

**RECREA
AGENCIA PUBLICITARIA**

**Cristian Alfonso Mendoza Galeón
2020 - I**

**Alban Luna Blanco
Director de Trabajo de Grado**

**Universidad de Pamplona.
Norte de Santander.
Trabajo de Grado**

**Copyright © 2020 por Cristian Alfonso Mendoza Galeón.
Todos los derechos reservados.**

Dedicatoria

A mi madre, Lucero Galeón.

Es la mujer que me construyó como una persona llena de valores, gracias a ella soy un hombre capaz de superar cualquier obstáculo sin afectar a alguien, por el contrario, ella es la mujer que me inculcó el respeto por los demás seres vivos y la importancia de su existencia, por eso hoy, quiero dedicarle este proyecto de vida y sus futuros frutos, ya que ella fue el motivo principal que me impulsó a construirlo.

A mi padre, Álvaro Mendoza

Un ejemplo de vida, de superación y de cambio, quien a pesar de las situaciones difíciles que tuvo que pasar, nunca dejó de brindarme su apoyo incondicional, por esta razón dedico este proyecto y sus futuros frutos a mi padre.

Resumen

Recrea es una agencia de publicidad que brinda soluciones comunicativas a las empresas, enfocándose en el posicionamiento, el fortalecimiento de la imagen corporativa y la promoción de sus productos o servicios, sabiendo adaptar las nuevas tecnologías y tendencias para satisfacer las necesidades de los clientes. En esta era digital llena de información e invasión publicitaria, es necesario mostrar todo el potencial de una empresa en las plataformas digitales y disponer de un aliado para el manejo asertivo de la comunicación, pero lastimosamente en el municipio de Pamplona los servicios publicitarios son muy limitados y las empresas de publicidad no cubren el total de la demanda de estos servicios.

El portafolio de servicios de Recrea cuenta con varios componentes innovadores dentro del municipio, como la producción multimedia, la producción audiovisual, la optimización de motores de búsqueda, el desarrollo de sitios webs y la creación de estrategias publicitarias para ofrecerlos a las empresas e instituciones públicas y privadas de todos los sectores, por medio de un equipo de trabajo profesional respaldado con herramientas de última tecnología para dar soluciones efectivas y de calidad.

Abstract

Recrea an advertising agency that provides communication solutions to companies, focusing on positioning, strengthening the corporate image and promoting their products or services, knowing how to adapt new technologies and trends to meet customer needs. In this digital age full of information and advertising invasion, it is necessary to show the full potential of a company on digital platforms and configure an ally for assertive communication management, but lately in the municipality of Pamplona public services are very limited and advertising companies do not cover the total demand for these services.

Recrea's portfolio of services has several innovative components within the municipality, such as multimedia production, audiovisual production, search engine optimization, website development, and the creation of public strategies to offer companies and public institutions and deprived of all sectors, through a professional work team backed with the latest technology tools to provide effective and quality solutions.

Introducción

Recrea es una agencia publicitaria que brinda soluciones creativas dirigidas a todas las empresas, en especial a las que tienen problemas comunicativos, esto por medio de servicios publicitarios innovadores, desarrollados con la mejor tecnología y un excelente equipo profesional, con el objetivo de fortalecer la imagen de los clientes y posicionarlos dentro del mercado.

La agencia publicitaria busca desarrollar e impulsar la imagen mediante un equipo creativo de profesionales y la buena gestión de medios e influencias. Esta agencia se especializa en soluciones de diseño creativo, desarrollo web/App, impresión gráfica y producción multimedia y audiovisual, promoviendo la conexión que debe existir entre la identidad de la empresa y el contexto social donde se desarrolla.

Se estructura bajo el modelo de negocio Canvas, dividido en nueve módulos que se interrelacionan para dar lógica a una idea de emprendimiento, en este apartado se proyecta la empresa de manera breve y concreta para determinar si la idea de negocio tiene viabilidad en el mercado. La segunda etapa es el análisis de mercado donde se estudia el estado del mercado, la competencia y el público objetivo, identificando los problemas comunicativos de las empresas en el municipio.

En la tercera fase, en el plan productivo de la agencia, se establece el portafolio de servicios, sus funciones y cómo son los procesos para la elaboración de cada uno de los

elementos que le conforman. En este apartado se determinan las ventajas que tiene Recrea sobre la competencia que existe y su proyección como agencia que se mantiene a través del desarrollo de la comunidad, de la región y la nación.

Para impulsar la empresa se elaboró el plan de marketing donde se planificaron varias estrategias, con el objetivo de dar a conocer la nueva agencia publicitaria en el municipio de Pamplona y la región, además se definen varios factores importantes, en los que se encuentran; el tamaño del público que se atenderá, así, como el componente innovador y el valor agregado de la empresa.

En la estructura organizacional de la empresa se determinan los requisitos y procesos para contratar el equipo humano de profesionales y se establecen los procesos de reclutamiento para cada uno de los miembros, además se podrá observar la razón social, el tamaño y la ubicación detallada de la empresa.

Por último, se realizó la estructura de costes, en donde se analizó el flujo de ingresos que tendrá la empresa, por medio de los análisis del precio, la producción y la demanda de los servicios publicitarios que ofrece Recrea, esto para demostrar la viabilidad y sostenibilidad que tiene la empresa frente al mercado y la competencia.

Recrea pretende orientar al sector empresarial, siguiendo procesos rigurosos y estandarizados con los que el cliente esté acorde en todo momento, además se ofrecerán asesorías de imagen empresarial, manteniendo una actitud creativa y abierta a todo tipo de

peticiones. El objetivo principal es que los productos y servicios sean de tal utilidad para el cliente, que se establezca una relación cliente-consumidor cercana y así poder participar en sus decisiones estratégicas.

Índice

Introducción	v
Capítulo 1 Descripción del modelo de negocio	1
1.1 Información general del modelo de negocio.....	1
1.1.2 Historia del concepto del modelo de negocio	1
1.1.3 Experiencia en la gestión del modelo de negocio	3
1.1.4 Logo y Marca.....	5
1.1.5 Estado Actual del Emprendimiento	8
1.1.6 Ubicación y tamaño del mercado que atenderá	9
1.1.7 Fotografía del producto y/o servicio	10
1.1.8 Sector o Línea de Emprendimiento.....	10
1.2 Descripción del Tipo de Innovación	12
1.3 Propuesta de Valor	15
1.4 Segmentos de clientes	16
1.5 Canales de distribución	17
1.6 Estrategias de relacionamiento y fidelización de Clientes.....	19
1.7 Descripción de actividades Clave del Modelo de Modelo de Negocio	21
1.8 Flujo de ingresos	22
1.9 Descripción de Recursos Clave para el Modelo de Negocio	22
1.11 Proyección de estructura de Costos	23
1.12 Proyección de Flujo de Ingresos	23
1.13 Aliados Estratégicos.....	24
1.14 Matriz CANVAS	25
Capítulo 2 Análisis de Competitividad del Modelo de Negocios.....	26
2.1 Análisis del Sector y entorno empresarial al que pertenece el modelo de negocio desde la perspectiva Local, Regional, Nacional o Internacional	26
2.1.1 Sondeo de opinión.....	29
2.2 Análisis del Mercado a Nivel Local, Regional, Nacional o Internacional.....	31
2.2.1 Nacional	31
2.2.2 Regional	33
2.2.3 Local	34
2.2.4 Encuesta	36
2.3 Análisis de la Competencia a Nivel Local, Regional, Nacional o Internacional	49
2.3.1 Nacional	51
2.3.2 Regional	53
2.3.3 Local	71
2.3.4 Diario de campo.....	72
2.4 Descripción de la Ventaja de la Empresa	77
2.5 Aportes del modelo de negocios al desarrollo socioeconómico y la competitividad a nivel Local, Regional, Nacional o Internacional	80
2.5.1 ONU Objetivos de desarrollo sostenible.....	81
2.5.2 Plan de Desarrollo para Norte de Santander 2020-2023 “más oportunidades para todos”	82
2.5.3 Plan de Desarrollo Municipal 2020 – 2023 Alcaldía de Pamplona	83

2.6 Articulación a gremios, Cadena Productiva, redes o Clúster, a nivel Local, Regional, Nacional o Internacional	84
Capítulo 3 Diseño del proceso Productivo.....	85
3.1 Descripción del producto o servicio	85
3.1.1 Servicios de Diseño Creativo y diagramación publicitaria.....	86
3.1.2 Servicios de Desarrollo Web/multimedia	86
3.1.3 Servicios de producción audiovisual	89
3.2 Esquema y/o mapa del Proceso Productivo	90
3.3 Distribución de las áreas de trabajo	96
3.4 Plan de Producción y Cronograma de Implementación del plan de negocios.....	97
3.5 Plan de Necesidades, requerimientos, licencias.....	98
3.6 Descripción de Infraestructura Física y Tecnológica de la empresa.....	100
3.6.1 Infraestructura Proyectada	101
3.6.2 Descripción detallada de la localización.....	101
3.6.3 Macro-localización	102
3.6.4 Micro localización	102
Capítulo 4 PLAN DE MARKETING.....	103
4.1 Perfil del cliente y/o segmento de clientes, diseño y posicionamiento de marca y líneas de producto o servicio.....	103
4.1.1 Perfil Demográfico.....	107
4.1.2 Prospectos de clientes	107
4.2 Estrategias de Distribución y plan de ventas	111
4.2.1 Plan de Ventas.....	112
4.3 Estrategias de captación, fidelización y posicionamiento de marca	112
4.3.1 Líneas de Producto.....	114
4.4 Políticas de precios, promociones y Cartera	118
4.4.1 Objetivo de la empresa.....	118
4.4.2 Costos.....	118
4.4.3 Elasticidad de la demanda.....	118
4.4.4 Valor del producto ante el cliente	119
4.5 Estrategias de Aprovisionamiento	119
4.6 Plan de Medios.....	119
4.6.1 Objetivos	119
4.7 Estrategias de Networking Local, Regional, Nacional o Internacional	121
4.8 Presupuesto Plan de Marketing.....	122
Capítulo 5 Gerencia y estructura organizacional	123
5.1 Capacitaciones y oportunidades de la empresa, análisis interno y externo (DOFA).....	123
5.2 Organigrama, misión, visión y objetivos	125
5.2.1 MISIÓN	125
5.2.2 VISIÓN	125
5.2.3 Objetivos	126
5.3 Recursos humanos, manual de funciones, proceso de reclutamiento, contratación, entrenamiento y selección.....	126
5.3.1 Manual de funciones	126
5.3.2 Proceso de reclutamiento	132

5.3.3 Proceso de Selección.....	132
5.3.4 Contratación.....	132
5.4 Descripción de Procesos de Comunicación interna de la empresa.....	133
5.4.1 Plan de comunicaciones internas.....	133
5.5 Descripción de Estrategias de Aseguramiento de la Información de la Empresa -Software.	135
5.6 Descripción de Estrategias de Aseguramiento de la calidad en Empresa.....	135
5.7 Descripción de Competencias del Recurso humano actual de la empresa.....	135
5.7.1 Perfil de la secretaria.....	136
5.7.2 Perfil del Diseñador.....	136
5.7.3 Perfil del Comunicador Social.....	136
5.7.4 Perfil del Productor Multimedia/Audiovisual.....	137
5.7.5 Perfil del programador.....	138
5.7.6 Valores que deben resaltar los empleados de Recrea.....	138
5.8. Plan de implementación del plan de negocios -Cronograma.....	139
5.9 Constitución legal del negocio.....	139
Capítulo 6 Planeación financiera.....	141
6.1 Estructura de Costos.....	141
6.2 Proyección de ingresos.....	143
6.3 Flujo de efectivo.....	145
6.4 Balance.....	146
6.5 Indicadores de evaluación Financiera.....	148
6.6 Plan de desembolsos.....	148
Conclusiones.....	149
Referencias Bibliográficas.....	150

Lista de Tablas

Tabla 1, Información del emprendedor.....	1
Tabla 2, Experiencia	3
Tabla 3 (Plan de financiación e inversión del proyecto).....	23
Tabla 4 (Flujo de ingresos)	23
Tabla 5 (Matriz CANVAS).....	25
Tabla 6 (Unidades Productivas Cúcuta)	33
Tabla 7 (Wix).....	50
Tabla 8(Recuervo)	51
Tabla 9 (Iwebs)	52
Tabla 10(Stigma Studio).....	52
Tabla 11 (Colorama).....	53
Tabla 12 (Polen Audiovisual).....	54
Tabla 13(Logo Ideas).....	72
Tabla 14 (Arquidiseños)	73
Tabla 15(Soluciones Clara).....	75
Tabla 16 (Matriz del perfil competitivo)	76
Tabla 17(Servicios Creativos).....	86
Tabla 18(Digital/Multimedia).....	87
Tabla 19(Producción Audiovisual).....	89
Tabla 20 (Mapa productivo de la línea de Diseño Creativo).....	90
Tabla 21(Mapa productivo de la línea de Desarrollo web).....	91
Tabla 22 Mapa productivo de la línea de Producción Audiovisual	93
Tabla 23(Plan de producción).....	97
Tabla 24 (Cronograma de implementación)	98
Tabla 25 (Segmentación de clientes)	106
Tabla 26 (Plan de medios)	120
Tabla 27(Presupuesto de Marketing).....	122
Tabla 28 (Matriz DOFA)	124
Tabla 29(Manual de funciones Diseñador Gráfico).....	127
Tabla 30 (Manual de funciones Comunicador Social)	128
Tabla 31 (Manual de funciones secretario (a))	128
Tabla 32(Manual de funciones Productor Audiovisual).....	130
Tabla 33 (Manual de funciones Programador)	131
Tabla 34(Cronograma de actividades).....	139
Tabla 35 (Estructura de costos).....	141
Tabla 36(Plan de inversión y financiación)	142
Tabla 37 (Verificación Inversión Corriente).....	142
Tabla 38 (Verificación Inversión diferida)	142
Tabla 39(Proyección de ingresos).....	143
Tabla 40(Ventas por producto)	144
Tabla 41 (Flujo de efectivo).....	145
Tabla 42 (Plan de desembolso).....	148

Lista de ilustraciones

Ilustración 1, Logo Recrea	5
Ilustración 2, Inversión publicitaria.	31
Ilustración 3, ODS de la ONU	81
Ilustración 4, Plan de Desarrollo Municipal	83
Ilustración 5, Proceso productivo de Recrea.....	85
Ilustración 6, Distribución del área de trabajo	96
Ilustración 7, Macrolocalización.....	102
Ilustración 8, Ubicación de la empresa	102
Ilustración 9, Ubicación panadería San Agustín.....	110
Ilustración 10, Organigrama	125

Lista de Figuras

Figura 1, Sondeo de opinión. pregunta #1	29
Figura 2, Sondeo de opinión. Pregunta #2.....	30
Figura 3, Encuesta; pregunta #1.....	36
Figura 4, Encuesta; pregunta #2.....	37
Figura 5, Encuesta; pregunta #3.....	38
Figura 6, Encuesta; pregunta #4.....	39
Figura 7, Encuesta; pregunta #5.....	40
Figura 8, Encuesta; pregunta #6.....	41
Figura 9, Encuesta; pregunta #7.....	42
Figura 10, Encuesta; pregunta #8.....	43
Figura 11, Encuesta; pregunta #9.....	44
Figura 12 Encuesta; pregunta #10.....	45
Figura 13, Encuesta; pregunta #11.....	46
Figura 14, Encuesta; pregunta #12.....	47
Figura 15, Encuesta; pregunta #13.....	48
Figura 16, Encuesta; pregunta #14.....	49

Lista de Anexos

Anexo A. Reels Recrea 1
Anexo B (Experiencia en el mercado) 5
Anexo C (Manual de identidad corporativa) 7
Anexo D (Portafolio de servicios) Ver en carpeta de Anexos 10
Anexo E (Estudio de mercado) Ver en carpeta Anexos 26
Anexo F (Sistema Gestión de Calidad de la Empresa). 135

Capítulo 1

Descripción del modelo de negocio

1.1 Información general del modelo de negocio

Tabla 1, Información del emprendedor

Información del emprendedor			
Nombre	Cristian Alfonso Mendoza Galeón	Cédula	1.143.140.024
Fecha y lugar de nacimiento	15 de junio de 1993 San Alberto – Cesar	Institución	Universidad de Pamplona
Profesión	Comunicador Social	Conocimientos especiales	Diseño y Producción Audiovisual
Celular	3186320336	Correo	chrismendoza1506@gmail.com
Dirección	Calle 1c # 3b-22	Ciudad	Pamplona – Norte de Santander

Anexo A. Reels Recrea

1.1.2 Historia del concepto del modelo de negocio

Un modelo de negocio, es la proyección de una idea productiva que se desarrolla y profundiza junto a temas de innovación y creación, por eso debe pensarse como algo nuevo lo que se quiere contar desde el emprendimiento. Alexander Osterwalder, creador del Modelo Canvas define un modelo de negocio como “las bases sobre las que una empresa crea, proporciona y capta valor” (Osterwalder & Pigneur, 2010), es decir, la descripción de cómo una empresa ofrece sus productos o servicios a los clientes, y de cómo funcionan los procesos de la misma.

Recrea se estructura bajo el Modelo de Negocio “Canvas”, (Osterwalder & Pigneur, 2010), dice que se divide en cuatro áreas principales: clientes, oferta, infraestructura y viabilidad

económica, con el objetivo de plasmar nueve módulos esenciales que deben tener las empresas para crear valor. Con este modelo se busca establecer una relación lógica entre cada uno de los módulos pertenecientes a la organización y medir la viabilidad del negocio.

En el municipio de Pamplona existe mucha diversidad cultural, esto debido a los jóvenes que estudian en la Universidad de Pamplona (con un aproximado de cinco mil estudiantes nuevos cada periodo semestral), realizan diariamente actividades culturales, ya sean formales o informales y con un propósito: académico, laboral o personal.

Precisamente, la idea de negocio surge gracias al reconocimiento que se obtuvo tras la publicación de un video que mostró parte de la cultura pamplonesa, donde se incluyó un personaje icónico de la ciudad, la cinta fue titulada “Cuando tus amigos te buscan novia”, un corto de comedia grabado con equipos y *software* de edición sin licencias, junto a un grupo de amigos que formaron parte de la producción, además de eso, se diseñaron piezas gráficas como banners, marcos, vectores y el logo para la presentación del vídeo.

