta de comunicaciones 2020-2021 realizada por Cámara de Comercio Aburrá Sur (2021), en el municipio de Caldas Antioquia existen 82 empresas, distribuidas en: microempresas 67, pequeñas 10, medianas 4 y grandes 1. Lo que permite a AQ Creative tener la visión de 81 posibles clientes en Caldas Antioquia que es su público inicial.

En relación con las Comunicaciones, el panorama se torna un poco más complejo porque aún muchas organizaciones, gerentes, administradores y sociedad en general no tiene claro el perfil ocupacional del comunicador – periodista. A pesar

de ello, gracias a una tendencia globalizada, e incluso al suceso mundial de la pandemia, las comunicaciones han logrado una mayor responsabilidad y focus, puesto que, debido a la necesidad de mantener el contacto a pesar del distanciamiento social, además de generar mayores y mejores procesos de comunicación con los públicos, las organizaciones han entendido mucho más la necesidad de tener un área de comunicaciones aportante a los objetivos empresariales.

Los servicios de comunicación, no solo se prestan para publicitar, como se ha visto, sino que las comunicaciones empresariales, están encaminadas a integrar los objetivos organizaciones en cuanto a la cultura y clima de una empresa como una estrategia para contribuir a los procesos internos y externos de comunicación. De esta manera se debe entender la comunicación como un soporte para apoyar los propósitos de la empresa a través del uso de diversas y variadas plataformas tanto digitales como personales, con un lenguaje común y diferenciador entre los negocios.

Es así, como se abre una posibilidad para el comunicador – periodista, quien tiene hoy en día la oportunidad de aprovechar sus conocimientos y estructurar una compañía de comunicaciones dirigida a las micro-empresas, compitiendo con habilidad para generar contenidos llamativos, instructivos, impactantes, cercanos con un lenguaje y un canal adaptado a los cambios, con un mensaje persuasivo que les permita a las empresas posicionarse en un negocio cada vez más competitivo y cambiante.

Se resalta el CIU para el registro de organizaciones en comunicaciones con el número 7310, el cual está vinculado a publicidad y comunicaciones, sin embargo, es importante anotar que hay algunos otros ítems avalados para el portafolio de servicios como es el de la consultoría y gestión con el número 7020 y tiene una condición para asesoramiento, orientación, asistencia operativa y administración pública en RRPP y Comunicaciones. Otro CIU acorde a las comunicaciones es el 6391 para agencia de noticias y creación audiovisual con el 9004.

El municipio de Caldas Antioquia tiene un total de 82.234 habitantes, en el existen 15 PYMES registradas en el sector de información y comunicaciones, según (INFORMA Directorio de empresas, s.f.). También hay personas naturales que hacen trabajos de diseño gráfico, fotografía y afines, estos son alrededor de 12, no existe un sistema para tener estadísticas exactas.

Es importante aclarar que varias de las empresas encontradas, aunque pertenecen al sector de información y comunicaciones, la mayoría de estas no están dedicadas a prestar los servicios que ofrece AQ Creative, son diseñadores de software, telecomunicaciones, plataformas de domicilios, entre otras.

A lo largo de la investigación de mencionado sector, se encuentra grandes vacíos de información sobre empresas que ofrecen servicios de comunicación como lo son la consultoría y asesoría, lo que lleva a dar por entendido que, aunque la publicidad es tomada en cuenta y valorada por su labor, la comunicación aún no obtiene este

reconocimiento por parte de empresas, medios de comunicación, medios analistas y demás.

### **Análisis del mercado**

En la última década la generación de contenido, entendido este desde los procesos tanto publicitarios de promoción de productos y servicios, así como de la comunicación inherente a las organizaciones, como es la comunicación interna con sus públicos para el cumplimiento de los objetivos institucionales propuestos; se han convertido en una estrategia fundamental para las empresas y negocios, puesto que para tener más compradores, y permitir un flujo de información coherente es necesario que las personas conozcan tu empresa y los productos y/o servicios que ofrece.

“La comunicación organizacional es uno de los elementos más importantes dentro del desarrollo empresarial; con el pasar del tiempo las empresas han notado su importancia, aumentando la participación de los comunicadores y periodistas dentro de las instituciones” (Gómez, 2019). Las personas consumen lo que les agrada a la vista, por ejemplo, si una persona tiene un puesto de comidas rápidas y son deliciosas pero no tiene una buena publicidad, sus clientes solo serán las personas que frecuenten el sector y se atrevan a probar sus comidas; sin embargo, si este puesto tiene una buena publicidad impresa y a parte tiene redes sociales donde publica periódicamente sus productos, promociones y demás, podrá acceder a un público mucho mayor que tal vez se encuentre retirado del sector, pero quiera ir a consumir de sus comidas.

Cuando una empresa logra un posicionamiento en el mercado atrae más consumidores y si la calidad de sus productos es buena logra que estos clientes se fidelicen con su marca y la prefieran ante otra.

En cuanto a la comunicación interna, también es un factor fundamental en las empresas, debido a que cuando esta es asertiva entre todos los miembros de la organización, se logra un objetivo colectivo, ello permite mejorar el clima organizacional, el trabajo en equipo y elevar los niveles de producción; de esta manera al integrar el área de comunicaciones a los microempresarios se podrá mantener y elevar la satisfacción del producto ofrecido. Los colombianos y en especial los profesionales cada vez están buscando mejores oportunidades laborales y en especial buscan su propia independencia a través de la creación de empresa. Sin embargo, en Colombia aún hay mucho desconocimiento y en especial desconfianza debido a los altos niveles de corrupción en el país, en donde es requerido el pago de impuestos, en tanto para muchos profesionales que apenas están empezando se torna en un panorama difícil de enfrentar.

Este paradigma se hace mucho más problematizador desde las comunicaciones, pues al ser un área poco explorado desde la creación de empresa, no es una actividad tradicional, en consecuencia, el dinamismo no es muy alto, además es requerido desde el inicio hacer explicaciones sobre las funciones a desarrollar, pues estas no son muy claras para muchas organizaciones.

A pesar de ello, la tendencia actual en un mundo globalizado donde el conocimiento y la información son la base de los movimientos actuales,

como son la nueva economía, la tecnología, las telecomunicaciones, y el medio ambiente (mercados verdes), ello permite generar una oportunidad de mercado para el área. El sector TIC se encuentra en el tercer lugar del ranking de las actividades económicas con mayor remuneración al personal contratado, sobretodo en actividades profesionales, científicas y técnicas, y educación superior privada. En promedio, en 2013, una persona ocupada en el sector TIC ganaba 3'300.000 pesos mensuales. (MinTIC, 2019)

“Las siguientes son actividades desarrolladas por el sector en Colombia y se muestran los productos y servicios ofrecidos por el sector, así como también el porcentaje de empresas que los ofrecen”. (MinTIC, 2019)

Productos y servicios ofrecidos	Cantidad	Participación
Manejo de centros de datos (data center)	851	21,2%
Desarrollo / fábrica de software	772	19,2%
Mesas de ayuda (Otras)	477	11,9%
Testing de software	330	8,2%
Infraestructura como servicio	300	7,5%
Consultoría e implementación	143	3,6%
Mantenimiento o soporte de aplicaciones	143	3,6%
Software como servicio	116	2,9%
Otro ¿Cuál?	115	2,9%
Plataformas tecnológicas como servicio	90	2,2%
Cloud computing	27	0,7%
Gerencia	6	0,1%
(en blanco)	646	16,1%
<b>Total general</b>	<b>4016</b>	

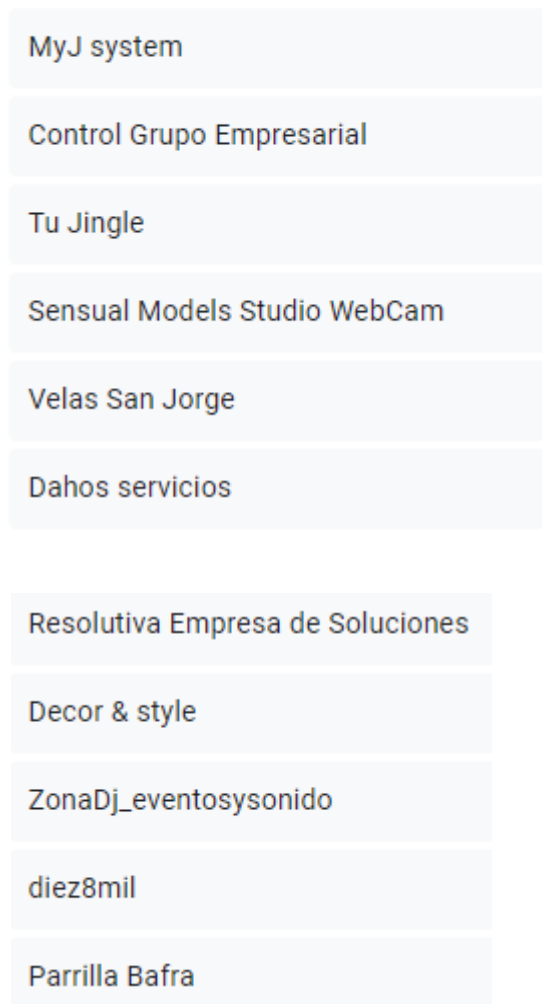
Fuente: Censo MinTIC, 2014

*Figure 2. Actividades desarrolladas en el sector de Comunicaciones. Tomado de MinTIC (2019).*

Para tener un análisis de un grupo de empresas específico se implementó una encuesta semiestructurada a 11 directivos/dueños de empresas y negocios. Los resultados fueron los siguientes:

