

FORMATO PLAN DE NEGOCIO

Macroproceso: Docencia

Proceso: Desarrollo de la actividad académica

Código: DC-FO-XX
Versión: 1

El Pizarrón

Trabajo de Grado para Optar por el Título de Comunicador y Periodista

Alejandro Correa

Asesor

Clara Isabel Velez Rincon

Magister En Comunicación Digital

Unilasallista Corporacion Universitaria

Facultad De Ciencias Sociales Y Educacion

Comunicación Social Y Periodismo

Caldas- Antioquia

2025


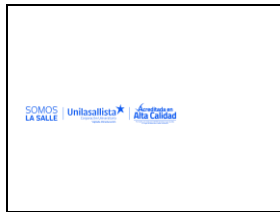
	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

Tabla de Contenido

Resumen	9
Investigación De Mercados	16
Análisis del Sector.....	16
Mercados objetivos y oportunidades internacionales	18
Mercado objetivo	20
Tamaño del mercado.....	24
Tendencias futuras y características del mercado.....	26
Pequeñas y medianas empresas (MiPyMEs)	27
Empresas e instituciones públicas	29
Análisis de la competencia.....	39
Plataforma Estratégica	47
Objetivos de la empresa / proyecto	54
Estrategia De Mercadeo.....	58
Estrategia de Comunicación Externa.....	62



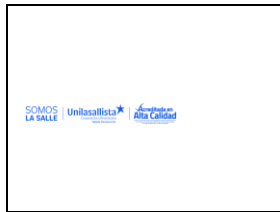
FORMATO PLAN DE NEGOCIO

Macroproceso: Docencia

Proceso: Desarrollo de la actividad académica

Código: DC-FO-XX
Versión: 1

Análisis Técnico – Operativo	88
Análisis Administrativo Y Organizacional	156
Impacto Del Proyecto.....	169
Registro De Licencias Y Leyes	173
Financiero	189
Conclusiones.....	207
Referencias	208



FORMATO PLAN DE NEGOCIO


Macroproceso: Docencia

Proceso: Desarrollo de la actividad académica

Código: DC-FO-XX
Versión: 1

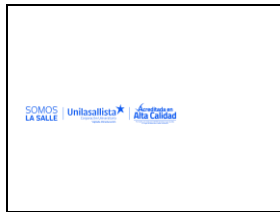
Lista de Ilustraciones

Ilustración 1	12
Ingresos Estimados	12
Ilustración 2	47
Organigrama	47
Ilustración 3	77
Imagen Corporativa El Pizarrón	77

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

Lista de Tablas

Tabla 1	12
Ingresos Estimados	12
Tabla 2	88
Ficha técnica del producto o servicio	88
Tabla 3	89
Gestión de redes sociales	90
Tabla 4	90
Organización de eventos	91
Tabla 5	92
Consultorías y talleres	92
Tabla 6	101
Tiempos estimados	101
Tabla 7	117
Equipos Disponibles	117
Tabla 8	125
Presupuesto de producción	126
Tabla 9	126



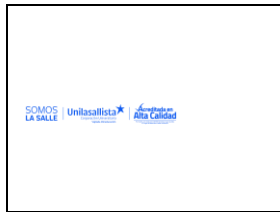
FORMATO PLAN DE NEGOCIO

Macroproceso: Docencia

Proceso: Desarrollo de la actividad académica

Código: DC-FO-XX
Versión: 1

Gestión Redes Sociales	126
Tabla 10	127
Organización de eventos	127
Tabla 11	128
Consultorías y talleres	128
Tabla 12	133
Tiempos Estimados Totales por Proyecto	133
Tabla 13	135
Costos	135
Tabla 14	139
Lista de Compras Iniciales	139
Tabla 15	140
Compras Recurrentes	140
Tabla 16	143
Proveedores	143
Tabla 17	145
Importancia Relativa de los Proveedores	146
Tabla 18	146
Planificación de Pagos a Proveedores	147



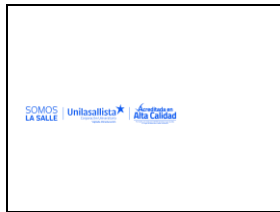
FORMATO PLAN DE NEGOCIO

Macroproceso: Docencia

Proceso: Desarrollo de la actividad académica

Código: DC-FO-XX
Versión: 1

Tabla 19	154
Cronograma de ensayos, prototipos y presupuestos	154
Tabla 20	159
Gastos de administración y nómina (incluir parafiscales, tener en cuenta)	159
Tabla 21	189
Costos	189
Tabla 22	192
Sistema de financiamiento	192
Tabla 23	193
Flujo de caja y estados financieros	193
Tabla 24	197
Evaluación del proyecto: TIR, VPN. Pto. de equilibrio, relación costo / beneficio y recuperación de la inversión.	197
Tabla 25	199
Otros Indicadores Financieros	199
Tabla 26	201
Endeudamiento	201
Tabla 27	201
Capital de trabajo	201




FORMATO PLAN DE NEGOCIO

Macroproceso: Docencia

Proceso: Desarrollo de la actividad académica

**Código: DC-FO-XX
Versión: 1**

Tabla 28	202
Rotación de cartera, proveedores y ciclo operacional	202
Tabla 29	202
Gasto Financiero / Ventas	202
Tabla 30	204
Análisis de Riesgo	204

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

Resumen

❖ Nombre comercial: El Pizarrón

❖ Descripción del producto/servicio:


El Pizarrón es una productora de contenidos especializada en ofrecer servicios de comunicación y creación de contenido transmedia para empresas y organizaciones. Su enfoque se distingue por la sensibilidad en la creación de productos con perspectiva de género, proporcionando asesoría personalizada y soluciones de comunicación integrales que abarcan el manejo de redes sociales, la creación de piezas gráficas, la gestión de páginas web, ofrece talleres de capacitación y organiza eventos institucionales; todo con el objetivo de fortalecer la comunicación interna y externa de sus clientes.

❖ Localización / Ubicación de la empresa:

La empresa está radicada en Caldas Antioquia atendiendo a organizaciones dentro de esta región.

❖ Objetivos del proyecto/empresa:

El objetivo principal de El Pizarrón es consolidarse como líder en la creación de contenido a nivel nacional e internacional, mediante la innovación constante en formatos y la producción autónoma de contenidos periodísticos


	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

y empresariales de alta calidad. A corto plazo, busca fortalecer su portafolio de servicios, mientras que a largo plazo planea expandir sus operaciones a nuevos mercados internacionales, llegando a instituciones clave para seguir mejorando la calidad de sus productos.

❖ **Presentación del equipo emprendedor: Alejandro Correa.**

Soy estudiante de Comunicación Social y Periodismo, tengo 22 años y vivo en Caldas, Antioquia. Me apasiona trabajar con la edición y diseño de videos, grabación y fotografía, porque encuentro en estas herramientas una forma de ser creativo y expresarme. En mi infancia, trabaje con mi hermano en la organización de eventos, como matrimonios, primeras comuniones o celebraciones de cumpleaños, donde adquirí habilidades estratégicas para realizar eventos. Contar historias, ya sea a través de imágenes o eventos, es algo que siempre me ha motivado y me ayuda a darle un toque único a lo que hago."

En El Pizarrón, la oportunidad de posicionarnos como líderes en comunicación y producción de eventos medianos y pequeños totalmente acorde con las habilidades y experiencia de nuestro equipo. Contaremos con cinco profesionales capacitados en diseño gráfico, producción audiovisual y gestión de redes sociales, respaldados por una estrategia centrada en innovación y personalización.

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	


❖ **Compatibilidad con las fortalezas**

- **Perspectiva de género:** Una ventaja estratégica que nos diferencia en un mercado que valora la inclusión y la diversidad.
- **Capacidad técnica:** Dominamos el uso de tecnologías como Adobe Creative Suite y equipos de alta calidad, garantizando resultados profesionales.
- **Conexión con el cliente:** Nuestra cercanía y enfoque en soluciones personalizadas, fortalecen la relación y la lealtad del cliente.

❖ **Habilidades Críticas**

- **Creatividad e innovación** para la creación de contenidos en diferentes plataformas.
- **Dominio en el uso de herramientas** de producción y edición profesional.
- **Capacidad de análisis** para ajustar estrategias de comunicación a las necesidades del cliente.


❖ **Potencial de Mercado en Cifras**

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- Tamaño del mercado: Más de 60,000 MIPYMES en el Valle de Aburrá con necesidades de comunicación digital y producción de contenidos.
- Crecimiento proyectado: El sector creativo crecerá un 10% anual en la región, impulsado por la digitalización y la demanda de contenidos innovadores.
- Ingresos estimados:


Tabla 1

Ingresos Estimados

	EL PIZARRÓN SAS														
	FLUJO DE CAJA PROYECTADO														
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	Total año 2025	Total año 2026	Total año 2027
Ingresos															
Cobros de ventas a crédito	-	-	-	-	-	-	6.000.000	8.000.000	15.000.000	20.000.000	20.000.000	30.000.000	99.000.000	224.640.000	269.568.000
Total Ingresos	-	-	-	-	-	-	6.000.000	8.000.000	15.000.000	20.000.000	20.000.000	30.000.000	99.000.000	224.640.000	269.568.000


Fuente: Elaboración propia

VERSIÓN: 01 CÓDIGO: DC-FO-XXX

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- Ventaja Competitiva y Propuesta de Valor
- Ventaja Competitiva:
 - Sensibilidad en la creación de contenidos con perspectiva de género.
 - Innovación constante en formatos multimedia.
 - Cercanía y personalización en los formatos de los clientes.
 - La capacidad de articular comunicación digital y física, junto a la operación de eventos pequeños y medianos.
- Propuesta de Valor:

Ofrecemos contenidos únicos, diseñados a la medida, que conectan con las audiencias de nuestros clientes y generan impacto positivo en su entorno social y ambiental. Con la posibilidad de realizar comunicación con enfoque en genero.
- ❖ Inversiones Requeridas
- Costos iniciales:
 - Equipos: COP \$32,000,000.

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- Página web: COP \$500,000.

Total inicial: COP \$32,500,000.

- Costos mensuales:

- Marketing: COP \$1,000,000.

- Licencias de software: COP \$1,523,250.

Total mensual: COP \$2,523,250.

- ❖ Proyecciones de ventas y rentabilidad

- Ingresos proyectados:


- Promedio Mensual: COP \$8.250,000. (operando de julio a diciembre)

- Anuales: COP \$99.000,000.

- Costos operativos anuales:

- Mensuales: COP \$6.500,000 x 12 = COP \$78.000.,000.

- Utilidad neta anual:

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- Ingresos – costos iniciales y operativos:


$$\text{COP } \$99.000,000 - (\text{COP } \$32.500.000 + \text{COP } \$80.523.250) = \text{COP } \$-14.023.250.$$

Ver ANEXO 3 . FLUJO DE CAJA PROYECTADO

❖ Conclusiones financieras y evaluación de viabilidad

- Viabilidad financiera: Las proyecciones demuestran que el negocio es altamente rentable, con una utilidad neta anual que representa un margen significativo sobre los costos operativos.
- Impacto social: El enfoque en campañas educomunicativas y sostenibilidad refuerza la reputación de El Pizarrón como una empresa socialmente responsable.
- Sostenibilidad a largo plazo: Con una base de clientes recurrentes y estrategias de diversificación de servicios, la empresa tiene un potencial de crecimiento sostenible.


En conclusión, El Pizarrón no solo tiene una oportunidad clara y compatible con las habilidades del equipo, sino que también presenta un modelo de negocio económicamente sólido y viable, con proyecciones financieras positivas y un enfoque diferenciador que garantiza su éxito en el mercado

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

Investigación De Mercados

Análisis del Sector

El mercado nacional de producción de contenidos transmedia en Colombia ha crecido de manera significativa en los últimos años, impulsado por la digitalización, la globalización del entretenimiento y el auge de la economía naranja. Este sector incluye servicios como producción audiovisual, diseño gráfico, gestión de redes sociales y desarrollo de estrategias comunicativas.

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- Tendencias actuales:
 - ✓ Incremento en la demanda de contenidos audiovisuales para plataformas digitales.
 - ✓ Fuerte interés en estrategias de marketing con enfoque de género e inclusión.
 - ✓ Adopción de tecnologías avanzadas como inteligencia artificial para la creación y edición de contenidos.

- Competencia:

El mercado está compuesto principalmente por pequeñas y medianas empresas, con algunas grandes agencias dominando los contratos de mayor envergadura. Las PYMEs destacan en la personalización de servicios y precios competitivos.

- Desarrollo tecnológico e industrial del sector
 - ✓ Tecnología en el sector:

Las herramientas digitales como Adobe Creative Suite, Final Cut Pro y software de inteligencia artificial para edición están impulsando la eficiencia y creatividad en la producción de contenidos.
 - ✓ Industria creativa:


La Ley Naranja (1834 de 2017) fomenta el crecimiento del sector al ofrecer incentivos fiscales y acceso a financiamiento. La industria también se beneficia de la expansión de plataformas como YouTube, Instagram y TikTok, que demandan contenidos atractivos y originales.

- Prestación de servicios nacionales y recepción internacionales:

Incluyen equipos audiovisuales, software y licencias necesarias para la producción de contenidos. La mayoría de estos productos provienen de Estados Unidos, China y Europa.

- ✓ Exportaciones:

Colombia ha comenzado a ofrecer servicios creativos a mercados internacionales, destacándose en producción audiovisual y diseño gráfico para comunidades hispanohablantes en Estados Unidos, como Florida, Texas y California. Además, países de América Latina como Chile, Perú, Panamá y Uruguay se perfilan como mercados

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

viables para estos servicios, debido a su estabilidad económica y disposición para invertir en productos creativos de calidad. Se excluyen mercados como Argentina, debido a su competitiva ventaja en la creación de contenido

- Clúster de la región y empresas integrantes

El Valle de Aburrá cuenta con un clúster de economía creativa y cultural que fomenta la articulación entre empresas del sector.

✓ Clúster Creativo de Medellín:


- Incluye empresas enfocadas en diseño, producción audiovisual, publicidad y gestión de contenidos digitales.
- Impulsa la innovación, capacitación y oportunidades de networking para empresas como El Pizarrón.
- Ruta N como centro de negocios, dinamizador de la innovación en la ciudad y apoyo a emprendedores

✓ Empresas destacadas en el clúster:


- La Casa de Carlota: Agencia de diseño con enfoque inclusivo.
- Imaginamos: Especializada en desarrollo de aplicaciones y diseño gráfico.
- Telemedellín: Generación de contenido audiovisual y educativo.
- Comfama: Promueve la cultura a través de contenidos audiovisuales y eventos.

Mercados objetivos y oportunidades internacionales

- Países objetivo:

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- ✓ Estados Unidos: Foco en comunidades hispanohablantes en estados como Florida, Texas y California, con alto consumo de contenido transmedia y tendencia a la contratación de servicios externos para campañas publicitarias.
- ✓ Chile: Economía estable y disposición a invertir en servicios creativos, especialmente en sectores corporativos y educativos.
- ✓ Perú: Creciente demanda de contenido audiovisual y digital, impulsada por el desarrollo del sector empresarial y turístico.
- ✓ Panamá: Centro estratégico para empresas internacionales, con una alta demanda de servicios comunicacionales y audiovisuales para negocios y eventos corporativos.
- ✓ Uruguay: Mercado pequeño pero estable, con alta valoración por contenidos de calidad en sectores educativos y comerciales.
- ✓ España: Interés en la producción de contenido educativo y corporativo, impulsado por la expansión de empresas latinoamericanas en Europa y el intercambio cultural.
- ❖ Análisis del mercado:

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	


Mercado objetivo

El mercado objetivo de *El Pizarrón* se divide en tres segmentos principales:

- **Micro, pequeñas y medianas empresas (MIPyMEs):** Empresas con recursos limitados que buscan profesionalizar su comunicación para mejorar su presencia y competitividad, empresas con ingresos iguales o inferiores a 1´173.413.837 anuales, con hasta 10 colaboradores.
- **Grandes empresas e instituciones públicas:** Organizaciones que necesitan soporte externo para complementar sus áreas de comunicación y cumplir con normativas de inclusión y género.
- **Proyectos educativos y de investigación:** Instituciones y colectivos que requieren apoyo en difusión y estrategias comunicativas para maximizar el impacto de sus proyectos.

❖ **Justificación del mercado objetivo:**

- **MIPyMEs:** Constituyen el 90% del tejido empresarial en Colombia, según cifras de Confecámaras, y presentan una alta necesidad de servicios accesibles de comunicación estratégica.

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	


- **Grandes empresas e instituciones públicas:** Estas organizaciones tienen recursos para contratar servicios especializados y, en muchos casos, buscan cumplir con normativas legales como la Ley 1257 de 2008 sobre inclusión y equidad de género.
- **Proyectos educativos y de investigación:** Hay un creciente interés en la difusión de proyectos académicos y sociales a través de contenidos innovadores y de impacto transmedia.

❖ **Estimación del mercado potencial:**

Consumo aparente:

En el Valle de Aburrá, según cifras de la Cámara de Comercio Aburra Sur, existen aproximadamente:

- 60,000 MIPyMEs activas, según datos dados por la Cámara de Comercio de Medellín y la Camara de Comercio Aburrá Sur.
- 300 grandes empresas en sectores como educación, tecnología, salud y cultura.
- Más de 200 proyectos educativos y de investigación activos anualmente.


	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

❖ Consumo per cápita:

El gasto promedio en servicios de comunicación por contratación de terceros, en el sector empresarial oscila entre COP \$1,200,000 y \$4,500,000 mensuales, dependiendo del tipo de cliente y los servicios requeridos.


❖ Magnitud de la necesidad:

- **MIPyMEs:** Según datos de la Gobernación de Antioquia, el 88% de las empresas en el Valle de Aburrá son microempresas, lo que refleja una alta densidad de negocios pequeños y medianos en la región. Este segmento, por sus limitaciones internas, tiende a externalizar servicios específicos para mejorar su competitividad. En línea con esto, un estudio de La Nota Económica indica que el 59% de las empresas en Colombia externalizan proyectos en áreas como tecnología, contact center, servicios compartidos, cobranzas y mercadeo, lo que incluye servicios de comunicación y diseño gráfico. Esta tendencia subraya el potencial de mercado en la región para una productora como El Pizarrón.
- **Grandes empresas:** En el año 2021, las grandes empresas representaban el 0,9% del total en el Valle de Aburrá, según datos de la Gobernación de Antioquia. Aunque este porcentaje pueda parecer reducido, es importante

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

destacar que estas organizaciones desempeñan un papel fundamental en la economía regional debido a su capacidad de inversión, generación de empleo y adopción de prácticas innovadoras.

- Un aspecto relevante es la tendencia de estas grandes empresas a externalizar servicios especializados, incluyendo áreas como comunicación y marketing. La externalización permite a las empresas acceder a conocimientos especializados, reducir costos operativos y enfocarse en sus competencias centrales. Según un artículo de iDenGlobal, la externalización de departamentos de comunicación y marketing ofrece ventajas como acceso a experiencia especializada, eficiencia en costos, flexibilidad y una perspectiva externa innovadora.
- **Proyectos educativos y de investigación:** La región del Valle de Aburrá cuenta con una amplia variedad de iniciativas educativas y de investigación que demandan servicios de comunicación estratégica. Un ejemplo destacado es el proyecto Phereclos, liderado por la Universidad EAFIT, que busca fomentar una educación abierta

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

y contextualizada, demostrando la necesidad de estrategias efectivas de comunicación para visibilizar estas iniciativas y conectarlas con audiencias clave.


Además, las instituciones educativas primarias y secundarias, tanto públicas como privadas, representan un segmento significativo en la región. Estas instituciones organizan eventos como días de la familia, ceremonias de grado, actividades culturales y ferias escolares, que requieren apoyo en la producción audiovisual, diseño gráfico, difusión en redes sociales y operación de eventos de una capacidad máxima de 200 personas. La importancia de estos servicios radica en fortalecer el vínculo entre la comunidad educativa y su entorno, contribuyendo a una mejor proyección institucional y al cumplimiento de objetivos pedagógicos y sociales.

- Estimación del segmento/nicho de mercado:

Tamaño del mercado

Con base en los datos anteriores, se estima que el mercado potencial total en el Valle de Aburrá para *El Pizarrón* incluye:


- 60,000 MiPyMEs, de las cuales el 80% son microempresas
- 180 grandes empresas

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- 105-145 proyectos educativos anuales en el Valle de Aburrá.


Este cálculo incluye iniciativas de diversos niveles educativos y tipos de instituciones, con un enfoque realista sobre la demanda potencial para servicios de comunicación como los que ofrece El Pizarrón.

- Crecimiento:
 - Las MIPyMEs muestran un crecimiento constante del 10% anual, según Confecámaras.
 - Las instituciones públicas y grandes empresas están incrementando su inversión en servicios de comunicación estratégica, con un crecimiento estimado del 5% anual.
 - Según datos del Ministerio de Educación Nacional, la tasa de cobertura en educación superior aumentó del 53,8% al 55,4%, con la creación de 64.729 nuevos cupos en el Sistema de Educación Superior mediante la estrategia 'Universidad en tu Territorio'. Por lo que El Pizarrón, actuará como apalancador y socio estratégico de las universidades, para aumentar la captación de estudiantes

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

Tendencias futuras y características del mercado

- Digitalización: Mayor demanda de servicios que incluyan estrategias digitales, contenido interactivo y análisis de métricas.
- Perspectiva de género: Creciente importancia de cumplir con normativas legales relacionadas con inclusión y diversidad, lo que beneficia a empresas con especialización en la creación de contenidos con este enfoque.
- Contenido multimedia y multiplataforma: Aumento del interés en narrativas integradas que utilicen múltiples plataformas para captar diferentes audiencias.
- Consumo de video: Según el informe de Tendencias Digitales de Colombia, el 85% de las empresas planea incrementar su inversión en producción audiovisual.
- Análisis de oferta y demanda:
Excede la demanda a la oferta: En el Valle de Aburrá, existe una alta demanda de servicios personalizados de comunicación estratégica, pero muchas agencias no ofrecen una combinación integral de soluciones (perspectiva género, personalización, y la combinación de servicios de producción digital junto a producción de eventos pequeños y grandes), lo que posiciona a *El Pizarrón* como una opción única.