El video generó un gran impacto en las redes sociales (500.000 personas alcanzadas), no solo por la historia relatada, sino por su creatividad tanto en los guiones, como en las tomas realizadas, también se reflejó la calidad de edición en el film. La presentación del vídeo se hizo con la imagen corporativa de la empresa y gracias al auge de este vídeo, una empresa se contactó con Recrea y contrató inmediatamente los servicios de publicidad (manejo de redes y edición de videos). Este producto audiovisual inicial fue lo que motivó a proyectar la idea de negocio, sumado a esto, las críticas constructivas y comentarios positivos acerca de la producción, su originalidad, diseño y creatividad (más de 500 interacciones en el clip).

Luego de realizar varias piezas audiovisuales y subirlas a la red, nos percatamos que cada vez más empresas preguntaban acerca de estas producciones. Estos eventos relacionados con las

empresas, la región y sus resultados, dieron inicio a lo que más adelante tomó una perspectiva mucho más organizada y estructurada, con fines de lograr emprender en el campo audiovisual y publicitario sobre los eventos del cotidiano contextual pamplonés.

Gracias a la multiculturalidad que se vive en Pamplona por su referencia de ser una ciudad estudiantil y que, además, alberga a más de cinco mil (5000) estudiantes nuevos cada período semestral, se convierte en un epicentro de diversidad de creencias, ideologías políticas, costumbres populares y esto ayuda a que se encuentren muchas más necesidades comunicativas y de convivencia social. Aquí, estas necesidades cotidianas (ya en las empresas), para RECREA se convierten en la oportunidad de intervención inmediata, innovadora, creativa y recreativa para desarrollar procesos más cohesivos de comunicación con los clientes.

1.1.3 Experiencia en la gestión del modelo de negocio

Desde el mes de octubre del año 2018, Recrea se ha encargado de fortalecer la imagen corporativa de pequeñas empresas de manera informal, mediante contenidos audiovisuales, diseños, cubrimiento de eventos y manejo de redes. Recrea ha sido responsable de realizar diversos trabajos publicitarios para algunas empresas del sector.

A continuación, se mencionan algunos de los trabajos realizados hasta el momento por Recrea:

Tabla 2, Experiencia

Cliente	Descripción del cliente	Sector	Producto/Servicio brindado
El Patio	Empresa dedicada a realizar eventos sociales, fiestas y eventos privados, dirigidos a la comunidad joven y adulta de la	Servicios	Marketing de contenidos digitales Diseño de logotipo Diseño de anuncios publicitarios

	ciudad de Pamplona.		
Hipnotic Club	Empresa dedicada a realizar eventos sociales, fiestas y eventos privados, dirigidos a la comunidad joven y adulta de la ciudad de Pamplona.	Servicios	Cubrimiento de evento social True Skills Diseño de logotipo del evento Marketing de contenidos digitales Piezas audiovisuales cortas
Mr. Pez	Proyecto de emprendimiento direccionado a actividades de piscicultura, distribución y venta de carne de pescado, sus clientes más frecuentes son empresas dedicadas a la gastronomía.	Comercial	Logotipo de Mr. Pez
Lizmar Leal	Ingeniera ambiental pamplonesa	Persona natural	Sesión fotográfica
Nigga Barber Shop	Barberia profesional dedicada al servicio de corte estilizado para damas y caballeros.	Servicios	Diseño de logotipo Diseño de interiores Diseño de anuncios publicitarios Administración de redes sociales (Facebook & Instagram)
Colegio Provincial	Institución educativa pública de la ciudad de Pamplona, que brinda educación primaria y secundaria de alta calidad.	Institucional	Video institucional Video de brigada de salud Remasterización de logo Marketing de contenido digital

Ballet Pamplona	Empresa dedicada a la enseñanza y aprendizaje de danzas culturales.	Servicios	Sesión fotográfica Cubrimiento de eventos
I.S.E.R	Institución superior de educación rural que brinda formación educativa por medio de carreras técnicas y tecnológicas.	Institucional	Cubrimiento de eventos Marketing de contenidos digitales Video institucional Videos tutoriales
Adriana Hernández Lizcano	Directora del departamento de deporte y recreación de la Alcaldía de Pamplona.	Gubernamental	Campaña publicitaria Cubrimiento de eventos Producción de piezas audiovisuales Producción multimedia Marketing de contenidos Sesiones fotográficas Diseño creativo

Anexo B (Experiencia en el mercado)

1.1.4 Logo y Marca



Ilustración 1, Logo Recrea

Slogan: Creamos conexiones transmitiendo tu esencia.

Recrea es una empresa que propone soluciones innovadoras y creativas de tipo marketing/publicitarias en el municipio de Pamplona y toda la zona de Norte de Santander, por esta razón, en el logo la palabra Recrea conecta dos palabras, **Rec**, que da significado a las siglas Registro Electrónico Común y la palabra **Crea**, que hace referencia a la creación de productos y servicios innovadores. Además de eso, la palabra completa **RECREA** representa la creatividad del equipo de trabajo. En el fondo se encuentran formas cíclicas repetidas y unidas entre sí para dar significado al eslogan de la empresa “Creamos Conexiones”. Los objetos de colores que lo rodean forman un obturador de una cámara, centrando la letra “R” como foco principal.

La fuente usada como letra principal es **Baron**, y **Baron italic** para la secundaria. La superposición del texto con la imagen lo convierte en un Isotipo, además, es un estilo multicolor, para que sea mucho más sencillo de recordar y para que pueda captar la atención de manera inmediata. Los siguientes colores representan imagen y marca de la agencia publicitaria Recrea: **Rojo:** Somos una empresa llamativa para el sector de marketing que significa poder y atracción, además logramos que el público concentre su atención en los servicios y productos sin tener alguna necesidad presente.

Amarillo: En nuestra empresa ofrecemos servicios de calidad, desarrollado por personal capacitado y especializado, esto con el fin de tener una relación más preciada, cálida y confiable con los usuarios.

Blanco: La seguridad que brinda nuestra empresa es lo que arraiga nuestro compromiso con el cumplimiento de los servicios contratados, somos una empresa que brinda opciones claras y dicientes para los clientes y los consumidores.

Granate: La pasión por el compromiso configura nuestra motivación e intensidad con la que construimos el desarrollo de nuestros servicios, brindando al cliente una imagen de confianza, poder, amor, coraje y fuerza para lograr con los objetivos de producción.

Azul: A nuestros clientes y consumidores brindamos servicios pulcros, con estilo y adecuado a las necesidades. Recrea es una empresa que otorga elegancia y presencia en las soluciones propuesta.

Recrea tiene una identidad que muestra valores y principios que representan a la marca, A continuación, se darán a conocer los valores corporativos que más resaltan de la agencia:

Compromiso: Como equipo de trabajo Recrea siempre tendrá una responsabilidad con el cliente, por esta razón, brindamos respaldo y acompañamiento desde la compra de su primer servicio.

Trabajo en equipo: Nuestro equipo de trabajo es entusiasta, comprometido, creativo y responsable a la hora de cumplir sus funciones, pero en el ambiente laboral, cada uno de los integrantes se regirá por fomentar el compañerismo y el apoyo mutuo para propagar las buenas energías en la agencia.

Creatividad: Contamos con un equipo de trabajo profesional y creativo, que brinda soluciones innovadoras y de propiedad intelectual, buscando resaltar la esencia de los clientes (Empresas).

Anexo C (Manual de identidad corporativa)

1.1.5 Estado Actual del Emprendimiento

Principalmente, Pamplona es un municipio ubicado en el nororiente colombiano, perteneciente al departamento de Norte de Santander; con una altitud de 2342 metros sobre el nivel del mar y una población de 58.299 habitantes, según la proyección a 2017 del Departamento Nacional de Estadísticas (DANE, 2005). Conocida como la “ciudad mitrada”, conserva una tradición religiosa bastante marcada, por otra parte, su economía se basa principalmente en la agricultura, el turismo y la educación.

Los sectores más fuertes de la economía de la ciudad son; el institucional, la agricultura, servicios y comercio, pero estos no están siendo aprovechados al máximo, porque muchas empresas publicitarias solo se enfocan en el público estudiantil y pequeños negocios, lo cual, es un error muy común en las empresas de la ciudad, debido a que dependen mucho de estos dos segmentos de clientes, además, cuando llega la época de vacaciones los negocios reducen en más de un 50% las ventas y no les queda de otra que cerrar temporalmente sus locales o reducir sus proveedores y trabajadores temporalmente.

En el sector rural existe más movimiento de la economía agrícola, debido a que es la actividad laboral más grande de la zona, según el Ministerio de Agricultura cuenta con una participación de un 64.32 % en la economía de la región, produciendo toneladas de alimentos para luego ser vendidas dentro del mercado local. Los alimentos que más producción y venta tienen son los morones, el arroz y el maíz (solo en ventas), la papa, la curuba, la arracacha, el durazno y la fresa (MINAGRICULTURA, 2017). Por ello, las empresas del sector agrícola solo se enfocan en vender sus productos a contadas empresas o distribuidoras, dejando gran parte del mercado aun sin explorar, esto se debe a que sus conexiones y contactos son muy pocos, también a su baja inversión publicitaria y su portafolio de servicios limitado.

Actualmente, las actividades desarrolladas por Recrea están enfocadas en dar mayor visibilidad a la imagen de una empresa y fortalecer su marca mediante el diseño, la creación de contenido multimedia y estrategias publicitarias, esto para ampliar la cobertura y alcance que tienen los emprendedores, no solo en Pamplona, sino en toda la región y en algunas partes del país.

La idea de negocio se está desarrollando con el apoyo y guía de asesores profesionales en el sector económico y empresarial, este proyecto se estructura bajo el modelo de negocio “Canvas”, desarrollando los respectivos módulos del modelo con el fin de poder presentarlo a las convocatorias nacionales del Fondo Emprender.

1.1.6 Ubicación y tamaño del mercado que atenderá

Posteriormente, la ciudad Pamplona, (Norte de Santander) será la ubicación principal de la agencia publicitaria, de este modo, durante el año 2019 en el mes de abril se vincularon más de 456 matrículas nuevas, llegando a un total de 3.221 matrículas en el Registro Mercantil (Cámara de Comercio, 2019). Esto es un buen panorama para el sector publicitario, específicamente para Recrea, ya que, la ciudad cuenta con un alto número de empresas registradas legalmente de las cuales 2.793 cuentan con un establecimiento en la ciudad, también existe mucha informalidad laboral, sobre todo en el sector comercial (Cámara de Comercio, 2019).

Recrea pretende iniciar con el 5 % (161) de las empresas a las que se les realizará servicios publicitarios como base del proyecto. Se brindará la posibilidad de que las empresas en Pamplona y sus alrededores sean reconocidas a nivel regional, también se pretende crear conexiones entre empresas de la zona y otras regiones.

1.1.7 Fotografía del producto y/o servicio

Anexo D (Portafolio de servicios) Ver en carpeta de Anexos

1.1.8 Sector o Línea de Emprendimiento

La Economía Naranja incluye diferentes sectores, entre estos están la economía cultural y las industrias creativas, además también están las áreas de soporte para la creatividad; Según (Howkins, 2001), la Economía naranja son los contenidos de propiedad intelectual que se transforman en ideas, bienes o servicios culturales. Generalmente, la Economía Naranja se basa en la Economía Creativa, concepto desarrollado por John Howkins, quien la define como una comprensión del valor de los bienes y servicios que se fundamenta en la propiedad intelectual.

Para los siguientes años, habrá un incremento en la inversión de la Economía Naranja, como ordenanza del presidente de Colombia Iván Duque Márquez, quien explicó la manera en que se impulsará este modelo de economía en el Plan Nacional de Desarrollo del Estado en el período 2018 – 2022 respectivamente.

“Quiero que los jóvenes de Colombia escuchen esto con atención: Estamos comprometidos con el impulso a la economía naranja para que nuestros actores, artistas, productores, músicos, diseñadores, publicistas, joyeros, dramaturgos, fotógrafos y animadores digitales conquisten mercados, mejoren sus ingresos, emprendan con éxito, posicionen su talento y atraigan los ojos del mundo”. 04 de septiembre. (ELTIEMPO.COM, 2018).

Por ello, la Economía naranja hace un gran aporte en cuanto a los procesos que tienen las empresas que apenas están iniciando su emprendimiento, la tecnología ha sido un factor importante para su desarrollo y las nuevas experiencias comunicativas que ofrecen innovación y procesos alternativos. Los mercados actuales apuestan por la economía naranja, ya que conocen

el potencial y la influencia que este tiene, lo que busca esta línea es impactar mediante contenido innovador.

En el año 2017, los sectores de la economía naranja, como la producción audiovisual, educación cultural, libros y las industrias creativas generaron un valor agregado de 8.2 billones de pesos, lo que equivale a un 1% del valor agregado del país. El sector de la economía naranja que más productividad genera es el de la producción audiovisual, con un 43,2 % del valor agregado, seguido de las agencias publicitarias, quienes tienen un alcance económico del 8.7%. (Revista Dinero, 2019)

Esta es una gran oportunidad para que Recrea aproveche este mercado nuevo, ofreciendo servicios dirigidos a posicionar las marcas de los emprendedores dentro del mercado regional y nacional. Además, siendo la producción audiovisual uno de los servicios que Recrea brinda, tiende a posicionarse de manera específica dentro del mercado, sabiendo que apunta a una abundante demanda por este elemento precisamente.

Dentro del ámbito innovador, se busca con los medios virtuales un acercamiento a las tendencias del futuro, que son las plataformas digitales de interacción social, cultural, de mercado y tecnología, pretendiendo ser referente de las nuevas industrias creativas en la región y a nivel del territorio nacional.

El desarrollo de Recrea y de la región comprende elementos que, a partir del talento humano del equipo de trabajo, se proyectan de modo que resulta siendo representación de la cultura y la esencia del contexto, y eso ayuda a la “transformación social y económica del país”, según el ministro de Comercio, Industria y Turismo, José Manuel Restrepo, citado por (MINCULTURA, 2019). Esto quiere decir que Recrea no solo interviene de manera que promueve su imagen y su crecimiento como elemento del sector empresarial y de marketing,

sino que, además, promueve, según los pilares de la economía naranja mencionados anteriormente, el desarrollo del territorio nacional.

1.2 Descripción del Tipo de Innovación

La tecnología es un recurso esencial para las empresas del siglo XXI, es una herramienta con la que se pueden optimizar los procesos de producción y organización dentro de una empresa, esta herramienta nos brinda una forma innovadora e instantánea de hacer comunicación, por medio de las plataformas digitales, esto permite implantar ventajas competitivas con las que Recrea se puede posicionar dentro del mercado, ganar clientes y lograr altos índices de productividad económica.

Para que haya innovación, las empresas deben superar obstáculos adaptándose al cambio constante, también deben adquirir herramientas necesarias y aumentar su público; tiene que resaltar entre la competencia por uno o varios factores especiales, nuevo o mejorado que a su vez sea viable. Por esta razón, Recrea se desempeña bajo dos tipos de innovación nombradas a continuación:

- **Innovación en Marketing:**

Análisis online de sitios webs

El servicio de análisis web, en realidad es una herramienta innovadora que se encuentra habilitado en el sitio web oficial de Recrea, donde los clientes podrán interactuar y recibir un análisis online de sus sitios webs y/o aplicaciones con solo ingresar sus URLs o enlaces en la caja de Análisis Web. El equipo de trabajo será el encargado de analizar el sitio web del cliente de manera online, determinando debilidades y fortalezas para convertirlas en oportunidades.

Luego se compartirán los resultados en su correo electrónico con las respectivas explicaciones y propuestas para brindar soluciones por medio de los servicios publicitarios que ofrece la agencia.

Esto acelera el proceso del desarrollo de los servicios de Recrea gracias a que optimiza y agiliza la entrega del producto final, basándose en las necesidades arrojadas en el diagnóstico online de los sitios webs de los clientes.

También se realizarán asesorías presenciales para ayudar a los emprendedores a buscar soluciones y guiarlos a tomar las decisiones correctas, para luego escoger los servicios publicitarios que se adapten a la necesidad del cliente, y así, introducirlos a competir dentro del mercado, impulsando las unidades productivas y la actividad económica de la región.

Crear Conexiones

Por medio de una base de datos de empresas a nivel local, regional y nacional, Recrea busca crear vínculos entre organizaciones de producción masiva, distribuidores y compradores facilitando ventas y contratos entre las organizaciones y reduciendo costos. Las bases de datos serán obtenidas por medio de empresas prestadoras del servicio de información correspondiente como la Cámara de Comercio, EInforma, Datos y Confecámaras y se creará una agenda de contactos propia de Recrea uniendo todos los datos adquiridos por medio de estas entidades, ya que son las más importantes y de mejor referencia para el caso.

Por medio del marketing se busca crear estrategias que se adapten a las principales necesidades de la realidad de los clientes, aumentando el alcance que tienen sus productos y servicios a estancias en donde posiblemente se requieran. Es decir, si una empresa requiere cierto de servicios o productos específicos, Recrea enlaza estas necesidades, con las propuestas de soluciones que brindan las empresas incluidas en la base de datos.

- **Innovación en Producto/Servicio**

Herramientas de automatización de motores de búsqueda

Este servicio innovador no solo economiza y optimiza el hecho de la navegación en el internet, sino que contribuye directamente en cómo posicionar una página web dentro del mercado digital, y eso es de vital importancia para que el desarrollo de las estrategias de marketing pueda cumplir con los objetivos propuestos. Relacionado con esto (Sánchez, 2019) en el sitio web de Postendin.com, afirma que “En el caso de Google, el 60% de las búsquedas no avanzan más allá de la primera página de resultados. Por ello, para poder ofrecer un servicio o producto con el mayor de los éxitos, es importante que tu empresa se ubique entre los primeros puestos de las búsquedas”.

Según el autor entonces, y para Recrea, es el deber entrar en el posicionamiento de las primeras páginas que se visibilizan luego de iniciar el proceso de búsqueda en los motores, ya que en el contexto pamplonés y de la región, no se encuentran agencias que aparezcan en este top de enlaces referentes a la consulta.

Se proponen estrategias de promoción a través de las plataformas digitales, centrándose en las herramientas de automatización de marketing más efectivas como el SEO (*Search Engine Optimization*), *Hosting* y la creación de vínculos con la herramienta de *Landing Pages*, también, Recrea se posicionará en los principales resultados mediante la optimización de motores de búsqueda y *Keywords*.