#### Nombre de la empresa o negocio

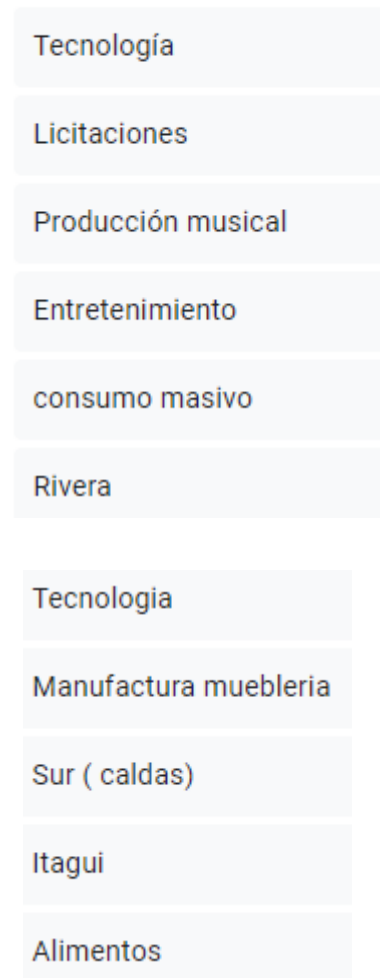
6 respuestas



*Figure 3. Empresas/negocios participantes en la encuesta.*

### Sector de la empresa

6 respuestas



*Figure 4. Sectores económicos de las empresas/negocios encuestados.*

1. Conoce usted los servicios que puede prestar un comunicador – periodista en su organización – negocio?

11 respuestas

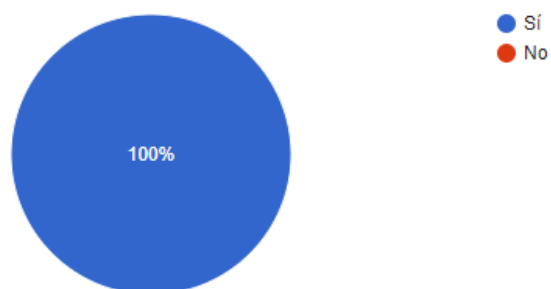


Figure 5. Pregunta 1

El 100% de los participantes afirman conocer los servicios que puede prestar un comunicador-periodista a su empresa o negocio.

2. ¿Tiene usted un área de comunicaciones?

11 respuestas

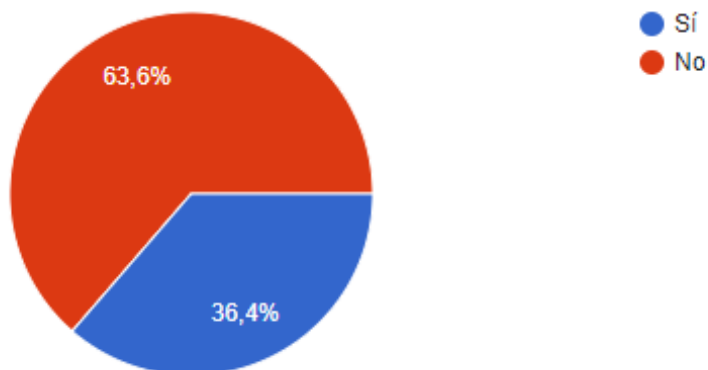


Figure 6. Pregunta 2

El 36,4% de las empresas encuestadas cuentan con un área de Comunicaciones.

3. Si la respuesta a la pregunta 2 es sí, ¿En cuál servicio se enfoca? (Seleccione una o más respuestas)

4 respuestas

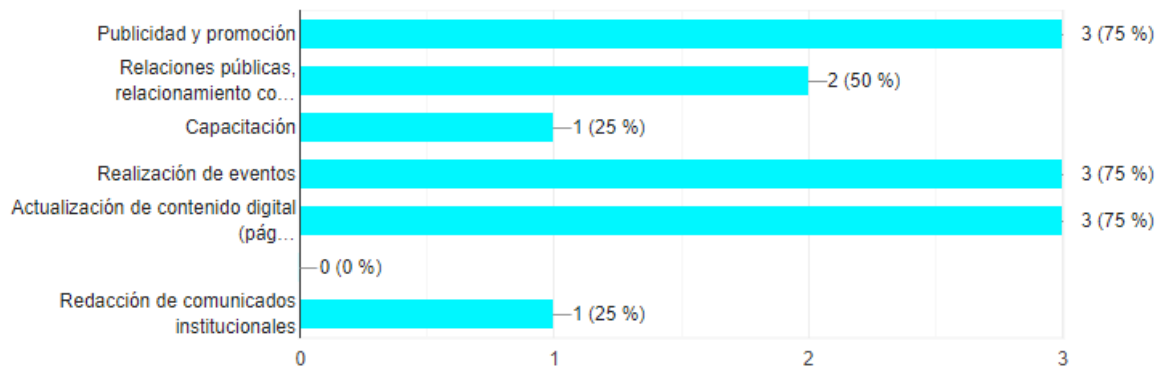


Figure 7. Pregunta 3.

Las empresas que cuentan con un área de Comunicaciones, hacen uso de esta para publicidad y promoción, realización de eventos y actualización de contenido digital.

4. Si la respuesta a la pregunta 2 es no, Señale, cuales servicios de los anteriores, usted contrata con empresas terceras o le gustaría tener:

7 respuestas

- Publicidad y promoción
- Publicidad, comunicación organizacional, clima organizacional, redes sociales, página web etc,
- Actualización de contenido digital
- con terceros se contratan todas las anteriores.
- Publicidad y Promocion
- Publicidad y promocion
- Publicidad, manejo de redes sociales

Figure 8. Pregunta 4

Aquellas empresas y negocios que no cuentan con un área de Comunicaciones suelen contratar con empresas terceras, principalmente el servicio de creación y manejo de contenido digital, publicidad y promoción.

5. Indique las empresas que le prestan el servicio:

9 respuestas

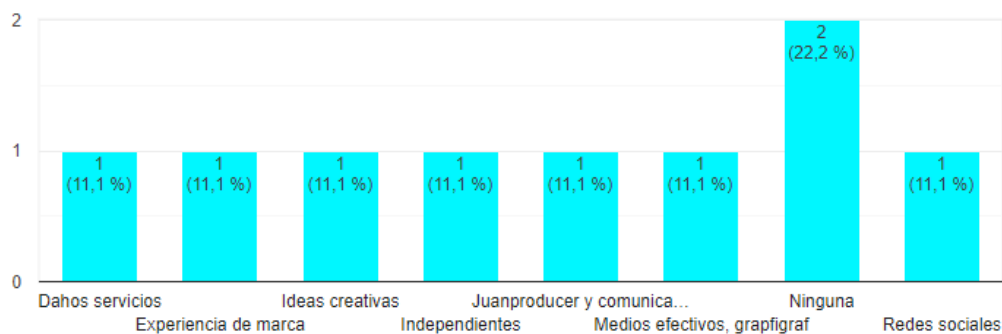


Figure 9. Pregunta 5.

Estas son algunas de las empresas con las que los encuestados tercerizan el servicio de Comunicaciones.

6. Con relación a los servicios ofrecidos por una empresa, para el tema de Comunicaciones, señale cuáles servicios, de las siguientes categorías, usted requiere:

Publicidad y promoción

10 respuestas

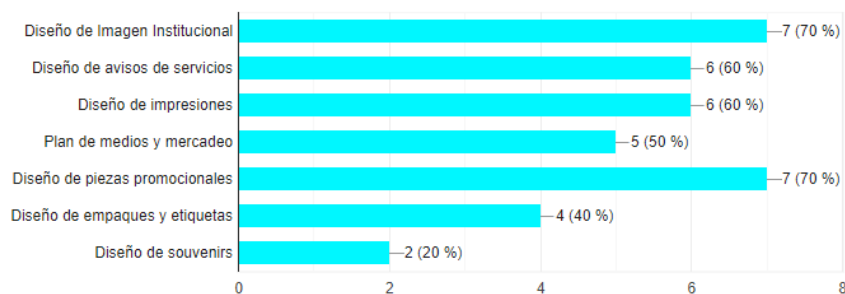


Figure 10. Pregunta 6, bloque 1.

### Relaciones públicas

10 respuestas

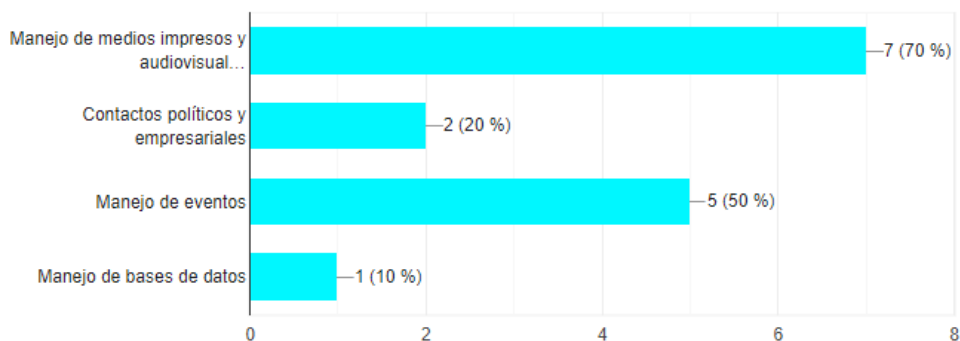


Figure 11. Pregunta 6, bloque 2

### Comunicaciones

11 respuestas

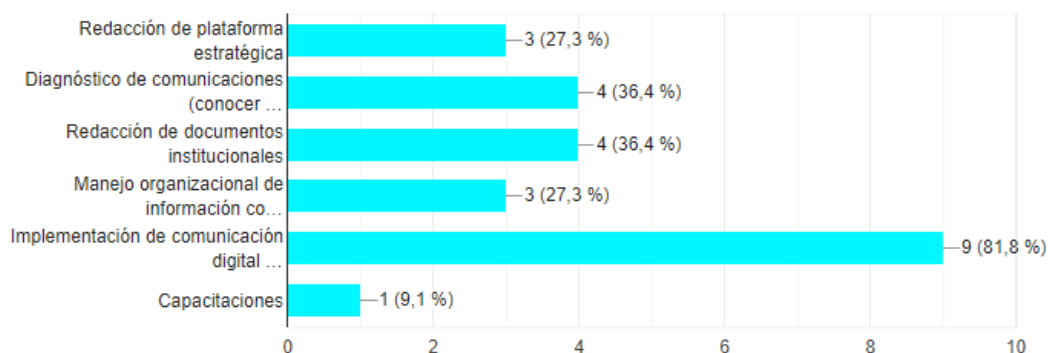


Figure 12. Pregunta 6, bloque 3.