	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- ❖ Análisis del Consumidor / Cliente: perfil del consumidor; localización del segmento; elementos que inciden / influyen en la compra (ritual de compra y frecuencia); aceptación del producto (opiniones de clientes que han mostrado interés y los que no han mostrado interés); factores que pueden afectar el consumo; Tendencias de consumo y producción en el mercado objetivo.

Pequeñas y medianas empresas (MiPyMEs)

Empresas que requieren servicios externos para mejorar sus estrategias de comunicación, destacándose las siguientes necesidades:


- ✓ Empresas con un equipo de comunicación débil: Estas empresas cuentan con un área de comunicación, pero esta no puede manejar toda la carga comunicacional debido a limitaciones de personal, presupuesto o infraestructura.
- ✓ Empresas sin un equipo de comunicación: Estas empresas no tienen un área específica de comunicación y dependen totalmente de servicios externalizados para cubrir esta necesidad
 - ✓ .Diseño y ejecución de estrategias de comunicación:
 - Creación de planes comunicacionales adaptados a su nicho de mercado y objetivos.

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- Ejecución de estrategias ya diseñadas por consultores externos o internos, optimizando resultados mediante un equipo profesional.

- ✓ Fortalecimiento de imagen corporativa:
 - Producción de contenido gráfico y audiovisual para redes sociales y campañas publicitarias.
 - Desarrollo de identidad de marca, incluyendo rediseño de logos, manuales de identidad y mensajes clave.
- ✓ Promoción de productos o servicios:
 - Creación de videos promocionales, catálogos interactivos y contenido publicitario digital.

- ✓ Producción de eventos:
 - Planificación y ejecución de eventos corporativos y promocionales, adaptados al público objetivo y los valores de la marca.
 - Diseño y montaje de activaciones en puntos de venta, ferias empresariales y encuentros con socios estratégicos.


	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- Gestión de logística, protocolos institucionales y recursos audiovisuales para garantizar el éxito del evento..

Empresas e instituciones públicas

Organizaciones con áreas de comunicaciones consolidadas, pero que necesitan servicios complementarios para cumplir con objetivos específicos:

- ✓ Soporte en campañas educativas y eventos masivos:
 - Diseño y producción de contenido para campañas de impacto social.
 - Cobertura audiovisual de eventos corporativos, como lanzamientos de productos, congresos, ferias y ruedas de negocio.
- ✓ Cumplimiento de normativas legales:
 - Diseño de campañas con enfoque de inclusión y equidad de género, asegurando alineación con la legislación vigente (por ejemplo, Ley 1257 de 2008).
 - Creación de contenidos accesibles, como videos subtítulos y materiales en lenguaje de señas, para garantizar la inclusión de poblaciones diversas.

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

✓ Refuerzo de comunicación interna:

- Desarrollo de boletines digitales, videos motivacionales y eventos para empleados.

- Proyectos educativos y de investigación


Instituciones académicas y colectivos que buscan maximizar el impacto de sus iniciativas mediante estrategias de comunicación efectivas:

✓ Difusión de proyectos académicos e investigaciones:

- Producción de videos explicativos y documentales que presenten los resultados de investigaciones de manera visualmente atractiva.
- Diseño de material académico y promocional, como cartillas, infografías y presentaciones interactivas.

✓ Soporte en eventos escolares:

- Cobertura audiovisual y creación de contenidos de días de la familia, ceremonias de grados, ferias de ciencia y otras actividades escolares.
- Creación de recuerdos personalizados, como álbumes fotográficos y videos de eventos.

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

✓ Campañas educativas:


- Diseño de estrategias para sensibilizar y educar sobre temas específicos, como medio ambiente, sostenibilidad, inclusión o salud pública.
- Producción de materiales didácticos para estudiantes y docentes.

✓ Fortalecimiento de la comunicación institucional:


- Desarrollo de estrategias para mejorar la conexión entre la institución y su comunidad educativa.
- Creación y gestión de redes sociales orientadas a difundir eventos y actividades académicas.
- Apoyar contenidos de mercadeo institucional.

• Localización del segmento:


- Zona geográfica: El Valle de Aburrá, con mayor énfasis en los municipios que conforman el sur, junto a Medellín debido a que es un gran mercado el cual explotar.
- Razón: La región concentra una alta densidad de PyMEs y grandes empresas que se benefician de los servicios de comunicación estratégica.

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- Elementos que inciden en la compra:
- Ritual de compra y frecuencia:
 - ✓ Los clientes corporativos buscan proveedores confiables a través de recomendaciones (*voz a voz*), redes profesionales (LinkedIn), o referencias directas.
 - ✓ La frecuencia de contratación depende del servicio:
 - Redes sociales: mensual.
 - Eventos: ocasional, según la agenda institucional.
 - Producción audiovisual: por demanda.
 - Diseño gráfico, según la agencia y la institución.
 - Consultorías y talleres, según la agencia y la institución.
- Aceptación del producto:
- Interés mostrado:
 - ✓ MiPyMEs ven los servicios como una forma de profesionalizar su comunicación, pero requieren tarifas ajustadas a su presupuesto.

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- ✓ Grandes empresas e instituciones valoran la experiencia en enfoque de género como un factor diferenciador.
- Falta de interés:
 - ✓ Clientes que ya tienen áreas de comunicaciones robustas pueden preferir recursos internos.
 - ✓ Areas de comunicaciones en organizaciones que tengan alta experticia en el uso de IA,
- Factores que pueden afectar el consumo:
 - ✓ Regulación colombiana:
 - La Ley 1257 de 2008 establece lineamientos para promover la equidad de género, lo que impulsa la demanda de contenido con enfoque inclusivo. Esto favorece a *El Pizarrón* como proveedor especializado.
 - Normas sobre Derechos de Autor La Ley 23 de 1982 y sus actualizaciones restringe el uso de materiales protegidos por derechos de autor, incluso en contenido adaptado, podrían limitar la creatividad o incrementar gastos por licencias.
 - ✓ Condiciones económicas:
 - Las crisis económicas pueden limitar los presupuestos disponibles para servicios externos.

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

✓ Preferencia por recursos internos:

- Algunas empresas con áreas de comunicaciones prefieren mantener el control interno sobre sus estrategias comunicativas.

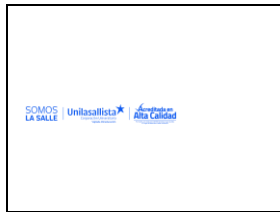
• **Tendencias de consumo y producción:**

✓ Consumo:

- Mayor interés en contenido multimedia e interactivo que conecte con audiencias diversas.
- Preferencia por proveedores que ofrezcan métricas claras de impacto y retorno de inversión.

✓ Producción:

- Enfoque en el storytelling inclusivo como una estrategia clave para conectar emocionalmente con el público.
- Preferencia por contenido personalizado: Los consumidores valoran experiencias hechas a medida según sus intereses, comportamientos y ubicación.
- Demanda de sostenibilidad: Crece el interés por marcas que adopten prácticas responsables con el medio ambiente y reflejen estos valores en su contenido.
- Consumo móvil: Aumento del consumo de contenido en dispositivos móviles, lo que demanda formatos cortos y optimizados para pantallas pequeñas.




FORMATO PLAN DE NEGOCIO

Macroproceso: Docencia


Proceso: Desarrollo de la actividad académica

**Código: DC-FO-XX
Versión: 1**

- Énfasis en la autenticidad: Las audiencias prefieren contenido auténtico y transparente que no parezca excesivamente producido o comercial.
- **Razones de interés en el producto o servicio:**
 - ✓ Cumplir con regulaciones legales relacionadas con el enfoque de género.
 - ✓ Asegurar una comunicación efectiva, innovadora y alineada con tendencias actuales.
 - ✓ Profesionalizar su imagen y estrategias comunicativas para mejorar su competitividad.
 - ✓ Crear contenido y estrategias que permitan a las marcas destacar en un mercado competitivo
- Comportamiento natural del cliente identificado:
 - ✓ MIPyMEs: Exploran opciones económicas, buscan propuestas claras y adaptadas a sus necesidades.
 - Café Revolución (Envigado).
 - Panadería El Trigal (La Estrella).
 - Tienda Orgánica Vida Verde (Sabaneta).
 - Floristería Las Gardenias (Medellín).
 - Dulces Antañones (Itagüí).
 - Zapatos Artesanales San Benito (Medellín).


	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- Taller de Arte Manos Creadoras (Bello).
- Carnes Selectas de Antioquia (Copacabana).
- Boutique Almar (Envigado).
- Cerveza Artesanal Milagrosa (Medellín).
- Taller Mecánico El Torque (Itagüí).
- Academia de Baile Sabor Latino (Medellín).
- Tienda La Fresca Huerta (Bello).
- Papelería y Librería Letras (Sabaneta).
- Moda Urbana Calipso (Envigado).
- Taqueria Piel Rojita (Caldas)
- Artesanías del Valle (La Estrella).
- Restaurante El Buen Gusto (Itagüí).
- Librería El Rincón del Saber (Medellín).
- Academia de Música Allegro (Envigado).


	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

✓ **Grandes empresas: Priorizan la especialización y experiencia del proveedor.**

- Comfama (Medellín).
- Metro de Medellín.
- EPM (Empresas Públicas de Medellín).
- Cámara de Comercio de Medellín.
- Alianza Francesa (Medellín).
- Clínica Las Américas (Medellín).
- Universidad EAFIT (Medellín).
- Universidad Pontificia Bolivariana (Medellín).
- Aeropuerto José María Córdova (Rionegro, sirve al Valle de Aburrá).
- Clínica del Prado (Medellín).
- Parque Explora (Medellín).
- Jardín Botánico de Medellín.
- Fundación Mi Sangre (Medellín).
- Museo de Antioquia (Medellín).

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	


- Cervecería Unión (Itagüí).
- Secretaría de Cultura Ciudadana de Medellín.
- Sura (Medellín).
- Tigo (Medellín).
- Centro Colombo Americano (Medellín).
 - ✓ Proyectos educativos: Evalúan el impacto social y la alineación de los servicios con sus objetivos académicos o investigativos.
- Corporación Universitaria Lasallista (Caldas).
- Institución Educativa San Ignacio de Loyola (Medellín).
- Centro de Investigación CIES (Medellín).
- Tecnológico de Antioquia (Medellín).
- Fundación Universitaria Luis Amigó (Medellín).
- Instituto Técnico Metropolitano (Medellín).
- Red de Investigación Educativa del Valle de Aburrá.
- Colegio Colombo Británico (Medellín).

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- Colectivo Juvenil Sueños Compartidos (Itagüí).
- Corporación para la Educación y el Desarrollo Integral (CEDI) (Bello).
- Fundación Conocimiento y Libertad (Medellín).
- Fundación Nutresa (Medellín).
- Parque de la Vida – Universidad de Antioquia (Medellín).
- Instituto de Educación para el Trabajo y el Desarrollo Humano Comfenalco (Medellín).
- Instituto Salesiano Pedro Justo Berrío (La Ceja).
- Fundación para la Educación Integral (Medellín).
- Instituto Colombo Suizo de Gastronomía (Medellín).
- Fundación Proantioquia (Medellín).
- BERSTIC – Instituto de Investigación.
- Centro de Innovación del Maestro – Mova (Medellín).

Análisis de la competencia


Identificación de principales participantes y competidores potenciales

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- **Competidores Directos:**

Son agencias y productoras de contenido que ofrecen servicios similares en el Valle de Aburrá y pueden competir en los mismos segmentos de mercado.

- ✓ **Rática Producciones:** Enfocada en la creación de contenido audiovisual y transmedia, dirigida por colectivos de jóvenes creativos.
- ✓ **La Casa Naranja:** Especializada en diseño gráfico, producción de videos corporativos y manejo de redes sociales.
- ✓ **Digital Jump:** Agencia que se destaca en estrategias digitales como SEO/SEM y campañas en redes sociales.
- ✓ **Impulso Comunicación Creativa:** Focalizada en branding y storytelling para pequeñas y medianas empresas.
- ✓ **Comunicaciones Lúmina:** Proveedor de servicios transmedia para proyectos educativos y culturales.

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	


- **Competidores Indirectos:**

Incluyen empresas que ofrecen servicios complementarios o especializados, pero no abarcan todo el espectro de servicios de El Pizarrón.

- ✓ **FilmCom Studio:** Renta de equipos de grabación y apoyo técnico para producciones audiovisuales.
- ✓ **Mango Digital:** Enfocada en gestión de redes sociales y diseño web, sin énfasis en perspectiva de género.

- **Relación de agremiaciones existentes:**

- ✓ **Cámara de Comercio Aburrá Sur:** Ofrece beneficios y visibilidad para empresas que buscan conectar con otras en el sector empresarial.
- ✓ **Asociación de Agencias Digitales Colombianas (ADCOL):** Una plataforma clave para posicionar agencias en el ámbito digital.
- ✓ **Ruta N Medellín:** Centro de innovación y emprendimiento que promueve el desarrollo de proyectos tecnológicos y creativos. Ofrece acceso a programas de aceleración, financiación y networking

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	


- **Análisis de productos/servicios sustitutos y complementarios:**

- ✓ Sustitutos:

- Equipos y personal interno de comunicación en las empresas.
 - Software de diseño gráfico y herramientas como Canva, que permiten a los clientes crear contenido por sí mismos.
 - Agencias de comunicación con precios más bajos.
 - Comunicadores independientes que puedan realizar dichas tareas a menor costo.
 - Herramientas de: redacción, edición y diseño, asociadas con el uso de IA para realizar dicha labor.

- ✓ Complementarios:

- Servicios de renta de equipos audiovisuales.
 - Consultorías específicas en enfoque de género, que podrían integrarse a los servicios de El Pizarrón.


	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- Producción Audiovisual:
 - ✓ Los precios de *El Pizarrón* son competitivos, ubicándose en el rango medio de los estimados del mercado.
 - ✓ Destaca su especialización en enfoque de género, lo que le permite justificar sus tarifas dentro del rango superior, especialmente en eventos de máximo 200 personas.

- Gestión de Redes Sociales:
 - ✓ *El Pizarrón* se posiciona ligeramente por encima del rango mínimo de la competencia, ofreciendo un valor agregado en la personalización y métricas específicas de impacto.

- Diseño Gráfico:
 - ✓ Los precios de *El Pizarrón* son competitivos y se alinean con el rango medio de la competencia, asegurando calidad y creatividad en las piezas diseñadas.

- **Imagen de la competencia ante los clientes:**

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- Fortalezas de la competencia:

- ✓ Reconocimiento de marca en el mercado local (p. ej., La Casa Naranja).
- ✓ Experiencia consolidada en producción audiovisual y branding.
- ✓ Amplia red de contactos y alianzas estratégicas en el sector.


- Debilidades de la competencia:

- ✓ Falta de enfoque de perspectiva de género.
- ✓ Dependencia de modelos tradicionales de comunicación que no aprovechan nuevas tendencias como el storytelling inclusivo.

- Segmento al cual está dirigida la competencia:**

- ✓ MIPyMEs y grandes empresas en sectores como educación, sector público, cultura y tecnología.
- ✓ Proyectos artísticos y culturales que buscan contenido innovador.

- Posición de El Pizarrón frente a la competencia:**

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

✓ Fortalezas:


- Especialización en enfoque de género, una característica distintiva respaldada por normativa colombiana (Ley 1257 de 2008).
- Innovación en formatos transmedia y storytelling inclusivo.
- Atención personalizada y cercanía con los clientes.

✓ Debilidades:

- Falta de reconocimiento inicial frente a competidores más establecidos.
- Recursos financieros limitados para campañas de posicionamiento.
- Desconocimiento del papel del comunicador.

• **Estrategias para enfrentar a la competencia:**


✓ Creación de barreras de entrada:

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- Generar alianzas estratégicas con instituciones clave en enfoque de género para fortalecer la propuesta de valor.
 - Garantizar una fidelidad adquirida con propuestas de valor agregado para los usuarios recurrentes, como descuentos o servicios especializados, apoyados en el conocimiento adquirido de los consumidores por las experiencias de trabajo previas.
- ✓ Reacción ante la competencia:
- Diseñar campañas de promoción agresivas en redes sociales (LinkedIn, Instagram y TikTok).
 - Adaptar los precios para ofrecer servicios con alta relación calidad-precio en mercados sensibles al costo.

• **Nivel de competitividad del mercado:**

El mercado local se considera **medianamente competido**, con agencias que tienen enfoques diversos, pero no todas ofrecen una propuesta integral como *El Pizarrón*. Esto permite oportunidades de diferenciación y posicionamiento en segmentos especializados.

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

Plataforma Estratégica


❖ **Concepto del negocio – función empresarial**

El Pizarrón es una agencia de comunicaciones especializada en crear contenido estratégico y realizar eventos de pequeño y mediano tamaño para empresas públicas y privadas. La función empresarial de la compañía es mejorar las estrategias de comunicación de sus clientes a través de soluciones personalizadas, utilizando un enfoque innovador que incluye, pero no se limita, a la perspectiva de género. Esto permite fortalecer la imagen corporativa, conectar con audiencias específicas y optimizar procesos comunicativos en organizaciones con capacidades limitadas en esta área.

❖ **Organigrama Inicial de El Pizarrón**

Ilustración 2

Organigrama

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	




Fuente: Elaboración propia

❖ **Funciones organizacionales:**

Estratégico

✓ Representante Legal

- Lidera la empresa asegurando el cumplimiento normativo y legal. (Alejandro Correa)


	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- Representa a la empresa en acuerdos comerciales y alianzas estratégicas.
 - Define junto al Jefe de Negocio los objetivos a largo plazo y la dirección empresarial.
- ✓ Jefe de Negocio / Coordinador General
- Supervisa la ejecución de estrategias empresariales y la planificación de proyectos.
 - Dirige los equipos táctico y operativo, asegurando alineación con los objetivos estratégicos.
 - Propone innovaciones en el portafolio de servicios.

• **Táctico**

- ✓ Supervisor de Proyectos
- Coordina las tareas diarias entre los equipos operativos y estratégicos.
 - Supervisa el desarrollo de los proyectos para garantizar calidad y cumplimiento de plazos.
 - Implementa directrices estratégicas en las operaciones.

Operativo

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	


✓ Especialista en Producción Audiovisual

- Responsable de la captura, edición y entrega de contenido audiovisual.
- Maneja el equipo técnico para garantizar resultados de alta calidad.
- Apoya en la logística de grabación y eventos.

✓ Diseñador Gráfico y Gestor de Redes

- Diseña piezas gráficas alineadas con la identidad y mensajes de los clientes.
- Gestiona perfiles de redes sociales, planificando y publicando contenido.
- Monitorea métricas y ajusta estrategias digitales según el rendimiento.
- Comunicador con experiencia en temas de género

❖ Procesos administrativos: dentro del marco del ciclo de mejora continua PHVA

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- **Planeación (Estratégica):**

La etapa de planeación se centra en definir los objetivos a largo plazo y las estrategias clave para alcanzarlos.

- ✓ **Actividades principales:**

- Definición de metas organizacionales alineadas con la misión y visión de la empresa.
- Identificación de oportunidades de mercado y tendencias emergentes.
- Diseño de estrategias de comunicación innovadoras, como proyectos multimedia y campañas específicas.
- Proyección de presupuestos anuales y asignación de recursos estratégicos.

- ✓ **Resultados esperados:**

- Un plan estratégico detallado que guíe las operaciones y proyectos durante el año.
- Prioridades claras para la asignación de recursos.

- **Organización (Operativa):**

En esta etapa se estructura y asignan las tareas necesarias para ejecutar los planes estratégicos.

- ✓ **Actividades principales:**



FORMATO PLAN DE NEGOCIO

Macroproceso: Docencia

Proceso: Desarrollo de la actividad académica

Código: DC-FO-XX
Versión: 1

- Distribución de roles y responsabilidades entre los miembros del equipo.
- Creación de cronogramas operativos para cada proyecto.
- Gestión de recursos técnicos, humanos y financieros para garantizar eficiencia.
- Coordinación logística para la ejecución de eventos y producción de contenidos.

✓ Resultados esperados:

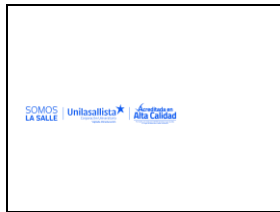
- Flujo de trabajo claro y definido.
- Uso óptimo de los recursos disponibles.

• Dirección (Táctica-Estratégica):

La dirección combina elementos tácticos y estratégicos para guiar al equipo hacia los objetivos planteados.

✓ Actividades principales:

- Supervisión y orientación de las tareas en curso.
- Resolución de problemas operativos en tiempo real.
- Comunicación constante entre los niveles operativo, táctico y estratégico para asegurar alineación.



FORMATO PLAN DE NEGOCIO

Macroproceso: Docencia

Proceso: Desarrollo de la actividad académica


Código: DC-FO-XX
Versión: 1

- Evaluación intermedia del progreso de los proyectos.
- Sostener una comunicación constante y clara con los clientes existentes, que nos permita tener un feedback de la calidad de nuestros servicios.
- ✓ Resultados esperados:
 - Ejecución eficiente de los planes operativos.
 - **Flexibilidad para realizar ajustes según las necesidades del cliente o el entorno.**

- Control (Estratégica):

En esta etapa se realiza un análisis de los resultados para evaluar el desempeño y garantizar mejoras continuas.

- ✓ Actividades principales:
 - Monitoreo de indicadores clave de desempeño (KPIs), como tiempo de entrega, calidad y satisfacción del cliente.
 - Revisión de los resultados de cada proyecto comparados con los objetivos establecidos.
 - Implementación de medidas correctivas y ajustes estratégicos.

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- Generación de informes para la mejora continua del proceso.

✓ Resultados esperados:


- Retroalimentación clara para perfeccionar los servicios y procesos internos.
- Identificación de áreas de mejora y optimización de recursos.

Objetivos de la empresa / proyecto

- Objetivo General:

Consolidar a *El Pizarrón* como líder en la creación de contenido transmedia digital, expandiendo su presencia internacional y fortaleciendo su capacidad de innovación para ofrecer servicios de comunicación empresarial de alta calidad.