1.3 Propuesta de Valor

La propuesta valor es en donde se van a solucionar las necesidades o los problemas de un cliente por medio de los servicios. Osterwalder y Yves señalan que la propuesta valor es “el factor que hace que un cliente se decante por una u otra empresa; su finalidad es solucionar un problema o satisfacer una necesidad del cliente” (Osterwalder & Pigneur, 2010).

Principalmente la propuesta valor de Recrea se basa en crear conexiones entre los clientes, las empresas y los distribuidores para generar y aumentar ventas, alianzas o sociedades, esto según las necesidades de los clientes, ya que Recrea contactará empresas que estén interesadas en comprar sus productos, o en realizar una alianza.

Debido a la cantidad de actividades culturales que se realizan en el municipio, Recrea pensó en un plan estratégico para visibilizar sus servicios, el plan consiste en registrar las actividades culturales más importantes y producir una pieza audiovisual mostrando la cultura del municipio y a la región.

Por otra parte, la tecnología, es una herramienta que permite desarrollar ideas auténticas y renovar la imagen de los clientes, para que todos los detalles sean ajustados antes de la entrega de un producto final y las ideas propuestas se lleven a buen término, además la tecnología ha llegado para resolver problemas y eliminar las barreras de las organizaciones a través de sistemas innovadores adaptables a las necesidades de cada uno. Por eso Recrea adapta las nuevas tecnologías de información a su portafolio de servicios para garantizar resultados óptimos y de calidad.

Recrea tiene gran influencia en las redes sociales, ya que su fanpage cuenta con más de 2000 seguidores y un alcance de más 300.000 personas en las publicaciones realizadas. Recrea ofrece a todos los clientes la publicación gratuita de un producto final en todas las redes sociales

y plataformas virtuales de Recrea y de los asociados. Recrea ofrece soluciones Online, consiste en analizar la página web o App del cliente, para dar resultados y posibles soluciones (análisis gratuito).

1.4 Segmentos de clientes

Recrea geográficamente está ubicada en Pamplona, Norte de Santander y se tiene proyectado trabajar con empresas de los diferentes sectores económicos, segmentando el público en micro empresas, medianas empresas y macro empresas, pero haciendo énfasis en el sector institucional, comercial y el de servicios, debido a que son los que más actividad productiva tienen dentro del municipio.

Algunas organizaciones presentan diferentes problemas, sobre todo a la hora de comunicar y mostrar lo que ofrecen. Según Osterwalder es posible aumentar la satisfacción de los clientes si categorizan en segmentos con necesidades, conductas y atributos comunes (Osterwalder & Pigneur, 2010). Recrea selecciona los prospectos de clientes por el tamaño y actividad económica.

El sector económico más representativo en el Municipio de Pamplona, corresponde al sector comercial, este cuenta con una participación del 77% (633 Unidades Productivas); seguido del sector de servicios con un 19% (155) y sector industrial en 4% (36). (Cámara de Comercio de Pamplona, 2017)

Es importante conocer quiénes serán los posibles clientes de la agencia publicitaria en el municipio de Pamplona, por eso en el capítulo 4 (Plan de Marketing) se definieron cuáles serán los tipos de empresas a los que Recrea ofrecerá sus servicios, esta segmentación se realizó teniendo en cuenta el tamaño y el sector económico al que pertenecen según la Cámara de Comercio de Pamplona. *(Ver en la página 39, Segmentación de clientes)*

1.5 Canales de distribución

Los canales de distribución permiten la relación directa entre el usuario y el producto final, para esto (Osterwalder & Pigneur, 2010) afirman que “Son puntos de contacto con el cliente que desempeñan un papel primordial en su experiencia”, es decir lo que permite la interacción del cliente con un producto audiovisual. En este caso, Recrea proyecta su imagen y sus servicios hacia la comunidad de mercado local y regional, otorgando mayor alcance y cobertura en la captación de clientes, lo que indica hacer uso de los medios digitales como enlace directo hacia un flujo y consumo masivo de información. Estos son los canales de distribución con los que contará Recrea:

Página web de Recrea: Se ofrece una vitrina virtual con los servicios y productos que Recrea desarrolla, de manera que se pueda brindar una experiencia significativa y directa con estos. También cuenta con información detallada de cada servicio y producto, como las características, formatos y tiempo aproximado de entrega, además, el cliente podrá realizar una cotización de manera inmediata e interactiva con el sitio web.

Como plusvalor, Recrea ofrece un análisis gratuito de la página web de una empresa/cliente mediante enlaces o URLs, en donde los expertos realizarán un chequeo, para detectar debilidades y fortalezas, ofreciendo posibles soluciones por medio del Portafolio de Servicios.

Recrea mantiene a la vanguardia a sus clientes mediante una sección informativa acerca de la agencia, tendencias de tecnología, marketing y publicidad, cultura local y emprendimiento empresarial.

Redes Sociales (Facebook, Instagram y Twitter): El equipo de trabajo de Recrea, realiza un trabajo profesional en marketing de contenido digital por medio de las redes sociales,

adaptando la información hacia los nuevos medios de comunicación y tendencias digitales, de modo que se genere contenido para cada una de estas herramientas virtuales.

Uno de los pluses de Recrea es aportar a la cultura de Pamplona por medio de producciones audiovisuales que proyecten los diferentes grupos que representan la ciudad en diferentes ámbitos como el deporte, la pintura, el teatro, la danza y el baile, entre otros elementos que componen el acervo cultural de la ciudad Mitrada. Estas producciones se publican por medio de las redes sociales con el fin de impulsar la culturalidad de la región y, a su vez, plasmar la identidad del territorio con profesionalismo y calidad para crear conexiones transmitiendo su esencia.

Esto a la vez fortalece la imagen de la agencia debido a factores como la difusión inmediata por medio de los usuarios de la región que se identifiquen con las producciones, incrementando al mismo tiempo el número de seguidores e interacciones con las redes sociales de Recrea, la muestra de la calidad de los servicios que ofrecen los profesionales del equipo y la visualización de la marca.

Email Marketing: Por medio de estrategias de E-Mail Marketing, se enviarán contenidos específicos a cada uno de los usuarios realizando una segmentación de clientes teniendo en cuenta sus características, sus intereses e historial de contratación de los servicios de Recrea, que evita la saturación de información o invasión de publicidad innecesaria, ofreciendo a los clientes una experiencia directa con su interés o necesidad.

Experiencia de clientes: Al ser una agencia que brinda experiencias satisfactorias a los clientes, los servicios publicitarios de Recrea serán referencia de recomendación entre la comunidad.

Pautas publicitarias en los medios de comunicación: Recrea realiza pautas publicitarias con el formato adecuado para cada uno de los medios de comunicación, como canales de televisión local (RTP y Canal TRO), prensa (La Opinión, La Vanguardia, El despertar, entre otros), redes sociales (en Facebook, Twitter e Instagram), con el propósito de ampliar su cobertura en la difusión publicitaria, lo que aumenta el número de consumidores y de clientes.

Instalaciones de Recrea: Las puertas de las instalaciones de Recrea se encuentran abiertas para la comunidad local y regional interesada en la contratación de nuestros productos y servicios publicitarios por medio de cotizaciones y asesorías gratuitas con relación a las necesidades de los clientes, además de ofrecer una excelente atención y ambiente cómodo y estilizado.

1.6 Estrategias de relacionamiento y fidelización de Clientes

El tipo de relación que Recrea tiene con sus diferentes públicos, repercute en gran medida en la experiencia global del cliente. Osterwalder y Yves plantean que la fidelización se basa en “los diferentes tipos de relaciones que establece una empresa con determinados segmentos de mercado” (Osterwalder & Pigneur, 2010). Para lograr la fidelización de clientes de Recrea se establecieron varias estrategias que permiten establecer vínculos y estar al tanto de sus necesidades, ideas u opiniones.

PreRecrea:

Objetivo: Incentivar a los clientes a tomar la propuesta ofrecida para que contraten los servicios de Recrea.

Descripción: El equipo de Recrea realizará un análisis de los clientes registrados con la agencia, para crear y diseñar propuestas según sus necesidades, ofreciendo como solución los productos y

servicios publicitarios pertinentes, con el fin de motivarlos a contratar los servicios de la agencia y, a su vez, los usuarios puedan impulsar su negocio.

Publicaciones gratuitas

Objetivo: Incentivar a la comunidad a contratar los servicios de Recrea.

Descripción: Por contratar los servicios de Recrea se incluye la publicación gratuita del producto o servicio solicitado por el cliente en una de las redes sociales de Recrea, estableciendo un cronograma para realizar las respectivas publicaciones.

Precios exclusivos

Objetivo: Incentivar a los clientes para que sigan contratando los servicios publicitarios de Recrea.

Descripción: Los clientes frecuentes obtendrán un descuento dependiendo las veces que contraten los servicios anualmente. También quienes contraten nuestros servicios por primera vez, tendrán de un 5% al 15% de descuento.

Comunicaciones permanentes

Objetivo: Mantener informado a los clientes sobre las temporadas, promociones y tendencias.

Descripción: por medio de la base de datos de los clientes, Recrea brindará a las empresas información sobre las tendencias que existen en el mercado, junto a las ofertas y promociones especiales mediante estrategias de E-mail Marketing.

Premios Recrea

Objetivo: Premiar la fidelidad de los clientes.

Descripción: premiar a los clientes con regalos o cupones de descuento por preferir a Recrea a la hora de contratar servicios publicitarios.

Recrea films

Objetivo: Mostrar el trabajo de Recrea mediante piezas audiovisuales originales referentes a la región.

Descripción: A través de piezas audiovisuales, Recrea busca visualizar las diferentes manifestaciones culturales realizadas en la región, y así, resaltar la identidad territorial del contexto multicultural que se vive, con el fin de ser la marca que referencia y transmite la esencia de la comunidad.

1.7 Descripción de actividades Clave del Modelo de Modelo de Negocio

Se deben tener en cuenta las acciones más importantes que debe iniciar una empresa para que un modelo de negocio funcione y sea exitoso. El funcionamiento de Recrea depende de las siguientes actividades claves:

Recursos físicos: El primer paso es adecuar las instalaciones físicas, luego acomodar el equipo técnico de manera estratégica para mejorar la productividad y optimización de procesos laborales.

(Ver en la página 100, capítulo 3.3 Distribución de las áreas de trabajo)

Gestión humana: Es vital tener el equipo humano entrenado y capacitado para poder cumplir con todas las acciones que llevan al correcto funcionamiento de la empresa, por eso Recrea capacita al personal para realizar las funciones requeridas para cada cargo.

Plan de marketing: Elaborar un plan de marketing para posicionar la empresa dentro del mercado frente a la competencia. Recrea plantea construir, gestionar y aumentar relaciones de valor con los clientes, que permitan identificar necesidades y deseos para satisfacerlas de modo que estén dispuestos a pagar por lo servicios publicitarios de Recrea.

Directorio de clientes: Crear una base de datos de los clientes para organizar datos y ofrecer los servicios de Recrea.

Permisos y licencias: Gestionar las licencias profesionales y de software necesarias para poner en funcionamiento los procesos de la agencia.

Sociedades: Se buscarán alianzas que beneficien la imagen y productividad de Recrea.

Relación con el cliente: Organizar concursos y rifas para premiar la fidelidad de los clientes, organizar contenido para enviarles y establecer calendarios de promociones y descuentos.

1.8 Flujo de ingresos

Medir el flujo de ingresos y gastos, esto sirve para acomodar precios de manera que genere una rentabilidad a la empresa. Se realizó un análisis para medir el flujo de ingresos de la agencia, arrojando resultados positivos que garantizan la sostenibilidad, como la recuperación de toda la inversión en los primeros 18 meses y las ganancias exponenciales de los siguientes 5 años.

(Ver tabla 36, flujo de efectivo, Pg. 100)

1.9 Descripción de Recursos Clave para el Modelo de Negocio

Es importante identificar los recursos que son necesarios para poner en marcha la empresa, de lo contrario, sería casi imposible desarrollar el proyecto. Recrea busca crear y ofrecer una propuesta de valor para entrar en competencia en el mercado, establecer relaciones con los clientes y ajustar ingresos.

La empresa necesita de recursos físicos como equipos tecnológicos para llevar a cabo el cumplimiento de sus servicios, debido a que son herramientas que permiten facilitar y aumentar la producción y eficacia de los trabajadores, son claves para empezar a trabajar y prestar servicios de calidad. También se necesitará de un equipo humano profesional y capacitado para

realizar cada una de las funciones que cumple cada cargo, ya que gracias a ellos se pueden cumplir todas las metas trazadas por Recrea.

(Ver tablas 29, 30, 31, 32, 33 y 39)

1.11 Proyección de estructura de Costos

Recrea estableció un presupuesto de los gastos que se harán una sola vez, los gastos mensuales y los costos humanos. Esta proyección permite conocer los costos de los equipos necesarios para ejecutar el proyecto.

Tabla 3 (Plan de financiación e inversión del proyecto)

PLAN DE INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN PROYECTO	Fondo Emprender	Capital Emprendedor	TOTAL
Adecuaciones y mejoras	8.500.000	0	8.500.000
Maquinaria y equipo	104.542.700	4.900.000	109.442.700
Muebles y Enseres	4.452.000	0	4.452.000
Equipos de Comunicaciones, Computación y Herramientas	0	1.269.000	1.269.000

1.12 Proyección de Flujo de Ingresos

Recrea tiene proyectado los ingresos anuales según los servicios prestados, esto permitirá tener las cuentas más claras y arrojará resultados que definirán la sostenibilidad de la empresa. Esta proyección solo es un aproximado del análisis frente a la competencia.

Tabla 4 (Flujo de ingresos)

Resumen Flujo de ingreso					
Ingresos Productos	170.563.900	361.133.233	389.550.793	420.204.529	453.270.407
Costo Materia Prima Consumida Productos	37.258.000	78.885.989	85.093.525	91.789.531	99.012.445
Margen \$ Productos	133.305.900	282.247.244	304.457.268	328.414.998	354.257.961
Margen % Productos	78,2%	78,2%	78,2%	78,2%	78,2%

1.13 Aliados Estratégicos

Osterwalder dice que: las empresas crean alianzas para optimizar sus modelos de negocio, reducir riesgos o adquirir (Osterwalder & Pigneur, 2010). Los aliados proyectados ayudarán a optimizar la empresa, reducir riesgos, gastos o adquirir recursos, cada uno de ellos aportará de manera diferente este proceso, algunos contribuirán financieramente, otros de forma administrativas y otros en los procesos productivos.

La universidad de Pamplona – Institución educativa; con un convenio con la Universidad de Pamplona los estudiantes de Comunicación Social, Diseño Gráfico e Ingeniería de Sistemas podrán realizar sus prácticas profesionales con Recrea, ya que aportarán conocimientos y aumentarán la productividad de la empresa, además la Incubadora de Empresas tendrá seguimiento del proyecto por medio de asesorías.

Canales locales y regionales; RTP aportará a Recrea con anuncios publicitarios de la empresa. Achala – Fan page (60.000 Likes) – Instagram (65.000 seguidores) – Influencia; aporta reconocimiento y promoción de la marca y del trabajo de Recrea, gracias a las publicaciones que realizan en sus plataformas, cabe resaltar que el emprendedor Cristian Mendoza es uno de los administradores de estas redes sociales.

Alcaldía de Pamplona – Ente Gubernamental; contribuirá con las gestiones de permisos que se requieran para realizar eventos o actividades de Recrea.

Que hay pa hacer; formar una sociedad con esta empresa resulta muy ventajoso, no solo porque está a la vanguardia con las TICs, sino por su reconocimiento y alianzas con las empresas más importantes de Pamplona.

Cámara de Comercio Pamplona; brinda la documentación legal para poner en marcha la empresa, además ofrece 15% de descuento en la publicidad en Canal TRO y en otras 35

empresas de la ciudad, también espacios publicitarios en todas sus redes sociales, asesoría contable, jurídica, comercial, mercantil y demás.

1.14 Matriz CANVAS

Tabla 5 (Matriz CANVAS)

Descripción de modelo de negocio (RECREA)				
Red de aliados	Actividades clave	Propuesta valor	Relación con el cliente	Segmento de clientes
Alcaldía de Pamplona Universidad de Pamplona Que hay pa' hacer Achala humor Canales locales y regionales	Gestionar recursos físicos y humanos.	Crear conexiones	Propuestas creativas	Micro empresas
	Realizar sociedades	Equipos tecnológicos	Publicaciones gratuitas	Medianas empresas
	Realizar un flujo de ingresos	Publicación gratuita	Precios exclusivos	Macro empresas
	Crear base de datos	Diagnostico online	Comunicaciones permanentes	
	Crear un plan de marketing		Premios Recrea	
	Recursos clave		Recrea Films	Sector comercial
			Canales de distribución	Sector agrícola
			Página web	Sector educativo
		Recursos físicos		
		Recursos humanos		
	Áreas de trabajo			
	Aprobación de crédito			
	Fondo Emprender			
			Productos audiovisuales	
			Puerta a puerta	
			Email Marketing	
			Experiencia de los clientes	
			Pautas publicitarias	
			Instalaciones	

Capítulo 2

Análisis de Competitividad del Modelo de Negocios

Anexo E (Estudio de mercado) Ver en carpeta Anexos

2.1 Análisis del Sector y entorno empresarial al que pertenece el modelo de negocio desde la perspectiva Local, Regional, Nacional o Internacional

Las comunicaciones en una empresa representan las ventas y autosostenibilidad de la misma, además de construir relaciones con los clientes y consumidores mediante servicios o productos comunicacionales ofrecidos a segmentos específicos de clientes según la razón social de la empresa. (Nosnik, 1998), en su libro *Teoría de la Comunicación Organizacional Práctica*, define la comunicación organizacional como “una manera de establecer contacto con los demás por medio de ideas, hechos, pensamientos y conductas, buscando una reacción al comunicado que se ha enviado”.

Las agencias de publicidad son empresas comerciales autónomas, compuestas de herramientas tecnológicas, personal creativo y comercialización en medios, que desarrollan, generan y difunden publicidad, dirigida a las empresas que buscan ganar clientes y mejorar su imagen.

Según la American Association of Advertising Agencies (Salas, 2018), “una agencia de publicidad es una organización comercial independiente, compuesta de personas creativas y de negocios, que desarrolla, prepara, coloca publicidad en los medios, para que los vendedores que buscan encontrar consumidores para sus bienes y servicios”.

Estos son algunos servicios que ofrecen las agencias de publicidad: Asesoramiento en comunicación, desarrollo de diseños creativos, investigación, planificación publicitaria en los medios (negociación, difusión, control de buscadores) y diseño e impresión de anuncios.