Las principales necesidades a nivel comunicacional de los encuestados se enfocan en publicidad y promoción, comunicación digital, manejo de medios impresos y audiovisuales, manejo de eventos.

Los servicios menos requeridos son el manejo de base de datos y capacitaciones.

### 7. Usted está dispuesto a recibir oferta de una nueva empresa en comunicaciones

11 respuestas

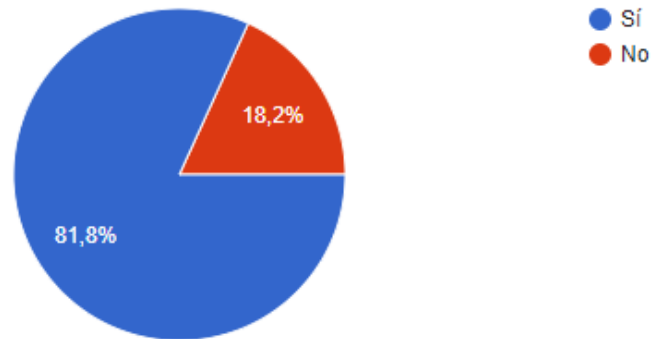


Figure 13. Pregunta 7.

El 81,8% de los encuestados están abiertos a recibir nuevas propuestas en servicios de Comunicaciones.

### 8.Cuál es el presupuesto mensual para invertir en Comunicaciones o cuánto está dispuesto a pagar para la prestación del servicio en Comunicaciones requerido.

6 respuestas



Figure 14. Pregunta 8.

Los presupuestos propuestos por los encuestados, están dentro del margen de precios que ofrece AQ Creative.

Los resultados arrojados por la encuesta, permiten destacar que los servicios más utilizados por el público objetivo de AQ Creative es la publicidad y promoción, comunicación digital y manejo de redes sociales.

El 81,8% de los encuestados está dispuesto a recibir ofertas de nuevas empresas de Comunicaciones, lo que abre las puertas a AQ Creative en su búsqueda de clientes potenciales.

### **Análisis del Consumidor / Cliente**

Los clientes se interesan en este tipo de servicios ya que es una necesidad para sus emprendimientos darse a conocer, saber manejar sus redes sociales y asesorarse en qué deben publicar y qué no, también necesitan quien les genere un contenido de calidad para posicionarse y lograr que sus clientes los prefieran ante la competencia.

En este momento es fundamental para una empresa o negocio tener sitio web o por lo menos redes sociales, en las cuales sus posibles compradores puedan ver lo que ellos ofrecen, por ello, las empresas deben tener en cuenta la estrategia ZMOT (el momento cero de la verdad)

cada vez más, las personas toman esas decisiones en el momento cero, en el preciso momento en que tienen una necesidad, una

intención o una pregunta y quieren encontrar una respuesta en Internet. Estas preguntas pueden ser desde "¿Con qué marca de pañales podrá pasar mi bebé toda la noche sin despertarse?" hasta "¿Qué pasta de dientes hará brillar más mi sonrisa?" o "¿Con qué producto puedo quitar las marcas de ceras de colores de la mesa de madera del comedor?". Una marca que responde a esas preguntas en el momento adecuado gana doblemente: ayuda a mejorar la vida de un consumidor y tiene más probabilidades de conseguir una ventaja competitiva frente a otras marcas. (Lecinski, 2014)

Las actuales agencias de comunicaciones y publicidad no solo trabajan para empresas pequeñas o sin área de comunicaciones, han asesorado y creado campañas comunicativas y/o publicitarias para empresas grandes. Estas también necesitan una mirada desde afuera, para entender cuáles son sus virtudes y aspectos a mejorar para llegar al público objetivo.

### **Análisis de la competencia**

Este es un mercado bastante competido, en Medellín existen varias agencias dedicadas a ofrecer servicios de comunicación.

Origami Agencia Creativa



Figure 15. Logo de Origami Agencia Creativa

Ofrece los siguientes servicios:

- **Desarrollo creativo:** Branding e identidad, concepto y estrategia, visual y comunicación, innovación y creatividad, diseño de espacios.
- **Desarrollo web/app:** Diseño y desarrollo web, desarrollo apps/web apps, tiendas en línea y e-commerce, email marketing, posicionamiento SEO/SEM.
- **Creación audiovisual:** Guion y locución, animación digital 2D y 3D, experiencias interactivas, fotografía profesional, retoque y postproducción.
- **Gestión social media:** Social media optimization, administración de redes sociales, estrategia de contenidos, social adds y posicionamiento, leads, likes y followers.

Lobo Agencia de publicidad



Figure 16. Logo de Lobo Agencia de publicidad

Ofrece los siguientes servicios:

- Branding.
- Diseño de páginas web.
- Manejo de redes.
- Posicionamiento SEO y SEM.
- Creación de marca.
- Fotografía de producto y producción audiovisual.
- Endomarketing.

Melborp Agencia de publicidad



Figure 17. Logo de Melborp Agencia de publicidad

Ofrece los siguientes servicios:

- Branding.
- Salud de marcas.
- Campañas integradas.
- Contenido digital.

Actividad creativa



Figure 18. Logo de Actividad Creativa

Ofrece los siguientes servicios:

- Creación de marca.
- Estrategia digital.
- Desarrollo web.

IHD Agencia de publicidad



Figure 19. IHD Agencia de publicidad

Ofrece los siguientes servicios:

- Branding.
- Estrategia digital.
- Creación de marca.
- Campañas publicitarias.

Mantra Agencia de publicidad



Figure 20. Logo de Mantra Agencia de publicidad

Ofrece los siguientes servicios:

- Estrategia de marca.
- Identidad de marca.
- Comunicación de marca.
- Diseño gráfico estratégico.

Target Medios: Agencia de comunicación, eventos y publicidad



Figure 21. Logo de Target Medios: Agencia de comunicación, eventos y publicidad

Ofrece los siguientes servicios:

- Planificación y ejecución de estrategia de mercadeo.
- Booking de personalidades.
- Comunicación efectiva.
- Contenido audiovisual.
- Freepress.
- Design Thinking.
- Web desing.
- Social media.
- Pauta digital.
- Mailing.
- Call center.
- Central de medios.

- Espacios publicitarios.
- Branding.
- Pop.
- Merchandising.
- Uniformes.
- Litografía.
- Eventos: BTL, operación logística, comercialización de eventos.

MB comunicaciones y relaciones públicas



**COMUNICACIONES**  
**RELACIONES PUBLICAS**

Figure 22. Logo de MB comunicaciones y relaciones públicas

Ofrece los siguientes servicios:

- Comunicación estratégica.
- Comunicación interna y externa.
- Organización de eventos.
- Estrategia e innovación en redes sociales.

- Streaming.
- Talleres de capacitación.
- Manejo de crisis.
- Gobierno legislativo y public affairs.

Quorum Agencia de publicidad



Figure 23. Logo de Quorum Agencia de publicidad

Ofrece los siguientes servicios:

- Branding.
- Packaging.
- Social media.

Estas empresas trabajan externamente para lograr un posicionamiento en la imagen de organizaciones. Están ubicadas en Medellín y alrededores.

Para hacer una contratación tienen un proceso de análisis para identificar las necesidades del cliente, y así saber qué le pueden ofrecer.

Todas las mencionadas cuentan con página web y redes sociales (Facebook e Instagram), en ellas exhiben sus creaciones y sus casos de éxito.

La desventaja de AQ Creative frente a estas es que son empresas ya constituidas y conocidas por empresarios y que cuentan con una amplia variedad de colaboradores.

La ventaja es que el público objetivo de AQ Creative son empresas y negocios que están iniciando o que no han logrado crear una buena imagen de marca, ya sea interna o externa. Para iniciar los dos profesionales con los que contará esta están capacitados para cubrir todos los servicios que se ofrecerán y a futuro, se espera contratar más profesionales capacitados para estas labores.

“Según el DANE, la cifra supera en 1,08 % el crecimiento del PIB nacional que fue de 2,96 % en ese mismo periodo. Para la ministra de las TIC, dicho comportamiento es un reflejo del dinamismo que ha tenido el sector como motor principal de la economía, “pues tenemos más personas generando ideas, empleos y oportunidades”. (MinTIC, 2019)

En el municipio de Caldas existen varias empresas y personas naturales dedicadas al área de publicidad y comunicaciones, algunas de ellas son:

Crear publicidad



Figure 24. Logo de Crear publicidad

Ofrece los siguientes servicios:

- Productos, servicios impresos y artículos expresivos.
- Impresión digital gran formato en alta resolución a Full color, laminado.
- Impresión sobre carton y madera troquelados.

Plan Z creativos



Figure 25. Logo de Plan Z Creativos

Ofrece los siguientes servicios:

- Diseño de logotipos.
- Diseño de imágenes para redes sociales.
- Render arquitectónico.

Candy Calle



Figure 26. Logo de Candy Calle

Ofrece los siguientes servicios:

- Fotografía social.
- Fotografía impresa y digital.

- Diseño de logotipos.
- Diseño de publicidad impresa y digital.

Las empresas mencionadas solo cuentan con Redes sociales, Facebook e Instagram específicamente. La ventaja que tiene AQ Creative frente a ellas son los servicios de comunicación que ofrecerá, ya que todas las mencionadas se enfocan en la imagen corporativa, pero ninguna en el ámbito organizacional.

## **Plataforma estratégica**

### **Concepto del negocio – función empresarial**

La agencia de comunicaciones AQ Creative, está enfocada en el posicionamiento de pequeñas y medianas empresas, por medio de la prestación de servicios de comunicación, fundamentada en el desarrollo de un plan de comunicación organizacional coherente a las necesidades del cliente a través de estrategias asertivas, enfocadas a cada negocio.

Para ello ofrece servicios como, análisis de comunicación personalizado, para identificar cuáles son las fortalezas y debilidades de cada empresa a nivel comunicativo, generación de contenidos digitales e impresos, asesoría en comunicación interna y externa, creación y desarrollo de campañas comunicativas, planeación estratégica de comunicaciones, creación de imagen corporativa y capacitación en comunicaciones.