- Objetivos Específicos:

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- ✓ Innovar en formatos de contenido transmedia para alinearse con tendencias globales y demandas del mercado.
- ✓ Ampliar el portafolio de servicios en nuevos mercados internacionales para 2028, asegurando presencia en al menos cinco países.
- ✓ Establecer alianzas estratégicas con instituciones clave para potenciar la sostenibilidad y el impacto global de los servicios de comunicación.
- ✓ Mejorar continuamente la propuesta de valor mediante la integración de análisis métricos y diagnósticos personalizados para cada cliente.

❖ **Análisis MECA (Mantener, Explorar, Corregir, Afrontar)**


- Mantener:
 - ✓ El enfoque estratégico en la creación de contenido, con especialización en perspectivas de género.
 - ✓ La diversificación en servicios como diseño gráfico, manejo de redes sociales, consultorías y producción de eventos mediano y pequeño tamaño.
 - ✓ La combinación de servicios tanto digitales como físicos.

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- Explorar:
 - ✓ Nuevos mercados internacionales, priorizando América Latina y Europa.
 - ✓ Implementación de tecnologías avanzadas como inteligencia artificial para optimizar procesos creativos y de análisis.
 - ✓ Desarrollo de productos propios, como series documentales o campañas educativas.

- Corregir:
 - ✓ Falta de una estrategia sólida de marketing para aumentar el reconocimiento de marca.
 - ✓ Limitaciones de recursos humanos y financieros que restringen la capacidad operativa.
 - ✓ Baja presencia en eventos comunitarios o sectoriales que fortalezcan la conexión con públicos locales.

- Afrontar:
 - ✓ La creciente competencia en el sector de comunicaciones digitales.
 - ✓ La necesidad de demostrar resultados tangibles para captar clientes indecisos.

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	


- ✓ Las restricciones presupuestarias de clientes pequeños y medianos.
- ✓ La gran cantidad de inteligencias artificiales que están saliendo al mercado

❖ Misión

En El Pizarrón creamos contenido que conecte a las audiencias con la visión empresarial de nuestros clientes, fortaleciendo la imagen corporativa y generando lazos que impulsen su crecimiento. A través de soluciones personalizadas y estratégicas, buscamos representar la esencia de cada organización con creatividad, responsabilidad e innovación.

❖ Visión

En 2028, *El Pizarrón* será reconocido por su excelencia en la creación de contenido periodístico y empresarial. producirémos formatos innovadores, ampliaremos nuestra presencia en al menos cinco nuevos mercados nacionales y estableceremos alianzas estratégicas que mejoren la calidad del contenido empresarial, consolidándonos como referente en comunicación, con sensibilidad en producciones con enfoque en género a nivel nacional.


	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

Estrategia De Mercadeo

❖ Concepto del producto o servicio: descripción básica, especificaciones o características, aplicación/ uso del producto o servicio, diseño, calidad, empaque y embalaje, fortalezas y debilidades del Producto o servicio frente a la competencia.

- **Descripción básica:**

El Pizarrón ofrece servicios de comunicación multimedia personalizados, que incluyen producción audiovisual, gestión de redes sociales, diseño gráfico, consultorías y talleres. Su objetivo es fortalecer la imagen

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

corporativa, aumentar la visibilidad digital y optimizar la comunicación interna y externa de las empresas y organizaciones.

- **Especificaciones o características:**


El Pizarrón destaca por su capacidad de producción audiovisual en alta calidad (4K), estrategias de redes sociales adaptadas a cada cliente con optimización SEO y SEM, diseño gráfico innovador para branding y campañas, talleres enfocados en comunicación estratégica, activaciones y operación de eventos de bajo aforo, con una sensibilidad en perspectiva perspectiva de género.

- **Aplicación / uso del producto o servicio:**

Los servicios están diseñados para resolver necesidades específicas en comunicación empresarial y proyectos corporativos. Los clientes pueden utilizarlos para posicionar sus marcas, aumentar la interacción digital, realizar eventos institucionales, o ejecutar campañas educativas y de impacto social.

- **Fortalezas y debilidades del producto o servicio frente a la competencia:**

Las principales fortalezas de El Pizarrón incluyen su enfoque personalizado, su especialización en perspectiva de género como ventaja estratégica que fortalece la sensibilidad en la comunicación, y su capacidad de entregar soluciones integrales que abarcan todo el proceso comunicativo. Sin embargo, enfrenta debilidades

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

como la falta de reconocimiento inicial en el mercado y recursos humanos limitados en la etapa de lanzamiento, lo que podría dificultar la gestión de proyectos de gran escala.

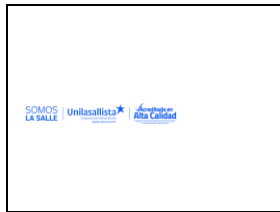
Beneficios percibidos por los consumidores:

El Pizarrón ofrece servicios integrales que simplifican los procesos comunicativos de las empresas, con calidad profesional y un enfoque estratégico que asegura resultados efectivos. Los clientes valoran la cercanía, el cumplimiento normativo en temas de inclusión y equidad, y el carácter innovador de las soluciones.

Atributos relevantes que soportan la propuesta de Valor:

La propuesta de valor de El Pizarrón se sustenta en su capacidad de personalizar soluciones, innovar constantemente, entregar proyectos de forma eficiente y responsable, y, como ventaja estratégica clave, su especialización en perspectiva de género. Este enfoque diferencial permite crear contenidos que conecten emocionalmente con las audiencias y que promuevan la equidad en la comunicación empresarial.

❖ Mezcla de Marketing:




FORMATO PLAN DE NEGOCIO

Macroproceso: Docencia

Proceso: Desarrollo de la actividad académica

Código: DC-FO-XX
Versión: 1

- Estrategia de Producto: marca, ciclo de vida (acciones estratégicas), presupuesto, tácticas relacionadas con el producto.
- Estrategia de Distribución: alternativas de penetración, alternativas de comercialización, distribución física internacional, estrategias de ventas, presupuesto, tácticas relacionadas con distribución.
- Estrategia de Precios: análisis competitivo de precios, punto de equilibrio, condiciones de pago, seguros necesarios, impuestos a las ventas, costo de transporte, riesgo cambiario, preferencias arancelarias, tácticas relacionadas con precios, posible variación de precios para resistir guerra de precios.
- Estrategia de Promoción: promoción dirigida a clientes y canales (descuentos por volúmenes o por pronto pago), manejo de clientes especiales; conceptos especiales que se usan para motivar la venta, cubrimiento geográfico inicial y expansión; presupuesto de promoción
- Estrategia de Comunicación: campañas comunicacionales digitales, que permitan adquisición de clientes, junto a la confianza y la cercanía que nos da la voz a voz


	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- Estrategia de Servicio: garantía y seguimiento del impacto de nuestros servicios; mecanismos de atención a clientes (servicio de instalación, servicio a domicilio, otros), formas de pago, comparación de políticas de servicio con los de la competencia.

Estrategia de Comunicación Externa

❖ Relación con clientes:

- Enfoque consultivo personalizado:
Cada cliente es único, por lo que se diseña una estrategia de comunicación adaptada a sus necesidades específicas. Esto implica un análisis profundo de su identidad, su público objetivo y sus metas organizacionales. Esta personalización asegura que los mensajes comunicacionales conecten eficazmente con sus audiencias.
- Acompañamiento constante:
Más allá de la entrega de productos o servicios, El Pizarrón prioriza el seguimiento continuo de los resultados de las estrategias implementadas. A través de informes de desempeño, reuniones de retroalimentación y contacto directo, se mantiene una relación cercana que permite ajustar y mejorar continuamente los procesos comunicativos.
- Empoderamiento del cliente:
Se ofrece capacitación y transferencia de conocimiento a los clientes, ayudándoles a comprender los principios


	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

fundamentales detrás de las estrategias de comunicación implementadas. Esto les permite tener una mayor autonomía y valorar el impacto de los servicios contratados.

- **Comunicación bidireccional:**
El Pizarrón fomenta un diálogo abierto con los clientes. A través de canales como reuniones presenciales, plataformas digitales, y encuestas de satisfacción, se busca entender las necesidades cambiantes de los clientes y construir relaciones basadas en la confianza mutua.
- **Fidelización y generación de valor:**
Además de ofrecer servicios de alta calidad, El Pizarrón implementa estrategias de fidelización como descuentos por proyectos recurrentes, priorización en agendas de producción y la inclusión de beneficios exclusivos para clientes frecuentes. Estas acciones buscan generar una experiencia integral que motive a los clientes a mantener relaciones a largo plazo.
- **Compromiso con los valores del cliente:**
La perspectiva de género y la sostenibilidad son principios fundamentales de El Pizarrón. Por ello, las relaciones con los clientes se alinean con estos valores, generando estrategias de comunicación que promuevan la inclusión, la diversidad y el respeto por el entorno.

❖ **Estrategia de la gestión de las relaciones con los clientes:**

La estrategia de gestión de relaciones de El Pizarrón se basa en la creación de vínculos sólidos y personalizados con cada cliente, priorizando la confianza, el entendimiento mutuo y el valor agregado. Este enfoque integral incluye las siguientes acciones:

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- Personalización del Servicio

Adaptamos nuestros servicios a las necesidades específicas de cada cliente. Desde la primera reunión, escuchamos sus expectativas y objetivos, creando soluciones a la medida. Esta personalización garantiza que el cliente se sienta valorado y comprendido.

- Comunicación Transparente y Constante


Mantenemos una comunicación abierta durante todas las etapas del proyecto, informando avances, solicitando retroalimentación y asegurando que el cliente esté involucrado en el proceso creativo.

- Uso de Tecnología CRM (Customer Relationship Management)

Implementamos un sistema de gestión de relaciones con clientes que permite registrar interacciones, gestionar proyectos, analizar patrones de comportamiento y anticipar necesidades futuras.

- Seguimiento Post-venta

Después de la entrega de un proyecto, realizamos un seguimiento para evaluar la satisfacción del cliente, ofrecer soporte técnico y explorar oportunidades para futuros servicios.

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- Programas de Fidelización

Diseñamos estrategias para premiar la lealtad de los clientes, como descuentos en servicios recurrentes, asesorías gratuitas y acceso exclusivo a eventos organizados por la productora.

- Educación y Conciencia Social


A través de campañas educomunicativas, fortalecemos la relación con los clientes al alinearnos con sus valores y preocupaciones sociales. Promovemos prácticas sostenibles y contenidos que generen impacto positivo en su público objetivo.

- Medición de Resultados y Mejora Continua

Evaluamos constantemente la efectividad de nuestras estrategias de relación mediante encuestas de satisfacción y análisis de métricas, ajustando nuestro enfoque según los resultados obtenidos.

- Relaciones Colaborativas

Trabajamos de manera conjunta con los clientes en proyectos que requieren innovación y creatividad, promoviendo la co-creación como una herramienta para fortalecer el vínculo y garantizar resultados exitosos.

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

Con estas acciones, en El Pizarrón buscamos construir relaciones duraderas que vayan más allá de un simple intercambio comercial, posicionándose como un aliado estratégico para sus clientes.

❖ **Vínculos con los clientes**


Los clientes de El Pizarrón, debido a la diversidad de servicios ofrecidos y segmentos atendidos, tienen expectativas claras sobre las relaciones que desean mantener con la empresa. Estas incluyen:

- **Relación de Asesoría Cercana**

Los clientes esperan un acompañamiento personalizado que les permita sentirse respaldados en todas las etapas del proceso, desde la planificación inicial hasta la entrega del producto final. Buscan recibir orientación experta que les garantice un resultado que refleje sus necesidades y objetivos.

- **Relación Basada en la Confianza y la Transparencia**

Para los clientes, es fundamental que El Pizarrón sea transparente en sus comunicaciones y procesos. Esto incluye una explicación clara de costos, plazos de entrega y expectativas realistas sobre los resultados.

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- **Relación Colaborativa**


Muchos clientes valoran ser parte activa del proceso creativo. Desean contribuir con ideas, participar en la toma de decisiones y recibir actualizaciones frecuentes para asegurarse de que sus perspectivas sean incorporadas en el producto final.

- **Relación de Soporte Técnico y Continuidad**

Tras la entrega de un proyecto, los clientes esperan contar con asistencia técnica y un seguimiento que les permita resolver dudas o ajustes necesarios. También valoran la continuidad en los servicios, como actualizaciones de campañas, nuevas piezas gráficas o mejoras en proyectos previos.

- **Relación Basada en el Valor Agregado**

Los clientes esperan recibir algo más allá del producto o servicio contratado, como beneficios exclusivos, descuentos por fidelidad o asesorías adicionales que refuercen su vínculo con la empresa.

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- **Relación Educativa y Socialmente Responsable**

Clientes con enfoque en sostenibilidad y responsabilidad social esperan que El Pizarrón no solo sea un proveedor de servicios, sino también un aliado en la creación de campañas que promuevan valores compartidos, como la conciencia ambiental y la equidad de género.


- **Relación Formal pero Empática**

Independientemente del tamaño del cliente, se espera una atención profesional y respetuosa, pero con un toque humano que les haga sentir valorados e importantes para la empresa.

Estas relaciones reflejan las expectativas de los clientes de El Pizarrón, quienes buscan no solo resultados de alta calidad, sino también un socio estratégico que les ayude a crecer y posicionarse en sus respectivos mercados.

- ❖ **Divulgación de la propuesta de valor**

- **Estrategias de Comunicación y Publicidad**

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	


- ✓ Redes Sociales: Publicación constante de contenido relevante en plataformas como Instagram, Facebook, y LinkedIn, mostrando casos de éxito, proyectos destacados y testimonios de clientes.
- ✓ Campañas Educomunicativas: Desarrollo de campañas que no solo promuevan los servicios de la empresa, sino también generen conciencia sobre temas sociales y ambientales, alineándose con los valores de la empresa y su público objetivo.

- **Marketing de Contenidos**

- ✓ Blog Corporativo: Artículos informativos sobre comunicación, producción audiovisual y diseño gráfico, destacando cómo El Pizarrón aborda estos temas con innovación y responsabilidad social.
- ✓ Videos Promocionales: Producción de videos cortos y dinámicos que muestren el impacto de los servicios en los proyectos de los clientes.

- **Participación en Eventos y Networking**

- ✓ Ferias Empresariales: Presencia en eventos locales y regionales para establecer contactos y promover los servicios de la empresa.
- ✓ Webinars y Talleres: Organización de actividades virtuales y presenciales que posicionen a El Pizarrón como líder en la industria de comunicación transmedia.

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- **Estrategias Directas de Venta**


- ✓ Asesorías Gratuitas Iniciales: Ofrecimiento de reuniones sin costo para analizar las necesidades del cliente y presentar propuestas personalizadas.
- ✓ Paquetes Promocionales: Diseño de paquetes de servicios con beneficios adicionales, como descuentos en proyectos combinados o contenido extra gratuito.

- **Alianzas Estratégicas**

- ✓ Colaboraciones con Instituciones Educativas y ONGs: Trabajar con estas organizaciones para desarrollar proyectos conjuntos que visibilicen la propuesta de valor de El Pizarrón.
- ✓ Asociaciones con Proveedores y Clientes: Crear sinergias que permitan amplificar la propuesta de valor, especialmente en campañas de comunicación social.

- **Publicidad Tradicional y Digital**

- ✓ Anuncios en Medios Digitales: Utilización de campañas pagadas en Google Ads y redes sociales para alcanzar segmentos específicos del Valle de Aburrá.
- ✓ Piezas Gráficas: Distribución de flyers y brochures en puntos clave de la ciudad.

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- **Testimonios y Casos de Éxito**


- ✓ Historias de Clientes: Publicación de testimonios en redes sociales y el sitio web para mostrar cómo los servicios de El Pizarrón han generado valor para sus clientes.
- ✓ Portafolio Digital: Presentación de proyectos destacados como evidencia del compromiso con la calidad y la innovación.

- **Página Web Oficial**

- ✓ Optimización SEO: Uso de estrategias de posicionamiento en buscadores para aumentar la visibilidad del sitio web y captar más clientes potenciales.
- ✓ Plataforma Interactiva: Creación de un espacio donde los clientes puedan explorar servicios, precios y contactar directamente con la empresa.

- ❖ **Atracción y fidelización de clientes**

En El Pizarrón utilizamos una estrategia multicanal que nos permite conectarnos con nuestro público objetivo de manera efectiva, adaptándonos a sus características y necesidades específicas.

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- **Presencia Digital:**

Aprovechamos redes sociales como Instagram, Facebook, LinkedIn y nuestra página web oficial para compartir contenido atractivo y relevante. Estas plataformas nos posicionan como un referente en comunicación transmedia y nos ayudan a captar nuevos clientes a través de campañas de publicidad digital como Google Ads.

- **Networking y Eventos:**


Participamos activamente en ferias empresariales, encuentros de la industria y talleres locales, presentando nuestro portafolio de servicios y creando conexiones estratégicas con posibles aliados y clientes.

- **Marketing de Contenidos:**

Producimos artículos, blogs y videos informativos que muestran nuestros casos de éxito y el impacto que generan nuestros servicios, atrayendo clientes interesados en soluciones creativas y personalizadas.

- **Referidos:**

Contamos con un programa de referidos que premia a nuestros clientes actuales por recomendarnos, generando confianza entre quienes se interesan en nuestros servicios.

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- **Personalización del Servicio:**

En El Pizarrón adaptamos cada proyecto a las necesidades únicas de nuestros clientes, ofreciendo soluciones diseñadas a la medida para asegurar que sus expectativas sean superadas.

- **Propuesta de Valor Clara:**


Nuestra sensibilidad en la creación de contenidos, especialmente con enfoque de género, y nuestra **capacidad** para ofrecer soluciones transmedia innovadoras, nos diferencian y capturan el interés de quienes buscan un socio estratégico en comunicación.

- **Resultados Tangibles:**

Nos enfocamos en entregar resultados visibles y medibles, como el aumento en interacciones en redes sociales o el impacto positivo de nuestras campañas publicitarias, asegurando la satisfacción de nuestros clientes.

- **Atención Cercana y Transparente:**

Priorizamos una comunicación constante y honesta durante todas las etapas del proyecto, escuchando a nuestros clientes y atendiendo cada una de sus inquietudes de forma oportuna.

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- Beneficios Adicionales:

Ofrecemos descuentos en servicios futuros, acceso exclusivo a eventos, y asesorías gratuitas, fortaleciendo la relación con nuestros clientes y construyendo su lealtad.


- Sostenibilidad y Compromiso Social:

Diseñamos campañas educomunicativas con impacto social y ambiental, lo que nos permite no solo **entregar un** producto, sino también generar un cambio positivo en la comunidad, una característica altamente valorada por nuestros clientes.

En El Pizarrón utilizamos estas estrategias para no solo captar nuevos clientes, sino también para consolidar relaciones duraderas basadas en confianza, innovación y resultados efectivos.

❖ Integración de canales

En El Pizarrón utilizamos un enfoque comunicacional para integrar nuestros canales de comunicación, comercialización y atención, asegurando una experiencia fluida y consistente para los clientes en todos los puntos de contacto. La integración de estos canales permite coordinar estrategias de manera efectiva, optimizando el alcance y la satisfacción de los usuarios.

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- **Presencia Digital**


Aprovechamos plataformas digitales como nuestra página web, redes sociales (Instagram, Facebook, LinkedIn) y correo electrónico para establecer una comunicación activa y personalizada. Estos canales están interconectados mediante el uso de un CRM, que centraliza toda la información de los clientes, permitiendo una gestión eficiente de interacciones y campañas publicitarias.

- **Atención al Cliente**

Todos los canales de contacto, como WhatsApp Business, correo electrónico y redes sociales, están sincronizados para ofrecer respuestas rápidas y coherentes. De esta manera, garantizamos que los clientes puedan acceder a información o resolver inquietudes de forma ágil, sin importar el medio utilizado.

- **Promoción y Ventas**

Las estrategias de marketing digital, como las campañas en Google Ads y redes sociales, se integran con la página web, donde los clientes pueden explorar nuestros servicios, precios y portafolios. Además, los leads generados a través de estas campañas se gestionan en el CRM para facilitar el seguimiento y la conversión en ventas.

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- **Producción y Entrega**


El flujo de trabajo en El Pizarrón está diseñado para coordinar todas las etapas de producción mediante herramientas de gestión de proyectos. Esto asegura que los clientes reciban actualizaciones regulares y puedan revisar avances a través del canal que prefieran. La entrega final de los productos se realiza digitalmente, mediante plataformas seguras, o físicamente, si así lo requiere el proyecto.

- **Educación y Sostenibilidad**

Las campañas educomunicativas se diseñan y distribuyen a través de múltiples canales, como eventos presenciales, publicaciones en redes sociales y talleres virtuales, para garantizar su impacto en diferentes públicos.

- **Evaluación y Retroalimentación**

Recopilamos retroalimentación de los clientes mediante encuestas en línea, reseñas en redes sociales y consultas directas. Estos datos se centralizan en el CRM para analizar resultados y mejorar continuamente nuestra propuesta de valor.


	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

Con esta integración de canales, en El Pizarrón logramos una conexión efectiva y coherente con nuestros clientes, brindándoles una experiencia de servicio unificada y satisfactoria.

❖ Imagen Corporativa: Creación de logotipo y una imagen corporativa

Ilustración 3


Imagen Corporativa El Pizarrón

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	



Fuente: Elaboración Propia

❖ Estrategia Web y tecnologías de la información (redes sociales)

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

En El Pizarrón utilizamos una estrategia web integral combinada con el uso de tecnologías de la información (TI) y redes sociales para posicionar nuestros servicios, captar nuevos clientes y fortalecer las relaciones con los actuales.

- Estrategia Web


Nuestra página web es el centro de nuestra estrategia digital. Diseñada para ser intuitiva y dinámica, está optimizada para proporcionar una experiencia de usuario fluida y ofrecer acceso rápido a nuestro portafolio de servicios.

- Optimización SEO (Search Engine Optimization):

Aplicamos técnicas de SEO para mejorar el posicionamiento de la página en motores de búsqueda, asegurando que los usuarios encuentren fácilmente nuestros servicios.