La publicidad tiene como objetivo resaltar las fortalezas y los aspectos más relevantes de una empresa mediante estrategias comunicativas dirigidas a públicos y segmentos de clientes de un nicho de mercado. Según Russel y Lane la publicidad “es parte integral de nuestro sistema económico y está relacionada de forma directa con la fabricación, distribución, comercialización y venta de productos y servicios”, (Lane, 1994).

El crecimiento de la industria publicitaria ha sido notable en los últimos años, tanto que cada vez son más las industrias creativas nuevas que se están registrando en el territorio nacional, incluso a nivel latinoamericano. Realmente esto se ha generado gracias a la consolidación de la economía naranja que abre oportunidades para los profesionales sobre todo en la publicidad, el diseño, la producción y las artes.

Según el texto citado del DANE por la revista Portafolio, la creación publicitaria de Colombia crece anualmente, en promedio un 8,9%, lo que representa un aumento en la bolsa de empleos, además, aporta al aumento del PIB de la economía colombiana. Gracias a un estudio realizado por el DANE, se pudo identificar la inversión total en medio digitales, la cual fue de más \$600.000 millones a nivel nacional, y logró un aumento en la participación dentro de los medios publicitarios solicitados del 22%, ocupando el segundo lugar después de la televisión nacional. Los sectores más involucrados fueron el de servicios con un 13,3%, comercio con el 10% y el automotriz con un 8,2% en participación (Portafolio, 2018).

Por otra parte, la crisis de salud que se está viviendo actualmente a nivel mundial obliga a las empresas de la mayoría de los sectores económicos a frenar temporalmente sus actividades económicas o en su defecto reducirlas, lo cual ocasiona pérdidas considerables para los negocios.

Las empresas deben buscar e idearse formas para no quebrar en esta crisis, actualmente la mayoría de empresas están migrando a las plataformas digitales, pero no todas las empresas cuentan con los recursos, ni conocimientos necesarios para entrar a competir dentro del mercado digital.

En el Foro Global sobre Transformación Digital realizado el 22 de noviembre de 2016 en Bogotá, el vicepresidente de la agencia digital Bizagi en Latinoamérica afirmó que “La mayoría de las compañías fracasan en ese propósito porque el enfoque de la transformación digital está en el lugar equivocado. Ignoran el enorme desafío que significa la articulación entre los sistemas, los trabajadores y los dispositivos” (ACIS, 2016). Esto abre una oportunidad en el mercado, sobre todo para las agencias que enfocan sus servicios en desarrollar e impulsar la imagen de las empresas por medio de la comunicación digital y el desarrollo web.

Una agencia publicitaria o de comunicación digital debe tener servicios capaces de cubrir la demanda del sector en donde se encuentra ubicada, por ende, su portafolio de servicios debe ser completo, incluyendo la variedad en sus servicios, la calidad y su profesionalismo.

En el municipio de Pamplona y sus alrededores solo existen negocios que se dedican hacer trabajos de material gráfico, carteleras, planos arquitectónicos, estampados, afiches e impresos que no cumplen con los requisitos suficientes para tener la esencia de una agencia publicitaria y mucho menos para atender la gran demanda de servicios publicitarios que existe en la zona.

Las agencias publicitarias en el municipio, solo se están limitando a ofrecer servicios básicos de publicidad, también carecen de equipos tecnológicos y de un equipo profesional para brindar servicios de calidad, por eso las empresas que más resaltan dentro de la ciudad son las que tienen más tiempo funcionando y no precisamente son conocidas por sus servicios, sino por ocupar un gran espacio dentro del mercado.

2.1.1 Sondeo de opinión

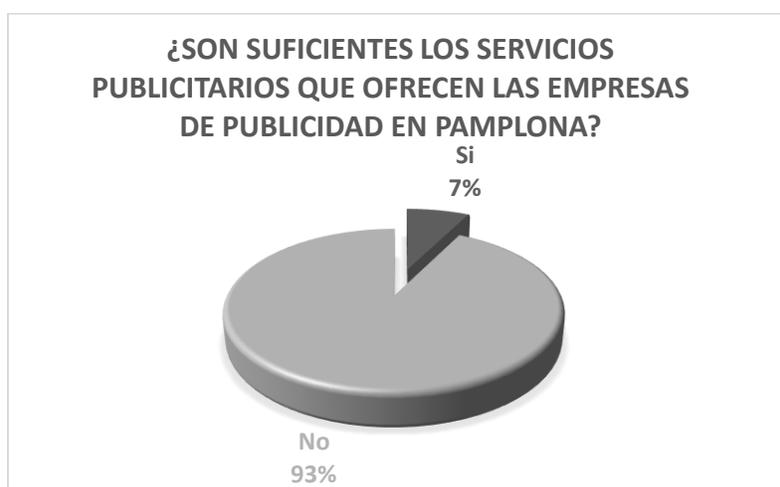


Figura 1, Sondeo de opinión. pregunta #1

Según los resultados, el 93% de personas que buscan servicios publicitarios en Pamplona, respondió que no existe variedad de portafolios de servicios amplios por parte de las agencias publicitarias, es decir, no conocen servicios que suplan las necesidades comunicativas y de marketing de las empresas. Por otro lado, el 7% afirma que sí, que los servicios son suficientes en el contexto, abriendo la posibilidad de asegurar que sus empresas no necesitan de otros servicios y productos, o bien, que no conocen su alcance, importancia e impacto dentro de los procesos de producción publicitaria.



Figura 2, Sondeo de opinión. Pregunta #2

El 100% afirma la necesidad de la presencia de una agencia que tome el control total de los servicios que se puedan ofrecer con respecto al sector del emprendimiento empresarial por medio del marketing publicitario. Recrea oferta de manera amplia, profesional y flexible el portafolio de servicios publicitarios, dando a conocer la variedad y el alcance de toda la capacidad productiva y creativa de los profesionales con los que se cuentan, por otro lado, se posiciona como una agencia que proporciona más cantidad de productos y servicios con respecto a lo que se conoce en el contexto del territorio regional.

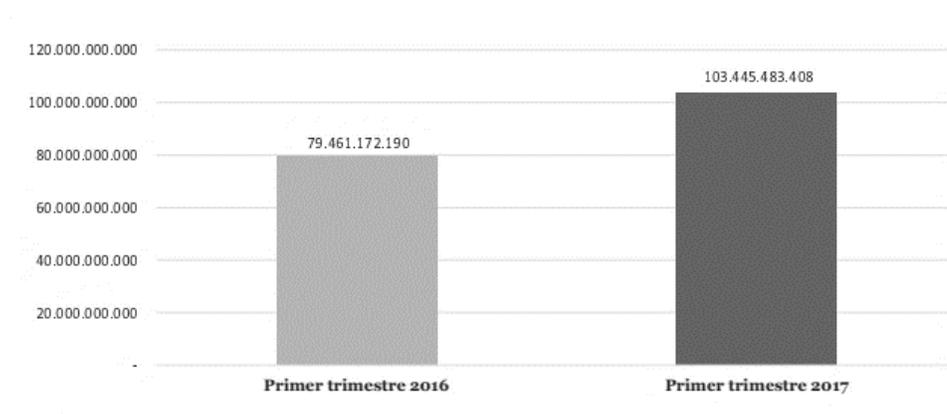
Los resultados de este sondeo determinan que hacen falta servicios publicitarios, ya que no se cubre el total de la demanda con respecto a lo que solicitan los clientes en Pamplona, causando que gran parte del mercado reduzca la promoción de su identidad, alcance e impacto social y dejando por fuera de sus límites, un gran número de empresas ya que las agencias vigentes no tienen la capacidad de cubrir otros tipos de necesidades que presentan los clientes.

2.2 Análisis del Mercado a Nivel Local, Regional, Nacional o Internacional

2.1.1 Nacional

La inversión publicitaria en Colombia estimula el crecimiento de las marcas, aumenta el consumo, incentiva el movimiento del mercado y genera un gran aporte a la economía colombiana impulsando el crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB), según la información del DANE citada por la revista Portafolio, anualmente la inversión en publicidad crece un 30% en comparación con los años anteriores (Portafolio, 2018).

Ilustración 2, Inversión publicitaria.



Fuente: IAB Colombia (*InteractiveAdvertising Bureau*)

El sector publicitario ha tenido una gran acogida en Colombia, debido a que muchas empresas están contratando servicios de soluciones creativas, estrategias comunicativas y publicitarias. Ahora, no todas las empresas de publicidad le apuntan al mismo mercado, debido a que tienen una baja oferta de servicios comparado a la gran demanda publicitaria que existe en el mercado local y regional.

Actualmente las empresas se ven obligadas a invertir más en publicidad, sobre todo las que aún se encuentran en proceso de migración hacia el mercado digital, esto es debido a la crisis de salud que está atravesando el territorio nacional. Por esta razón, los negocios están comenzando a vender sus servicios y productos por medio de plataformas digitales.

Recientemente, a nivel mundial, las sociedades se enfrentan ante la crisis provocada por el virus Sars-Cov 2 (Covid 19), un coronavirus de alcance pandémico que ha llevado a muchas partes del sector comercial y empresarial al cierre temporal o permanente de sus corporaciones. Otras empresas optaron por la disminución de su producción o prestación de servicios para acatar legislaciones o decretos emitidos por el Estado que tratan de controlar la situación de propagación del virus para no decaer completamente, reduciendo gastos y buscando la sustentabilidad propia.

La mayoría de las empresas no están preparadas para enfrentar este tipo de crisis, pues, incluso la economía nacional tuvo un desbalance desde los primeros momentos, dejando entrever las debilidades del sistema económico. Para esto en el sitio web de (ElTiempo, 2020), en la sección “Economía y Negocios”, se afirma que “Solo bastó una semana completa de cuarentena nacional, en marzo (desde el 25), para quitarle mucha de la batería a la economía colombiana en el primer semestre del año, lapso en el que si bien se logró un mejor resultado en comparación con otras naciones del mundo, este no deja de ser una cifra débil: 1.1 por ciento”, es decir, que no existe o son inestables los planes de contingencia de las que dependen las empresas para enfrentar una crisis de este alcance.

Recrea se postula como la mejor opción de generación de contenido, productos y servicios que afronten la necesidad de acatar los acuerdos estatales como la orden de cuarentena,

y de brindar servicios que no pongan en peligro la integridad y la salud de los clientes y consumidores con respecto al Covid 19.

2.2.2 Regional

En el transcurso del periodo de enero a septiembre del año 2017 se han creado 6.801 nuevas empresas, esto muestra una baja de 1.999 en relación al mismo periodo del año 2016. Según Informe de Gestión de la Cámara de Comercio de Cúcuta, la estructura empresarial se constituye de la siguiente manera:

Tabla 6 (Unidades Productivas Cúcuta)

Matrículas	2016	2017	Variación
Personas naturales	9.028	7.042	- 1.986
Personas Jurídicas	1.256	1.002	- 254
Total	10.284	8.044	-2.240

Fuente: Cámara de Comercio de Cúcuta

El Total de empresas registradas hasta octubre de 2017 fueron 30.553. En el año 2017 se registraron 6.801 unidades productivas nuevas en el mercado nacional (Cámara de Comercio Cúcuta, 2017). Lo cual significa que la demanda de servicios publicitario crece a medida que se van creando y registrando nuevas empresas en la región. No solo en el centro urbano se están creando nuevas empresas, sino en la parte rural, debido a que la producción agrícola ha crecido en relación con los últimos 5 años.

En el sector agrícola, según el Ministerio de Agricultura (MINAGRICULTURA, 2017), lo que más se produce es en la región es el arroz metalizado (188.305 t), seguido de la palma de aceite (109.592 t), el café (23.409 t), el plátano (63.290 t), el cacao (5.387) y la papa (73.115). Además, hay empresas que están aumentando su producción en el campo, y están abiertas a recibir asesorías de imagen y servicios publicitarios para promocionar sus productos.

Según el (DANE, Diagnostico rural, 2001), en el sector rural es donde existe más movimiento de la economía agrícola, debido a que es la actividad laboral es más grande de la zona, contando con una participación de un 64.32 % en la economía de la región, produciendo toneladas de alimentos para luego ser vendidas dentro del mercado local. Los alimentos que más producción y venta tienen son los morones, el arroz, el maíz, la papa, la curuba, la arracacha, el durazno y la fresa. Las empresas del sector agrícola solo se enfocan en vender sus productos a contadas negocios o distribuidores, dejando gran parte del mercado aun sin explorar, esto se debe a que sus conexiones y contactos no son suficientes, también a su baja inversión publicitaria.

2.2.3 Local

Durante el año 2019 en el mes de abril se habrían vinculados más de 456 matrículas nuevas, llegando a un total de 3221 matrículas en el Registro Mercantil. Esto es un buen panorama para el sector publicitario, específicamente para Recrea, ya que la ciudad cuenta con un alto número de empresas registradas legalmente de las cuales 2793 cuentan con un establecimiento en la ciudad, además, también existe mucha informalidad laboral, más que todo en el sector comercial (Cámara de Comercio, 2019).

Según la (Cámara de Comercio, 2019), la producción manufacturera es una actividad económica que representa menos del 10% de los establecimientos y del empleo de la ciudad. La tercera parte de la industria corresponde a la producción de textiles y la producción de alimentos particularmente de panaderías, dulcerías y salsamentarías.

Actualmente las industrias en la ciudad están en condición micro empresarial debido al poco capital invertido económico, además, hay muchas empresas de producción “artesanal” y es poca la acumulación de capital. En promedio la industria sólo ocupa 3.3 empleados por

establecimiento y muchos de ellos hacen parte de la economía informal ya que del sector sólo el 20% tienen licencia de funcionamiento la (Cámara de Comercio, 2019).

Para analizar más a fondo la situación local se realizó un estudio de mercado para medir los servicios publicitarios que más demanda tienen, y los factores más influyentes a la hora de la compra de un servicio, esto a través de tres instrumentos de recolección de información, la encuesta, sondeo de opinión y también por medio de un diario de campo.

(Randall, 2003), define el estudio de mercado como "La recopilación, el análisis y la presentación de información para ayudar a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing", y para llevarlo a cabo se requiere pasar por 4 etapas básicas planteadas por (Klotter, Bloom, Thomas, 2004):

En la primera etapa se deben definir los objetivos del estudio de mercado y la definición del problema principal. De manera secuencial, en la segunda etapa, se realiza una investigación exploratoria como el análisis de datos secundarios y superficiales, aquí es donde se observan conductas para entender más la situación.

La tercera etapa, es en donde se definen las herramientas de recolección de información que se usaran en el estudio, como investigación basada en la observación, las entrevistas cualitativas, grupos focales, Encuestas e investigación experimental. Por último, el análisis de los datos recolectados y la presentación del informe, este estudio ayudará a comprender que tan extenso es el mercado local y a la vez determinar la competencia que existe para Recrea, por esta razón, se requiere el uso de las herramientas de recolección de información.

2.2.4 Encuesta

(Grasso, 2006) señala que la encuesta “Permite explorar la opinión pública y los valores vigentes de una sociedad, temas de significación científica y de importancia en las sociedades democráticas”. Esto es posible gracias a los cuestionarios previamente establecidos para ser aplicados a una población específica.

Para aplicar la encuesta se estableció el tamaño de la población, siendo de un total de 3221 unidades productivas, por eso se recurrió a aplicar las encuestas con un margen de error del 8%, lo que determinó una muestra de 126 empresas del municipio de Pamplona. Lo que se busca por medio de esta encuesta es identificar los servicios publicitarios que compran las empresas en Pamplona y cuál es el de mayor demanda.

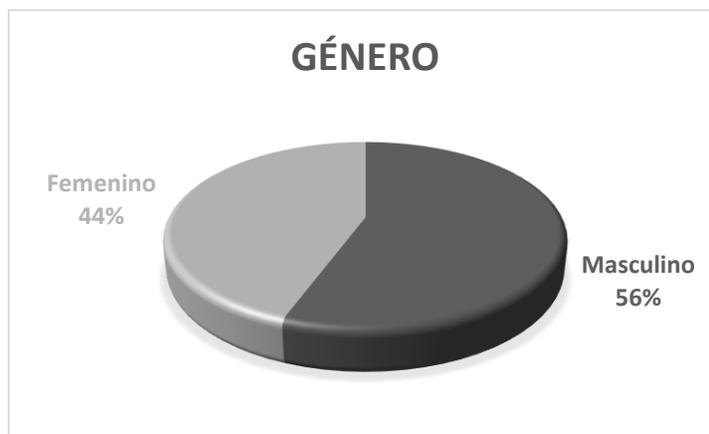


Figura 3, Encuesta; pregunta #1

Se identificó que la brecha de oportunidades entre hombres y mujeres es mínima, se puede ver en los resultados que la diferencia es del 6%, ya que del 56% de las empresas encuestadas los propietarios son hombres, mientras que las mujeres son dueñas del 44% restante. Esto es un reflejo del emprendimiento que tiene la ciudad, logrando formar cada vez más

empresarios aptos y capacitados para sostener sus negocios y estimular la economía y el comercio local.

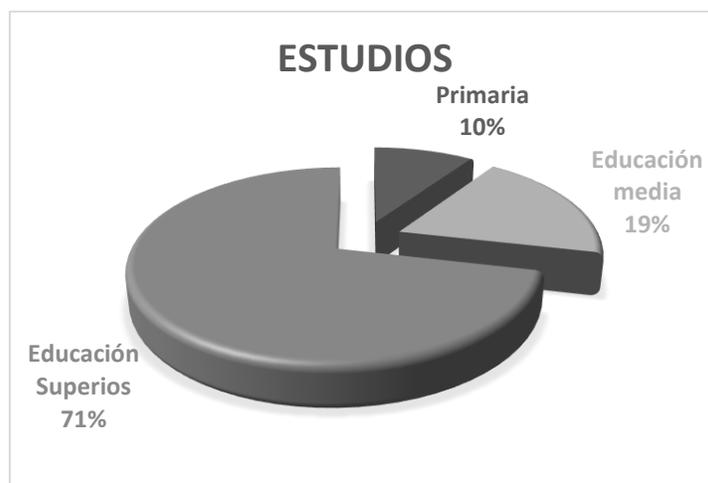


Figura 4, Encuesta; pregunta #2

La gráfica visualiza un mayor porcentaje (71%) para las personas, empresarios y/o dueños de negocios que han culminado estudios universitarios, dando a entender que el éxito al emprender una idea de negocios depende en gran parte de una fundamentación teórica que se logra con la formación educativa y profesional. Ahora, quienes solo culminaron su educación primaria son el grupo con menor porcentaje que representa la torta de estadísticas (10%), mostrando un disminuido estado de presencia entre las empresas y negocios de la competencia. Las personas que terminaron sus estudios básicos de educación, también tuvieron éxito en el montaje y emprendimiento de su idea de negocios, sin embargo, no logra ser como tal un término medio entre los resultados, reconociendo la preparación profesional como pilar fundamental para la consecución de lo que los emprendedores se plantean.