### **Objetivos de la empresa / proyecto**

#### Objetivo General

Generar contenidos estratégicos para el posicionamiento de las microempresas a través del manejo de las comunicaciones tanto internas como externas a partir de la calidad e innovación en la visibilidad de sus productos y servicios.

#### Objetivos Específicos.

- Impulsar el posicionamiento de pequeñas y medianas empresas por medio de herramientas comunicativas que los ayudarán a tener una mejor relación con su público interno y externo.
- Analizar las necesidades comunicativas de cada empresa y brindar soluciones asertivas para lograr la visualización de sus productos y servicios.
- Crear campañas comunicativas para proyectar los productos y servicios ofrecidos por los microempresarios de la zona.

#### Análisis MECA

##### Mantener:

- Servicio personalizado para brindarle así soluciones efectivas a las diferentes necesidades de cada cliente.
- Calidad en el servicio prestado.
- Motivación.
- Investigación en la necesidad del mercado.
- Actualización en Comunicación Digital.

##### Corregir:

- Estancarse con ideas, se debe ser creativo y proactivo en cada uno de los servicios.

- Quedarse atascado en el tiempo, el equipo de creación y desarrollo de las actividades de AQ Creative debe estar actualizando en cuanto a herramientas, tendencias y nuevas tecnologías.
- La capacidad de respuesta a los clientes, la cual debe ser más ágil y funcional.
- La limitada capacidad financiera para invertir en tecnología y recursos humanos.

Explorar:

- Nuevos campos y servicios.
- Talentos a contratar.
- Tendencias.
- Herramientas y plataformas digitales actualizadas.
- Mercado del Suroeste Antioqueño.

Afrontar:

- El reconocimiento que tienen las empresas existentes.
- Llegar nuevo al mercado.
- La competencia futura que se puede tener.
- Incertidumbre que ha generado la pandemia para todos los sectores.
- El limitado acceso al mercado en tiempos de Covid-19.

Misión

Somos una agencia de comunicaciones donde trabajamos para el posicionamiento de pequeñas y medianas empresas, analizando sus necesidades comunicativas a través de la asesoría, consultoría y generación de contenidos estratégicos en múltiples plataformas para la visibilización de sus productos y servicios basados en la calidad e innovación, con el propósito de impactar asertivamente al público deseado.

#### Visión

Soñamos con el liderazgo en el área de las comunicaciones en el Sur del Valle de Aburrá y el Suroeste antioqueño, a través del posicionamiento y el reconocimiento de cada una de las microempresas que solicitan nuestros servicios, brindándoles los beneficios de una comunicación estratégica capaz de hacer crecer sus negocios

#### Valores

**Pasión:** Trabajamos con amor, por eso nos comprometemos con profesionalismo e innovación en todas las actividades realizadas, para así obtener los resultados esperados.

**Disciplina:** Mantenemos el orden en las tareas y cumplimos a cabalidad con cada una de ellas, siendo detallistas y creativos en los servicios contratados

Responsabilidad: los trabajos hechos por AQ Creative, son entregados en las fechas establecidas y según los objetivos acordados, aportando un valor agregado y generando un alto impacto.

Mentalidad abierta: trabajamos sin prejuicios, sin limitaciones mentales, abriendo mayores posibilidades a la innovación, respetando las diferencias y brindando armonía en las relaciones sociales.

Creatividad: mantenemos activa la capacidad de crear nuevas maneras de generar impacto en los públicos. No hay lineamientos estructurados para trabajar con todas las empresas, cada una tiene su toque especial, sus necesidades para resaltar su marca.

## **Estrategia de mercadeo**

### **Concepto del producto o servicio**

AQ Creative es una empresa enfocada al posicionamiento de las pequeñas y medianas empresas, el servicio será ofrecido por plataformas digitales y de manera presencial.

Los clientes podrán acudir a AQ Creative en busca de:

- Generar contenido publicitario
- Hallar las falencias comunicativas que impiden la relación asertiva con su público interno. (Realización de diagnósticos comunicativos, canales, públicos, tipo de mensajes)
- Hallar las falencias comunicativas que les impiden tener nuevos clientes.
- Asesorarse en cuanto a cómo manejar las redes sociales de la empresa.
- Realizar planes estratégicos en donde se planea, diseña, verifica y ajusta procesos administrativos relacionados con la comunicación, como la plataforma estratégica organizacional y su divulgación.
- Crear un plan de comunicaciones estratégico para el público al que desean llegar con la marca o producto.
- Crear, modificar, cambiar, actualizar su identidad corporativa.
- Capacitarse para llevar a cabo las comunicaciones en su empresa.

## **Mezcla de Marketing**

### **Estrategia de Producto**

- Diseño de piezas gráficas digitales y para impresión: Las piezas gráficas serán enfocadas en la imagen corporativa, lo que desean transmitir y su público objetivo.
- Creación de imagen corporativa: Esta incluye creación de logotipo, membrete, tarjeta de presentación.
- Creación de manual de estilo: Permitirá que las personas que utilicen el logotipo de la empresa lo usen de la forma adecuada y que sin importar la persona que diseñe las piezas para redes sociales y sitio web mantengan la identidad corporativa de la empresa.
- Análisis de fortalezas y necesidades comunicativas: Este permite reconocer los aspectos a mejorar que tiene la empresa a nivel comunicativo para mejorar la efectividad en la comunicación interna y externa.
- Plan estratégico de comunicaciones: Por medio de este la empresa podrá tener una guía y lineamientos comunicacionales que les ayudará llegar a su objetivo y mejorar su nivel de comunicación ya sea interna o externa según la necesidad de esta.
- Creación y desarrollo de campañas comunicativas y publicitarias: Esta se usará para impulsar por medio de piezas publicitarias, videos comerciales y fotografía profesional eventos, servicios y/o productos determinados.

- Asesoría en manejo de redes sociales y relación con el público: El servicio será ofrecido para que las empresas pequeñas aprendan el manejo adecuado de las redes sociales, horarios estratégicos, publicaciones estratégicas y lenguaje adecuado para llegar a su público objetivo.
- Capacitación en comunicación para empresas: Este ayudará a la empresa a identificar cómo deben manejar las comunicaciones en su empresa, cómo mejorarlas, cómo generar contenido creativo, estrategias para llegar a sus públicos internos y externos.
- Consultoría en comunicación interna y externa: El servicio está enfocado en empresas que precisen de una opinión externa de las comunicaciones de su empresa para realizar mejoras necesarias para su crecimiento y asertividad comunicativa.

El ciclo de vida de los servicios dependerá del impacto generado, para el cual se ofrece el servicio de evaluación que puede ser por objetivo cumplido, así como por trimestre, semestral y anual; con el fin de hacer seguimiento a las estrategias de comunicación sugeridas. Igualmente, se buscará que dicho impacto tenga un registro de al menos la evaluación al 10% de los stake holders.

### **Estrategia de Distribución**

Llegaremos a nuestros posibles clientes por medio de las redes sociales y el internet, en nuestras plataformas digitales podrán encontrar el portafolio de servicios que ofrecemos.

Nos encontrarán fácilmente por medio de estrategia SEO, con solo digitar en los buscadores las palabras claves podrán encontrar el sitio web de nuestra empresa y sus redes sociales.

En nuestra estrategia SEM, las pautas serán enfocadas en Caldas Antioquia y el suroeste antioqueño que será nuestro público objetivo inicial. Para estas tendremos post llamativos y se realizara una campaña comunicativa-publicitaria para dar a conocer a AQ Creative.

Una vez el posible cliente se halla comunicado con nosotros, se le dará una cita ya sea virtual o presencial (según la disponibilidad y requerimientos del cliente) para brindarle una asesoría y análisis personalizado, que en conjunto nos permitan determinar las necesidades de la organización.

Nuestras redes sociales tendrán post de información de interés y tips sencillos de comunicación que nos permitan interactuar por medio de estas con los stake holders.

### **Estrategia de Precios**

Los siguientes precios son los que AQ Creative implementará inicialmente, estos podrían variar cada año según el crecimiento de la empresa.

Todos los servicios deberán ser pagados en dos cuotas, cada una del 50%. La primera será antes de iniciar el servicio y la segunda el día que se le hace entrega de los servicios prestados.

- Diseño de piezas gráficas digitales y para impresión: oscila entre \$30.000 y \$70.000 C/U (se tendrán descuentos según la cantidad de diseños solicitados).
- Creación de imagen corporativa: \$300.000
- Creación de manual de estilo: \$150.000
- Análisis de fortalezas y necesidades comunicativas: Este dependerá de qué tan grande sea la empresa y sus públicos internos y externos. Oscila entre \$50.000 y \$300.000
- Plan estratégico de comunicaciones: El precio dependerá de los resultados hallados en el análisis previo a la creación del plan de comunicaciones.
- Creación y desarrollo de campañas comunicativas y publicitarias: El precio dependerá del tipo de campaña, duración, cantidad de piezas gráficas, fotografía, videos y animaciones.
- Asesoría en manejo de redes sociales y relación con el público: \$150.000
- Capacitación en comunicación para empresas: \$100.000 la hora (este valor no incluye viáticos, así que podrá variar según la intensidad de la capacitación y la lejanía de la empresa contratante)
- Consultoría en comunicación interna y externa: El precio dependerá del tamaño de la empresa y el análisis previo.

### **Estrategia de Promoción**

- La promoción que recibirán nuestros clientes son descuentos para aquellos que adquieran volúmenes grandes de servicios de publicidad y creación de imagen corporativa. Estos se determinarán con cada cliente en específico.
- Iniciaremos con los emprendimientos y PYMES del municipio de Caldas, y nos iremos expandiendo al suroeste antioqueño.

### **Estrategia de Comunicación**

Los medios utilizados para la divulgación de información y comunicación con nuestros clientes serán Facebook, Instagram, página web, WhatsApp, E-mail.

Inicialmente acudiremos al crecimiento orgánico en nuestras redes sociales, una vez este se estanque o tenga poca efectividad, procederemos a implementar una estrategia de visibilidad, que nos permitirá ampliar la cantidad de Stake Holders y clientes. Se harán publicaciones constantes y se interactuará con el público para generar engagement.

Se hará continuamente los análisis pertinentes para generar el posicionamiento deseado para AQ Creative.