- Diseño Web responsivo:

La web está adaptada para todos los dispositivos, garantizando una navegación óptima desde computadoras, tablets y teléfonos móviles.

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- Portafolio Interactivo:

Incluimos una sección donde los clientes pueden explorar ejemplos de nuestros proyectos anteriores, permitiéndoles visualizar la calidad y creatividad de nuestro trabajo.

- Formulario de Contacto y Chat en Vivo:


Ofrecemos herramientas para que los clientes se comuniquen rápidamente con nuestro equipo, ya sea para hacer consultas o agendar reuniones.

- ❖ Redes Sociales

Utilizamos plataformas clave como Instagram, Facebook, LinkedIn y YouTube para conectar con diferentes segmentos de nuestro público objetivo.

- Instagram y Facebook:

Nos enfocamos en contenido visual, como fotos y videos que muestran nuestro proceso creativo y los **resultados** de nuestros proyectos. Estas plataformas también se utilizan para campañas publicitarias segmentadas.

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- **LinkedIn:**


Publicamos contenido profesional orientado a empresas e instituciones, destacando nuestros servicios de consultoría y soluciones transmedia.
- **YouTube:**

Difundimos videos más extensos, como casos de éxito y proyectos destacados, para demostrar nuestras capacidades audiovisuales.

 - ❖ **Tecnologías de la Información**

Aprovechamos herramientas digitales para optimizar nuestros procesos internos y mejorar la experiencia del cliente.
- **CRM (Customer Relationship Management):**

Utilizamos un sistema CRM para gestionar las relaciones con los clientes, registrar interacciones, organizar proyectos y analizar patrones de comportamiento.

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- Software Especializado:

Contamos con herramientas de edición como Adobe Creative Suite (Photoshop, Premiere, Illustrator) para garantizar la calidad de nuestros servicios audiovisuales y gráficos.

- Análisis de Datos:

Empleamos herramientas como Google Analytics y las métricas de redes sociales para monitorear el desempeño de nuestras estrategias digitales y ajustar campañas en tiempo real.


❖ Estrategias de Contenidos

- Campañas Educomunicativas:

Diseñamos contenido que no solo promueve nuestros servicios, sino que también genera conciencia sobre temas sociales y ambientales.

- Calendario de Publicaciones:

Seguimos un calendario editorial estructurado para mantener una presencia constante en los canales digitales.

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

❖ Integración de Plataformas

Todas nuestras herramientas, desde la web hasta las redes sociales y el CRM, están interconectadas para garantizar un flujo de información eficiente y brindar una experiencia de usuario unificada.

Con esta estrategia web y el uso de tecnologías de la información, en El Pizarrón logramos fortalecer nuestra presencia digital, posicionarnos en el mercado y ofrecer servicios innovadores y de alta calidad a nuestros clientes.

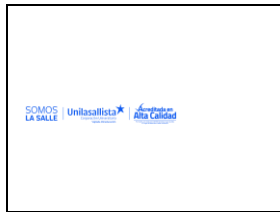
❖ Estrategia de uso de redes sociales y estrategia de difusión página web

En El Pizarrón utilizamos las redes sociales como un canal estratégico para conectar con nuestro público objetivo, fortalecer nuestra marca y promover nuestros servicios. La estrategia se adapta a cada plataforma, asegurando contenido relevante y dinámico.

- Instagram y Facebook

- ✓ Objetivo: Captar la atención de pequeños y medianos clientes mediante contenido visual atractivo y campañas pagadas.

- ✓ Acciones:




FORMATO PLAN DE NEGOCIO

Macroproceso: Docencia

Proceso: Desarrollo de la actividad académica

Código: DC-FO-XX
Versión: 1

- Publicación de fotos y videos de alta calidad que muestren nuestro proceso creativo y resultados finales.
 - Historias y Reels con contenido educativo, detrás de cámaras y proyectos destacados.
 - Campañas de interacción como encuestas y preguntas para fortalecer la relación con la audiencia.
- LinkedIn
 - ✓ Objetivo: Llegar a grandes empresas e instituciones mediante contenido profesional y casos de éxito.
 - ✓ Acciones:
 - Publicaciones sobre proyectos empresariales, tendencias en comunicación y estrategias transmedia.
 - Uso de artículos extensos y contenido descargable para demostrar expertise.
 - Generación de contactos mediante mensajes directos y comentarios en publicaciones de interés.
 - YouTube
 - ✓ Objetivo: Mostrar proyectos audiovisuales completos y fortalecer nuestra presencia como expertos en producción audiovisual.
 - ✓ Acciones:

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- Publicación de videos promocionales, documentales y tutoriales.
- Optimización de los títulos y descripciones con palabras clave para mejorar el alcance.
- Integración de los videos con campañas en otras plataformas.

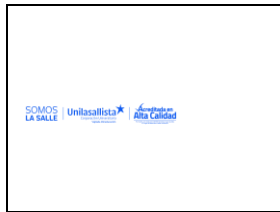
- Twitter

- ✓ Objetivo: Establecernos como líderes de opinión en comunicación y tendencias digitales.
- ✓ Acciones:
 - Compartir noticias relevantes, logros y avances en nuestros proyectos.
 - Uso de hashtags estratégicos para aumentar la visibilidad de nuestras publicaciones.

- ❖ Estrategia de Difusión de la Página Web

Nuestra página web es el núcleo de nuestra presencia digital, diseñada para atraer tráfico, generar leads y consolidar nuestra propuesta de valor.

- Optimización para Motores de Búsqueda (SEO)
 - ✓ Acciones:




FORMATO PLAN DE NEGOCIO

Macroproceso: Docencia

Proceso: Desarrollo de la actividad académica


Código: DC-FO-XX
Versión: 1

- Uso de palabras clave relacionadas con nuestros servicios, como "producción audiovisual en Medellín" o "gestión de redes sociales para empresas".
 - Generación de contenido optimizado en el blog, respondiendo preguntas frecuentes de los clientes.
 - Enlaces internos para mejorar la navegación y externos para fortalecer la autoridad del sitio.
- Publicidad Digital (SEM)
 - ✓ Acciones:
 - Campañas de Google Ads dirigidas a captar clientes en el Valle de Aburrá.
 - Uso de anuncios gráficos en sitios web relacionados con nuestra industria.
 - Remarketing para atraer nuevamente a visitantes que hayan interactuado con nuestra web.
 - Promoción en Redes Sociales
 - ✓ Acciones:
 - Publicación de enlaces directos a la web en Instagram y Facebook.
 - Inclusión del enlace en todas las bios de las plataformas sociales.

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- Campañas promocionadas con llamadas a la acción específicas para visitar la página.
- Alianzas Estratégicas
 - ✓ Acciones:
 - Inclusión de la página en directorios locales de negocios.
 - Colaboración con aliados estratégicos para compartir enlaces en sus plataformas.
- Análisis y Seguimiento
 - ✓ Acciones:
 - Uso de Google Analytics y herramientas de redes sociales para medir el tráfico generado por cada canal.
 - Ajuste constante de estrategias en función de las métricas obtenidas.

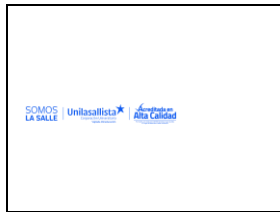
Con esta combinación de estrategias en redes sociales y la difusión de la página web, en El Pizarrón logramos aumentar nuestra visibilidad, captar nuevos clientes y consolidar relaciones con nuestro público objetivo.

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

Análisis Técnico – Operativo

Tabla 2

Ficha técnica del producto o servicio



FORMATO PLAN DE NEGOCIO

Macroproceso: Docencia


Proceso: Desarrollo de la actividad académica

**Código: DC-FO-XX
Versión: 1**

PRODUCCION AUDIOVISUAL			
Conceptos	Básico	Intermedio	Premium
Descripción	Captura y edición de 10 fotografías y video de 1 minuto	Captura y edición de 20 fotografías y video de 2 minutos	Captura y edición de 30 fotografías y video de hasta 5 minutos con efectos avanzados
Costo Estimado	1.000.000	3.000.000	8.000.000
Ingreso	1.800.000	4.500.000	11.000.000
Margen de Utilidad	44%	33%	27%
Requerimientos y Roles	Fotógrafo / Videógrafo	1 Fotógrafo, 1 videógrafo, 1 asistente técnico	1 director de producción, 1 fotografo, 1 videografo, 1 operador de dron, 1 asistente técnico

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 3


	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

Gestión de redes sociales

GESTION DE REDES SOCIALES			
Conceptos	Básico	Intermedio	Premium
Descripción	Gestión de 2 redes sociales con 3 publicaciones semanales	Gestión de 3 redes sociales con 5 publicaciones semanales	Gestión integral de 4 redes sociales con campañas publicitarias incluidas
Costo Estimado	1.000.000	1.500.000	2.000.000
Ingreso	1.200.000	2.500.000	4.500.000
Margen de Utilidad	17%	40%	56%
Requerimientos y Roles	Gestor de redes sociales	1 gestor de redes sociales, 1 diseñador gráfico	1 gestor de redes sociales, 1 diseñador gráfico

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 4

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

Organización de eventos

ORGANIZACIÓN DE EVENTOS			
Conceptos	Básico	Intermedio	Premium
Descripción	Planeación para eventos de hasta 50 personas	Planeación para eventos de hasta 100 personas	Planeación para eventos de mas de 100 y hasta 200 personas
Costo Estimado	4.500.000	9.000.000	17.500.000
Ingreso	6.000.000	11.000.000	20.000.000
Margen de Utilidad	25%	18%	13%
Requerimientos y Roles	1 coordinador de eventos, 1 asistente logístico	1 coordinador de eventos, 1 asistente logístico, 1 operador técnico	1 coordinador de eventos, 2 asistentes logísticos, 1 operador técnico 1 encargado de audiovisuales

Fuente: Elaboración Propia



	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

Tabla 5

Consultorías y talleres

CONSULTORÍAS Y TALLERES			
Conceptos	Básico	Intermedio	Premium
Descripción	Sesión de 2 horas con diagnóstico inicial	3 Sesiones de 2 horas con diagnóstico inicial	5 Sesiones de 2 horas con plan estratégico detallado
Costo Estimado	200.000	900.000	1.500.000
Ingreso	300.000	1.200.000	1.800.000
Margen de Utilidad	33%	25%	17%
Requerimientos y Roles	1 Consultor	1 Consultor	1 Consultor

Fuente: Elaboración Propia


	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

❖ Estado de desarrollo: etapa en la que se encuentra el producto o servicio.

Actualmente, El Pizarrón se encuentra en la etapa inicial de desarrollo, enmarcado dentro de las fases de preincubación e incubación empresarial, tal como lo sugiere la metodología de la incubadora Créame. A continuación, se describe el estado detallado del proyecto:

Fase de Preincubación (Validación y Prototipado)

- ✓ **Diseño y Prueba de Servicios:** Los servicios principales (producción audiovisual, gestión de redes sociales, diseño gráfico, organización de eventos y consultorías) han sido estructurados en paquetes básicos, intermedios y premium.
- ✓ **Validación en el Mercado:** Se han realizado pruebas piloto para medir la aceptación del cliente y ajustar precios y procesos.
- ✓ **Definición de Procesos Internos:** Se han estandarizado tareas clave, alineando el equipo de trabajo con el ciclo de mejora continua (PHVA).


	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

Fase de Incubación (Estructuración Operativa)

- ✓ Infraestructura Inicial: Se ha asegurado el acceso a los equipos necesarios, como cámaras, luces, software de edición y diseño.
- ✓ Equipo Humano: La empresa cuenta con un equipo básico de cinco personas con roles estratégicos, tácticos y operativos claramente definidos.
- ✓ Gestión de Clientes: Se han identificado los públicos objetivo y se está trabajando en estrategias de captación a través de redes sociales y eventos de promoción.
- ✓ Modelo Financiero: Se ha construido una estructura de costos e ingresos sólida, que incluye proyecciones a mediano plazo.

Próximos Pasos


- ✓ Consolidación del Modelo de Negocio:
 - Implementar ajustes basados en la retroalimentación de los clientes.
 - Ampliar la oferta de servicios con base en tendencias del mercado.
- ✓ Acceso a Mercados y Capital:

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- Buscar alianzas estratégicas y financiamiento para escalar operaciones.
- Participar en convocatorias para emprendimientos en incubadoras como Créame.
- ✓ Estrategia Comercial:
 - Lanzar campañas dirigidas al Valle de Aburrá para posicionar los servicios.
 - Implementar estrategias de marketing con perspectiva de género, un valor diferenciador de El Pizarrón.

❖ Innovación:

El enfoque innovador de El Pizarrón radica en la combinación de servicios de comunicación transmedia con una perspectiva de género. Esto no solo amplía el impacto de los contenidos creados, sino que también responde a normativas actuales en Colombia sobre la obligatoriedad de propuestas inclusivas, fortaleciendo la conexión entre empresas y su público objetivo.

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- Originalidad: La personalización en cada paquete de servicios (producción audiovisual, diseño gráfico, gestión de redes sociales, entre otros) permite adaptarse a las necesidades específicas de cada cliente, desde pequeños emprendedores hasta grandes instituciones.
- Utilidad: Garantiza soluciones integrales que abarcan desde la conceptualización hasta el análisis de impacto en la comunicación.


❖ **Método de Producción/Procesamiento**

El método de producción se basa en el uso del ciclo PHVA (Planificar-Hacer-Verificar-Actuar) para optimizar cada servicio.

- Innovación:

Incorporación de herramientas avanzadas como drones, software de diseño de última generación (Adobe Suite) y estrategias de marketing digital basadas en datos.

Equipo multidisciplinario para asegurar calidad y eficiencia en cada proyecto.

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- Canal de Distribución

El Pizarrón emplea canales digitales y presenciales para distribuir sus servicios:

- Digital: Redes sociales, página web optimizada con estrategias de SEO y campañas SEM.
- Presencial: Alianzas con instituciones locales para la promoción de eventos y subastas.
- Innovación: Uso de inteligencia artificial y análisis de datos para mejorar el alcance y la personalización de los servicios ofrecidos.


- Grupo Objetivo y Comercialización

El Pizarrón ha segmentado a sus clientes en tres categorías principales (pequeños, medianos y grandes) para adaptar su oferta y estrategia comercial.

- Innovación:
 - Programas específicos para incluir a clientes con presupuestos limitados pero alto potencial de crecimiento.
 - Fortalecimiento de la identidad de marca mediante contenidos transmedia y estrategias alineadas con las tendencias de consumo actuales.

- Integración de la Innovación al Mercado

El Pizarrón ha logrado integrar su propuesta innovadora al mercado mediante:

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

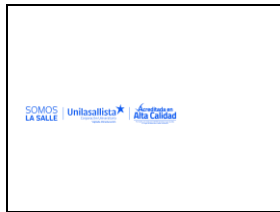
- Adaptación a tendencias y las nuevas leyes: Implementación de perspectivas inclusivas y participativas en los proyectos, alineándose con las exigencias del mercado nacional e internacional.
- Colaboración estratégica: Participación en eventos culturales y empresariales en el Valle de Aburrá, posicionándose como un referente en contenidos disruptivos.
- Ofrecimiento al cliente: Paquetes escalables y flexibles diseñados para maximizar el retorno de inversión.

Impacto esperado: La combinación de servicios innovadores, procesos optimizados y una estrategia comercial adaptada garantiza un posicionamiento único de El Pizarrón en el mercado, generándole valor real y sostenible para sus clientes y el entorno empresarial.

❖ Descripción del proceso:

- Definición del proceso.

1. Recepción de solicitud: en esta etapa se tiene un entendimiento de los requerimientos específicos del cliente



FORMATO PLAN DE NEGOCIO

Macroproceso: Docencia

Proceso: Desarrollo de la actividad académica

**Código: DC-FO-XX
Versión: 1**

Responsable: Representante Legal / Jefe de Negocio

2. Planeación, construcción y presentación de la propuesta: En esta etapa se analizan los requerimientos del cliente, se definen las guías de ruta, se elaboran presupuestos, cronogramas y propuestas económicas.

Responsable: Equipo técnico y creativo

3. Aceptación de la propuesta: Se presenta la propuesta al cliente de forma oficial

Responsable: Cliente

4. Etapa de planeación: En esta etapa se escriben guiones, se consiguen locaciones, se contratan proveedores y se alistan las capacidades para atender el producto/servicio


Responsable: Equipo técnico y creativo

5. Desarrollo de la propuesta: Se ejecutan los entregables finales

Responsable: Representante Legal / Jefe de Negocio – Equipo técnico y creativo

6. Presentación del producto /Prestación del servicio: Se lleva a cabo el evento / consultoría

Responsable: Representante Legal / Jefe de Negocio – Equipo técnico y creativo

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

7. Postventa: Se lleva a cabo una reunión con el cliente para verificar la satisfacción con el producto/servicio que fue entregado. Se ajustan las oportunidades de mejora y se potencializan aquellos aspectos considerados aciertos.

✓ Descripción:

Se lleva a cabo una reunión inicial con el cliente para entender sus necesidades, definir objetivos y establecer el alcance del proyecto. Posteriormente, se construye la propuesta teniendo en cuenta un cronograma detallado y un presupuesto estimado. Esta propuesta es presentada al cliente para su aprobación.

Una vez es aprobada, se inicia la etapa de planeación, en la cual se elabora una guía de ruta para llegar al entregable final, esta etapa es muy importante porque sin ella puede generarse una mala producción de contenidos. A posteriori se desarrolla la propuesta final y se hace entrega del producto/servicio. Finalmente se verifica la satisfacción del cliente y se ajusta los aspectos considerados por mejorar.

A continuación, los tiempos estimados del proceso:


	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	


Tabla 6

Tiempos estimados

PRODUCCION AUDIOVISUAL			
Conceptos	Básico	Intermedio	Premium
Planeación	3	4	6
Desarrollo de la propuesta	3	7	10
Presentación del producto /Prestación del servicio	-	-	-

GESTION DE REDES SOCIALES			
Conceptos	Básico	Intermedio	Premium
Planeación	2 horas	3 horas	4 horas
Desarrollo de la propuesta	2 horas	5 horas	8 horas
Presentación del producto /Prestación del servicio	-	-	-

DISEÑO GRÁFICO			
Conceptos	Básico	Intermedio	Premium
Planeación	1	3	5
Desarrollo de la propuesta	1	7	15
Presentación del producto /Prestación del servicio	-	-	-


	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

ORGANIZACIÓN DE EVENTOS			
Conceptos	Básico	Intermedio	Premium
Planeación	7 días	15 días	23 días
Desarrollo de la propuesta	2 días	4 días	6 días
Presentación del producto /Prestación del servicio	1 día	1 día	1 día

CONSULTORÍAS Y TALLERES			
Conceptos	Básico	Intermedio	Premium
Planeación	1 hora	2 horas	3 horas
Desarrollo de la propuesta	2 horas	3 horas	5 horas
Presentación del producto /Prestación del servicio	2 horas	6 horas	10 horas

Fuente: Elaboración Propia

- Variables de Control
- ✓ Técnicas:
 - Resolución de los videos (mínimo 4K en proyectos premium).
 - Coherencia en diseño gráfico con el branding del cliente.
 - Cumplimiento de cronogramas establecidos.

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

✓ Humanas:

- Capacitación del equipo en herramientas y técnicas de producción.
- Coordinación efectiva entre roles (fotógrafo, videógrafo, asistente técnico, diseñador gráfico).

✓ Operativas:


- Disponibilidad de equipos técnicos y software.
- Optimización del tiempo para cumplir con las etapas del proyecto.

• Variables Críticas de Control

✓ Cumplimiento del Presupuesto:

- Monitorear los costos durante la producción para evitar sobrecostos.
- Ajustar procesos según la rentabilidad esperada del proyecto.


✓ Satisfacción del Cliente:

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- Revisión detallada de los entregables para asegurar que cumplan con los requerimientos iniciales.
- Seguimiento post-entrega para documentar feedback y establecer relaciones duraderas.
- ✓ Calidad del Producto Final:
 - Aplicar estándares de calidad en todas las etapas (resolución mínima, narrativa visual, corrección de color).
 - Evaluar los entregables antes de la entrega al cliente.

Desarrollo del Producto Basado en el Segmento de Mercado


- ✓ Pequeños Clientes:
 - Servicios básicos y de bajo costo, como gestión de redes sociales y producción audiovisual simple.
 - Enfoque en soluciones rápidas y funcionales.
- ✓ Medianos Clientes:

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- Proyectos integrales con mayor personalización, incluyendo estrategias de marketing y diseño gráfico más avanzado.
- Enfocados en posicionamiento de marca.
- ✓ **Grandes Clientes:**
 - Servicios premium que incluyen producción audiovisual avanzada, eventos a gran escala y consultorías estratégicas.
 - Soluciones completamente personalizadas y escalables.
- **Distribución de la Planta de Producción**

El Pizarrón no cuenta con una planta física de producción tradicional, pero su operación está organizada de manera funcional:

- ✓ **Área Creativa:**
 - Estaciones de trabajo equipadas con software como Adobe Suite para diseño y edición.

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

✓ Área de Producción Audiovisual:

- Espacio designado para almacenamiento de equipos técnicos (cámaras, luces, micrófonos).

✓ Área de Reunión:

- Zona destinada para trabajo en equipo y reuniones con clientes.


✓ Movilidad Operativa:

- Capacidad para realizar producciones en locaciones externas gracias al equipo portátil.

• Parámetros de Control de Calidad

✓ Factores Técnicos:

- Resolución mínima de video: 4K para proyectos premium y Full HD para básicos.


	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- Cumplimiento de los lineamientos estéticos y narrativos según el proyecto.

- ✓ Factores Humanos:
 - Supervisión continua del jefe de proyectos durante cada etapa.
 - Feedback interno tras cada fase de producción para asegurar mejoras inmediatas.

- ✓ Factores Operativos:
 - Uso de equipos en óptimas condiciones.
 - Cronogramas claros con plazos definidos y cumplidos.

- ✓ Entrega al Cliente:
 - Revisiones previas a la entrega para verificar que se cumpla con los estándares acordados.
 - Documentación detallada de los resultados y ajustes según el feedback del cliente.