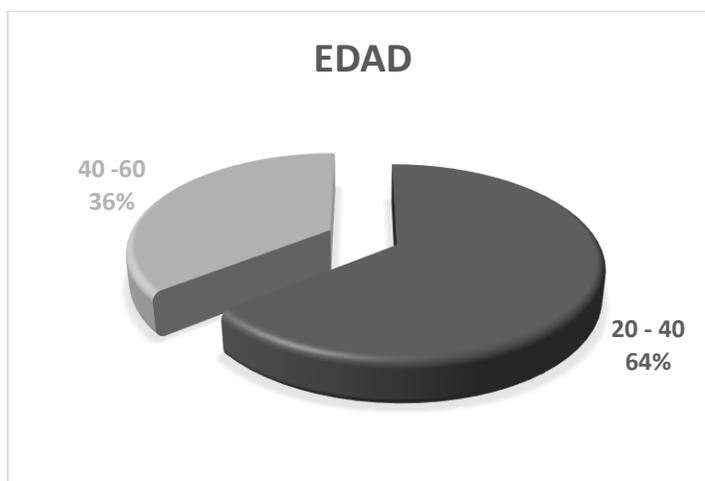


Figura 5, Encuesta; pregunta #3

En el resultado arrojado en la encuesta sobre las edades indican que la mayoría de los empresarios son jóvenes (de 20 a 40 años de edad) que prefieren las nuevas tecnologías para impulsar sus negocios de manera exponencial, ocupando el 64% en este ítem de la encuesta. Esto muestra la capacidad de intervención de las nuevas generaciones, convirtiendo a los jóvenes en pilares de la economía y sustentabilidad de la región en el futuro.

Por otro lado, con un 36% de los resultados obtenidos, que son los empresarios con más de 40 años de edad, han disminuido su presencia en el mercado, dejando a los jóvenes puertas y oportunidades que los acerquen al ámbito competitivo, abriendo espacio a ideas más nuevas y actualizadas, y empresas con mayor impacto en las nuevas sociedades.

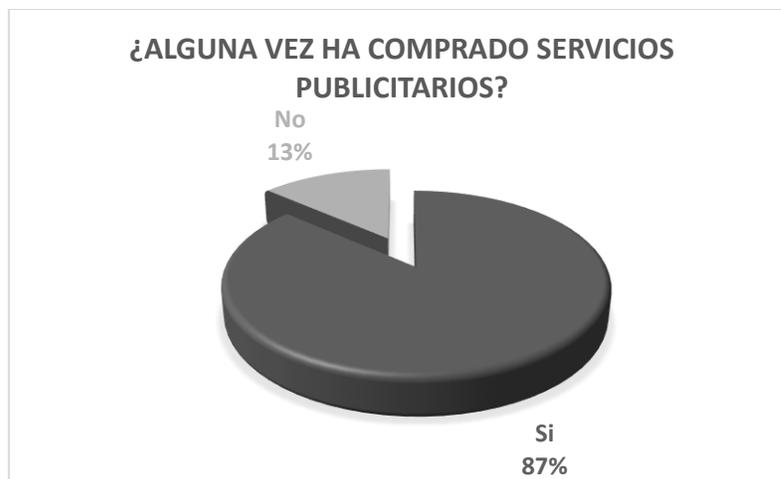


Figura 6, Encuesta; pregunta #4

El 87% de los empresarios encuestados han adquirido algún tipo de servicio publicitario en algún momento, lo que significa que saben la importancia de la publicidad en sus negocios y el impacto que tendrá su imagen o marca, también estarán abiertos a seguir contratando este tipo de servicios. Por otro lado, el 13% no han comprado ningún tipo de servicio publicitario, ya que algunos no tienen conocimiento de cómo fortalecer sus negocios, ni tampoco cuentan con una imagen corporativa, lo que da a entender que existe una parte del sector empresarial en donde Recrea puede intervenir de manera eficaz y pertinente.

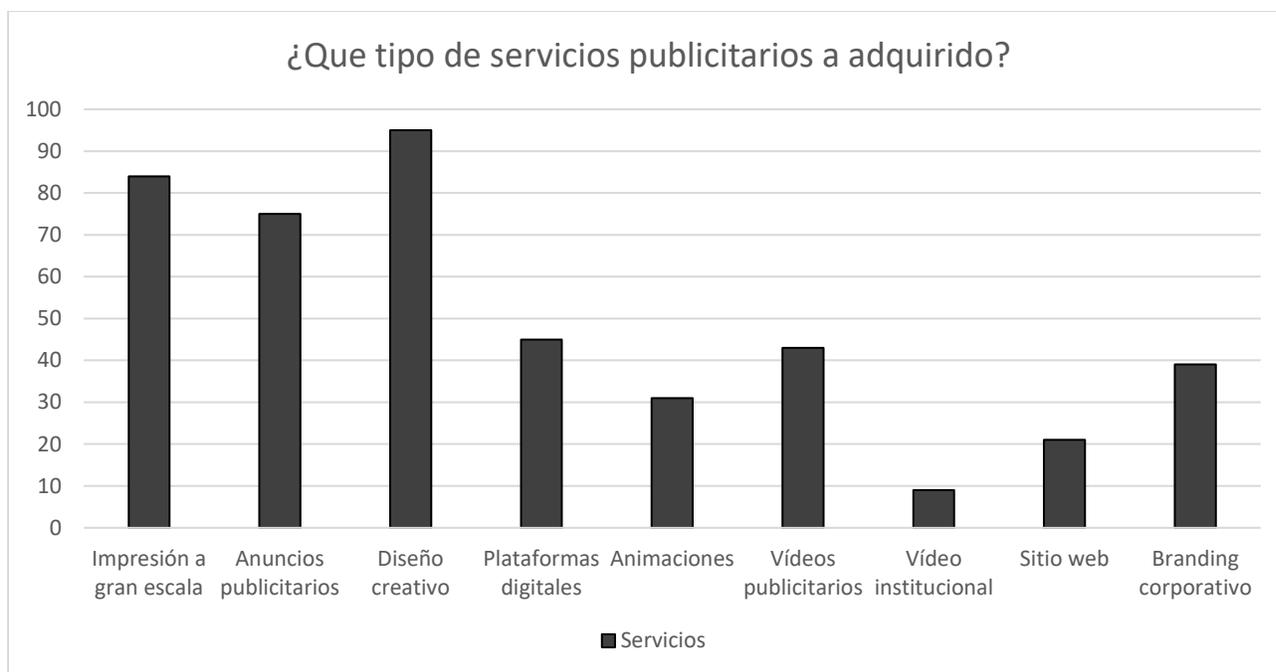


Figura 7, Encuesta; pregunta #5

Se evidencia que los principales servicios publicitarios que más demanda tienen en el mercado local son el diseño creativo, impresión a gran escala y el diseño de anuncios publicitarios, colocándolos como reto de prestación en esos servicios específicamente para Recrea, mientras que en los demás, se muestran oportunidades para promover su uso y demostrar su funcionalidad en el ámbito del marketing publicitario.

Lo que demuestra este resultado, es que las agencias publicitarias del municipio, no explotan todo el potencial comunicativo de una empresa, ofertando portafolios de servicios limitado; no obstante, Recrea se fundamenta en el cubrimiento de todos los elementos de la publicidad, además, el portafolio de servicios es más amplio e innovador, lo que da una gran oportunidad para explorar el mercado local en su totalidad.

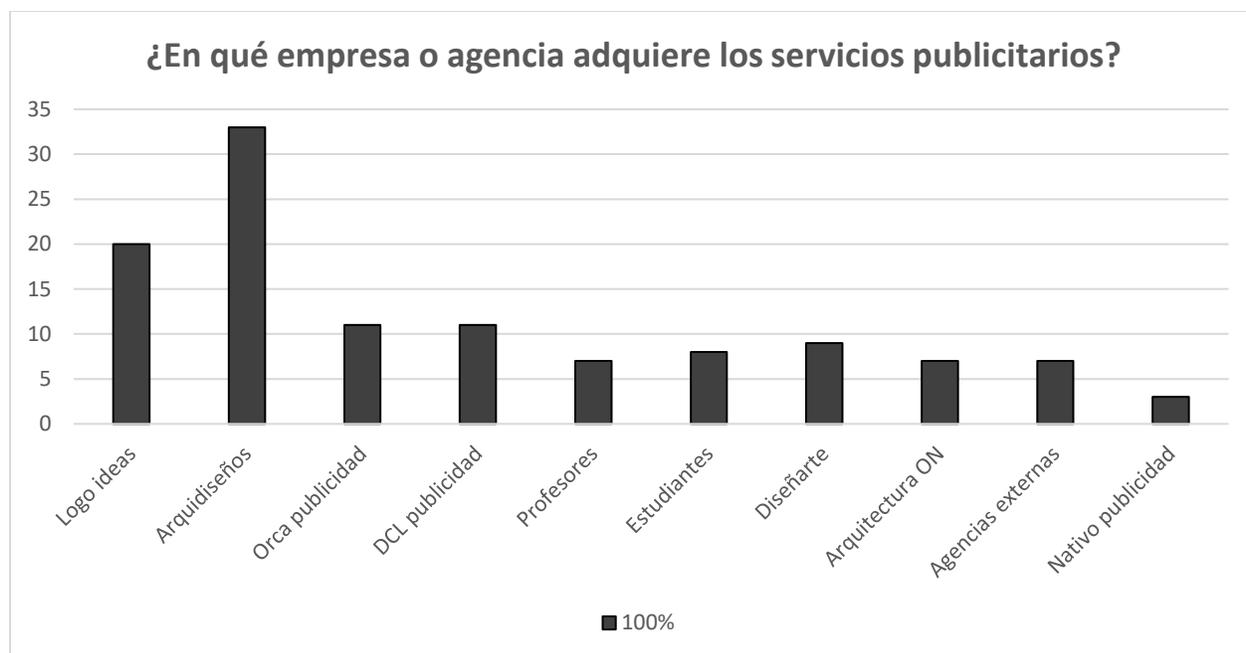


Figura 8, Encuesta; pregunta #6

Los resultados evidencian las empresas de competencia y la frecuencia con la que son requeridas para cubrir las necesidades de sus clientes, dejando a Arquidiseños como punta y referente de competencia para Recrea, de manera que obtiene la mayor popularidad a la hora de escoger un prestador de servicios de marketing publicitario. Las demás empresas generan presencia en el contexto del mercado, sin embargo, ninguna se convierte en una competencia directa para Arquidiseños, inclusive Logoideas, independientemente de ser el segundo más recurrido según los resultados de la encuesta.

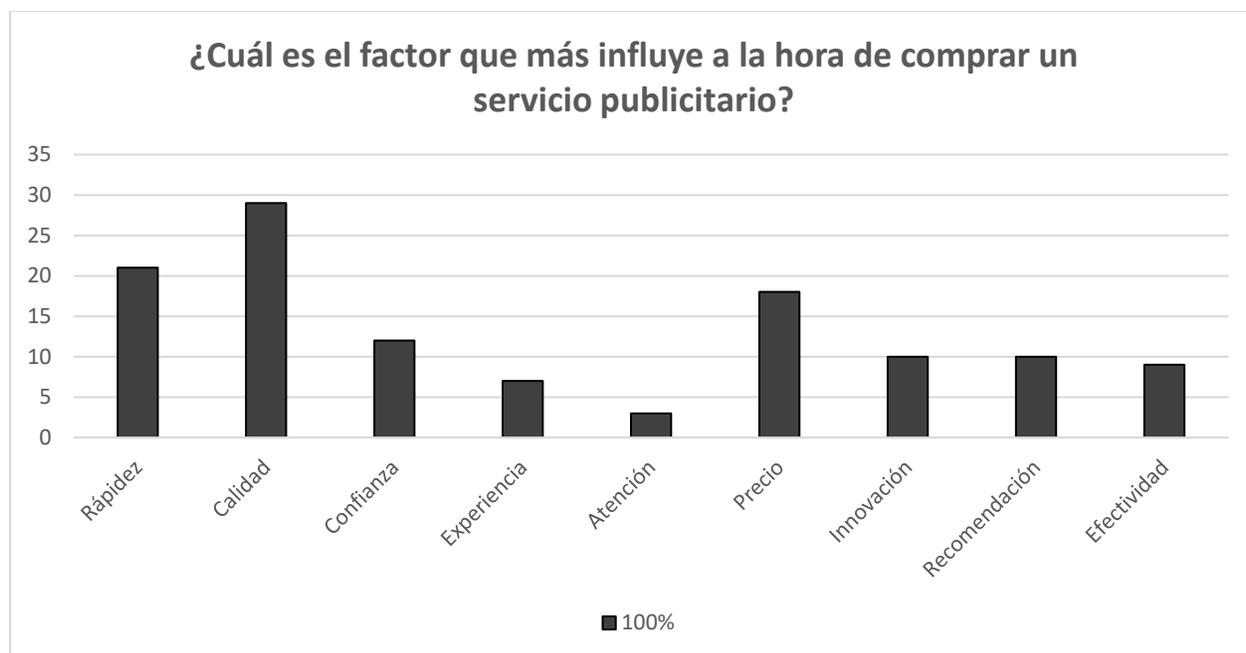


Figura 9, Encuesta; pregunta #7

La calidad, rapidez y precio son los factores que más influyen en los empresarios del municipio en el momento de contratar servicios publicitarios; los demás factores, que tienen importancia de la misma manera, son obviados o menos preferidos al momento de elegir al prestador del servicio.

Los resultados dejan entrever todas las exigencias y da a Recrea los elementos o preferencias de los clientes en los cuales debe impactar de manera contundente, también sacando a flote los otros servicios a los que menos se recurren, con el fin de generar un mayor cubrimiento en los sectores de competencia.

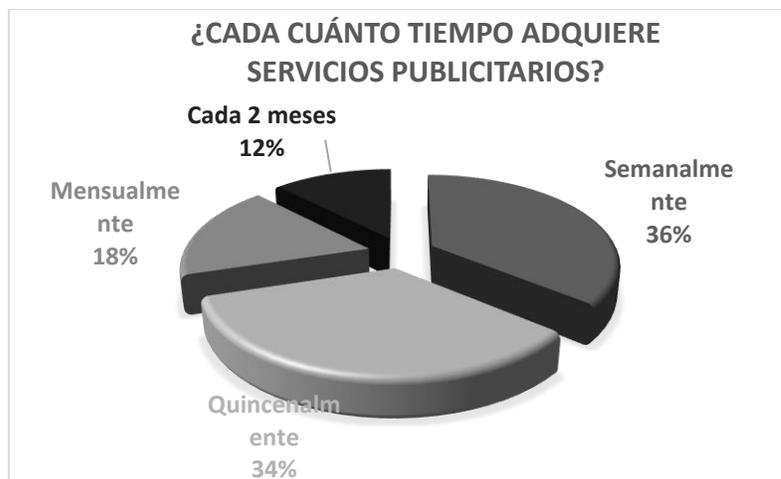


Figura 10, Encuesta; pregunta #8

Según el análisis de los resultados arrojados en la encuesta, la mayoría de las empresas locales (36%) deciden invertir en servicios publicitarios semanalmente y, otra parte, lo hace quincenalmente (con un 34%), lo que indica que la inversión en el ámbito de la publicidad en Pamplona es alta, demostrando la confianza y que los resultados son beneficiosos para las empresas que contratan este tipo de servicios.

Por otro lado, se evidencia la poca contratación de la publicidad (18% mensualmente y 12% cada dos meses), brindando opciones de intervención y motivando a Recrea para promover el uso de estas herramientas en los sectores donde poco hacen presencia, con el fin de proponer los elementos publicitarios como fuente de proyección y posicionamiento de las empresas o ideas de emprendimiento.

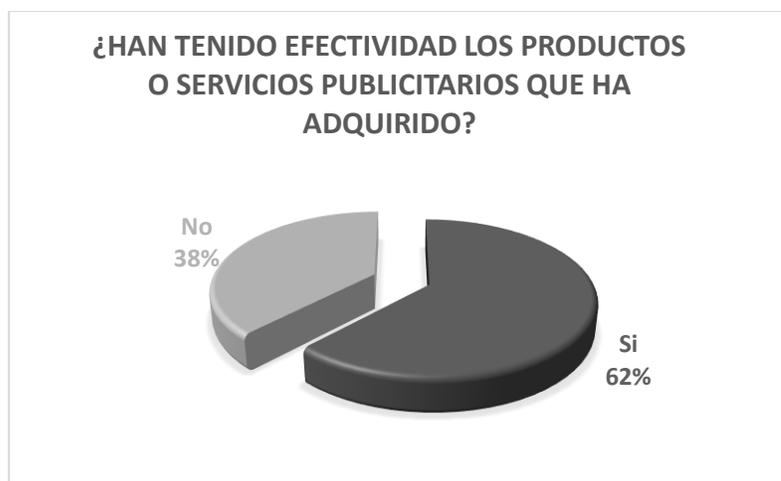


Figura 11, Encuesta; pregunta #9

La satisfacción con los resultados que se obtienen luego de contratar servicios de publicidad en gran parte es excelente (62%), sin embargo, el 38% de los resultados demuestra un índice elevado de la insatisfacción, lo cual indica que se debe tener un mayor impacto en los servicios que ofrecen las agencias publicitarias y en la forma en que se representan en la competencia.

Es decir, Recrea será referente de calidad y efectividad de todo su portafolio de servicios, cumpliendo con las expectativas de los clientes y los objetivos propuestos por las estrategias de marketing publicitario. Además, la agencia cuenta con todas las condiciones técnicas, tecnológicas y de talento humano y profesional para abarcar cualquier necesidad que presenten los clientes, o las que se descubran en el proceso.