### **Estrategia de Servicio**

- El servicio finaliza con el análisis de cumplimiento de los objetivos, este se realizará por medio de indicadores según lo pactado con cada cliente.

- Las entregas serán digitales y/o presenciales según el servicio requerido por el cliente.
- Los pagos se realizarán en dos cuotas del 50% cada una, la primera garantiza la realización de los servicios y la segunda será el día de entrega.
- Si uno de los clientes contrata servicios con sumas que superen los \$3'000.000 (tres millones de pesos) y los servicios requieren de más de tres meses para su completa realización, se considerará otros plazos de pago.
- Para negocios pequeños los pagos se permitirán en efectivo o por consignación bancaria, para PYMES los pagos deberán ser realizados por consignaciones bancarias.

## **Estrategia de comunicación externa**

### **Relaciones con Clientes**

Las relaciones creadas con nuestros clientes serán a largo plazo, la idea es que los diferentes emprendimientos y empresas sigan contratando con AQ Creative los servicios de comunicaciones que estos necesiten.

Según la permanencia y cantidad de contratos que realicen los clientes, obtendrán beneficios en servicio y precios por parte de AQ Creative.

El impacto y cumplimiento de objetivos será medido por indicadores previamente planteados por la empresa contratante y AQ Creative.

El gancho principal con nuestros clientes será la atención personalizada, así ellos sentirán que realmente nos enfocamos en su empresa y las necesidades requeridas, seguido por el servicio que se prestará, este debe ser asertivo, útil, creativo y de interés para el cliente y sus públicos.

La atención podrá ser de forma remota o presencial según la disponibilidad y necesidad de cada cliente.

Los canales usados por AQ Creative se integran a lo largo del proceso de conocer la empresa, sus servicios, requerir una cita, prestar atención personalizada, contratación y prestación del servicio.

## Imagen Corporativa



*Ilustración 1 Logo AQ Creative. Por: Maria Alejandra Quintero*



*Ilustración 2 Boceto Página Web. Por: Maria Alejandra Quintero*

Nuestra página web, tendrá información sobre la organización, cómo contactarnos, enlace directo con nuestras redes sociales Facebook e Instagram y chat de WhatsApp, casos de éxito de campañas realizadas por la empresa, evidencias de trabajos realizados, información de interés sobre las comunicaciones, una sección donde se especifica los servicios ofrecidos.

Las redes sociales tendrán enlace con la página web y chat de WhatsApp, allí publicaremos post de datos útiles sobre las comunicaciones, con el fin de tener interacción con el público. Las publicaciones tendrán un orden visual para crear nuestra identidad corporativa. En ellas también se publicarán evidencias sobre nuestro trabajo, priorizando los trabajos de contenidos digitales que son más llamativos para este tipo de redes y no suelen ser confidenciales.

Los posts tendrán un lenguaje cercano y respetuoso, con preguntas que incentiven a la interacción como: ¿Qué tal si...? ¿Qué piensas de...? ¿Qué les gustaría conocer sobre...?, etc

## **Análisis técnico - operativo**

### **Ficha técnica del producto o servicio**

- Diseño de piezas gráficas digitales y para impresión: Las piezas gráficas serán enfocadas en la imagen corporativa, lo que desean transmitir y su público objetivo.
- Creación de imagen corporativa: Esta incluye creación de logotipo, membrete, tarjeta de presentación.
- Creación de manual de estilo: Permitirá que las personas que utilicen el logotipo de la empresa lo usen de la forma adecuada y que sin importar la persona que diseñe las piezas para redes sociales y sitio web mantengan la identidad corporativa de la empresa.
- Análisis de fortalezas y necesidades comunicativas: Este permite reconocer los aspectos a mejorar que tiene la empresa a nivel comunicativo para mejorar la efectividad en la comunicación interna y externa.
- Plan estratégico de comunicaciones: Por medio de este la empresa podrá tener una guía y lineamientos comunicacionales que les ayudará llegar a su objetivo y mejorar su nivel de comunicación ya sea interna o externa según la necesidad de esta.
- Creación y desarrollo de campañas comunicativas y publicitarias: Esta se usará para impulsar por medio de piezas publicitarias, videos comerciales y fotografía profesional eventos, servicios y/o productos determinados.

- Asesoría en manejo de redes sociales y relación con el público: El servicio será ofrecido para que las empresas pequeñas aprendan el manejo adecuado de las redes sociales, horarios estratégicos, publicaciones estratégicas y lenguaje adecuado para llegar a su público objetivo.
- Capacitación en comunicación para empresas: Este ayudará a la empresa a identificar cómo deben manejar las comunicaciones en su empresa, cómo mejorarlas, cómo generar contenido creativo, estrategias para llegar a sus públicos internos y externos.
- Consultoría en comunicación interna y externa: El servicio está enfocado en empresas que precisen de una opinión externa de las comunicaciones de su empresa para realizar mejoras necesarias para su crecimiento y asertividad comunicativa.

Cada servicio tiene su etapa inicial y final según lo pactado con cada cliente y teniendo en cuenta el tiempo que requiere cada servicio requerido.

## **Innovación**

AQ Creative Innova en Caldas Antioquia debido a la variedad de servicios en comunicación que ofrece, debido a que las empresas existentes están dedicadas netamente a la publicidad y la fotografía. Si bien AQ Creative ofrece servicios publicitarios, también tiene un enfoque organizacional, que busca el crecimiento y posicionamiento de cada uno de nuestros clientes.

## Descripción del proceso

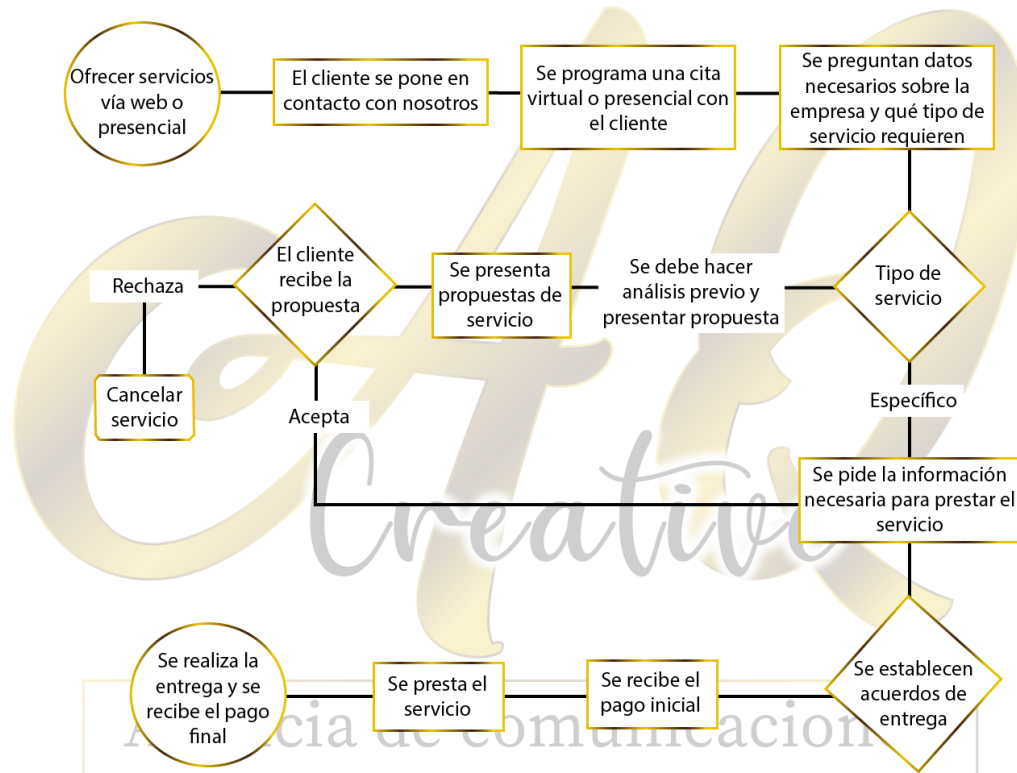


Ilustración 3 Flujoograma AQ Creative. Por: María Alejandra Quintero

## Necesidades y requerimientos

### Materias primas e insumos

#### Tecnología requerida

- Dos computadores con suit de Adobe y programas de Microsoft instalados.
- Cámara.

- Trípode
- Luz led.
- Un celular con capacidad mínima de 128 MB.
- Internet

### **Situación tecnológica de la empresa**

Necesita un celular con capacidad mínima de 128 MB

### **Localización y tamaño**

Inicialmente será una empresa pequeña, ubicada en la calle 138 sur #49<sup>a</sup>-06 Barrios Unidos, Caldas Antioquia.

### **Definición de las necesidades y características de personal requerido**

Inicialmente se requieren dos comunicadores capacitados para llevar a cabo labores de redacción, trabajo creativo, grabación y edición de videos, diseño gráfico, fotografía, análisis de comunicaciones, planeación estratégica, preparación de capacitaciones de comunicación, asesoría en manejo de redes sociales.

### **Análisis de costos de producción**

Gastos fijos mensuales.

Luz: \$60.000

Internet: \$50.000

Arriendo: \$140.000

Mano de obra por cada servicio.

Diseño de piezas gráficas: \$25.000

Creación de imagen corporativa: \$170.000

Creación de manual de estilo: \$100.000

Asesoría en manejo de redes sociales: \$100.000

Capacitación en comunicaciones para empresa (por hora): \$70.000

### **Plan de compras**

Se requieren 3 proveedores inicialmente.