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

Necesidades y requerimientos:

Necesidades Operativas


✓ Recursos Humanos:

Contratación inicial de un equipo multidisciplinario de cinco personas con roles definidos:

- Representante legal.
- Jefe de negocio.
- Jefe de proyectos.
- Diseñador gráfico.
- Técnico en producción audiovisual.

✓ Infraestructura y Equipos:


- Espacio físico adecuado para reuniones, edición y almacenamiento de equipos.

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- Equipos técnicos esenciales:
- Cámaras Sony A7III y A6600.
- Luces NANLIGHT 720 y 300.
- Micrófonos Sennheiser.
- Software de diseño y edición (Adobe Suite).

- ✓ Tecnología y Software:
 - Herramientas digitales para gestión de proyectos (Asana, Trello).
 - Plataformas de transferencia de archivos (Google Drive, WeTransfer).

- ✓ Red de Soporte:
 - Proveedores confiables para impresión y logística.
 - Alianzas estratégicas con empresas locales para la subcontratación de servicios específicos.

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	


Requerimientos Financieros

- ✓ Inversión Inicial:
 - Total estimado para equipos y configuraciones: COP \$32'000,000.
 - Página web: COP \$500,000.

- ✓ Costos Mensuales:
 - Marketing digital: COP \$1,000,000.
 - Licencias de software: COP \$1,500,000.

Requerimientos Estratégicos


- ✓ Plan de Marketing:
 - Campañas de lanzamiento y captación de clientes en el Valle de Aburrá.

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- Posicionamiento en redes sociales con contenidos transmedia y promoción de valores diferenciadores (como la perspectiva de género).
- ✓ **Capacitación Continua:**
 - Formación en herramientas de diseño, edición y producción audiovisual.
 - Talleres en tendencias de marketing digital y sostenibilidad.
- ✓ **Estrategias de Sostenibilidad:**
 - Implementación de la campaña educomunicativa "Crea para el Futuro" para mitigar el impacto ambiental.
 - Uso eficiente de recursos y compensación ambiental mediante alianzas con proyectos de reforestación.

Requerimientos Comerciales

- ✓ **Clientes Iniciales:**


	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- Captar al menos tres clientes mensuales en cada segmento (pequeños, medianos y grandes).
- Enfocarse en clientes del sector público y privado del Valle de Aburrá.

- ✓ Servicios Prioritarios:
 - Producción audiovisual, gestión de redes sociales y diseño gráfico como servicios base para iniciar operaciones.
- ✓ Alianzas Estratégicas:
 - Colaboraciones con empresas locales para aumentar la capacidad de producción y cobertura de servicios.
 - Tecnología requerida: descripción de equipos y máquinas, capacidad instalada, mantenimiento.

Equipos y Máquinas Necesarias

- ✓ Equipos Audiovisuales:
 - Cámara Sony A7III, Resolución: 4K UHD. Se aplica en grabaciones principales para contenido premium.
 - Cámara Sony A6600, Resolución: 4K UHD. Se aplica en grabaciones secundarias y de apoyo
 - Lentes:

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- Lente fijo 35mm (f/1.8): Fotografía y video en espacios amplios.
- Lente fijo 50mm (f/2.0): Toma de retratos y detalles cerrados.

✓ Iluminación Profesional:

- NANLIGHT 720: Luz principal con temperatura de color ajustable.
- NANLIGHT 300 (x2): Luces de relleno y acento.


✓ Accesorios:

- Softbox para NANLIGHT 720.
- Trípodes Manfrotto para soporte de luces.

✓ Audio:

- Micrófonos de Solapa Sennheiser: Captura de audio directo y claro.
- Extensiones eléctricas: Garantizan la conectividad en locaciones remotas.


✓ Almacenamiento:

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- Tarjetas SD (120 GB): Capacidad para grabar en alta resolución.
- Baterías adicionales para cámaras: Garantizan la continuidad en grabaciones largas.
- ✓ Software y Computadores:
- Adobe Suite: Edición de video, fotografía y diseño gráfico.
- ✓ Computador especializado:
- Procesador: Intel Core i7 o superior.
- RAM: 16GB o más.
- Tarjeta gráfica: NVIDIA GTX 4070 o equivalente.

Capacidad Instalada

- ✓ Producción Audiovisual:
- Capacidad para realizar hasta tres proyectos simultáneos de mediana complejidad.
- Equipos portátiles para grabaciones en locaciones externas.

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

✓ Edición y Diseño Gráfico:

- Software de edición instalado en dos estaciones de trabajo con capacidad para proyectos en 4K.
- Procesamiento de hasta 10 piezas gráficas por semana.

✓ Producción de Eventos:

- Espacios adaptables para reuniones y planificación.

Mantenimiento de Equipos

✓ Frecuencia de Mantenimiento:


- Equipos Audiovisuales:

- Inspección mensual de cámaras y lentes para garantizar funcionalidad óptica.
- Limpieza de sensores y calibración cada seis meses.

- Luces y Accesorios:

- Revisión trimestral de conexiones eléctricas y componentes LED.

- Micrófonos y Audio:


	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- Verificación bimestral de cables, transmisores y receptores.

- Software:
 - Actualización periódica de Adobe Suite y sistemas operativos.
 - Mantenimiento del hardware de computadores cada tres meses.

- Almacenamiento:
 - Revisión y formateo seguro de tarjetas SD tras cada proyecto.
 - Copias de seguridad en la nube para evitar pérdida de datos.

- Proveedores de Mantenimiento:
 - ✓ Contratos con técnicos especializados en reparación de equipos Sony y Sennheiser.
 - ✓ Alianzas con proveedores de software y hardware para actualizaciones constantes.
 - ✓ Situación tecnológica de la empresa: necesidades técnicas y tecnológicas.

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

Necesidades Técnicas y Tecnológicas

✓ Infraestructura Actual


El Pizarrón cuenta con una infraestructura tecnológica básica, adecuada para iniciar operaciones y ofrecer los servicios principales. Sin embargo, el crecimiento proyectado requiere optimizaciones en equipamiento, software y capacidades técnicas.

Tabla 7

Equipos Disponibles

Se tienen activos fijos que hacen parte del capital propio del inversionista, tales como:				
1 CÁMARA CANON 250 D	4.000.000,00			
1 MICROFONO VCG ONKARA	1.000.000,00			
1 COMPUTADOR ESPECIALIZADO	6.000.000,00			

Fuente: Elaboración Propia

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- Necesidades Técnicas

Para optimizar la operación y escalar servicios, la empresa identifica las siguientes necesidades:

- ✓ Ampliación del Equipo Técnico:


- Adquisición de una cámara adicional (Sony A7IV) para aumentar la capacidad de producción simultánea.
- Incorporación de luces LED portátiles para mayor versatilidad en grabaciones externas.
- Equipamiento especializado para grabaciones en movimiento (drones, estabilizadores).

- ✓ Capacitación Técnica:


- Formación del equipo en edición avanzada y técnicas de producción transmedia.
- Talleres de actualización en manejo de herramientas de marketing digital.

- Necesidades Tecnológicas

- ✓ Mejora de Infraestructura de Edición:

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	


- Adquisición de computadores más potentes con tarjetas gráficas de última generación.
- Almacenamiento externo de alta capacidad (discos duros SSD de 2TB) para manejar proyectos grandes.
- ✓ Optimización del Software:
 - Licencias adicionales de Adobe Suite para uso simultáneo por múltiples miembros del equipo.
 - Software especializado en análisis de redes sociales para gestionar campañas y medir impacto.
- ✓ Automatización y Digitalización:
 - Implementación de CRM (Customer Relationship Management) para gestionar clientes y proyectos.
 - Adopción de herramientas de automatización en redes sociales (Buffer, Hootsuite).
- Plan de Acción para Satisfacer las Necesidades
- ✓ Inversión Prioritaria:
 - Destinar recursos a la compra de equipos críticos como cámaras y drones.

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- Asegurar licencias de software actualizado y funcional.
- ✓ Optimización del Uso de Recursos:
 - Revisión del inventario actual para maximizar su uso.
 - Contratos con proveedores para mantenimiento regular de equipos.
- ✓ Alianzas Estratégicas:
 - Colaborar con empresas tecnológicas para obtener descuentos en la adquisición de software y hardware.
 - Buscar financiamiento o participación en convocatorias para emprendimientos tecnológicos.

❖ Localización y tamaño

Localización


	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

El Pizarrón tiene su sede en el municipio de Caldas, Antioquia, dentro del Valle de Aburrá. Esta ubicación estratégica permite operar de manera eficiente y competitiva en la región, destacándose por:

- ✓ Proximidad a Medellín: Caldas está conectado con la capital antioqueña a través de vías principales, facilitando el acceso a mercados urbanos clave.
- ✓ Expansión Regional: La cercanía a otros municipios del Valle de Aburrá permite atender una base de clientes diversificada en sectores públicos y privados.
- ✓ Entorno Creativo: Un ambiente tranquilo que fomenta la innovación, ideal para la producción de contenidos transmedia y proyectos personalizados.
- ✓ Tamaño

El Pizarrón se establece como una micro empresa con una estructura eficiente diseñada para maximizar los recursos disponibles y garantizar la calidad de sus servicios.

- ✓ Equipo de Trabajo:

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

Cinco colaboradores iniciales, con roles claramente definidos en áreas estratégicas, tácticas y operativas.

Un equipo multidisciplinario capacitado para manejar proyectos audiovisuales, gráficos y digitales.

✓ Capacidad Operativa:

Manejo simultáneo de tres proyectos de mediano tamaño, asegurando un balance entre calidad y productividad.

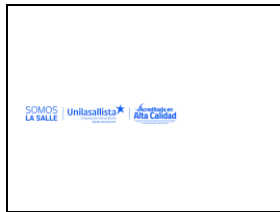
Flexibilidad para atender clientes micro, pequeños, medianos y grandes dentro del Valle de Aburrá.

✓ Infraestructura Física:

Oficina ubicada en el casco urbano de Caldas, equipada con estaciones de trabajo para edición y diseño gráfico.

Espacio de almacenamiento seguro para equipos técnicos como cámaras, luces y accesorios.

✓ Proyección de Crecimiento



FORMATO PLAN DE NEGOCIO

Macroproceso: Docencia

Proceso: Desarrollo de la actividad académica

Código: DC-FO-XX
Versión: 1

✓ Corto Plazo:

Consolidar la presencia de El Pizarrón en Caldas y posicionarse como un proveedor confiable de servicios transmedia en la región.

✓ Mediano Plazo:

Ampliar el alcance hacia Medellín y otros municipios del Valle de Aburrá, atrayendo clientes de mayor envergadura.

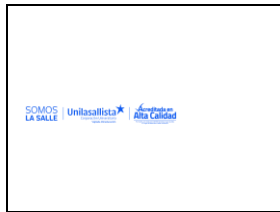
✓ Largo Plazo:

Expansión a nivel nacional e internacional, aprovechando la experiencia adquirida y las alianzas estratégicas con instituciones clave.

✓ Mano de Obra Directa como Factor de Producción

El equipo inicial de El Pizarrón está compuesto por cinco colaboradores clave, cuyas funciones son fundamentales para garantizar la operación y calidad de los servicios ofrecidos.

✓ Representante Legal



FORMATO PLAN DE NEGOCIO

Macroproceso: Docencia

Proceso: Desarrollo de la actividad académica

**Código: DC-FO-XX
Versión: 1**


- ✓ Funciones Principales:
 - Gestión administrativa y jurídica de la empresa.
 - Representación ante instituciones públicas y privadas.
 - Supervisión general de los proyectos estratégicos.

- ✓ Jefe de Negocios

- ✓ Funciones Principales:
 - Captación y gestión de clientes.
 - Diseño y supervisión de estrategias comerciales.
 - Monitoreo de las metas de ingresos y expansión.


- ✓ Jefe de Proyectos

- ✓ Funciones Principales:
 - Planificación y gestión de los proyectos.
 - Supervisión del cronograma y recursos asignados.

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- Coordinación del equipo operativo y técnico.
- ✓ Diseñador Gráfico
- ✓ Funciones Principales:
 - Creación de piezas gráficas y contenido visual.
 - Apoyo en la identidad visual de proyectos.
 - Adaptación de materiales para redes sociales, impresos y audiovisuales.
- ✓ Técnico en Producción Audiovisual
- ✓ Funciones Principales:
 - Manejo de cámaras, iluminación y audio en locaciones.
 - Edición de videos y fotografías.
 - Mantenimiento de equipos técnicos.

Tabla 8

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	


Presupuesto de producción

PRODUCCION AUDIOVISUAL			
Conceptos	Básico	Intermedio	Premium
Descripción	Captura y edición de 10 fotografías y video de 1 minuto	Captura y edición de 20 fotografías y video de 2 minutos	Captura y edición de 30 fotografías y video de hasta 5 minutos con efectos avanzados
Costo Estimado	1.000.000	3.000.000	8.000.000
Ingreso	1.800.000	4.500.000	11.000.000
Margen de Utilidad	44%	33%	27%
Requerimientos y Roles	Fotógrafo / Videógrafo	1 Fotógrafo, 1 videógrafo, 1 asistente técnico	1 director de producción, 1 fotografo, 1 videografo, 1 operador de dron, 1 asistente técnico
	6 horas/ proyecto	11 horas	16 horas

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 9

Gestión Redes Sociales

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	


GESTION DE REDES SOCIALES			
Conceptos	Básico	Intermedio	Premium
Descripción	Gestión de 2 redes sociales con 3 publicaciones semanales	Gestión de 3 redes sociales con 5 publicaciones semanales	Gestión integral de 4 redes sociales con campañas publicitarias incluidas
Costo Estimado	1.000.000	1.500.000	2.000.000
Ingreso	1.200.000	2.500.000	4.500.000
Margen de Utilidad	17%	40%	56%
Requerimientos y Roles	Gestor de redes sociales	1 gestor de redes sociales, 1 diseñador gráfico	1 gestor de redes sociales, 1 diseñador gráfico
	4 horas/mes	8 horas/mes	12 horas/mes

DISEÑO GRÁFICO			
Conceptos	Básico	Intermedio	Premium
Descripción	Diseño de una pieza gráfica digital	Diseño de 5 piezas gráficas	Diseño de 10 piezas gráficas
Costo Estimado	100.000	450.000	750.000
Ingreso	200.000	900.000	1.500.000
Margen de Utilidad	50%	50%	50%
Requerimientos y Roles	Diseñador gráfico	Diseñador gráfico	Diseñador gráfico
	2 horas	10 horas	20 horas

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 10

Organización de eventos

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

ORGANIZACIÓN DE EVENTOS			
Conceptos	Básico	Intermedio	Premium
Descripción	Planeación para eventos de hasta 50 personas	Planeación para eventos de hasta 100 personas	Planeación para eventos de mas de 100 y hasta 200 personas
Costo Estimado	4.500.000	9.000.000	17.500.000
Ingreso	6.000.000	11.000.000	20.000.000
Margen de Utilidad	25%	18%	13%
Requerimientos y Roles	1 coordinador de eventos, 1 asistente logístico	1 coordinador de eventos, 1 asistente logístico, 1 operador técnico	1 coordinador de eventos, 2 asistentes logísticos, 1 operador técnico 1 encargado de audiovisuales
	10 dias	20 dias	30 dias

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 11

Consultorías y talleres



FORMATO PLAN DE NEGOCIO

Macroproceso: Docencia

Proceso: Desarrollo de la actividad académica


Código: DC-FO-XX
Versión: 1

CONSULTORÍAS Y TALLERES			
Conceptos	Básico	Intermedio	Premium
Descripción	Sesión de 2 horas con diagnóstico inicial	3 Sesiones de 2 horas con diagnóstico inicial	5 Sesiones de 2 horas con plan estratégico detallado
Costo Estimado	200.000	900.000	1.500.000
Ingreso	300.000	1.200.000	1.800.000
Margen de Utilidad	33%	25%	17%
Requerimientos y Roles	1 Consultor	1 Consultor	1 Consultor
	5 horas	11 horas	18 horas

Fuente: Elaboración Propia

❖ Plan de producción:

- Servicios Iniciales Incluidos en el Plan
 - ✓ Producción de contenido audiovisual (eventos pequeños, medianos y grandes).
 - ✓ Gestión de redes sociales.
 - ✓ Diseño gráfico y creación de piezas publicitarias.
 - ✓ Consultorías y asesorías en comunicación.
 - ✓ Organización de eventos y protocolos institucionales.


	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

Recursos Disponibles

- ✓ Infraestructura: Oficina central en Caldas, Antioquia, con espacios para edición y almacenamiento de equipos.
- ✓ Equipos Técnicos: Cámaras, luces, micrófonos, software de edición y otros implementos descritos en el presupuesto.
- ✓ Equipo Humano:
 - ✓ Representante legal.
 - ✓ Jefe de negocios.
 - ✓ Jefe de proyectos.
 - ✓ Diseñador gráfico.
 - ✓ Técnico en producción audiovisual.

Procesos Operativos del Plan

- ✓ Preproducción
- ✓ Actividades:
 - Reunión inicial con el cliente para definir objetivos y expectativas.

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- Desarrollo del cronograma del proyecto.
- Preparación del equipo técnico y revisión de logística.

- Producción

- ✓ Actividades:

- Captura de imágenes, video y otros materiales en locación.
- Supervisión en tiempo real para garantizar calidad.


- Postproducción

- ✓ Actividades:

- Edición de videos y fotografías.
- Creación de piezas gráficas y diseño publicitario.
- Revisión con el cliente para ajustes finales.

- Entrega Final


- ✓ Actividades:

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- Presentación de los productos finales al cliente.
- Entrega de archivos digitales y/o físicos según lo acordado.

Control y Seguimiento

- ✓ Se implementará el ciclo PHVA (Planear, Hacer, Verificar, Actuar) para garantizar la mejora continua en los procesos.
- ✓ Tiempos
 - Control de Calidad:
 - ✓ Revisión del cumplimiento de cronogramas.
 - ✓ Evaluación técnica de los productos entregados.
 - ✓ Retroalimentación del cliente.
 - Seguimiento Post-entrega:
 - ✓ Verificación de la satisfacción del cliente.

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	


- ✓ Identificación de áreas de mejora para futuros proyectos.

Tabla 12

Tiempos Estimados Totales por Proyecto

PRODUCCION AUDIOVISUAL			
Conceptos	Básico	Intermedio	Premium
Planeación	3	4	6
Desarrollo de la propuesta	3	7	10
Presentación del producto /Prestación del servicio	-	-	-

GESTION DE REDES SOCIALES			
Conceptos	Básico	Intermedio	Premium
Planeación	2 horas	3 horas	4 horas
Desarrollo de la propuesta	2 horas	5 horas	8 horas
Presentación del producto /Prestación del servicio	-	-	-

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	


DISEÑO GRÁFICO			
Conceptos	Básico	Intermedio	Premium
Planeación	1	3	5
Desarrollo de la propuesta	1	7	15
Presentación del producto /Prestación del servicio	-	-	-

ORGANIZACIÓN DE EVENTOS			
Conceptos	Básico	Intermedio	Premium
Planeación	7 días	15 días	23 días
Desarrollo de la propuesta	2 días	4 días	6 días
Presentación del producto /Prestación del servicio	1 día	1 día	1 día

CONSULTORÍAS Y TALLERES			
Conceptos	Básico	Intermedio	Premium
Planeación	1 hora	2 horas	3 horas
Desarrollo de la propuesta	2 horas	3 horas	5 horas
Presentación del producto /Prestación del servicio	2 horas	6 horas	10 horas

Fuente: Elaboración Propia

- Proyección de Capacidad Operativa

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

El Pizarrón puede manejar hasta 3 proyectos simultáneamente, dependiendo de la complejidad y disponibilidad de recursos.

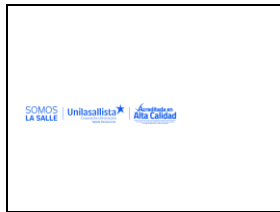
❖ **Análisis de costos de producción**

- **Costos Fijos**

Incluyen los gastos recurrentes necesarios para mantener la operación de la empresa, independientemente del número de proyectos realizados.

Tabla 13

Costos



FORMATO PLAN DE NEGOCIO

Macroproceso: Docencia

Proceso: Desarrollo de la actividad académica

**Código: DC-FO-XX
Versión: 1**

COSTOS PRODUCCION AUDIOVISUAL			
Conceptos	Básico	Intermedio	Premium
Salarios de los empleados	130.435	358.696	869.565
Uso y mantenimiento de la maquinaria	50.000	50.000	50.000
Costos logísticos	783.565	2.250.000	5.500.000
Costos de marketing y publicidad	36.000	315.000	1.580.435
Total / Proyecto	1.000.000	3.000.000	8.000.000

COSTOS GESTION DE REDES SOCIALES			
Conceptos	Básico	Intermedio	Premium
Salarios de los empleados	43.478	173.913	260.870
Uso y mantenimiento de la maquinaria	80.000	80.000	80.000
Costos logísticos	720.000	1.019.783	1.350.000
Costos de marketing y publicidad	156.522	200.000	309.130
Total / Mes	1.000.000	1.500.000	2.000.000

FORMATO PLAN DE NEGOCIO

Macroproceso: Docencia


Proceso: Desarrollo de la actividad académica

Código: DC-FO-XX
Versión: 1

COSTOS DISEÑO GRÁFICO			
Conceptos	Básico	Intermedio	Premium
Salarios de los empleados	21.739	108.696	217.391
Uso y mantenimiento de la maquinaria	80.000	80.000	80.000
Costos logísticos	120.000	299.783	450.000
Costos de marketing y publicidad	56.522	72.000	9.130
Total / Proyecto	278.261	586.783	756.521

COSTOS ORGANIZACIÓN DE EVENTOS			
Conceptos	Básico	Intermedio	Premium
Salarios de los empleados	1.666.667	5.000.000	12.500.000
Uso y mantenimiento de la maquinaria	150.000	150.000	150.000
Costos logísticos	2.083.333	2.943.696	3.850.000
Costos de marketing y publicidad	600.000	880.000	1.000.000
Total / Proyecto	4.500.000	9.000.000	17.500.000


COSTOS CONSULTORÍAS Y TALLERES			
Conceptos	Básico	Intermedio	Premium
Salarios de los empleados	54.348	119.565	195.652
Uso y mantenimiento de la maquinaria	30.000	30.000	30.000
Costos logísticos	85.652	628.131	1.094.348
Costos de marketing y publicidad	30.000	96.000	180.000
Total / Proyecto	200.000	900.000	1.500.000

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

Fuente: Elaboración Propia

Consideraciones Estratégicas

- ✓ Optimización de recursos: Reducir costos variables mediante planificación logística eficiente y acuerdos con proveedores.
- ✓ Diversificación de ingresos: Ampliar la cartera de servicios para distribuir los costos fijos en más proyectos.
- ✓ Revisión periódica de precios: Ajustar los precios según el comportamiento del mercado y los costos de insumos.
- Plan de compras
 - ✓ Compras Iniciales
 - Adquisición de equipos y herramientas técnicas necesarias para el inicio de operaciones.
 - Ejecución en una única etapa, previa al lanzamiento de la empresa.
 - ✓ Compras Recurrentes

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	


- Insumos necesarios para proyectos específicos (baterías, tarjetas SD, etc.).
- Servicios operativos como licencias de software y mantenimiento de equipos.