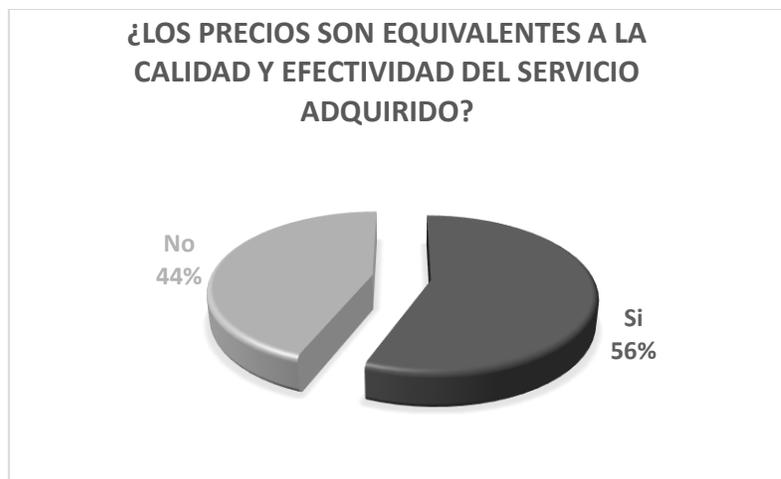


Figura 12 Encuesta; pregunta #10

Uno de los resultados, con el 44% de la población entrevistada, muestra cierta inconformidad con la calidad del servicio o del producto final y el precio en el que se encuentra requerido, muestra poco impacto de relación entre calidad y precio, sin embargo, siguen contratando los servicios, es decir, que existe la posibilidad de que el cliente reconozca la efectividad de los métodos y que las agencias no intervengan de manera pertinente o efectiva.

Esto es una oportunidad para que Recrea supla las necesidades que se evidencian en cuanto a la interrelación de estos factores (Calidad, efectividad y precio), ya que la calidad y efectividad están relacionadas directamente con el equipo y el talento humano de los profesionales con los que cuenta la agencia, y el precio abarca los criterios de manejo técnico, tecnológico y tiempo de inversión para lograr los productos finales.

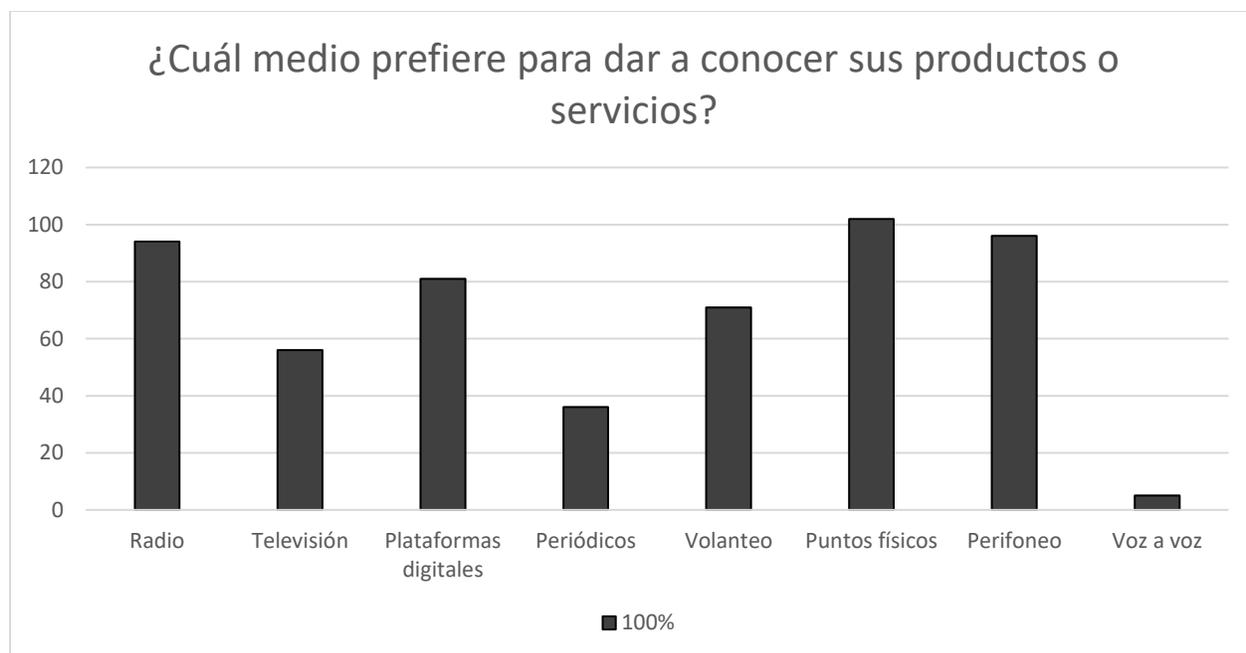


Figura 13, Encuesta; pregunta #11

En la difusión de la información o de los servicios publicitarios, los clientes prefieren utilizar algunos de los medios de comunicación tradicionales (Perifoneo, Puntos físicos, Radio) y recurriendo, en algunos casos, a las plataformas digitales. También se ven otros medios tradicionales como los periódicos, el volanteo y la televisión, en donde no se encuentra un soporte que ayude a la propagación o difusión de los servicios que ofrecen las agencias.

Los resultados no solo reflejan la preferencia de los clientes en cuanto al medio en dónde van a propagar la información de sus servicios, sino que, como refleja la tabla de estadísticas, existe un equilibrio entre los medios que se usan para propagar las informaciones a través de las estrategias de marketing, ya que la diferencia entre los ítems no es tan elevada. El ítem Voz a voz, es el único que presenta una baja preferencia para difundir los servicios publicitarios de las empresas frente a los demás elementos; una posibilidad que refuerza este hecho, es que no existe intervención directa de las agencias con la información que se emite, sino que se deja difundir a través del comportamiento de la comunidad y su cotidiano.

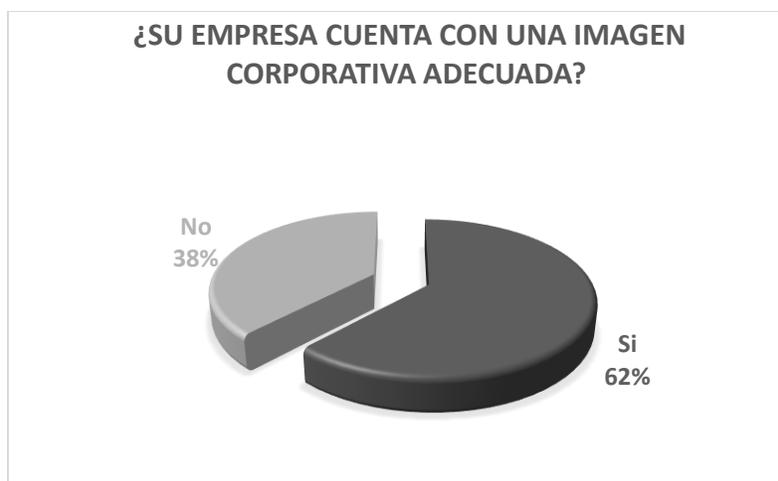


Figura 14, Encuesta; pregunta #12

El 62% en el resultado de las encuestas, se encuentran las empresas de Pamplona que afirman tener una imagen corporativa adecuada para su representación en la competencia del mercado, definiendo una mayoría del sector que cuenta con este elemento. El otro 38% no posee esta imagen corporativa, es decir, no tienen la proyección inicial de su idea de negocio, y puede que los consumidores no lleguen a conocer estas empresas de primera mano.

Este es un amplio sector de intervención para Recrea, debido a que ese 38% supone la necesidad de la creación de esta imagen corporativa, ya que da la presentación y la proyección de una idea de negocio o una empresa ya establecida. Recrea cuenta con la capacidad de cubrimiento para estas irregularidades presentadas en el contexto local de la competencia empresarial por medio de la oferta de su portafolio de servicios.

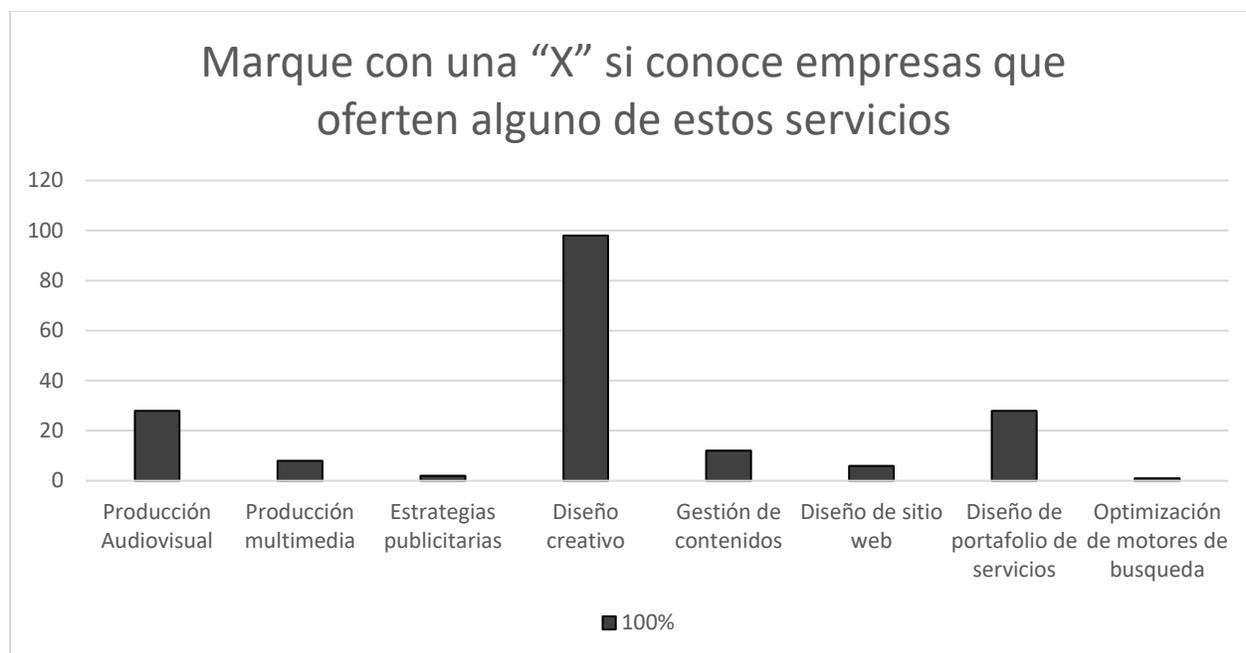


Figura 15, Encuesta; pregunta #13

Las agencias proponen sus servicios de manera que los clientes obtengan información de ellos y procuren contratarlas, sin embargo, existe, como evidencia del resultado de las encuestas, un vacío de conocimientos por parte de los clientes y consumidores acerca de la presencia de estos servicios publicitarios en el mercado, o bien, la poca efectividad con la que las empresas ofertan el resto de elementos dentro de la competencia.

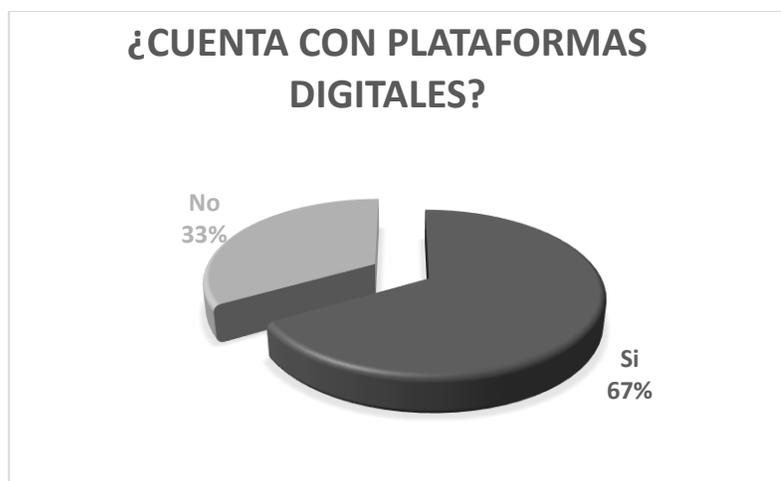


Figura 16, Encuesta; pregunta #14

El uso de las plataformas digitales se ve representado en el 67% de los resultados de la encuesta, esto para la difusión de marcas o de servicios y productos, no obstante, el otro 33% no recurre a estas herramientas, dejando presenciar una brecha comunicativa entre la comunidad de consumo y las empresas, ya que las plataformas digitales comprenden la mayoría de ambientes de información masiva común e información masiva del interés empresarial y de prestación servicios.

2.3 Análisis de la Competencia a Nivel Local, Regional, Nacional o Internacional

En este apartado se observan las distintas empresas que compiten en el sector publicitario con Recrea, se determinará la competencia, los servicios que ofrecen y si representan una amenaza. La amenaza del ingreso de las nuevas empresas en cualquier sector del mercado, se debe a las empresas que tienen un gran liderazgo tanto nacional como internacionalmente y que, además, cuentan con recursos, herramientas y alianzas con otras organizaciones con el fin de disminuir más los costos y procesos.

Existe un pequeño grupo de partícipes a nivel regional que abarcan casi todo el mercado. Por lo tanto, competir por dimensión o experiencia resulta más complejo para las nuevas empresas.

Para las principales empresas, salir de la industria no es una opción, están altamente comprometidos con ser líderes en este sector, ya que su objetivo es expandir la agenda de clientes.

En el mercado internacional existen grandes industrias publicitarias que arrasan con gran parte de los clientes en este sector, como lo son Wix o CANVA que son herramientas para crear y desarrollar publicidad de manera digital. En este caso, se analizará la plataforma de Wix, debido a que se enfoca en el desarrollo y posicionamiento web de una manera innovadora.

Tabla 7 (Wix)

Empresa	Wix
Descripción	<p>Wix.com es una plataforma de desarrollo web, basada en el sistema "In Drive", que tiene millones de usuarios alrededor del mundo. Permite tener fácilmente una presencia online profesional.</p> <p>Wix ofrece una plataforma de creación de páginas web de primer nivel, usada por más de 150 millones de usuarios en 190 países para crear una presencia profesional online, sin importar en qué rubro se desempeñen.</p>
Servicios	<p>Wix.com, desarrollo Web</p> <p>Ascend, solución empresarial</p> <p>Wix Store, tienda on line</p> <p>Wix Logo Maker, Diseño de logos</p> <p>Wix SEO, motores de búsqueda</p> <p>Wix Video Maker, editor de video</p> <p>Corvid, Desarrollo APP</p>
Experiencia en el mercado	<p>Desde 2006</p> <p>fundadores:</p> <p>Avishai Abrahami</p> <p>Nadav Abrahami</p> <p>Giora Kaplan</p>

Esta es una plataforma virtual que permite a un usuario realizar publicidad de manera fácil y optimizada para su negocio, aun sin tener experiencia como diseñador o desarrollador web, además cuenta con más de 20 millones de clientes y un portafolio de servicios muy amplio.

Recrea verá como guía y ayuda a Wix debido a que muchas de sus ideas y herramientas pueden contribuir al óptimo funcionamiento de la agencia, esto permitirá tomar ventaja sobre la competencia, brindándole a los clientes la mayor calidad en productos y servicios publicitarios.

2.3.1 Nacional

Competir con agencias de mayor trayectoria y una gran cantidad de clientes potenciales se ha vuelto cada vez más difícil, gracias a que los compradores posiblemente confíen más en estas agencias. Por esta razón, Recrea busca posicionarse de manera fuerte dentro del mercado local y regional, proyectándola con numerosas ventajas competitivas a nivel nacional. Se decidieron analizar varias agencias que tienen similitud con los servicios que ofrece Recrea, teniendo en cuenta su portafolio de servicios, vigencia en el mercado y clientes potenciales:

Tabla 8(Recuerdo)

Empresa	Recuerdo Producción Audiovisual (Cali, Valle del Cauca)
Descripción	Esta agencia de marketing y publicidad está ubicada en Cali, se enfoca en la creación y desarrollo de contenidos digitales en video y tiene como objetivo formar redes de audiencias alrededor de un nuevo lenguaje entre las marcas y sus consumidores.
Servicios	<ul style="list-style-type: none"> • Vídeos corporativos e institucionales. • Cubrimiento de todo tipo de eventos. • Registro para medios y agencias de comunicación y publicidad. • Registro fotográfico. • Producción de televisión. • Diseño

- Animación 2D.

Experiencia en el mercado	15 años
Clientes potenciales	

(Tomado de www.recuervo.com)

Tabla 9 (Iwebs)

Empresa	Pixel (Bogotá)
Descripción	<p>Empresa dedicada a potenciar y promover la imagen, los productos y los servicios de los negocios a través del suministro y creación de herramientas web, mercadeo, vídeos y marketing digital. una agencia de diseño y desarrollo web ubicada en Bogotá. Gracias al equipo de especialistas pueden construir una relación duradera y significativa con sus clientes mediante la participación de su marca en Internet.</p>
Servicios	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo web • Diseño Gráfico • Producción de Vídeos • Publicidad • Marketing Digital
Experiencia en el mercado	16 años



(Tomado de www.pixelpro.com.co/)

Tabla 10 (Stigma Studio)

Empresa	Stigma Studio
---------	---------------

Descripción	Una empresa de diseño gráfico y elaboración de piezas publicitarias: volantes, afiches, pendones, pasacalles, vallas, adhesivos, backing, fachadas y decoración de locales.
Servicios	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño Gráfico • Impresión a gran escala • Publicidad • Decoración de locales
Experiencia en el mercado	8 años
Clientes potenciales	

2.3.2 Regional

En el panorama de la región se observa que existen varias empresas en el sector publicitario, pero muy pocas se encuentran enfocadas en brindar apoyo a otras empresas en el ámbito estratégico.