1. Litografía, será quien se encargue de la impresión de piezas publicitarias requeridas
2. Ingeniero informático, será quien se encargue de hacer el mantenimiento de los equipos y las activaciones de los softwares requeridos. A cargo de M&J Systems
3. Papelería, será quien se encargue de suministrar los implementos de papelería requeridos. A cargo de Ofisex

## Análisis administrativo y organizacional

### Grupo emprendedor

<b>Nombre del cargo:</b>	Comunicador audiovisual
<b>Jefe inmediato:</b>	Comunicador
<b>Objetivo del Cargo (función principal):</b>	Generar contenido audiovisual de AQ Creative y sus clientes

<b>FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES DEL CARGO</b>	
.	Crear y diseñar contenido audiovisual que aporte a los objetivos de AQ Creative
.	Crear y diseñar el contenido audiovisual requerido para los contratos de AQ Creative
.	Toma de fotografías de producto
.	Creación de videos institucionales
.	Creación de videos promocionales
.	Proponer contenido de valor a las redes sociales y página web de AQ Creative
<b>AUTORIDADES DEL CARGO. Está a cargo de:</b>	
.	El área audiovisual
.	Todos los videos y fotografías que deba realizar AQ Creative

<b>REQUERIMIENTOS DEL CARGO</b>	
<b>Educación</b>	Técnico- Profesional
<b>Formación</b>	Comunicación audiovisual, comunicación organizacional.
<b>Habilidades</b>	Redacción, creatividad, bases en video, fotografía, diseño, capacidad de análisis.
<b>Experiencia</b>	No es necesaria

<b>Nombre del cargo:</b>	Comunicador
<b>Jefe inmediato:</b>	Dueña de AQ Creative
<b>Objetivo del Cargo (función principal):</b>	Garantizar que se cumplan a cabalidad los objetivos de AQ Creative y lo pactado con sus clientes

<b>FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES DEL CARGO</b>	
·	Coordinar y crear contenido para las redes sociales y página web de AQ Creative
·	Hacer análisis de comunicación requeridos por los clientes de AQ Creative
·	Crear planes de comunicación estratégicos requeridos por los clientes de AQ Creative

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseñar capacitación de comunicaciones</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Coordinar y crear diseños creativos requeridos por los clientes de AQ Creative</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creación de campañas comunicativas y publicitarias</li> </ul>
<b>AUTORIDADES DEL CARGO. Está a cargo de:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Coordinar toda el área de comunicaciones</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Coordinar que se cumplan a cabalidad todos los compromisos de AQ Creative</li> </ul>

<b>REQUERIMIENTOS DEL CARGO</b>	
<b>Educación</b>	Técnico- Profesional
<b>Formación</b>	Comunicación, diseño gráfico, comunicación audiovisual, comunicación organizacional.
<b>Habilidades</b>	Redacción, creatividad, bases en video, fotografía, diseño, capacidad de análisis.
<b>Experiencia</b>	No es necesaria

Para la creación de la agencia de comunicaciones AQ Creative, el quipo emprendedor está compuesto por:

Maria Alejandra Quintero Villada, 22 años. Estudiante de comunicación y periodismo de la Corporación Universitaria Lasallista, con dos años de experiencia en trabajo independiente como comunicadora con énfasis en la comunicación

organizacional por medio de la generación de contenido digital e impreso en negocios de comidas, empresa de logística y sus diferentes eventos, campañas políticas, trabajo independiente de fotografía en eventos sociales, entre otras.

Andrés Felipe Abello Tabares, 34 años. Realizador y productor audiovisual, con seis años de experiencia en el área audiovisual del periódico El Colombiano; camarógrafo, productor y editor del programa de televisión del canal Teleantioquia y Telemedellín: Rumbas de la ciudad; comunicador audiovisual de la alcaldía de Caldas Antioquia; realizador audiovisual de UniSabaneta; trabajo independiente de fotografía en eventos sociales, realización y producción de videos institucionales y comerciales, colaborador audiovisual de candidato al consejo de Caldas Antioquia.

#### Estructura organizacional

Al ser una empresa que inicia con solo dos empleados, las decisiones se tomarán en conjunto y las responsabilidades se repartirán según las capacidades y experiencia de las personas que conforman el equipo.

#### **Gastos de administración y nómina**

Los contratos serán por prestación de servicios, el pago de los comunicadores será según las labores desempeñadas.

Presupuesto estipulado: \$2.000.000

### **Organismos de apoyo**

1. M&J Systems, será el encargado de hacer el mantenimiento de los equipos y las activaciones de los softwares requeridos
2. Ofisex Papelería, será quien se encargue de suministrarnos los implementos de papelería requeridos.

### **Constitución Empresa**

Será matriculada ante Cámara de Comercio como persona natural con establecimiento. Debido a que será un solo propietario y no requiere de inversiones externas, ni socios.

Los requisitos para obtener esta matrícula son:

Verificar que el nombre esté disponible: En el caso de AQ Creative, se encontró una empresa en Bogotá llamada AQ CREATIVELAB, por lo que se sugirió agregarle una palabra o sílaba antes del nombre, así que puede ser registrada como “Comunicaciones AQ Creative”.

Diligenciar formulario de matrícula.

Formato Ley 1780.

Fotocopia de la cédula al 150%.

Fotocopia de Rut o el prerut.

## **Comunicación organizacional**

AQ Creative al ser una empresa de Comunicaciones, sabe la importancia y el papel que juega la comunicación organizacional para el funcionamiento y la efectividad en sus procesos. “La Comunicación Organizacional se debe plantear como esencia y herramienta de las relaciones empresariales, en donde tanto trabajadores como empresarios actúen como emisores y receptores, en busca de un bien común que es la "comunidad laboral"”. Valle (2003)

Al tener una empresa con menos de cinco trabajadores, el clima organizacional puede verse afectado fácilmente, debido a que una mala recepción o interpretación de mensajes puede hacer que se corte la comunicación total entre los integrantes de la organización, afectando así la efectividad en los procesos y el cumplimiento de objetivos.

Por lo tanto, en AQ Creative se deben implementar normas de convivencia, debido a que solo hay dos personas encargadas de implementar y cumplir con los acuerdos establecidos entre colaboradores, con los proveedores y los clientes.

Inicialmente la persona que estará a la cabeza de la organización será Maria Alejandra Quintero Villada, comunicadora de AQ Creative. Esta será la figura de autoridad y se encargará de la aprobación final de procesos y decisiones.

En la sociedad del conocimiento, la acumulación de información reviste suma importancia, pero esta información pierde valor si no se transmite de forma adecuada. Por tanto, reiterando nuestra afirmación inicial, no nos cabe ninguna duda de que el

fenómeno comunicativo puede calificarse como el sistema nervioso de la organización (Almenara, Delgado y Roca, 2005).

Para tener una comunicación asertiva con clientes y proveedores, la emisión de mensajes debe ser oportuna, concisa y veraz, así se evitará malos entendidos e interpretaciones equívocas.

## **Impacto del proyecto**

### **Impacto económico**

La creación de AQ Creative aportará al crecimiento económico del municipio de Caldas, con el aporte de una nueva actividad productiva que será consumida por los mismos comerciantes del municipio.

### **Impacto social**

El impacto social será positivo en la medida que AQ Creative crezca y genere nuevos empleos.

### **Impacto ambiental**

El impacto ambiental que AQ Creative será positivo ya que sus servicios son digitales y no requieren en su mayoría de movilización en medios de transporte, por lo que aportará a disminuir el consumo de papel y en la disminución de las emisiones de gases.

## **Registros licencias y leyes regulatorias**

### **Legislación vigente**

La actividad económica de AQ Creative es controlada y vigilada por MinTIC, mediante la Ley 1341. “El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, según la Ley 1341 o Ley de TIC, es la entidad que se encarga de diseñar, adoptar y promover las políticas, planes, programas y proyectos del sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones”. (MinTIC, 2020)

## Financiero

### Principales supuestos

Definición de los factores de producción y cálculo del costo tentativo de producción por unidad de producto o servicio.

- Costos directos.
- Costos indirectos.

<b>Servicio</b>	<b>Costo directo</b>	<b>Costo indirecto</b>
Diseño de piezas gráficas	<p style="text-align: center;">\$5.000:</p> <p>Porcentaje para arriendo, luz e internet.</p> <p style="text-align: center;">\$15.000:</p> <p>porcentaje aproximado para mano de obra.</p>	Si son piezas para imprimir, la impresión se terceriza y se debe pagar el costo adicional que dependerá del tipo de pieza gráfica y la cantidad (este costo incrementará el valor del servicio)
Creación de imagen corporativa	<p style="text-align: center;">\$15.000:</p> <p>Porcentaje para arriendo, luz e internet.</p>	Si el cliente requiere piezas para imprimir (tarjetas de

	<p>\$135.000: porcentaje aproximado para mano de obra.</p>	<p>presentación, imantados, letreros), la impresión se terceriza y se debe pagar el costo adicional que dependerá del tipo de pieza gráfica y la cantidad (este costo incrementará el valor del servicio)</p>
<p>Creación de manual de estilo</p>	<p>\$10.000: Porcentaje para arriendo, luz e internet.</p> <p>\$90.000: porcentaje aproximado para mano de obra.</p>	<p>Si el manual requiere ser impreso, la impresión se terceriza.</p> <p>El costo dependerá de la cantidad de páginas y material en el que el cliente desee el manual (este costo incrementará el precio del servicio)</p>

<p>Asesoría manejo de redes sociales</p>	<p>\$5.000: Porcentaje para arriendo, luz e internet.</p> <p>\$65.000: porcentaje aproximado para mano de obra (análisis de redes sociales y realización de la asesoría).</p>	<p>Costo de transporte en caso de ser necesario, en el municipio de caldas no será mayor a \$15.000</p>
<p>Capacitación en comunicaciones para empresa</p>	<p>\$5.000: Porcentaje para arriendo, luz e internet.</p> <p>\$65.000: Porcentaje aproximado para la mano de obra.</p>	<p>Costo de transporte en caso de ser necesario, en el municipio de caldas no será mayor a \$15.000</p>

## Sistema de financiamiento

<b>AQ CREATIVE</b>	
<b>PLAN DE AMORTIZACIÓN</b>	

<b>VALOR PRESTAMO</b>	<b>5.234.163</b>
<b>PLAZO</b>	<b>12</b>
<b>TASA</b>	<b>0,797%</b>
<b>CUOTA MES</b>	<b>459.117</b>

CUOTA	INICIAL	INTERES	CAPITAL	SALDO
1	5.234.163	41.738	417.380	4.816.784
2	4.816.784	38.410	420.708	4.396.076
3	4.396.076	35.055	424.063	3.972.013
4	3.972.013	31.673	427.444	3.544.569
5	3.544.569	28.265	430.853	3.113.717
6	3.113.717	24.829	434.288	2.679.428
7	2.679.428	21.366	437.751	2.241.677
8	2.241.677	17.875	441.242	1.800.435
9	1.800.435	14.357	444.761	1.355.675
10	1.355.675	10.810	448.307	907.367
11	907.367	7.235	451.882	455.485
12	455.485	3.632	455.485	
<b>año 1</b>		<b>275.247</b>	<b>5.234.163</b>	

*Ilustración 4. Plan de amortización de crédito*

La inversión inicial debe ser de \$17.234.163, del cual se cuenta con recursos propios por \$12.000.000, teniendo en cuenta que todos los equipos necesarios para prestar cada servicio ya existen y serán puestos a disposición de AQ Creative por parte de Maria Alejandra Quintero Villada y Andrés Felipe Abello Tabares.