Tabla 14

Lista de Compras Iniciales

Ítem	Cantidad	Costo Unitario (COP)	Subtotal (COP)
Cámara Sony A7III	1	\$8,000,000	\$8,000,000
Cámara Sony A6600	1	\$7,000,000	\$7,000,000
NANLIGHT 720	1	\$3,500,000	\$3,500,000
NANLIGHT 300	2	\$2,000,000	\$4,000,000
Micrófonos Sennheiser	2	\$1,500,000	\$3,000,000
Computador especializado	1	\$6,000,000	\$6,000,000
Página web (diseño, hosting)	1	\$ 500.000,00	500.000

Fuente: Elaboración Propia


	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

Total, Compras Iniciales: COP \$32,000,000

Tabla 15

Compras Recurrentes

Ítem	Frecuencia	Costo Unitario (COP)	Subtotal (COP)
Licencias de software (Adobe)	Mensual	\$ 1'500.000	\$18'000.000/anual
Baterías adicionales	Trimestral	\$ 200,00	\$800,000/anual
Tarjetas de memoria SD	Trimestral	\$ 300,00	\$1,200,000/anual
Mantenimiento de equipos	Semestral	\$ 500,00	\$1,000,000/anual


	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

Fuente: Elaboración Propia

Total, Compras Recurrentes Anuales: COP \$5,916,000

Proceso de Gestión de Compras

- ✓ Identificación de Necesidades
 - ✓ Realización de un inventario mensual para evaluar las carencias de equipos o insumos.
- ✓ Selección de Proveedores
 - Identificación de proveedores locales confiables con precios competitivos.
 - Evaluación anual de desempeño y costos.
- ✓ Negociación

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- Solicitud de descuentos por volumen.
- Negociación de plazos de entrega y condiciones de pago.
- ✓ Control de Calidad
- Inspección de los equipos e insumos adquiridos para garantizar que cumplan con los estándares requeridos.

Estrategias para Optimizar Compras

- Acuerdos de largo plazo con proveedores confiables: Reducir costos recurrentes.
- Uso de financiamiento para compras iniciales: Minimizar impacto financiero en los primeros meses de operación.
- Evaluación periódica del mercado: Detectar oportunidades de compra a precios más bajos.
- Identificación de proveedores; capacidad de atención de pedidos; importancia relativa de los proveedores; pago a proveedores planeación de compras.



	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	


Tabla 16

Proveedores

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

Categoría	Proveedores Principales	Ubicación	Productos/Servicios Ofrecidos
Equipos Audiovisuales	Sony Store, Fotocinecolor	Medellín, Antioquia	Cámaras, lentes, accesorios técnicos.
Iluminación	Iluminación LED Colombia	Bogotá y Medellín	Luces NANLIGHT y accesorios de iluminación.
Audio	Sennheiser Colombia	Bogotá y distribuidores	Micrófonos y sistemas de sonido.
Software	Adobe	Online	Licencias para edición de video, audio y diseño gráfico.
Materiales Consumibles	Electrónica General, Fotocinecolor	Medellín	Baterías, tarjetas SD, extensiones eléctricas.
Mantenimiento Técnico	Técnicos Autorizados	Medellín	Reparación y mantenimiento de equipos audiovisuales.
Servicios Web	LocalHost Colombia	Medellín	Diseño, hosting y mantenimiento de páginas web.

Fuente: Elaboración Propia


	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

Capacidad de Atención de Pedidos

Los proveedores seleccionados tienen capacidad para:

- Responder en tiempos rápidos: Entregas en un rango de 3 a 7 días para equipos locales.
- Atender pedidos personalizados: Garantizar insumos específicos según las necesidades de cada proyecto.
- Asesoramiento técnico: Brindar soporte en instalación, uso y mantenimiento de equipos.

Tabla 17


	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

Importancia Relativa de los Proveedores

Categoría	Nivel de Importancia	Justificación
Equipos Audiovisuales	Alta	Son la base técnica para la producción audiovisual.
Iluminación	Alta	Es crucial para garantizar la calidad visual en los proyectos.
Software	Alta	Herramientas esenciales para edición y diseño.
Materiales Consumibles	Media	Apoyan la operatividad, pero tienen un impacto menor en el costo total.
Mantenimiento Técnico	Alta	Mantiene la funcionalidad de los equipos a largo plazo.
Servicios Web	Media	Facilitan la promoción y gestión digital de la empresa.

Fuente: Elaboración Propia


Tabla 18

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

Planificación de Pagos a Proveedores

Proveedor	Condiciones de Pago Comunes	Estrategia Planeada
Sony Store, Fotocinecolor	Pago al contado	Negociar descuentos por compras voluminosas.
Iluminación LED Colombia	50% inicial, 50% al recibir	Establecer acuerdos para pagos en plazos extendidos.
Sennheiser Colombia	Pago al contado	Optar por compras conjuntas para minimizar costos.
Adobe	Mensual recurrente	Configurar pagos automáticos para evitar interrupciones.
Electrónica General	Pago al contado	Priorizar compras programadas para aprovechar promociones.
Técnicos Autorizados	Por servicio completado	Contratar paquetes de mantenimiento preventivo anual.
LocalHost Colombia	Anual recurrente	Consolidar pagos anuales para obtener beneficios adicionales.

Fuente: Elaboración Propia


	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

Planeación de Compras

- Frecuencia de Compras:
 - o Insumos básicos como baterías y tarjetas SD serán adquiridos trimestralmente.
 - o Licencias y servicios web serán gestionados de manera recurrente anual o mensual.
- Análisis de Inventario:
 - o Revisión mensual para evitar faltantes y optimizar recursos.
 - o Inventario digitalizado para monitorear uso y stock.
- Estrategias de Optimización:
 - o Realizar compras al por mayor en categorías clave para reducir costos.
 - o Mantener relaciones sólidas con los proveedores para mejorar términos de negociación.

❖ Control de calidad:

- Producción Audiovisual:

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- ✓ Verificación de la resolución y nitidez de videos y fotografías.
- ✓ Supervisión de edición para garantizar que los contenidos reflejen los objetivos del cliente.
- ✓ Uso de guías visuales para asegurar la correcta integración de elementos de marca.

- **Gestión de Redes Sociales:**

- ✓ Revisión del contenido publicado para asegurar consistencia en el tono, diseño y mensajes clave.
- ✓ Monitoreo de métricas de interacción y rendimiento para realizar ajustes en tiempo real.

- **Diseño Gráfico:**

- ✓ Validación de los colores, formatos y tipografía utilizados para respetar la identidad visual de los clientes.
- ✓ Pruebas en diferentes plataformas para asegurar la calidad del diseño en cualquier medio de visualización.

- **Organización de Eventos:**


- ✓ Ensayo previo del montaje audiovisual y de iluminación.
- ✓ Supervisión del cumplimiento de protocolos y tiempos establecidos para el evento.

Control de Calidad a las Compras

- ✓ **Selección de proveedores:**

- Evaluación de reputación y cumplimiento de estándares de calidad en proveedores de equipos y software.
- Preferencia por proveedores certificados en normas de calidad internacional.


- **Revisión de insumos recibidos:**

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- Inspección visual y funcional de los equipos adquiridos, como cámaras y luces.
- Validación de licencias de software para evitar fallos operativos durante la producción.
- Gestión de contratos con proveedores:
 - Cláusulas que aseguren cumplimiento en la entrega de insumos de alta calidad y plazos establecidos.
- Implementación y Seguimiento a Normas de Calidad Establecidas
- ✓ Normas aplicadas:
 - ISO 9001: Para asegurar la calidad en los procesos internos y la satisfacción del cliente.
 - Normas de Propiedad Intelectual: Aseguran el respeto por los derechos de autor en contenidos producidos.
 - Normas ambientales (Ley 99 de 1993): Fomentan el manejo adecuado de residuos en producciones.
- Seguimiento y auditorías:
 - Auditorías internas trimestrales para verificar el cumplimiento de estándares en todas las áreas.
 - Uso de métricas de desempeño para medir la eficacia de los procesos de calidad.

Plan de Control de Calidad

- ✓ Definición de objetivos:
 - Garantizar que los productos y servicios entregados cumplan o superen las expectativas del cliente.
 - Minimizar errores y optimizar procesos para entregar resultados en el tiempo estipulado.
- ✓ Acciones específicas:

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- Producción: Creación de un checklist para cada etapa de la producción audiovisual, desde la preproducción hasta la postproducción.
- Diseño gráfico: Aprobación de prototipos por parte del cliente antes de la producción final.
- Redes sociales: Revisión previa de publicaciones por un miembro del equipo antes de publicarlas.
- Eventos: Ensayos previos al día del evento y supervisión en tiempo real durante la ejecución.

✓ Indicadores clave de calidad (KPIs):


- Tiempo de entrega.
- Niveles de satisfacción del cliente (encuestas posteriores a la entrega).
- Porcentaje de errores detectados y corregidos antes de la entrega.

❖ Evaluación sensorial del producto.

En la evaluación sensorial de los productos de El Pizarrón se centra en analizar las características visuales, auditivas y emocionales de los contenidos producidos, ya que estos son los principales estímulos que impactan a los clientes y su audiencia. Esta evaluación asegura que los productos entregados cumplan con los estándares de calidad y las expectativas del cliente.

- Producción Audiovisual

✓ Calidad Visual:

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- Resolución: Verificación de que los videos y fotografías sean entregados en alta definición (HD o 4K).
- Iluminación: Análisis del uso adecuado de luz para destacar los elementos principales de la escena y evitar sombras indeseadas.
- Color: Consistencia en la corrección de color para reflejar emociones y mantener la identidad visual del cliente.

✓ Calidad Auditiva:

- Claridad de sonido: Eliminación de ruidos de fondo y balance de niveles de audio en locuciones y música.
- Selección musical: Composición o elección de música que complemente la narrativa sin distraer al espectador.

✓ Narrativa y cohesión:

- Evaluación de la claridad del mensaje y la coherencia entre las imágenes y el guion.

• Diseño Gráfico

✓ Impacto visual:


- Evaluación de la composición y balance entre texto, imágenes y espacio negativo.
- Análisis del atractivo de los colores y su relación con la identidad visual del cliente.

✓ Legibilidad:


- Asegurar que los textos sean claros y fácilmente comprensibles en diferentes plataformas y formatos.

✓ Consistencia:

- Verificación de la alineación con los lineamientos de marca del cliente, como tipografía, logotipos y estilo visual.

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- Gestión de Redes Sociales
 - ✓ Atractivo del contenido:
 - Análisis de la capacidad del diseño y texto para captar la atención del público objetivo.
 - Revisión del tono y estilo del mensaje, asegurando que sea coherente con la estrategia de comunicación del cliente.
 - ✓ Interacción visual:
 - Uso adecuado de animaciones, transiciones y otros elementos dinámicos que impulsen la interacción del público.
- Métodos utilizados para la evaluación sensorial
 - ✓ Panel interno de evaluación:
 - Antes de entregar un producto, el equipo de El Pizarrón realiza una evaluación en conjunto para identificar posibles mejoras.
 - Cada miembro del equipo aporta retroalimentación desde su área de especialidad.
 - ✓ Pruebas con el cliente:
 - Se realizan sesiones de revisión con el cliente, permitiendo ajustar detalles según sus preferencias antes de la entrega final.
 - ✓ Encuestas y métricas:
 - Encuestas posteriores a la entrega para medir la percepción del cliente sobre el producto.

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- Análisis del desempeño del contenido en redes sociales, como interacciones, alcance y conversiones.

Tabla 19

Cronograma de ensayos, prototipos y presupuestos

FORMATO PLAN DE NEGOCIO

Macroproceso: Docencia

Proceso: Desarrollo de la actividad académica

Código: DC-FO-XX
Versión: 1

Producto	Fase	Duración mínima	Duración máxima	Actividad
Producción Audiovisual	Ensayos	2 horas	4 horas	Pruebas técnicas de cámaras, luces y micrófonos.
	Prototipos	2 horas	6 horas	Grabación de videos de muestra y edición preliminar.
	Presupuestos	2 horas	6 horas	Definición de costos según recursos técnicos y humanos.
Gestión de Redes Sociales	Ensayos	1 hora	3 horas	Evaluación de herramientas digitales y métricas de redes sociales.
	Prototipos	2 horas	5 horas	Creación de publicaciones y pruebas de contenido interactivo.
	Presupuestos	1 hora	4 horas	Cálculo de costos por plataforma y alcance proyectado.
Diseño Gráfico	Ensayos	1 hora	2 horas	Verificación de herramientas de diseño y formatos de exportación.
	Prototipos	1 hora	4 horas	Creación de piezas gráficas iniciales para aprobación.
	Presupuestos	1 hora	4 horas	Estimación de costos por diseño y materiales adicionales.
Organización de Eventos	Ensayos	2 días	5 días	Pruebas de montaje, revisión de logística y chequeo técnico de equipos.
	Prototipos	5 días	10 días	Creación de un plan piloto con simulaciones del evento.
	Presupuestos	3 días	15 días	Desarrollo de un presupuesto integral considerando locación, personal y materiales.

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

Análisis Administrativo Y Organizacional


❖ Grupo emprendedor

Alejandro Correa

❖ Estructura organizacional de El Pizarrón

• Equipo Directivo:

El equipo directivo está liderado exclusivamente por Alejandro Correa, quien asume el rol de Gerente y Administrador. Su responsabilidad principal incluye la toma de decisiones estratégicas, el control general de las operaciones y la gestión administrativa de la empresa.

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- Líneas de autoridad:


Alejandro Correa se encuentra en la cima de la estructura organizacional, siendo la figura principal para la toma de decisiones y supervisión general.

Directamente debajo, el rol de comunicador actúa como enlace operativo, gestionando y coordinando las actividades específicas de las áreas de trabajo.

Las áreas funcionales, Gestión Contable y Humana, Marketing, y Diseño y Web Máster, reportan directamente al comunicador, quien sirve como intermediario ante la gerencia.

- Nivel de participación en la Junta Directiva:

Actualmente, El Pizarrón no cuenta con una Junta Directiva formal, dado que la estructura se concentra en la gerencia unipersonal. Sin embargo, se realizan reuniones periódicas lideradas por Alejandro Correa, en las que se evalúan metas y se toman decisiones estratégicas en conjunto con los líderes de área.

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- Mecanismo de participación y control:

La empresa fomenta la participación activa del equipo a través de reuniones semanales de planeación, donde se revisan avances, se resuelven problemas y se ajustan las estrategias. Alejandro Correa supervisa y aprueba las decisiones clave, manteniendo el control sobre el cumplimiento de los objetivos organizacionales.

Ilustración

Organigrama




	FORMATO PLAN DE NEGOCIO											Código: DC-FO-XX Versión: 1	
	Macroproceso: Docencia						Proceso: Desarrollo de la actividad académica						

Tabla 20


Gastos de administración y nómina (incluir parafiscales, tener en cuenta)

Pago de nómina	-	-	-	-	-	1.423.500	1.423.500	1.423.500	1.423.500	1.423.500	1.423.500	1.423.500	1.423.500	9.964.500	18.790.200	21.045.024
Pago de prestaciones socia	-	-	-	-	-	438.871	438.871	438.871	438.871	438.871	438.871	438.871	438.871	3.072.097	5.793.097	6.488.269
Pago de seguridad social	-	-	-	-	-	262.436	262.436	262.436	262.436	262.436	262.436	262.436	262.436	1.837.052	3.464.155	3.879.854
Pago de otros pago de nómi	-	-	-	-	-	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	1.400.000	2.640.000	2.956.800


Fuente: Elaboración Propia

❖ Organismos de apoyo


- Cámara de Comercio de Aburrá Sur

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	


- ✓ Proporciona asesoría para la constitución legal de la empresa, trámites de registro mercantil, y orientación sobre normativas vigentes relacionadas con el sector de comunicaciones.
 - ✓ Ofrece programas de formación empresarial y talleres específicos para emprendedores, enfocados en mejorar habilidades gerenciales y fortalecer competencias comerciales.
 - ✓ Facilita acceso a ferias empresariales y redes de negocios, permitiendo a El Pizarrón establecer conexiones estratégicas con otras empresas y entidades.
- Creame Incubadora de Empresas
- ✓ Especializada en brindar apoyo a emprendedores y empresas en etapa inicial. Ofrece servicios como estructuración de planes de negocio, mentorías, y formación para la gestión empresarial.
 - ✓ Proporciona acompañamiento en la búsqueda de financiamiento y oportunidades de inversión, ideales para expandir la capacidad operativa de la productora.

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- ✓ Dispone de programas de aceleración que pueden ayudar a El Pizarrón a desarrollar nuevas líneas de negocio y fortalecer su presencia en el mercado.
- Proimágenes Colombia
- ✓ Una entidad enfocada en el fortalecimiento de la industria audiovisual, relevante para El Pizarrón como productora de contenidos.
- ✓ Ofrece incentivos económicos para proyectos audiovisuales, fondos de cofinanciación, y oportunidades de capacitación en temas técnicos y creativos.
- ✓ Facilita la vinculación con redes internacionales y festivales que pueden posicionar a la empresa en nuevos mercados.
- ✓ Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC)

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- ✓ Brinda programas de apoyo para la transformación digital de empresas, como herramientas tecnológicas, capacitaciones en marketing digital, y financiamiento para proyectos relacionados con la industria creativa.
- ✓ Cuenta con incentivos y recursos destinados a fomentar la creación de contenidos digitales y audiovisuales, un área clave para El Pizarrón.
- Clúster Creativo de Medellín
- ✓ Un espacio dedicado a la articulación de empresas del sector creativo, donde El Pizarrón puede acceder a oportunidades de networking, capacitación, y colaboración con otras productoras o empresas afines.
- ✓ Ofrece programas específicos para el fortalecimiento de empresas creativas, con acceso a información sobre tendencias y avances tecnológicos en la industria.
- ✓ Bancóldex

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- ✓ Ofrece líneas de crédito y financiamiento diseñadas para emprendedores del sector creativo, facilitando el acceso a recursos económicos para inversión en equipos, tecnología, y expansión.
- ✓ Proporciona acompañamiento financiero y herramientas para mejorar la gestión económica de la empresa.


❖ Constitución Empresa

- Tipo de Sociedad:

La empresa El Pizarrón se constituirá como una Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S), dado que este tipo de sociedad ofrece ventajas significativas para emprendedores, incluyendo flexibilidad administrativa, autonomía en la distribución de utilidades y responsabilidad limitada al capital aportado.

- Nombre: El Pizarrón S.A.S.

Actividad económica principal: Producción de contenidos transmedia, gestión de comunicaciones empresariales y producción audiovisual.

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- Redacción de Estatutos Sociales:


Los estatutos incluyen las actividades económicas, la composición del equipo directivo, las normas internas de funcionamiento y las políticas para distribución de utilidades.

Se establece que las decisiones estarán a cargo del gerente, Alejandro Correa, quien es el único socio inicial y tomará decisiones estratégicas bajo la figura de representante legal.

- Registro Mercantil:

La empresa se inscribió en el registro mercantil de la Cámara de Comercio del Aburrá Sur. Este paso asegura la legalidad y formalidad de la operación de El Pizarrón como empresa comercial.

Trámites ante la DIAN (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales):

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

Obtención del Registro Único Tributario (RUT).


Generación del Número de Identificación Tributaria (NIT) para facturación y obligaciones fiscales.

- Capital Social:

Inicialmente, el capital estará compuesto por los aportes personales del fundador, quien invierte en equipos, software de edición, y recursos iniciales necesarios para operar en el sector de contenidos transmedia.

- Naturaleza de la Empresa:
 - ✓ Responsabilidad limitada: Los socios (si se incluyen en el futuro) solo responden hasta el monto de sus aportes.
 - ✓ No se exige un monto mínimo de capital para la constitución, lo que facilita la operación inicial.


❖ Comunicación organizacional

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

En El Pizarrón, la comunicación organizacional está diseñada para garantizar el flujo adecuado de información entre los diferentes miembros del equipo, los clientes y los proveedores. La estrategia de comunicación se enfoca en la claridad, la transparencia y la efectividad, y se implementa a través de los siguientes elementos clave:


- Canales internos de comunicación

- ✓ Reuniones semanales: Espacios dedicados para revisar avances, asignar tareas, evaluar proyectos en curso y resolver inquietudes.
- ✓ Herramientas digitales: Uso de plataformas como Trello, Slack o Google Workspace para la gestión de proyectos, intercambio de información y seguimiento de tareas en tiempo real.
- ✓ Manual de comunicación interna: Documento que establece lineamientos sobre la interacción entre los colaboradores, como el tono, la periodicidad de las comunicaciones y los procedimientos de reporte.

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	


- Estrategias externas de comunicación
 - ✓ Relación con clientes: Se prioriza la comunicación constante y personalizada con los clientes a través de correos electrónicos, reuniones virtuales o presenciales, y reportes periódicos de avances.
 - ✓ Manejo de proveedores: Canales establecidos para coordinar pagos, pedidos y entrega de servicios de manera oportuna.