Se encuentran activas varias empresas registradas en la ciudad enfocadas en la prestación de servicios similares a los de Recrea, estas son las agencias que más se resaltan: Colorama INC y Polen imagen audiovisual

Tabla 11 (Colorama)

Empresa	COLORAMA INC
Descripción	En Colorama Agencia se diseñan estrategias digitales, y creación de contenidos acorde al público que necesitan las empresas. Presentan ideas creativas, conceptos, realizan estrategias, desarrollan experiencias digitales, mecánicas o análogas, todo con el fin de

	lograr que una marca o empresa mejore su comunicación con el público.
Servicios	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño grafico • Páginas web • Pantalla led • Audiovisuales • Social media • Hosting y dominio • Impresión por Mts • Identidad corporativa • Realidad aumentada
Experiencia en el mercado	13 años
Clientes potenciales	Uniformes Uno, Hotel Ibis

(Tomado de coloramacomunicaciones.com/)

Tabla 12 (Polen Audiovisual)

Empresa	POLEN IMAGEN AUDIOVISUAL
Descripción	Polen Imagen Audiovisual es un centro creativo en donde se promueve el desarrollo de marcas y su posicionamiento en medios masivos. Los servicios que ofrece esta agencia son
Servicios	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño grafico • Páginas web • Fotografía • Cine • Comerciales • Cubrimiento de eventos
Experiencia en el mercado	17 años
Clientes potenciales	  

2.3.3 Local

En el municipio de Pamplona se encuentran inscritas un total de 3221 matrículas en el Registro Mercantil (Cámara de Comercio, 2019). Esto es un buen panorama para el sector publicitario, específicamente para Recrea, ya que la ciudad cuenta con un alto número de empresas registradas legalmente de las cuales 2793 cuentan con un establecimiento en la ciudad, además, también existe mucha informalidad laboral, más que todo en el sector comercial.

Recrea pretende iniciar con el 5 % (161) de las empresas a las que se les realizará servicios publicitarios como base del proyecto. Se brindará la posibilidad de que las empresas en Pamplona y sus alrededores sean reconocidas a nivel regional, también se crearán conexiones entre empresas de la zona y otras regiones.

Según la base de datos ofrecida por la (Cámara de Comercio de Pamplona, 2017), en el municipio existen cerca de 10 empresas constituidas y registradas, enfocadas al área audiovisual y servicios publicitarios; pese a que son 10 las agencias, no cubren con el total de la demanda del mercado en la ciudad. Algunas de estas empresas entran a competir y pisar fuerte dentro mercado debido al tamaño de su público, pero no es suficiente, ya que su portafolio de servicios no es tan amplio en comparación con Recrea.

2.3.4 Diario de campo

Tabla 13(Logo Ideas)

Empresa	Logo Ideas
Descripción	Es una empresa de publicidad que se dedica a realizar diseños e impresiones de cualquier tipo, menos en 3D, su fuerte son los estudiantes de la Universidad de Pamplona.
Análisis	<p>El cliente entra al local, de primera vista es un lugar muy pequeño, casi no hay espacio y hay pocas sillas para que los clientes esperen. Luego de que el cliente espera de pie, llega la hora de ser atendido, habiendo pasado aproximadamente 10 minutos. Se realiza la cotización del producto y el cliente acepta el servicio, el cliente decide esperar su pedido ya que solo le dijeron que se demoraban 20 minutos.</p> <p>El cliente que espera sentado decide ir y volver, en lo que dura 20 minutos, pregunta cómo va con su servicio, a lo cual le responden que debe esperar 10 minutos más. Se nota el disgusto en el cliente, aun así, espera, luego de otros 20 minutos le entregan el producto, el cliente paga y se va de una vez.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. En esta jornada de trabajo se estudia el caso de un cliente que se fue insatisfecho por el tiempo de entrega del producto. 2. El espacio para los clientes es muy pequeño. 3. La decoración no es tan llamativa, solo tienen estantes con algunos de sus productos. 4. La atención es regular, no es una bienvenida calurosa para el cliente.
Servicios	Los servicios son diseño e impresión a gran escala, Branding corporativo e ilustraciones.
Horarios	<p>Lunes a viernes de 8:00 a 12:00 m y desde las 2:00 a las 6:00 pm</p> <p>Sábados jornada continua: 9:00 am a 3:00 pm</p>
Experiencia en el mercado	10 años

Precio	Los precios varían dependiendo del cliente y dificultad del trabajo y material, en cuanto a la impresión a gran escala el promedio del precio por metro es de 60.000 pesos por metro cuadrado.
Sistema de ventas	Recepción del cliente – Cotización del servicio – Facturación y pago del servicio
Flujo de clientes	Aproximadamente 31 clientes por día.
Estructura	La empresa tiene un tamaño aproximado de 5 mts x 7 mts, son dos plantas. Está ubicada estratégicamente en un área donde transitan muchos estudiantes.
Número de empleados	5 empleados
Clientes frecuentes	Estudiantes universitarios, empresas del sector e instituciones.

Tabla 14 (Arquidiseños)

Empresa	Arquidiseños
Descripción	<p>Esta es una de las empresas de publicidad más conocidas en Pamplona, representa la mayor competencia para Recrea, se encarga de realizar publicidad y trabajos de diseño creativo para sus clientes, pero se enfoca más en la impresión a gran escala y diseños creativos.</p> <p>El valor agregado de esta agencia, es una promoción de diseño, es decir, si un cliente encarga imprimir mil folletos, el diseño del logotipo es gratuito. El problema de este tipo de soluciones, es que el diseño o logo no es auténtico, ni estudiado, lo que significa que su logo o diseño puede estar repetido o copiado de algún otro diseño. Recrea ofrece soluciones basadas en investigaciones reales, además los diseños son netamente propiedad intelectual de Recrea</p>
Análisis	De entrada, se ve un sitio agradable y decorado acorde a la razón de la empresa, cuenta con un espacio considerable para atender a los clientes, además entretienen visualmente a los clientes los productos que tienen en la repisa. En la recepción se encuentran 3 diseñadores listo para atender al

	<p>cliente, tienen buena presencia, uniforme y buena atención.</p> <p>Solo se pueden atender 3 clientes simultáneamente, además cada recepción de un cliente dura aproximadamente entre 10 y 15 minutos, por lo cual se genera una aglomeración de clientes.</p> <p>Algunos clientes entraron a cotizar servicios multimedia y otro tipo de servicios publicitarios, pero la agencia no se encuentra acta para brindar estos servicios publicitarios.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. La atención de la recepción es muy lenta, provocando que los clientes recurran a otras empresas. 2. No cumplen con el personal necesario para hacer frente a la alta demanda de servicios publicitarios. 3. Su portafolio de servicios es muy limitado.
Servicios	<ul style="list-style-type: none"> • Diseños • Impresiones a gran escala • Recorte Láser • Branding corporativo
Horarios	<p>Lunes a viernes de 8:00 am a 12:00 m y de 2:00 a 8:00pm</p> <p>Sábados de 8:00 am a 12:00 m</p>
Experiencia en el mercado	14 años
Precio	Los precios varían dependiendo del cliente y dificultad del trabajo, el tipo de material, en muchas ocasiones exceden en los precios. Por lo general el metro cuadrado de una impresión a gran escala varía entre los 65.000 y 90.000 pesos.
Sistema de ventas	Recepción del cliente – Cotización del servicio – Facturación y pago del servicio
Flujo de clientes	Aproximadamente 50 clientes por día.
Estructura	<p>La empresa está muy bien adecuada y decorada, los espacios de trabajos están divididos por áreas y todo el inmueble tiene un tamaño aproximado de 10 mts x 7 mts.</p> <p>Esta empresa también cuenta con una pequeña miscelánea dentro del establecimiento.</p>
Número de empleados	8 empleados

Clientes frecuentes	Estudiantes universitarios, alcaldía municipal, empresas de Pamplona e instituciones.
---------------------	---------------------------------------------------------------------------------------

Tabla 15(Soluciones Clara)

Empresa	Soluciones Clara
Descripción	Soluciones Clara es una agencia publicitaria dedicada a al diseño e impresión a gran escala, especializada en soluciones de diseño y brochure.
Análisis	<p>Esta empresa tiene una excelente ubicación en la ciudad, sobre todo para el área en el que se especializa, estudiantil, debido a que la zona en la que se encuentra es la más adecuada, donde transitan comúnmente un alto número de estudiantes. De entrada, esta empresa dice que ofrece servicios publicitarios enfocados en diseño de tarjetas personales, brochure de servicios, diseños personales e impresiones a láser. La atención es formal, existen actos de cortesía con el cliente, preguntan qué es lo que necesita el cliente y muestra unos modelos de lo que puede servirle, pero deberían investigar más a fondo las necesidades del cliente para de llegar a un acuerdo, luego se hace el proceso de facturación y pago del producto.</p> <p>También sucede lo mismo que con otras empresas, ya que entra clientes buscando un servicio en específico y no están actos para realizarlos porque su portafolio de servicios es muy limitado.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tienen un solo segmento de clientes, por esta razón su negocio no es tan frecuentado. 2. Portafolio de servicios limitado.
Servicios	Impresión a gran formato, impresión láser, corte láser, corte de vinilos decorativos, arquitectura y planos.
Experiencia en el mercado	5 a 8 años
Precio	Los precios varían dependiendo del cliente y dificultad del trabajo, también realizan descuentos para llegar a un común acuerdo con el cliente.

Flujo de clientes	30 personas diarias
Estructura	Excelente ubicación, pero las instalaciones no tienen la decoración acorde a su razón social para una empresa de diseño y publicidad.
Número de empleados	2 a 4 empleados

Tabla 16 (Matriz del perfil competitivo)

Matriz de perfil competitivo				
Nombre	Ubicación	Productos y/o servicios	Precios	Clientes
Recrea	Cra 7 Calle 7 – 99 Barrio San Francisco Cel: 3186320336	Ilustración	\$ 80.000	Empresas grandes: Multinacionales, sociedades y el estado. Empresas medianas: Distribuidoras, comercializadoras y productoras Micro empresas: Comerciantes, trabajadores independientes, estudiantes.
		Desarrollo de imagen corporativa	\$ 187.000	
		Impresión a gran escala	\$ 60.000	
		Recorte láser		
		Branding Corporativo	\$ 40.000	
		Diseño de sitio web	\$ 60.000	
		Gestión de contenido de plataformas digitales	\$ 100.000	
		E-mail Marketing	\$ 200.000	
		Optimización de motores de búsqueda	\$ 1.200.000	
		Estrategia de Marketing Digital	\$ 50.000	
		Estrategia publicitaria	\$ 100.000	
		Producción multimedia	\$ 125.000	
		Spot publicitario	\$ 200.000	
		Vídeo institucional	\$ 180.000	
		Animaciones (2D-3D)	\$ 150.000	
		Vídeo musical		
		Cubrimiento de eventos		
Tomas aéreas	\$ 500.000			
Estudio Fotográfico	\$ 100.000			
	\$ 150.000			

			\$ 500.000	
			\$ 150.000	
			\$2.500.000	
			\$ 450.000	
			\$ 250.000	
			\$ 200.000	
Logo ideas	Cra. 4 ##4-03, Pamplona, Norte de Santander	Administración de Facebook Desarrollo de imagen corporativa Estampados Productos personalizados Impresión a gran escala Branding corporativo	150.000 200.000 55.000	Estudiantes, empresas del sector e instituciones.
Arquidiseños	Calle 4 # 4-50 Pamplona – Norte de Santander COLOMBIA	Diseños Impresiones a gran escala Recorte Láser Branding corporativo Imagen Corporativa	\$ \$ 55.000 \$ 25.000	Estudiantes, empresas del sector, estado e instituciones.
Soluciones Clara		Impresión a gran formato corte láser corte de vinilos decorativos Diseño de tarjetas.	\$ 45.000 \$ 25.000	Estudiantes, empresas del sector y conductores

2.4 Descripción de la Ventaja de la Empresa

Para tener mayores posibilidades de posicionamiento en la competencia del mercado, Recrea recurre a la promoción de servicios que sean innovadores y, también, se actualiza y

mejora los que ya se encuentran en oferta desde el principio del desarrollo como empresa. Por esta razón, la agencia resalta los siguientes elementos que determinan una ventaja sobre la competencia.

Proyectos Culturales: en Pamplona hay gran diversidad cultural, debido a que vienen jóvenes de diferentes partes del país a realizar sus estudios en las instituciones educativas, como la Universidad de Pamplona que es una de las más destacadas de la región. Debido a esto, se presentan muchos actos culturales en todo el municipio.

Recrea se encargará de efectuar el seguimiento y la producción de actos culturales que pongan en alto el nombre de la ciudad y la cultura que representa. Esto contribuirá al desarrollo cultural de la región, haciendo visible la cara artística del municipio, a su vez se dará publicidad al trabajo que realiza Recrea, mediante la producción y difusión de estas piezas audiovisuales.

Debido a que es un producto cultural de la región, muchas personas se verán relacionados y vinculados directa e indirectamente a la pieza audiovisual por su contenido, incentivando su propagación y difusión inmediata.

Amplio portafolio de servicios; Recrea cuenta con una amplia gama de servicios para ofrecer soluciones a todo tipo de problemas comunicativos y abarcar todo tipo de público. Entre los principales están los servicios de diseño e impresión de gráfica de gran formato, desarrollo web y producción audiovisual y multimedia. Además, hay que tener en cuenta que las empresas publicitarias en Pamplona no ofrecen ni la mitad de los servicios publicitarios que ofrece Recrea.

Desarrollo y análisis web: según el análisis de mercado realizado anteriormente, Recrea es la única empresa en Pamplona, que realiza diagnósticos de sitios webs gratuitos por medio de

las URLs de las empresas de los clientes, además no existe un ente enfocado a la creación y desarrollo de sitios webs.

Reconocimiento: Recrea ya tiene reconocimiento a nivel nacional, debido a los productos que se han compartido por las redes sociales. El alcance en redes por cada publicación es de más de 300.000 personas y las interacciones sobrepasan los 400 clics. Además, los clientes de otras partes del departamento de Norte de Santander han contactado a Recrea para contratar los servicios publicitarios.

Tecnología: Recrea cuenta con equipos de última tecnología para brindar a los clientes total calidad en cada uno de los servicios publicitarios que se ofrecen.

Creamos conexiones: Por medio de una base de datos de empresas a nivel local, regional y nacional, Recrea busca crear vínculos entre organizaciones de producción masiva, distribuidores y compradores facilitando ventas y contratos entre las organizaciones y reduciendo costos. Las bases de datos serán obtenidas por medio de empresas prestadoras del servicio de información correspondiente como la Cámara de Comercio, EInforma, Datos y Confecámaras y se creará una agenda de contactos propia de Recrea uniendo todos los datos adquiridos por medio de estas entidades, ya que son las más importantes y de mejor referencia para el caso.

Por medio del marketing se busca crear estrategias que se adapten a las principales necesidades de la realidad de los clientes, aumentando el alcance que tienen sus productos y servicios a estancias en donde posiblemente se requieran. Es decir, si una empresa requiere cierto de servicios o productos específicos, Recrea enlaza estas necesidades, con las propuestas de soluciones que brindan las empresas incluidas en la base de datos.

Asesorías gratuitas: El servicio de análisis web, en realidad es una herramienta innovadora que se encuentra habilitado en el sitio web oficial de Recrea, donde los clientes podrán interactuar y recibir un análisis online de sus sitios webs y/o aplicaciones con solo ingresar sus URLs o enlaces en la caja de Análisis Web. El equipo de trabajo será el encargado de analizar el sitio web del cliente de manera online, determinando debilidades y fortalezas para convertirlas en oportunidades. Luego se compartirán los resultados en su correo electrónico con las respectivas explicaciones y propuestas para brindar soluciones por medio de los servicios publicitarios que ofrece la agencia.

Esto acelera el proceso del desarrollo de los servicios de Recrea gracias a que optimiza y agiliza la entrega del producto final, basándose en las necesidades arrojadas en el diagnóstico online de los sitios webs de los clientes.

También se realizarán asesorías presenciales para ayudar a los emprendedores a buscar soluciones y guiarlos a tomar las decisiones correctas, para luego escoger los servicios publicitarios que se adapten a la necesidad del cliente, y así, introducirlos a competir dentro del mercado, impulsando las unidades productivas y la actividad económica de la región.

2.5 Aportes del modelo de negocios al desarrollo socioeconómico y la competitividad a nivel Local, Regional, Nacional o Internacional

A través de Recrea, se busca apoyar al desarrollo socioeconómico del municipio a partir de la generación de empleo, la igualdad de oportunidades, trabajo decente, innovación en los servicios y la implementación de nuevas tecnologías.

2.5.1 ONU Objetivos de desarrollo sostenible



Tomado de: <https://onu.org.gt/objetivos-de-desarrollo/>

Ilustración 3, ODS de la ONU

La Organización de las Naciones Unidas se han planteado 17 objetivos para el desarrollo sostenible, para ello, Recrea busca aportar a la consecución de algunos a través de la generación de empleo, la igualdad de oportunidades sin distinción de género sexo o estatus, con la utilización de tecnologías amigables con el medio ambiente, la oportunidad de acceso a un trabajo digno con oportunidad de crecimiento profesional y demás acciones que puedan ayudar al cumplimiento de la agenda 2030 para “lograr el desarrollo sostenible de un mundo diverso” (ONU, 2015).

Así mismo, se busca potenciar el trabajo de las empresas a través del uso de las tecnologías de la información y comunicación, ya que estos están en auge y son un medio muy eficaz para dar a conocer una empresa y así lograr que sea más competitiva.

2.5.2 Plan de Desarrollo para Norte de Santander 2020-2023 “más oportunidades para todos”

Dentro del plan de desarrollo para norte de Santander se plantean una serie de ejes claves para la consecución de los objetivos y metas planteadas, cuyo propósito es generar una mayor productividad e inclusión social

- **INNOVACIÓN:** El aporte que genera Recrea, se basa en brindar a las empresas el apoyo que necesitan para potenciar su imagen, además de diseñar estrategias que aporten a fortalecer la marca, los productos y servicios que ofrecen, para que de esa forma obtengan un mayor reconocimiento en mercados nacionales e internacionales.
- **EMPREDIMIENTO:** Recrea es un plan de negocios que busca generar fuentes de empleo y mayores ingresos para el sector, a través del trabajo con empresas que soliciten servicios publicitarios.
- **TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES:** En Recrea, trabajan profesionales jóvenes de diversas áreas, con conocimientos amplios en comunicación, diseño, gerencia y administración entre otras. La tecnología hace parte del día a día de la empresa y Recrea le apuesta a eso, al manejo de las tecnologías de la información y comunicación como plataforma para catapultar a las empresas a un nuevo nivel de innovación y crecimiento, sacando a las empresas de sus zonas de confort y llevándolas a competir en mercados a nivel regional, nacional y de ser posible internacional.

2.5.3 Plan de Desarrollo Municipal 2020 – 2023 Alcaldía de Pamplona



nortedesantander.gov.co/NuestraAlcaldia/Paginas/Objetivos-del-Milenio.aspx

Ilustración 4, Plan de Desarrollo Municipal

A través de la empresa de RECREA, se apoya la consecución de algunos de los objetivos específicos del plan de desarrollo municipal, como los son:

- La generación de empleo y oportunidades productivas para los pamploneses.
- Se garantiza el trato igualitario y el acceso a las oportunidades laborales y de desarrollo humano para mujeres, jóvenes y demás personas que estén interesadas en hacer parte de la empresa.