Se buscará un crédito de \$5.234.163 que su tasa de interés de efectivo anual no sea mayor al 10%.

### Flujo de caja y estados financieros:

FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO					
Concepto	2021	2022	2020	2021	2022
Ventas	133.250.000	151.411.975	184.472.780	238.085.181	319.569.835
Costos	56.050.000	66.907.410	81.055.884	103.952.008	138.710.924
Gastos operativos	66.015.760	70.808.000	76.360.456	84.562.845	96.168.599
<b>Utilidad operativa</b>	<b>11.184.240</b>	<b>13.696.565</b>	<b>27.056.440</b>	<b>49.570.328</b>	<b>84.690.311</b>
Impuesto de renta operativo	3.690.799	4.519.867	8.928.625	16.358.208	27.947.803
Beneficio fiscal financiero	-3.690.799	-4.067.880	-6.696.469	-8.179.104	-6.986.951
<b>Utilidad operativa despues de impuestos</b>	<b>11.184.240</b>	<b>13.244.579</b>	<b>24.824.284</b>	<b>41.391.224</b>	<b>63.729.459</b>
Depreciación y amortización	1.045.800	1.045.800	1.045.800	1.045.800	1.045.800
<b>Flujo de caja bruto operativo</b>	<b>12.230.040</b>	<b>14.290.379</b>	<b>25.870.084</b>	<b>42.437.024</b>	<b>64.775.259</b>
	-17.234.163	12.230.040	14.290.379	42.437.024	64.775.259
<b>TIR DEL PROYECTO</b>	<b>102%</b>				
<b>VPN DEL PROYECTO</b>	<b>68.447.372</b>				
Servicio de la deuda	5.234.163	0	0	0	0
Gastos financieros	275.247	0	0	0	0
<b>Flujo de caja libre del inversionista</b>	<b>6.720.630</b>	<b>14.290.379</b>	<b>25.870.084</b>	<b>42.437.024</b>	<b>64.775.259</b>
<b>TIR DEL INVERSIONISTA</b>	<b>116%</b>				
<b>VPN</b>	<b>64.992.622</b>				

*Ilustración 5. Flujo de caja.*

AQ Creative para su primer año, tendrá un flujo de caja bruto operativo de \$12.230.040 y un flujo de caja libre del inversionista de 6.720.630, en la misma medida incrementa en los primeros cinco años. Esta proyección permite visibilizar que la empresa no tendrá pérdidas en sus primeros años

AQ CREATIVE						
BALANCE GENERAL						
	2020	2021	2022	2020	2021	2022
<b>Activos corrientes</b>						
Disponible	5.614.163	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000
Inversiones temporales		7.272.988	21.557.999	48.221.494	95.005.309	170.130.261
Deudores (cuentas por cobrar)		5.552.083	6.308.832	7.686.366	9.920.216	13.315.410
Inventarios	0	0	0	0	0	0
Otros activos						
<b>Total activo corriente</b>	<b>5.614.163</b>	<b>13.825.071</b>	<b>28.866.831</b>	<b>56.907.860</b>	<b>105.925.525</b>	<b>184.445.671</b>
<b>Activos de largo plazo</b>						
Muebles y enseres	450.000	450.000	450.000	450.000	450.000	450.000
Maquinaria y equipo	8.170.000	8.170.000	8.170.000	8.170.000	8.170.000	8.170.000
Vehículos	0	0	0	0	0	0
Terrenos	0	0	0	0	0	0
Edificaciones	0	0	0	0	0	0
Equipo de computación	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000
Depreciación acumulada	0	(1.045.800)	(2.091.600)	(3.137.400)	(4.183.200)	(5.229.000)
inversiones Diferidas	0	0	0	0	0	0
Amortización acumulada	0	0	0	0	0	0
<b>Total activos no corrientes</b>	<b>11.620.000</b>	<b>10.574.200</b>	<b>9.528.400</b>	<b>8.482.600</b>	<b>7.436.800</b>	<b>6.391.000</b>
<b>Total activos</b>	<b>17.234.163</b>	<b>24.399.271</b>	<b>38.395.231</b>	<b>65.390.460</b>	<b>113.362.325</b>	<b>190.836.671</b>
<b>Pasivos corrientes</b>						
Proveedores	0	1.490.278	1.789.673	2.180.447	2.814.140	3.777.279
Impuesto por pagar		0	451.987	2.232.156	8.179.104	20.960.852
Obligaciones financieras corrientes	5.234.163	0	0	0	0	0
<b>Total pasivos corrientes</b>	<b>5.234.163</b>	<b>1.490.278</b>	<b>2.241.659</b>	<b>4.412.604</b>	<b>10.993.244</b>	<b>24.738.132</b>
<b>Pasivos no corrientes</b>						
Obligaciones financieras no corrientes	0	0	0	0	0	0
<b>Total pasivos no corrientes</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Total pasivos</b>	<b>5.234.163</b>	<b>1.490.278</b>	<b>2.241.659</b>	<b>4.412.604</b>	<b>10.993.244</b>	<b>24.738.132</b>
<b>Patrimonio</b>						
Capital	12.000.000	12.000.000	12.000.000	12.000.000	12.000.000	12.000.000
Reserva Legal	0	0	1.090.899	2.415.357	4.897.786	9.036.908
Utilidades retenidas	0	0	9.818.094	21.738.215	44.080.071	81.332.172
Utilidad del periodo	0	10.908.993	13.244.579	24.824.284	41.391.224	63.729.459
<b>Total patrimonio</b>	<b>12.000.000</b>	<b>22.908.993</b>	<b>36.153.572</b>	<b>60.977.856</b>	<b>102.369.080</b>	<b>166.098.540</b>
<b>Total pasivo y patrimonio</b>	<b>17.234.163</b>	<b>24.399.271</b>	<b>38.395.231</b>	<b>65.390.460</b>	<b>113.362.325</b>	<b>190.836.671</b>

Ilustración 6. Balance General

Los activos que se verán reflejados en los cinco primeros años son mayores a los pasivos, por lo tanto, se alcanzan a cubrir todas las cuentas año a año.

Las utilidades se ven reflejadas a partir del tercer año y con el patrimonio que se va acumulando se alcanzan a cubrir todos los egresos futuros.

AQ CREATIVE					
ESTADO DE RESULTADOS					
Concepto	2021	2022	2020	2021	2022
Ventas	133.250.000	151.411.975	184.472.780	238.085.181	319.569.835
Costos	56.050.000	66.907.410	81.055.884	103.952.008	138.710.924
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>77.200.000</b>	<b>84.504.565</b>	<b>103.416.896</b>	<b>134.133.173</b>	<b>180.858.911</b>
Gastos operativos	66.015.760	70.808.000	76.360.456	84.562.845	96.168.599
<b>Utilidad antes impuestos e intereses</b>	<b>11.184.240</b>	<b>13.696.565</b>	<b>27.056.440</b>	<b>49.570.328</b>	<b>84.690.311</b>
Gastos financieros	275.247	0	0	0	0
Ingresos financieros	0	0	0	0	0
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>10.908.993</b>	<b>13.696.565</b>	<b>27.056.440</b>	<b>49.570.328</b>	<b>84.690.311</b>
Impuestos	0	451.987	2.232.156	8.179.104	20.960.852
<b>Utilidad neta</b>	<b>10.908.993</b>	<b>13.244.579</b>	<b>24.824.284</b>	<b>41.391.224</b>	<b>63.729.459</b>

*Ilustración 7. Estado de resultados.*

El estado de resultados de AQ Creative para sus cinco primeros años es bastante positiva, en su primer año tendrá una utilidad neta de \$10.908.993.

INGRESOS					
	2021	2022	2020	2021	2022
DISEÑO DE PIEZAS GRÁFICAS	90.750.000	103.119.225	125.635.308	162.148.069	217.643.246
CREACIÓN DE IMAGEN CORPORATIVA	15.000.000	17.044.500	20.766.167	26.801.334	35.974.090
CREACIÓN DE MANUAL DE ESTILO	7.500.000	8.522.250	10.383.083	13.400.667	17.987.045
ASESORIA EN MANEJO DE REDES SOCIALES	12.000.000	13.635.600	16.612.933	21.441.067	28.779.272
CAPACITACIÓN EN COMUNICACIONES	8.000.000	9.090.400	11.075.289	14.294.045	19.186.181
<b>TOTAL INGRESOS OPERATIVOS</b>	<b>133.250.000</b>	<b>151.411.975</b>	<b>184.472.780</b>	<b>238.085.181</b>	<b>319.569.835</b>
Ingresos financieros	0	0	0	0	0
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>133.250.000</b>	<b>151.411.975</b>	<b>184.472.780</b>	<b>238.085.181</b>	<b>319.569.835</b>

Análisis vertical año 1		
DISEÑO DE PIEZAS GRÁFICAS	68,11%	Distribución porcentual de los ingresos respecto al total
CREACIÓN DE IMAGEN CORPORATIVA	11,26%	
CREACIÓN DE MANUAL DE ESTILO	5,63%	
ASESORIA EN MANEJO DE REDES SOCIALES	9,01%	
CAPACITACIÓN EN COMUNICACIONES	6,00%	

Análisis horizontal ingresos		
2021		Crecimiento anual
2022	14%	
2020	22%	
2021	29%	
2022	34%	

### Ilustración 8. Ingresos.

Los ingresos de AQ Creative para su primer año son de \$133.250.000, siendo el diseño de piezas gráficas el 68.11% de sus ingresos.