- Cultura organizacional
 - ✓ Fomento de la comunicación horizontal: Aunque existen líneas de autoridad claras, se promueve un ambiente donde las ideas y sugerencias sean escuchadas y valoradas, independientemente del rol.
 - ✓ Capacitaciones internas: Espacios dedicados al fortalecimiento de habilidades comunicativas, como talleres de escritura, redacción publicitaria y manejo de crisis.

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- ✓ Protocolos establecidos: Guías claras para la respuesta inmediata ante comentarios negativos, fallos en la prestación del servicio o inconvenientes con clientes.
- Responsabilidad social y enfoque de género

La comunicación organizacional incluye principios de equidad y perspectiva de género, asegurando que los mensajes sean inclusivos y respetuosos.

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

Impacto Del Proyecto


❖ Impacto económico, social, ambiental: generación de empleo directo e indirecto, ventas nacionales y exportaciones.

Impacto Ambiental

El Pizarrón, como productora de contenidos transmedia, genera un impacto ambiental significativo debido al uso de equipos electrónicos, recursos energéticos y materiales promocionales. Por ello, la empresa ha diseñado una campaña educomunicativa integral con dos objetivos principales:

- ✓ Reducir el impacto ambiental directo: Implementando prácticas sostenibles en su operación diaria.
 - ✓ Concienciar a los stakeholders: Promoviendo el cuidado del medio ambiente a través de contenidos y actividades que fomenten el cambio cultural hacia la sostenibilidad, como: Crea para el Futuro.
- Campaña Educomunicativa "Crea para el Futuro"
 - ✓ Objetivo:

Lavar la imagen ambiental de la empresa mediante la educación y promoción de buenas prácticas ambientales en los clientes, socios y colaboradores.


	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- ✓ Estrategias:

- ✓ Producción Sostenible:
 - Uso de materiales reciclables y minimización de residuos en producciones físicas (impresiones, empaques).
 - Digitalización de procesos para reducir el consumo de papel y otros materiales no renovables.

- Contenido Educativo:
 - Creación de campañas audiovisuales sobre sostenibilidad para redes sociales.
 - Inclusión de temáticas ambientales en los proyectos de clientes y eventos organizados.

- Compensación Ambiental:
 - Inversión en proyectos de reforestación en el Valle de Aburrá para compensar la huella de carbono.
 - Adopción de tecnologías LED y equipos energéticamente eficientes para reducir el consumo eléctrico.

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

Impacto Económico

El Pizarrón contribuirá al desarrollo económico local mediante:


✓ Generación de Empleo Directo:

- Contratación inicial de un equipo de cinco personas con roles específicos en producción audiovisual, diseño gráfico, y gestión de proyectos.
- Proyección de ampliación del equipo en el segundo año de operaciones.

✓ Generación de Empleo Indirecto:

- Subcontratación de servicios técnicos (impresión, logística de eventos).
- Creación de oportunidades para proveedores locales de equipos y servicios relacionados.

• Ventas Nacionales:


	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- La empresa se posicionará como un actor clave en el Valle de Aburrá, promoviendo la producción de contenidos de alta calidad para clientes en sectores público y privado.
- **Proyección de Exportaciones:**
 - A mediano plazo, El Pizarrón buscará expandir su mercado hacia clientes internacionales, aprovechando la demanda creciente de contenidos digitales innovadores.

Impacto Social

El Pizarrón se posiciona como un actor relevante en la comunidad gracias a su enfoque inclusivo y sensible:

- ✓ **Promoción de Perspectivas de Género:**
 - Creación de contenidos que visibilizan problemáticas sociales y fomentan la equidad.
 - Desarrollo de proyectos que destacan historias humanas, fortaleciendo la conciencia social.
- ✓ **Fortalecimiento de la Comunidad:**


	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- Organización de eventos culturales y educativos accesibles al público.
- Impulso a pequeñas empresas y emprendedores mediante servicios personalizados que aumentan su competitividad.
- ✓ Concienciación Ambiental:
- La campaña "Crea para el Futuro" no solo beneficia la imagen de la empresa, sino que también fomenta una cultura de sostenibilidad en los stakeholders y la comunidad en general.

Registro De Licencias Y Leyes

❖ Legislación vigente


- Legislación Urbana

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	


- ✓ Normatividad Urbanística Local: Las actividades económicas deben cumplir con los Planes de Ordenamiento Territorial (POT) de cada municipio, incluyendo el uso del suelo permitido para desarrollar actividades comerciales o empresariales. En el caso del Valle de Aburrá, las normas urbanísticas locales son gestionadas por las alcaldías municipales.

- Legislación Ambiental
 - ✓ Ley 99 de 1993: Establece los principios generales de la política ambiental en Colombia y regula las actividades económicas que puedan impactar el medio ambiente.
 - ✓ Licencias Ambientales: Es necesario obtener permisos específicos para actividades que impliquen emisiones, vertimientos o manejo de residuos peligrosos, gestionados a través de las Autoridades Ambientales Regionales (en este caso, el Área Metropolitana del Valle de Aburrá).
 - ✓ Resolución 2184 de 2019: Regula la gestión integral de residuos sólidos y plásticos, aplicable especialmente a empresas con uso intensivo de empaques o materiales reciclables.


- Legislación Laboral y Protección Social

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- Código Sustantivo del Trabajo: Regula las relaciones laborales, derechos y deberes entre empleadores y empleados.
- Afiliación Obligatoria a Seguridad Social: Empresas deben garantizar la afiliación de sus empleados a EPS, ARL, pensiones y caja de compensación familiar.
- Ley 1010 de 2006: Previene y sanciona el acoso laboral en las organizaciones.
- Registros y Formalización Empresarial
 - ✓ Registro Mercantil: Obligatorio para la formalización de cualquier empresa en Colombia. Se realiza ante la Cámara de Comercio correspondiente (como la Cámara de Comercio Aburrá Sur para Sabaneta).
 - ✓ Registro Único Tributario (RUT): Gestionado por la DIAN, es necesario para la identificación tributaria de la empresa.
 - ✓ Matriculación de Establecimientos de Comercio: Requisito para todos los locales físicos donde se desarrollen actividades económicas.
- Legislación Tributaria

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- ✓ Régimen Tributario: Las empresas deben inscribirse en el Régimen Simple o Régimen Ordinario, según su volumen de ingresos y características.
- ✓ Impuesto sobre la Renta y Complementarios: Gravamen anual sobre las utilidades de la empresa.
- ✓ Impuesto al Valor Agregado (IVA): Aplica a bienes y servicios gravados con una tarifa general del 19% o diferenciada, dependiendo de la naturaleza de los productos/servicios.
- ✓ Impuesto de Industria y Comercio (ICA): Gravamen municipal calculado con base en los ingresos brutos derivados de la actividad económica.
- Legislación de Propiedad Intelectual
 - ✓ Registro de Marca: Gestionado por la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) para proteger los derechos sobre el nombre comercial, logotipo y otros signos distintivos de la empresa.
 - ✓ Derechos de Autor: Aplica para contenidos originales, como diseños gráficos, videos y obras artísticas, mediante el registro en la Dirección Nacional de Derechos de Autor.
 - ✓ Ley 164 de 1994: Implementa acuerdos internacionales sobre derechos de autor y conexos.


	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- Legislación Ambiental y Social
- ✓ Responsabilidad Social Empresarial (RSE): Aunque no es obligatoria, la RSE está incentivada a través de normativas como la Ley 1257 de 2008, que fomenta prácticas empresariales responsables con el medio ambiente y la equidad de género.
- ✓ Ley 1429 de 2010: Beneficia a las micro y pequeñas empresas mediante descuentos en pagos de impuestos durante sus primeros años de operación.

❖ Gastos de constitución

A continuación, se detallan los costos asociados al proceso de constitución de una empresa tipo Sociedad Anónima (S.A.) en Colombia, basados en la información proporcionada por la Cámara de Comercio de Aburrá Sur:

- Inscripción en el Registro Mercantil
- ✓ Matrícula Mercantil:
 - Costo: Depende del monto de los activos reportados.

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- Tarifa mínima: Aproximadamente COP 40,000 para microempresas con activos mínimos.

- ✓ Derechos de Inscripción de Estatutos:
 - Tarifa fija: Aproximadamente COP 30,000.


- ✓ Certificados y Publicaciones:
 - Generación de certificados de existencia y representación legal: COP 5,000 por cada copia adicional.

- ✓ Elaboración y Formalización de Estatutos


- Honorarios de Abogado (opcional):
 - Redacción y revisión de los estatutos de la empresa: Entre COP 500,000 y COP 1,000,000, dependiendo del abogado o firma contratada.

- Notarización de Documentos

- ✓ Costos Notariales:

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- Autenticación de actas y estatutos: Entre COP 50,000 y COP 150,000, dependiendo del número de hojas y documentos autenticados.
- Registro Único Tributario (RUT)
- ✓ Trámite ante la DIAN:
 - Sin costo directo, pero puede requerir tiempo y recursos para completarlo.
- Publicación en el Diario Oficial
 - ✓ Costo de Publicación:
 - Obligatoria para dar publicidad a la constitución de la empresa.
 - Costo estimado: COP 130,000 a COP 150,000, dependiendo del tamaño del texto.
- Apertura de Cuenta Bancaria
- ✓ Depósito de Capital Social:

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- Las S.A. requieren que los accionistas depositen el capital suscrito en una cuenta bancaria. El monto depende del capital inicial definido.

- Otros Gastos Asociados

- ✓ Actualización Anual del Registro Mercantil:

- Tarifa anual: Aproximadamente el 0.7% de los activos totales de la empresa.


- Costo Total Estimado de Constitución

- ✓ Rango Bajo: COP 800,000 (sin incluir honorarios de abogado ni costos opcionales).

- ✓ Rango Alto: COP 2,000,000 (incluyendo honorarios legales y costos adicionales).

- ❖ Normas Política de distribución de utilidades

- Normativa General para la Distribución de Utilidades en una S.A.S en Colombia

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

En Colombia, las normas que regulan la distribución de utilidades en una Sociedad Anónima (S.A.S) están contempladas principalmente en el Código de Comercio y la Ley 222 de 1995, las cuales establecen las siguientes disposiciones:

✓ Asamblea General de Accionistas:


La distribución de utilidades debe ser aprobada por la Asamblea General de Accionistas mediante una decisión mayoritaria.

✓ Reserva Legal:

El 10% de las utilidades netas de cada ejercicio deben ser destinadas a una reserva legal hasta que esta alcance el 50% del capital suscrito de la sociedad.

✓ Pago de Dividendos:

- Los dividendos deben ser distribuidos de acuerdo con la proporción de acciones que posea cada accionista.
- Los accionistas pueden decidir si el pago de dividendos será en efectivo o en acciones.

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

✓ **Cumplimiento Tributario:**

La distribución de utilidades está sujeta a las retenciones fiscales correspondientes, como el impuesto a los dividendos, que varía según el régimen tributario del accionista.


• **Política de Distribución de Utilidades en El Pizarrón**

Para garantizar el crecimiento sostenible de El Pizarrón y el cumplimiento de sus objetivos estratégicos, se implementará la siguiente política de distribución de utilidades:


✓ **Reserva Legal y Operativa:**

- El 10% de las utilidades netas será destinado a la reserva legal, conforme a la normativa vigente.
- Un 20% adicional será destinado a una reserva operativa para financiar mejoras tecnológicas, adquisición de nuevos equipos y expansión de servicios.

✓ **Distribución de Dividendos:**

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- El 60% de las utilidades netas se distribuirá entre los accionistas en proporción a su participación en el capital social.
- El pago de dividendos se realizará anualmente, una vez aprobados los estados financieros por la Asamblea General de Accionistas, la cual estaría conformada por Alejandro Correa con el 100% de las acciones.
- ✓ **Inversión en Responsabilidad Social:**
 - El 5% de las utilidades será destinado a proyectos de responsabilidad social, como campañas educomunicativas y actividades que promuevan la sostenibilidad ambiental y social.
- ✓ **Fondo de Innovación:**
 - El 5% restante se asignará a un fondo de innovación para el desarrollo de nuevos formatos de contenido transmedia y la exploración de mercados internacionales.
- **Beneficios de la Política Propuesta**
- ✓ **Crecimiento Sostenible:** La reserva operativa e inversión en innovación garantizan que la empresa mantenga su competitividad y capacidad de expansión.


	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- ✓ **Reinversión Estratégica:** Parte de las utilidades se reinvierten en proyectos que fortalecen la sostenibilidad ambiental y la propuesta de valor de la empresa.
- ✓ **Satisfacción de los Accionistas:** La distribución equitativa de dividendos asegura que los intereses de los accionistas sean priorizados.
- ✓ **Cumplimiento Normativo:** La política cumple con las disposiciones legales sobre reservas y retenciones.

❖ **Legislación y normatividad vigente para la actividad económica y el sector económico.**

El sector de la producción de contenidos en Colombia está regulado por un marco normativo que abarca aspectos de propiedad intelectual, tributación, laborales, ambientales y específicos de la economía creativa. A continuación, se detalla cómo cada normativa afecta directamente a El Pizarrón:

- Ley 23 de 1982 (Derechos de Autor)

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

✓ Impacto en El Pizarrón:

Protege los derechos sobre los contenidos audiovisuales, gráficos y literarios creados por la productora, evitando el uso no autorizado por terceros. Además, garantiza que los clientes reciban material original y exento de problemas legales relacionados con plagio o derechos de reproducción.

- Decisión 486 de 2000 (Comunidad Andina)

✓ Impacto en El Pizarrón:


Permite registrar marcas, logotipos y nombres comerciales, asegurando que los distintivos de la productora sean reconocidos y protegidos en el mercado. Esto refuerza la identidad de la empresa frente a la competencia.

- Ley Naranja (Ley 1834 de 2017)

✓ Impacto en El Pizarrón:

Como productora de contenidos en la economía creativa, El Pizarrón puede acceder a incentivos tributarios, líneas de crédito preferenciales y fondos de inversión destinados a fomentar proyectos culturales y creativos.

- Ley 1978 de 2019 (TIC)

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

✓ Impacto en El Pizarrón:

Mejora el acceso a tecnologías de la información, esenciales para la producción y distribución de contenido audiovisual y gráfico. También fomenta el uso de herramientas digitales para la promoción y comercialización de servicios.

• Código Sustantivo del Trabajo


✓ Impacto en El Pizarrón:

Regula la contratación de personal creativo, técnico y administrativo. El Pizarrón debe garantizar condiciones laborales justas, afiliación al sistema de seguridad social y cumplimiento de jornadas laborales, especialmente en un sector con horarios flexibles.

• Ley 99 de 1993 (Política Ambiental)

✓ Impacto en El Pizarrón:

Afecta la gestión de residuos generados durante la producción audiovisual, como empaques de equipos y

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

consumibles. Además, la productora debe diseñar estrategias educomunicativas para reducir su impacto ambiental, promoviendo prácticas sostenibles entre su equipo y clientes.

- Estatuto Tributario

- ✓ Impacto en El Pizarrón:


La productora debe cumplir con obligaciones tributarias, como el pago de IVA sobre servicios audiovisuales y retenciones en la fuente. Esto afecta la estructura de costos y precios ofrecidos a los clientes.

- Ley de Financiamiento (Ley 2010 de 2019)

- ✓ Impacto en El Pizarrón:

Ofrece la opción de acogerse al Régimen Simple de Tributación, simplificando procesos administrativos y reduciendo la carga tributaria para pequeñas empresas en crecimiento.

- Resolución 2184 de 2019 (Gestión de Residuos)

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	


✓ Impacto en El Pizarrón:

Obliga a gestionar adecuadamente los residuos derivados de la producción, como materiales de escenografía, elementos gráficos y empaques de equipos. Esto refuerza la necesidad de implementar estrategias de reciclaje y reutilización.

- Ley 1257 de 2008 (Equidad de Género)

✓ Impacto en El Pizarrón:

La perspectiva de género, una de las ventajas estratégicas de la productora, está respaldada por esta ley, incentivando la creación de contenidos inclusivos y fomentando una imagen corporativa alineada con principios de equidad e inclusión

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

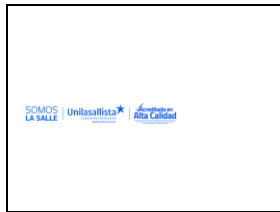
Financiero

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

Tabla 21

Costos

COSTOS PRODUCCION AUDIOVISUAL			
Conceptos	Básico	Intermedio	Premium
Salarios de los empleados	130.435	358.696	869.565
Uso y mantenimiento de la maquinaria	50.000	50.000	50.000
Costos logísticos	783.565	2.250.000	5.500.000
Costos de marketing y publicidad	36.000	315.000	1.580.435
Total / Proyecto	1.000.000	3.000.000	8.000.000



FORMATO PLAN DE NEGOCIO

Macroproceso: Docencia

Proceso: Desarrollo de la actividad académica

Código: DC-FO-XX
Versión: 1

COSTOS GESTION DE REDES SOCIALES			
Conceptos	Básico	Intermedio	Premium
Salarios de los empleados	43.478	173.913	260.870
Uso y mantenimiento de la maquinaria	80.000	80.000	80.000
Costos logísticos	720.000	1.019.783	1.350.000
Costos de marketing y publicidad	156.522	200.000	309.130
Total / Mes	1.000.000	1.500.000	2.000.000

COSTOS DISEÑO GRÁFICO			
Conceptos	Básico	Intermedio	Premium
Salarios de los empleados	21.739	108.696	217.391
Uso y mantenimiento de la maquinaria	80.000	80.000	80.000
Costos logísticos	120.000	299.783	450.000
Costos de marketing y publicidad	56.522	72.000	9.130
Total / Proyecto	278.261	586.783	756.521



FORMATO PLAN DE NEGOCIO

Macroproceso: Docencia

Proceso: Desarrollo de la actividad académica

**Código: DC-FO-XX
Versión: 1**

COSTOS ORGANIZACIÓN DE EVENTOS			
Conceptos	Básico	Intermedio	Premium
Salarios de los empleados	1.666.667	5.000.000	12.500.000
Uso y mantenimiento de la maquinaria	150.000	150.000	150.000
Costos logísticos	2.083.333	2.943.696	3.850.000
Costos de marketing y publicidad	600.000	880.000	1.000.000
Total / Proyecto	4.500.000	9.000.000	17.500.000

COSTOS CONSULTORÍAS Y TALLERES			
Conceptos	Básico	Intermedio	Premium
Salarios de los empleados	54.348	119.565	195.652
Uso y mantenimiento de la maquinaria	30.000	30.000	30.000
Costos logísticos	85.652	628.131	1.094.348
Costos de marketing y publicidad	30.000	96.000	180.000
Total / Proyecto	200.000	900.000	1.500.000

Fuente: Elaboración Propia


	FORMATO PLAN DE NEGOCIO			Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica		

Tabla 22

Sistema de financiamiento

<p>Un sistema de financiamiento es el conjunto de instituciones y mercados que permiten canalizar el ahorro hacia la inversión. El financiamiento es el proceso de proporcionar recursos a una persona o empresa para que pueda realizar un proyecto o negocio.</p>									
Capital requerido									
Se requiere un capital social inicial de 5.000.000 para creación de la empresa									
Se tienen activos fijos que hacen parte del capital propio del inversionista, tales como:									
1 CÁMARA CANON 250 D	4.000.000,00								
1 MICROFONO VCG ONKARA	1.000.000,00								
1 COMPUTADOR ESPECIALIZADO	6.000.000,00								
Se requiere invertir en compra de otros activos para mejorar la calidad de los servicios:									
1 CÁMARA SONY A7III	8.000.000,00								
1 CÁMARA SONY A6600	7.000.000,00								
1 NANLIGHT 720	3.500.000,00								
2 NANLIGHT 300	4.000.000,00								
MICRÓFONOS SENNHEISER	3.000.000,00								
1 COMPUTADOR ESPECIALIZADO	6.000.000,00								
Fuentes de financiación									
Se solicitará préstamo con un socio inversionista para la realización de las compras de equipos que se requieren y para cubrir algunos costos fijos mientras se empieza a facturar									


	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

Tabla 23

Flujo de caja y estados financieros

FORMATO PLAN DE NEGOCIO

Macroproceso: Docencia

Proceso: Desarrollo de la actividad académica

Código: DC-FO-XX
Versión: 1

		<h2 style="text-align: center;">EL PIZARRÓN SAS</h2> <h3 style="text-align: center;">FLUJO DE CAJA PROYECTADO</h3>														
		FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	Total año 2025	Total año 2026	Total año 2027	
Saldo inicial	5.000.000	5.000.000	5.000.000	3.600.000	3.200.000	700.000	12.351.943	9.543.886	7.715.829	4.817.772	3.369.715	7.421.658	5.000.000	7.373.601	31.165.409	
Ingresos																
Ventas en efectivo	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0	0	
Préstamos de terceros	-	-	-	-	20.000.000	-	-	-	-	-	-	-	20.000.000	-	-	
Cobros de ventas a crédito	-	-	-	-	-	6.000.000	8.000.000	15.000.000	20.000.000	20.000.000	30.000.000	99.000.000	224.640.000	269.568.000		
Total Ingresos	-	-	-	-	20.000.000	6.000.000	8.000.000	15.000.000	20.000.000	20.000.000	30.000.000	119.000.000	224.640.000	269.568.000		
Egresos																
Pago de nómina	-	-	-	-	1.423.500	1.423.500	1.423.500	1.423.500	1.423.500	1.423.500	1.423.500	1.423.500	9.964.500	18.790.200	21.045.024	
Pago de prestaciones sociales	-	-	-	-	438.871	438.871	438.871	438.871	438.871	438.871	438.871	438.871	3.072.097	5.793.097	6.488.269	
Pago de seguridad social	-	-	-	-	262.436	262.436	262.436	262.436	262.436	262.436	262.436	262.436	1.837.052	3.464.155	3.879.854	
Pago de otros pago de nómina	-	-	-	-	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000	1.400.000	2.640.000	2.956.800	
Prestación de servicios	-	-	-	-	-	2.400.000	3.200.000	6.000.000	8.000.000	8.000.000	12.000.000	39.600.000	89.856.000	107.827.200		
Pago costos de marketing	-	-	-	-	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	7.000.000	12.720.000	13.610.400		
Pago de licencia de software	-	-	-	-	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	10.500.000	19.080.000	20.415.600		
Pago de licencia de software	-	-	-	-	23.250	23.250	23.250	23.250	23.250	23.250	23.250	162.750	295.740	316.442		
Compras de equipos computacionales	-	-	-	3.500.000	-	-	-	4.000.000	5.500.000	-	8.000.000	21.000.000	5.000.000	5.350.000		
Compra de baterías	-	-	-	-	200.000	-	-	200.000	-	-	200.000	600.000	848.000	907.360		
Compra de tarjetas de memoria	-	-	-	-	300.000	-	-	300.000	-	-	300.000	900.000	1.272.000	1.361.040		
Pago de mantenimiento de equipos	-	-	-	-	500.000	-	-	-	-	-	500.000	1.000.000	1.150.000	1.288.000		
Pago de servicios Públicos	-	-	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000	4.000.000	5.088.000	5.444.160		
Pago de transportes	-	-	-	-	200.000	300.000	400.000	750.000	1.000.000	1.000.000	1.500.000	5.150.000	5.459.000	5.841.130		
Pago de afiliaciones o suscripciones	-	-	-	-	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	3.500.000	6.360.000	6.805.200		
Pago de seguros	-	-	-	-	-	360.000	480.000	900.000	1.200.000	1.200.000	1.800.000	5.940.000	11.232.000	16.174.080		
Pago de gastos de constitución	-	-	1.000.000	-	-	-	-	-	-	-	-	1.000.000	800.000	16.174.080		
Pagos varios	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	0	0		
Total Egresos	-	-	1.400.000	400.000	3.900.000	6.948.057	8.808.057	9.828.057	17.898.057	21.448.057	15.948.057	30.048.057	116.626.399	189.848.192	235.884.638	
Flujo de caja económico	5.000.000	5.000.000	3.600.000	3.200.000	700.000	12.351.943	9.543.886	7.715.829	4.817.772	3.369.715	7.421.658	7.373.601	7.373.601	42.165.409	64.848.770	
Financiamiento																
Interés y gastos bancarios	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	1.000.000	1.000.000	
Pago de préstamos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	10.000.000	10.000.000	
Total Financiamiento	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	11.000.000	11.000.000	
Flujo de caja financiero	5.000.000	5.000.000	3.600.000	3.200.000	700.000	12.351.943	9.543.886	7.715.829	4.817.772	3.369.715	7.421.658	7.373.601	7.373.601	31.165.409	53.848.770	

FORMATO PLAN DE NEGOCIO

Macroproceso: Docencia

Proceso: Desarrollo de la actividad académica

Código: DC-FO-XX
Versión: 1

EL PIZARRÓN S.A.S.					
Balance General a DICIEMBRE DE 2024					
Expresado en Pesos					
Cuenta	ACTIVO	A DICIEMBRE de 2024	Cuenta	PASIVO	A DICIEMBRE de 2024
Activo Corriente			Pasivo Corriente		
1105	CAJA	5.000.000,00	2105	BANCOS NACIONALES	0,00
1110	BANCOS	0,00	2205	PROVEEDORES	0,00
12	INVERSIONES	0,00	2335	COSTOS Y GASTOS POR PAGAR	0,00
1305	CLIENTES	0,00	2365	RETENCIONES EN LA FUENTE	0,00
1455	ACCESORIOS	0,00	2404	IMPUESTO DE RENTA X PAGAR	0,00
		0,00	25	OBLIGACIONES LABORALES	0,00
		0,00	2610	PROVISIONES LABORALES	0,00
		0,00	2615	PROVISIONES FISCALES	0,00
		0,00	2805	ANTICIPOS Y AVANCES RECIBIDOS	0,00
		0,00		OTROS PASIVOS	0,00
	Total Activo Corriente	5.000.000,00		Total Pasivo Corriente	0,00
Activo No Corriente			Pasivo a largo plazo		
1528	1 CÁMARA CANON 250 D	4.000.000,00	2355	DEUDAS CON ACCIONISTAS O SOCIO	11.000.000,00
1528	1 CÁMARA SONY A6600	0,00		Total Pasivo a largo plazo	11.000.000,00
1528	1 NANLIGHT 720	0,00			
1528	2 NANLIGHT 300	0,00			
1528	1 MICROFONO VCG ONKARA	1.000.000,00		TOTAL PASIVO	11.000.000,00
1528	1 COMPUTADOR ESPECIALIZADO	6.000.000,00			
1528	OTROS	0,00			
1592	DEPRECIACION ACUMULADA	0,00			
	Total Activo No Corriente	11.000.000,00			
				PATRIMONIO	A DICIEMBRE de 2024
	Otros Activos		3105	CAPITAL SOCIAL	5.000.000,00
1625	INTANGIBLES BODEGA 5 LEASING	0,00	3205	PRIMA COLOCACION	0,00
1698	AMORTIZACION	0,00	3605	RESULTADOS DEL EJERCICIOS	0,00
1710	DIFERIDOS	0,00	3705	UTILIDADES ACUMULADAS	0,00
			3710	PERDIDAS ACUMULADAS	0,00
	Total Otros Activos	0,00		Total Patrimonio	5.000.000,00
	TOTAL ACTIVO	16.000.000,00		TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	16.000.000,00

FORMATO PLAN DE NEGOCIO

Macroproceso: Docencia

Proceso: Desarrollo de la actividad académica

Código: DC-FO-XX
Versión: 1

EL PIZARRÓN S.A.S.		
Estados de Resultados		
A DICIEMBRE DE 2025		
(Valores expresados en pesos)		
		PROYECTADO A DICIEMBRE 2.025
INGRESOS OPERACIONALES:		
INGRESOS OPERACIONALES		99.000.000
ACTIVIDADES DE SERVICIOS DE COMUNICA	99.000.000	
COSTO DE VENTAS		62.262.750
HONORARIOS PRESTACION DE SERVICIOS	39.600.000	
PAGO COSTOS DE MARKETING	7.000.000	
PAGO DE LICENCIA DE SOFTWARE DE EDICI	10.500.000	
PAGO DE LICENCIA DE SOFTWARE DE FACTL	162.750	
COMPRA DE BATERIAS	600.000	
COMPRA DE TARJETAS DE MEMORIA	900.000	
PAGO DE AFILIACIONES O SUSCRIPC. (HOST	3.500.000	
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		36.737.250
GASTOS OPERACIONALES		
OPERACIONALES DE ADMINISTRACION		33.363.649
PAGO DE NÓMINA	9.964.500	
PAGO DE PRESTACIONES SOCIALES	3.072.097	
PAGO DE SEGURIDAD SOCIAL	1.837.052	
PAGO DE OTROS PAGO DE NÓMINA	1.400.000	
PAGO DE MANTENIMIENTO DE EQUIPOS	1.000.000	
PAGO DE SERVICIOS PUBLICOS	4.000.000	
PAGO DE TRANSPORTES	5.150.000	
PAGO DE SEGUROS	5.940.000	
PAGO DE GASTOS DE CONSTITUCIÓN	1.000.000	
OPERACIONALES DE VENTA		0
UTILIDAD OPERACIONAL		3.373.601
INGRESOS NO OPERACIONALES		
FINANCIEROS		0
RECUPERACIONES		0
OTROS		0
GASTOS NO OPERACIONALES		
GASTOS BANCARIOS		0
		0
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		3.373.601
GASTO IMPUESTO DE RENTA		0
UTILIDAD O (PERDIDA) NETA		3.373.601


	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

Tabla 24

Evaluación del proyecto: TIR, VPN. Pto. de equilibrio, relación costo / beneficio y recuperación de la inversión.

FORMATO PLAN DE NEGOCIO

Macroproceso: Docencia

Proceso: Desarrollo de la actividad académica

Código: DC-FO-XX
Versión: 1

CÁLCULO DEL VALOR ACTUAL NETO (VAN) Y TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)		
Valor de la Inversión Inicial		
	Capital Social de la empresa	5.000.000
	Equipos principales para inicial operaciones	11.000.000
	Total de la Inversión Inicial	16.000.000
Tasa de Interés		
la tasa de interés se refiere a la tasa de descuento que se utiliza para traer a valor presente los flujos de efectivo futuros que generará un proyecto o inversión. Esta tasa de descuento refleja el costo de oportunidad del capital, es decir, la rentabilidad que se podría obtener si se invirtiera el dinero en una alternativa con un riesgo similar.		
Para el caso de este proyecto será del 10%		
Flujos de Caja		
Los flujos de Caja proyectados a 3 años, de acuerdo al flujo de caja presentado, son:		
	Año 2025 (Año 1)	7.373.601
	Año 2026 (Año 2)	31.165.409
	Año 2027 (Año 3)	53.848.770
VALOR ACTUAL NETO (VAN)		
		56.917.188
Es esencial para evaluar la viabilidad de un proyecto o inversión. Para este caso nos arroja un valor positivo, lo que significa que el proyecto o inversión generará más valor del costo del capital invertido. En otras palabras, se espera que el proyecto no solo recupere la inversión inicial, sino que también genere ganancias adicionales. Un VAN positivo es una señal de que el proyecto es rentable.		
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)		
		112,40%
La Tasa Interna de Retorno (TIR) es una herramienta financiera importante que se utiliza para evaluar la rentabilidad de un proyecto o inversión. Es la tasa de descuento que iguala el Valor Actual Neto (VAN) de un proyecto a cero. Es la tasa a la cual los flujos de efectivo futuros de un proyecto, descontados al presente, son iguales a la inversión inicial.		



	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

Tabla 25

Otros Indicadores Financieros

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

EL PIZARRÓN S.A.S.					
INDICADORES FINANCIEROS					
	Indicador	Formula	Interpretación	dic-24	Observaciones
INDICADORES DE LIQUIDEZ	KT - Capital de trabajo	Activo corriente	Recursos de corto plazo para cubrir deudas de	5.000.000	
INDICADORES DE ROTACION	Dias de rotacion cartera	deudores promedio * 365 días / ventas	Mide el número de días que tarda la empresa en recuperar la cartera. Se compara con la política de la empresa	#DIV/0!	No se puede calcular debido a que El Pizarrón no tiene cartera ni ventas a la fecha de análisis de los indicadores
	Dias de rotacion inventario	inventario promedio * 365 días / costo de ventas	Determina en cuantos días la empresa convierte sus inventarios en efectivo o en cartera.	#DIV/0!	No se puede calcular debido a que El Pizarrón no tiene inventario ni costos de ventas, a la fecha de análisis de los indicadores
	Ciclo de caja operativo	dias de cartera + dias inventario	Determina los días que requiere la empresa para convertir lo producido en efectivo	#DIV/0!	No se puede calcular debido a que El Pizarrón no tiene cartera ni inventarios a la fecha de análisis de los indicadores
INDICADORES DE ENDEUDAMIENTO	Endeudamiento total	Pasivo total / activo total	Determina el grado de apalancamiento de acreedores en los activos de la empresa	68,75%	
	Endeudamiento a corto plazo	Pasivo corriente / pasivo total	Establece cual es el porcentaje del total de deudas que deben ser canceladas en el corto plazo.	0,00%	
INDICADORES DE RENTABILIDAD	Carga gastos financieros	Gastos financieros / ventas	Cuánto equivale el total de gastos financieros sobre las ventas del período	#DIV/0!	No se puede calcular debido a que El Pizarrón no tiene gastos financieros ni ventas a la fecha de análisis de los indicadores


	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

Tabla 26

Endeudamiento

INDICADORES DE ENDEUDAMIENTO	Endeudamiento total	Pasivo total / activo total	Determina el grado de apalancamiento de acreedores en los activos de la empresa	68,75%	
	Endeudamiento a corto plazo	Pasivo corriente / pasivo total	Establece cual es el porcentaje del total de deudas que deben ser canceladas en el corto plazo.	0,00%	

Tabla 27

Capital de trabajo

INDICADORES DE LIQUIDEZ	KT - Capital de trabajo	Activo corriente	Recursos de corto plazo para cubrir deudas de	5.000.000	
--------------------------------	-------------------------	------------------	---	-----------	--


	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

Tabla 28


Rotación de cartera, proveedores y ciclo operacional

INDICADORES DE ROTACION	Días de rotación cartera	deudores promedio * 365 días / ventas	Mide el número de días que tarda la empresa en recuperar la cartera. Se compara con la política de la empresa	#DIV/0!	No se puede calcular debido a que El Pizarrón no tiene cartera ni ventas a la fecha de análisis de los indicadores
	Días de rotación inventario	inventario promedio * 365 días / costo de ventas	Determina en cuantos días la empresa convierte sus inventarios en efectivo o en cartera.	#DIV/0!	No se puede calcular debido a que El Pizarrón no tiene inventario ni costos de ventas, a la fecha de análisis de los indicadores
	Ciclo de caja operativo	días de cartera + días inventario	Determina los días que requiere la empresa para convertir lo producido en efectivo	#DIV/0!	No se puede calcular debido a que El Pizarrón no tiene cartera ni inventarios a la fecha de análisis de los indicadores

Tabla 29

Gasto Financiero / Ventas

INDICADORES DE RENTABILIDAD	Carga gastos financieros	Gastos financieros / ventas	Cuánto equivale el total de gastos financieros sobre las ventas del período	#DIV/0!	No se puede calcular debido a que El Pizarrón no tiene gastos financieros ni ventas a la fecha de análisis de los indicadores
------------------------------------	---------------------------------	-----------------------------	---	---------	---

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

Análisis de riesgo:

Es una herramienta clave para El Pizarrón, toda vez que ayuda a identificar, evaluar y gestionar posibles riesgos que podrían afectar las operaciones del negocio.

En nuestra metodología, se define una matriz que clasifica y prioriza los riesgos en función de la probabilidad y el impacto y basado en ello define un mapa de calor de los riesgos.

- ✓ Probabilidad: posibilidad de que se materialice el riesgo y se clasifica así:
 - A – Muy alta: El riesgo se ha presentado o se puede presentar una o más veces en el trimestre
 - B – Alta: El riesgo se ha presentado o se puede presentar una o más veces en el semestre
 - C – Media: El riesgo se ha presentado o se puede presentar una o más veces en el año
 - D – Baja: El riesgo se ha presentado o se puede presentar una o más veces cada dos años
 - E – Muy baja: El riesgo se ha presentado o se puede presentar en un periodo igual o superior a dos años.

- ✓ Impacto: el grado de daño o efecto que el riesgo podría tener en la empresa
 - 1 – Muy bajo: Impacto insignificante, las consecuencias son mínimas.
 - 2 – Bajo: las consecuencias son leves.
 - 3 - Medio: el impacto es moderado, las consecuencias son notables pero manejables
 - 4 – Alto: las consecuencias son significativas
 - 5 – Muy alto: el impacto es catastrófico


Tabla 30

Análisis de Riesgo

		PROBABILIDAD				
		E	D	C	B	A
IMPACTO		Muy baja	Baja	Media	Alta	Muy Alta
	1	E1	D1	C1	B1	A1
	2	E2	D2	C2	B2	A2
	3	E3	D3	C3	B3	A3
	4	E4	D4	C4	B4	A4
	5	E5	D5	C5	B5	A5

- Riesgo Bajo
- Riesgo Moderado
- Riesgo Alto
- Riesgo Extremo

Fuente: Elaboración Propia

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

De acuerdo con lo anterior, el tipo de riesgo sería:

- Riesgo bajo: La operación de la empresa continúa sin interrupciones
- Riesgo Moderado: Se presentan interrupciones y recuperación rápida
- Riesgo Alto: Las interrupciones son considerables y se presentan costos adicionales
- Riesgo extremo: Se presentan interrupciones prolongadas o el cese de operaciones


Una vez son identificados y evaluados los riesgos, se establecen controles detallados buscando mitigarlos y posteriormente vuelve y se evalúa el riesgo con el control para definir el riesgo residual. Ver Anexo 1. ANÁLISIS DE RIESGO

❖ Análisis de sensibilidad y plan de contingencia.

Es un programa que establece EL PIZARRON con el fin de ayudarla a responder y recuperarse de eventos inesperados o emergencias que podrían interrumpir sus operaciones. Para este fin se hace una identificación de riesgos, una evaluación de probabilidad e impacto, y una definición de controles, a través de una matriz de riesgos.


Posteriormente se establecen unas medidas preventivas, el plan de acción a seguir, se comunica el plan de contingencia y se actualiza periódicamente.

- ✓ Matriz de riesgos: Ver punto “Matriz de Riesgos”
- ✓ Medidas preventivas: Son las acciones que EL PIZARRON, toma de antemano para reducir la probabilidad o el impacto de posibles riesgos y amenazas
- ✓ Plan de acción: Es la hoja de ruta detallada que describe las tareas necesarias para mitigar los riesgos

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

- ✓ **Comunicación y entrenamiento:** Son las acciones destinadas a comunicar a las partes interesadas el plan de contingencia, y así mismo se provee el entrenamiento necesario para llevar a cabo dichas acciones
- ✓ **Revisión y actualización:** Se garantizan revisiones y actualizaciones periódicas, según los cambios presentados. Ver ANEXO 2. PLAN DE CONTINGENCIA

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


	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

Conclusiones

Este trabajo de grado fue mucho más que un requisito académico; representó un camino de aprendizajes, retos y crecimiento personal y profesional. A través de *El Pizarrón*, una idea que comenzó como un proyecto pequeño y lleno de aspiraciones, pude aplicar conocimientos adquiridos en mi formación como comunicador social, junto a un conocimiento que ni de asomo pensé conectar con él, como es la administración de empresas y llevarlos a la práctica en un contexto real.

Este proyecto también me enseñó que el mundo profesional está lleno de retos: recursos limitados, plazos ajustados y la necesidad constante de adaptarse. Sin embargo, esas mismas dificultades fueron las que me impulsaron a innovar, a organizarme mejor y a confiar en las capacidades que he desarrollado a lo largo de estos años.

En resumen, este trabajo no solo marcó el cierre de una etapa académica, sino que también dejó sembrada la semilla de lo que quiero construir en el futuro: una agencia que valore las historias, la creatividad y la sensibilidad, siempre con el propósito de impactar positivamente a las personas. *El Pizarrón* no es solo una empresa, es un reflejo de mis sueños y mi compromiso con la comunicación y el periodismo, junto con todas esas personas que me ayudaron a labrar quien soy y como va a ser *El Pizarrón* la herramienta de transformación con la que quiero cambiar el mundo.

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

Referencias


BBVA Research. *Análisis económico y social de Medellín: Informe de indicadores regionales*. Recuperado de <https://www.bbva.com.co/content/dam/public-web/colombia/documents/home/body/inversionista/espanol/gobierno-corporativo/asamblea-accionista/2023/Informe-Separado-2022.pdf>

Cámara de Comercio de Medellín. *Estadísticas empresariales y económicas del Valle de Aburrá*. Medellín, Colombia. Recuperado de https://www.camaramedellin.com.co/Portals/0/Documentos/Transparencia/Estudio_economico_2023_CCMA.pdf

Cámara de Comercio Aburrá Sur. *Informe de Gestión y Proyecciones 2023*. Recuperado de <https://ccas.org.co/centro-de-conocimiento/informes/>

Medellín Cómo Vamos. *Informe de calidad de vida en Medellín*. Recuperado de <https://www.medellincomovamos.org/informe-calidad-de-vida-medellin-2020-2023>


Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). *Proyecciones demográficas y estadísticas laborales en Medellín*. Bogotá, Colombia. Recuperado de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion>

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

Banco de la República. *Reporte de Mercado Laboral - Repunte reciente de la ocupación, y un análisis regional del empleo urbano en la pospandemia.* Recuperado de <https://www.banrep.gov.co/es/publicaciones-investigaciones/reporte-mercado-laboral/octubre-2024>

Portafolio. *Por qué se prevé una mejora en el clima de negocios en Medellín y Cali para el 2024.* Recuperado de: <https://www.portafolio.co/economia/regiones/sectores-empresariales-de-medellin-y-cali-ven-un-buen-2024-593947>

ProColombia. *Fortalecer la internacionalización de las empresas, el compromiso de ProColombia en congreso de Analdex.* Recuperado de <https://procolombia.co/sala-de-prensa/noticias/fortalecer-la-internacionalizacion-de-las-empresas-el-compromiso-de-procolombia-en-congreso-de-analdex>

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

El Colombiano. *Antioquia se recupera: “Medellín tiene el desempleo más bajo de los últimos 13 o 14 años”, según Cámara de Comercio Recuperado* de <https://www.elcolombiano.com/negocios/medellin-tiene-la-tasa-de-desempleo-mas-baja-de-los-ultimos-14-anos-foro-de-perspectivas-economicas-2025-BD25736070>


Alcaldía de Medellín. *Plan de Desarrollo de Medellín: Proyectos estratégicos 2024-2027*. www.medellin.gov.co. Conoce el Plan de Desarrollo Distrital "Medellín Te Quiere" 2024 - 2027

Matriz de Riesgos de El Pizarrón. (2024). Documento interno sobre riesgos y estrategias de mitigación en la productora. El Pizarrón S.A.S.

https://docs.google.com/spreadsheets/d/16uoC5TXyPtNfolzXoTTZHxDJJN-a5O1J/edit?usp=drive_link&oid=110582180797801202534&rtpof=true&sd=true

Plan de Contingencia de El Pizarrón. (2024). Estrategias de prevención y respuesta ante situaciones adversas. El Pizarrón S.A.S.

https://docs.google.com/spreadsheets/d/16uoC5TXyPtNfolzXoTTZHxDJJN-a5O1J/edit?usp=drive_link&oid=110582180797801202534&rtpof=true&sd=true

	FORMATO PLAN DE NEGOCIO		Código: DC-FO-XX Versión: 1
	Macroproceso: Docencia	Proceso: Desarrollo de la actividad académica	

Flujo de caja proyectado de El Pizarrón (2024). Proyección de ingresos y egresos durante los tres primeros años de El Pizarrón

https://drive.google.com/drive/folders/1fvrUXBBL5FyhbaiDHHel8EnIMnU7UVxB?usp=drive_link