EGRESOS					
	2021	2022	2020	2021	2022
<b>Costos variables</b>	<b>53.650.000</b>	<b>64.428.210</b>	<b>78.496.110</b>	<b>101.309.042</b>	<b>135.982.061</b>
<b>Costos fijos</b>	<b>2.400.000</b>	<b>2.479.200</b>	<b>2.559.774</b>	<b>2.642.967</b>	<b>2.728.863</b>
LUZ	600.000	619.800	639.944	660.742	682.216
INTERNET	600.000	619.800	639.944	660.742	682.216
ARRIENDO	1.200.000	1.239.600	1.279.887	1.321.483	1.364.432
0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>56.050.000</b>	<b>66.907.410</b>	<b>81.055.884</b>	<b>103.952.008</b>	<b>138.710.924</b>
<b>Gastos operativos</b>	<b>66.015.760</b>	<b>70.808.000</b>	<b>76.360.456</b>	<b>84.562.845</b>	<b>96.168.599</b>
PAPELERÍA	240.000	247.920	255.977	264.297	272.886
MANTENIMIENTO DE COMPUTADO	1.200.000	1.239.600	1.279.887	1.321.483	1.364.432
0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0
Gasto por depreciación	1.045.800	1.045.800	1.045.800	1.045.800	1.045.800
Gasto por amortización	0	0	0	0	0
Gasto por impuestos	229.960	1.606.080	1.844.487	2.266.879	2.942.245
Gasto por publicidad	1.000.000	1.033.000	1.066.573	1.101.236	1.137.026
Gasto por salarios	43.200.000	44.625.600	46.075.932	47.573.400	49.119.535
Gasto Distribucion y transporte	19.100.000	21.010.000	24.791.800	30.989.750	40.286.675
<b>Gastos financieros</b>	<b>275.247</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>66.291.007</b>	<b>70.808.000</b>	<b>76.360.456</b>	<b>84.562.845</b>	<b>96.168.599</b>
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>122.341.007</b>	<b>137.715.410</b>	<b>157.416.339</b>	<b>188.514.853</b>	<b>234.879.523</b>
<b>Análisis vertical año 1</b>					
Costos variables	44%	Distribución del total egresos en cada concepto			
Costos fijos	2%				
Gastos administrativos	54%				
Gastos financieros	0%				
<b>Análisis horizontal egresos</b>					
2021		Crecimiento anual			
2022	13%				
2020	14%				
2021	20%				
2022	25%				

Ilustración 9. Egresos.

El total de egresos de AQ Creative para su primer año es de \$122.341.007, ocupando el 54% de estos los gastos administrativos y solo un 2% los costos fijos que equivalen al pago de luz, internet y arriendo.

PUNTO DE EQUILIBRIO - PRIMER AÑO			
<b>COSTOS FIJOS:</b>	<b>2021</b>	<b>PRECIO DE VENTA</b>	<b>2021</b>
Costos fijos	2.400.000	Precio de venta promedio	69.764
Gastos operativos	66.015.760	<b>PRECIO DE VENTA UNITARIO</b>	<b>69.764</b>
Gastos financieros	275.247	<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	<b>2021</b>
Impuestos	0	<b>EN UNIDADES (Costos fijos / pvu - cvu) - ANUAL</b>	<b>1.648</b>
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>68.691.007</b>	<b>EN UNIDADES (Costos fijos / pvu - cvu) - MENSUAL</b>	<b>137</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>	<b>2021</b>	<b>EN PESOS (Costos fijos / 1 - MCU) - ANUAL</b>	<b>114.988.400</b>
Costo variable promedio	28.089	<b>EN PESOS (Costos fijos / 1 - MCU) - MENSUAL</b>	<b>9.582.367</b>
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	<b>28.089</b>		

Figure 27. Punto de equilibrio.

### Evaluación del proyecto:

<b>TIR DEL PROYECTO</b>	<b>102%</b>
<b>VPN DEL PROYECTO</b>	<b>68.447.372</b>

Ilustración 10. TIR y VPN del proyecto.

En sus cinco primeros años AQ Creative generará una rentabilidad del 102%. Con el VPN se puede identificar la maximización de la inversión inicial que fue de

\$12.000.000, esto se logra debido a que los ingresos son mayores a los egresos en cada año.

**Describe y clasifique la inversión requerida para el óptimo funcionamiento del proyecto.**

INVERSIÓN ACTIVOS			
	Valor total del activo	Años de vida útil	Depreciación y amortización
<b>MUEBLES Y ENSERES Y EQUIPO DE OFICINA</b>			
		10	40.500
2 Escritorios	\$ 300.000		
2 Sillas	\$ 150.000		
<b>SUBTOTAL</b>	<b>450.000</b>		<b>696.600</b>
<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>			
		10	817.000
2 Cámaras	\$ 7.000.000		
2 Trípode	\$ 250.000		
1 Luz led	\$ 120.000		
1 Celular	\$ 800.000		
<b>SUBTOTAL</b>	<b>8.170.000</b>		<b>817.000</b>
<b>EQUIPO DE COMPUTO</b>			
2 Computadores	3.000.000	10	270.000
<b>SUBTOTAL</b>	<b>3.000.000</b>		<b>270.000</b>
<b>TOTALES</b>	<b>11.620.000</b>		<b>1.783.600</b>
<b>INVERSIÓN CAPITAL DE TRABAJO</b>			
Capital de trabajo	5.614.163		
Inventarios	0		
<b>TOTAL INVERSIÓN INICIAL</b>	<b>17.234.163</b>		

*Ilustración 11. Inversión de activos*

## Conclusiones

- De los análisis e investigaciones realizadas en la elaboración de este proyecto se puede resaltar la viabilidad en la implementación de un emprendimiento para prestar servicios de comunicación y beneficiar así a microempresarios por medio del planteamiento de soluciones en sus necesidades de interrelación con sus públicos internos y externos.
- La encuesta estructurada realizada como método de investigación, permite apreciar que los precios establecidos por AQ Creative se encuentran dentro del margen de lo que los clientes potenciales están dispuestos a pagar por los servicios de comunicaciones. También cuenta con los servicios más demandados por los encuestados que son la publicidad y promoción y los servicios digitales.
- Para la materialización de AQ Creative se cuenta con alrededor del 70% de la inversión inicial, se realizará un préstamo para cubrir el 30%. Esto permitirá contar con ganancias en el primer año.
- Se cuenta con las condiciones para responder a las necesidades de los microempresarios, proporcionando soluciones de comunicación con el propósito de direccionar los requerimientos tecnológicos y brindar los servicios de creación de piezas publicitarias, creación de imagen corporativa, creación de manual de estilo, asesoría en manejo de redes sociales y capacitación en comunicaciones para empresas.

- Es posible contar con un mercado poco explorado en comunicaciones como es la región del Suroeste Antioqueño, generando así una oportunidad y un apoyo comercial de manejo de imagen para los microempresarios.

## Referencias

Andrade, H. (2005). *Comunicación Organizacional Interna: Proceso, Disciplina y Técnica*.

España: Gesbiblo, S.I.

Cámara de Comercio Aburrá Sur. (2021). *Encuesta Comunicaciones 2020-2021*.

COFECÁMARAS. (2020). *COFECÁMARAS*. Obtenido de

[https://www.confecamaras.org.co/phocadownload/2020/Analisis\\_Economicos/Informe%20Din%C3%A1mica%20de%20Creaci%C3%B3n%20de%20Empresas%20III%20Trimestre%202020.pdf](https://www.confecamaras.org.co/phocadownload/2020/Analisis_Economicos/Informe%20Din%C3%A1mica%20de%20Creaci%C3%B3n%20de%20Empresas%20III%20Trimestre%202020.pdf)

Comunicación y relaciones públicas. (9 de julio de 2019). *Agencia Sim*. Obtenido de

<https://agencia-sim.com/comunicacion-v-publicidad/>

DANE. (2020). *DANE*. Obtenido de

<https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/pib/tic/bt-satelite-tic-2018p-2019pr.pdf>

Gómez, M. C. (18 de febrero de 2019). *Frecuencia Capital Consulting*. Obtenido de

<https://frecuenciacapital.com/comunicacion-organizacional/>

INFORMA Directorio de empresas. (s.f.). *INFORMA Directorio de empresas*. Obtenido

de [https://www.informacolombia.com/directorio-empresas/actividad/J\\_INFORMACION-Y-COMUNICACIONES/localidad\\_caldas](https://www.informacolombia.com/directorio-empresas/actividad/J_INFORMACION-Y-COMUNICACIONES/localidad_caldas)

JLC Auditors & Advis. (s.f.). *JLC Auditors & Advis*. Obtenido de

<https://jlcauditors.com/cuales-tipos-sociedades-colombia/>

Kotler, P. (2005). *Las preguntas más frecuentes sobre Marketing*. Amacom.

Lecinski, J. (agosto de 2014). *Think With google*. Obtenido de <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/es-es/estrategias-de-marketing/busqueda/momento-cero-de-la-verdad-por-que-ahora-es-mas-importante-que-nunca/>

Marín, A. L. (1997). *La comunicación en la empresa y en las organizaciones*. Barcelona: Bosch Casa Editorial, S.A.

MinTIC. (2019). *Análisis del sector*. Bogotá.

MinTIC. (septiembre de 7 de 2019). *MinTIC*. Obtenido de <https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/Sala-de-Prensa/Noticias/103393:Tasa-de-crecimiento-economico-del-sector-de-las-TIC-aumento-4-04-en-los-dos-primeros-trimestres-de-2019>.

MinTIC. (3 de agosto de 2020). *MinTIC*. Obtenido de <https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/Ministerio/Acerca-del-MinTIC/>

Rigoberto Soria Romo, M. A. (s.f.). Importancia de la comunicación organizacional como factor de efectividad organizacional: El caso comparativo de tres organizaciones no gubernamentales en Jalisco. *XI Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática*, 22.

Valle, M. (2003). *Razón y palabra*. Obtenido de <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n32/mvalle.html>

Villegas, M. C. (2011). *Comunicación Empresarial: Plan estratégico como herramienta gerencial y nuevos retos del comunicador en las organizaciones*. Bogotá D.C.