Así mismo, Recrea busca brindar la oportunidad a todas las empresas sean pequeñas, medianas o grandes, para que puedan dar a conocer sus marcas y los productos que ofrecen no solo a nivel municipal, sino también a nivel regional y nacional y de esta forma lograr que sean más competitivas dentro del mercado.

2.6 Articulación a gremios, Cadena Productiva, redes o Clúster, a nivel Local, Regional, Nacional o Internacional

Actualmente se trabaja de la mano con la Incubadora de Empresas de la Universidad de Pamplona, quienes aportan a la idealización del proyecto o idea de negocio, buscando fuentes de financiación, también mantienen un asesoramiento continuo para el crecimiento de los emprendedores. Este proyecto cuenta con el apoyo y asesoría de docentes del programa de comunicación social de la Universidad de Pamplona quienes apoyan con asesorías, ideas y correcciones sobre el proyecto.

Así mismo, la empresa busca pertenecer a la Iniciativa Clúster de Industrias Creativas y de Contenidos, esto es un escenario neutral donde líderes empresariales, gobierno, entidades de apoyo y academias trabajan colaborativamente para incrementar la productividad y competitividad del sector audiovisual, y así obtener un registro y un reconocimiento a nivel nacional de los servicios publicitarios que brinda Recrea para poder aprender de ellos, de su trayectoria y experiencia en este campo, además de esto, se elevará el prestigio y la competitividad de la agencia. Recrea también pretende vincularse al gremio de los comerciantes de Pamplona y Cúcuta, por medio de la Cámara de Comercio, para tener mayor acceso a toda la información de las empresas y comerciantes de estas ciudades.

Recrea tiene pensado hacer parte de uno de sociedades de empresas con más importancia en el municipio, como lo es el Grupo Empresarial GB, que es una Empresa ubicada en Pamplona, Norte de Santander con más de 3 años de experiencia con la intención de formar un grupo con líderes profesionales de distintas profesiones y de empresarios de la localidad con el fin de brindar servicios y asesorías en la parte jurídica, empresarial y económica.

Capítulo 3

Diseño del proceso Productivo

3.1 Descripción del producto o servicio

Recrea en su portafolio, ofrece a sus clientes los servicios de Diseño Creativo e impresión a gran escala, este abarca aspectos relativos a la imagen e identidad corporativa. Se ofrecen servicios de diseño creativo para dar soluciones a las necesidades de imagen de los clientes, en donde se establecerán todos los lineamientos correspondientes para el uso adecuado de la marca.



Ilustración 5, Proceso productivo de Recrea

Recrea busca desarrollar e impulsar la imagen de las empresas mediante un equipo creativo y la buena gestión de medios e influencias. Esto solo es posible, gracias a que ofrece soluciones de diseño creativo, desarrollo web/multimedia, impresión a gran escala y producción audiovisual.

3.1.1 Servicios de Diseño Creativo y diagramación publicitaria

Tabla 17(Servicios Creativos)

Servicio	Unidad de medida	Formato	Descripción
Fotomontaje Publicitario	Producto	JPG PNG PDF	Se realizan diseños de fotomontajes adaptados a las necesidades del cliente, el precio varía según el nivel de complejidad del diseño y del tiempo estimado para realizar el producto.
Ilustración	Complejidad de la imagen	JPG PNG PDF	Se ilustra cualquier tipo de imagen de forma digital por medio de tabletas graficadoras.
Desarrollo de identidad corporativa	<ul style="list-style-type: none"> • Logo • Naming • Portafolio de servicios • Manual de identidad corporativa • Diseño de Señalización • Branding Corporativo • Recursos corporativos 	Producto PDF Impreso	Diagnóstico, análisis y fortalecimiento de la imagen corporativa de las empresas, este item es el conjunto de varios servicios que pueden ser adquiridos individualmente.
Impresión gráfica a gran escala	Mts2	Lona Opalina Pegatina Acrílico	Se imprime a gran escala y full color sobre materiales de calidad.
Servicio de Cortadora láser	Mts2	Lona madera Acrílico Cristal	Recorte a gran escala, ideales para moldes

3.1.2 Servicios de Desarrollo Web/multimedia

Con el auge de la tecnología es de gran importancia que toda empresa cuente con presencia on-line de su marca, gracias a que el marketing digital y la producción multimedia

vienen revolucionando la publicidad en internet y generando grandes inversiones al PIB del país, por eso, Recrea ofrece los siguientes servicios de Marketing Digital y multimedia.

Tabla 18(Digital/Multimedia).

Servicios	Unidad de medida	de Formato de entrega	Descripción
Desarrollo de sitios web/app	Producto	Usuario y contraseña de la cuenta del sitio web. Dominio web. Wordpress	Diseño y diagramación de página y subpáginas webs, vinculación con plataformas virtuales, subir contenido multimedia, anexas información de la empresa, y demás. Todo lo anterior se plasma en un aplicativo para móvil.
Marketing de contenido para plataformas digitales Facebook Twitter Instagram Blogs	Mes	Se entregan productos, estadísticas y resultados de la plataforma digital PDF DOC	Diseño de blog o creación de contenidos
E-mail Marketing	Mes	Lista de contactos. Datos enviados PDF o DOC	Base de datos y difusión de la información por medio de E-mail de las empresas
Optimización y pauta de motores de búsqueda	SEO SEM Google Display Google Awards Facebook Ads Remarketing Google Remarketing Facebook	Herramientas de automatización de motores de búsqueda.	Estadísticas y resultados. Recrea te posiciona en los primeros resultados de los buscadores como Google y te da la posibilidad de pautar con plataformas de optimización de búsqueda

Marketing Digital	Dimensión de la estrategia.	PDF DOC Impreso	Para que la estrategia sea efectiva se debe hacer un diagnóstico, luego el diseño de la estrategia, posteriormente ejecutar la estrategia y por último, entregar resultados.
Estrategias publicitarias	Dimensión de la estrategia	PDF DOC	Una estrategia publicitaria hará que el cliente se posicione dentro del mercado, entrando a competir con las grandes empresas en cuestión de cobertura y efectividad.
Producción multimedia	Producto	Archivo Web	Se creará contenido digital que permita a las empresas interactuar con los consumidores.
Pauta publicitaria	Mes	Pdf	Se ofrecerá un espacio publicitario en todas las plataformas digitales de Recrea y empresas asociadas.
Cuñas publicitarias	Producto	Mp4	Se elaboran cuñas publicitarias de cualquier ámbito.

3.1.3 Servicios de producción audiovisual

Recrea ofrece un gran número de servicios audiovisuales con la mejor calidad de grabación y un equipo de trabajo profesional creativo y capaz de afrontar cualquier reto.

Tabla 19(Producción Audiovisual)

Servicios	Unidad medida	de Formato	Descripción
Spot publicitario	Segundos	Full HD 4K	Se realizará la grabación y producción de un video publicitario sobre cualquier producto, servicio, empresa o razón social.
Vídeo institucional	Segundos	Full HD 4k	El video mostrará todo el potencial y la identidad de la empresa, se seleccionará los aspectos más importantes del cliente.
Animaciones (2D-3D)	Segundos Formato	3D 2D	Se animará cualquier tipo de imagen en 2d y 3d
Producción de pieza audiovisual	<ul style="list-style-type: none"> • Vídeo musical • Documental • Cortometraje 	Producción Tiempo Equipo de trabajo Personal Extra Locaciones	Full HD 4k Elaboración del guión técnico Elaboración del guión literario Logística de producción
Cubrimiento de eventos	Hora Equipos de grabación Equipo humano requerido	Cubrimiento de Full HD 4K	Cubrimiento de todo tipo de eventos, se pondrán puntos clave de grabación, se organizará el equipo de producción para lograr un cubrimiento más detallado.

			Posterior al evento se hará el proceso de post producción y entrega del producto final.
Tomas aéreas	Hora	Full HD 4K	Se alquila el Dron junto al piloto profesional con licencia para atender las indicaciones del cliente.
Estudio Fotográfico	Paquetes	HD 4K	Recrea brinda la opción de 5 paquete fotográficos de los cuales el cliente podrá escoger.

3.2 Esquema y/o mapa del Proceso Productivo

Tabla 20 (Mapa productivo de la línea de Diseño Creativo)

Actividad (Diseño creativo, Ilustraciones, portafolio de servicios)	Tiempo estimado de realización	Cargo que participa	Número de personas que intervienen	Equipo/maquinaria y documentos utilizados
Recepción de servicio	5 minutos	Secretaria Diseñador	2	Computador e impresora
Identificación del tipo de servicio				
Cotización del servicio				
Producción del diseño	De 1 a 72 horas (depende del nivel de complejidad)	Diseñador	1	Computador y tableta graficadora
Supervisión y aprobación	10 minutos	Diseñador, cliente.	2	Computador
Facturación del servicio	3 minutos	Secretaria	1	Computador e impresora

Entrega del servicio	2 minutos	Comunicador social	1	CD, memoria o impreso
<hr/>				
Actividad (Impresión a gran escala/cortadora)	Tiempo estimado de realización	Cargo que participa	Número de personas que intervienen	Equipo/maquinaria y documentos utilizados
Recepción de servicio	5 minutos	Secretaria	1	Computador e impresora o cortadora
Identificación del tipo de servicio				
Cotización del servicio				
Modificaciones al diseño	De 5 a 15 minutos	Diseñador	1	Computador
Supervisión y aprobación	5 minutos	Diseñador, cliente.	2	Computador
Proceso de impresión	De 10 a 60 minutos	Diseñador	1	Computador e impresora
Facturación del servicio	3 minutos	Secretaria	1	Computador e impresora
Entrega del servicio	2 minutos	Secretaria	1	Producto impreso

Tabla 21 (Mapa productivo de la línea de Desarrollo web)

Actividad (Página web)	Tiempo estimado de realización	Cargo que participa	Número de personas que intervienen	Equipo/maquinaria y documentos utilizados
Recepción de servicio	5 minutos	Secretaria Comunicador Social	1	Computador e impresora
Identificación del tipo de servicio				
Cotización del servicio				

Ejecución del servicio	De 2 a 7 días	Programador, Diseñador, Comunicador Social	3	Computador, cámara e internet
Supervisión y aprobación	10 minutos	Comunicador social y Programador	2	Computador
Facturación del servicio	2 minutos	Secretaria	1	Computador e impresora
Entrega del servicio	2 minutos	Comunicador Social	1	URL, Datos de cuenta
Actividad (Gestión de contenidos y E-mail Marketing)	Tiempo estimado de realización	Cargo que participa	Número de personas que intervienen	Equipo/maquinaria y documentos utilizados
Recepción de servicio	5 minutos	Comunicador Social	1	Computador e impresora
Identificación del tipo de servicio				
Cotización del servicio				
Ejecución del servicio	Un mes	Comunicador Social	1	Computador, cámaras y celular
Resultados	10 minutos	Comunicador Social, cliente.	2	Computador
Facturación del servicio	3 minutos	Secretaria	1	Computador e impresora
Entrega del servicio	2 minutos	Comunicador social	1	CD, memoria o impreso
Actividad (Motores de búsqueda)	Tiempo estimado de realización	Cargo que participa	Número de personas que intervienen	Equipo/maquinaria y documentos utilizados
Recepción de servicio	5 minutos	Secretaria	1	Computador e impresora
Identificación del tipo de servicio				
Cotización del servicio				
Ejecución del servicio	de 24 a 72 horas	Programador	1	Computador y tableta graficadora
Supervisión y aprobación	10 minutos	Programador, cliente.	2	Computador

Facturación del servicio	3 minutos	Secretaria	1	Computador e impresora
Entrega del servicio	2 minutos	Programador	1	CD, memoria o impreso
Actividad (Estrategias de Marketing/Marketing Digital)	Tiempo estimado de realización	Cargo que participa	Número de personas que intervienen	Equipo/maquinaria y documentos utilizados
Recepción de servicio	5 minutos	Secretaria	2	Computador e impresora
Identificación del tipo de servicio		Diseñador		
Cotización del servicio				
Producción del diseño	(depende del nivel de complejidad)	Comunicador Social, Diseñadores, Productor, Programador	4	Computador y tableta graficadora
Supervisión y aprobación	10 minutos	Comunicador Social, cliente.	2	Computador
Facturación del servicio	3 minutos	Secretaria	1	Computador e impresora
Entrega del servicio	2 minutos	Comunicador social	1	CD, memoria o impreso

Tabla 22 Mapa productivo de la línea de Producción Audiovisual

Actividad (Spot publicitario, Vídeo tutorial)	Tiempo estimado de realización	Cargo que participa	Número de personas que intervienen	Equipo/maquinaria y documentos utilizados
Recepción de servicio	5 minutos	Productor audiovisual	1	Computador e impresora
Identificación del tipo de servicio				
Cotización del servicio				
Preproducción	1 a 7 días	Comunicador Social,	3	Computadores y equipos de producción
Producción				
Postproducción				

		Productor, Diseñador		
Supervisión y aprobación	10 minutos	Comunicador social, Productor, cliente.	3	Computador
Facturación del servicio	2 minutos	Secretaria	1	Computador e impresora
Entrega del servicio	2 minutos	Comunicador social	1	CD o memoria
Actividad (Vídeo institucional, Producción audiovisual)	Tiempo estimado de realización	Cargo que participa	Número de personas que intervienen	Equipo/maquinaria y documentos utilizados
Recepción de servicio	5 minutos	Productor audiovisual	1	Computador
Identificación del tipo de servicio				
Cotización del servicio				
Producción audiovisual	De 1 a 3 semanas (depende del nivel de complejidad)	Productor, Diseñador, Comunicador Social, Programador	4	Computadores y equipos de producción audiovisual
Supervisión y aprobación	10 minutos	Comunicador Social, cliente.	2	Computador
Facturación del servicio	3 minutos	Secretaria	1	Computador e impresora
Entrega del servicio	2 minutos	Comunicador social o Productor	1	CD o memoria.
Actividad (Animación 2D y 3D)	Tiempo estimado de realización	Cargo que participa	Número de personas que intervienen	Equipo/maquinaria y documentos utilizados
Recepción de servicio	5 minutos	Diseñador	1	Computador e impresora
Identificación del tipo de servicio				
Cotización del servicio				
Producción del diseño	De 2 a 24 horas (depende del)	Diseñador o Productor Audiovisual	1	Computador y tableta graficadora

	nivel de complejidad)			
Supervisión y aprobación	10 minutos	Diseñador, cliente.	2	Computador
Facturación del servicio	3 minutos	Secretaria	1	Computador e impresora
Entrega del servicio	2 minutos	Comunicador social	1	CD, memoria

Actividad	Tiempo estimado de realización	Cargo que participa	Número de personas que intervienen	Equipo/maquinaria y documentos utilizados
Cubrimiento de eventos, Tomas aéreas)				
Recepción de servicio	5 minutos	Comunicador Social	1	Computador e impresora
Identificación del tipo de servicio				
Cotización del servicio				
Ejecución del servicio	Depende del cliente	Comunicador Social, Productor audiovisual	2	Logística Camarógrafos
Supervisión y aprobación	10 minutos	Diseñador, cliente.	2	Computador
Facturación del servicio	3 minutos	Secretaria	1	Computador e impresora
Entrega del servicio	2 minutos	Comunicador social	1	CD o memoria

3.3 Distribución de las áreas de trabajo

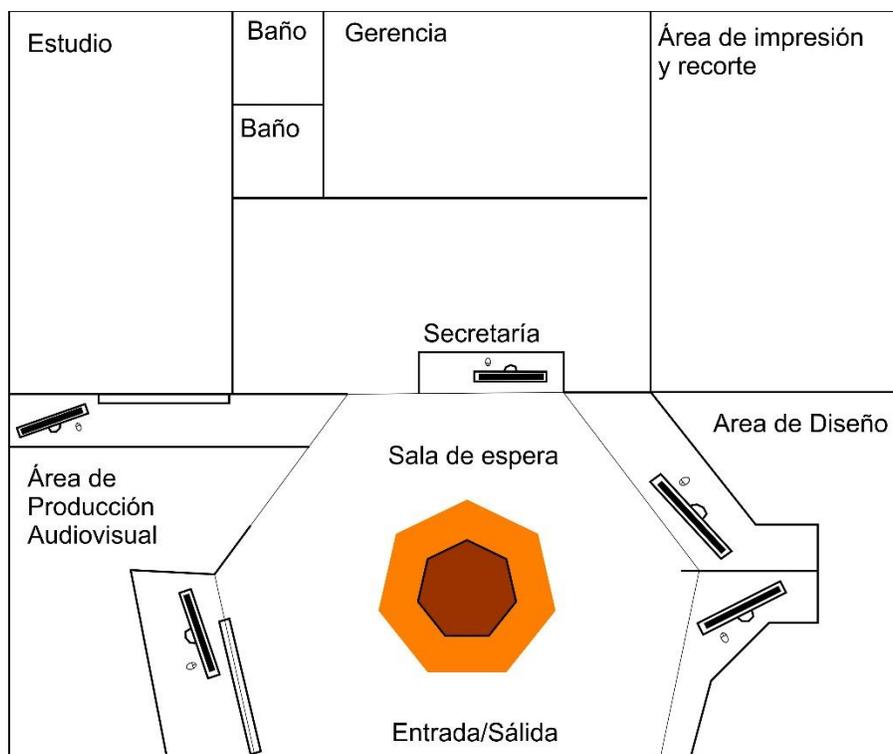


Ilustración 6, Distribución del área de trabajo

Distribución

1. **Estudio:** Se utiliza para realiza servicios profesionales de fotografía o producción audiovisual.
2. **Área de producción audiovisual:** En esta sala se encargan de realizar todo el proceso de post producción audiovisual.
3. **Sala de impresión y corte:** Aquí se realizan las impresiones y recortes a gran escala de los clientes.
4. **Gerencia:** Esta oficina está adaptada para reuniones y juntas.
5. **Secretaría:** En esta sala es donde se atienden a los clientes.
6. **Área de diseño:** En esta área se atienden a los clientes que necesiten imprimir, recortar o diseñar alguna imagen.

3.4 Plan de Producción y Cronograma de Implementación del plan de negocios

En el plan de producción se establecerán las fechas para realizar las actividades necesarias y poner en marcha la empresa. A continuación, se ilustrará una gráfica sobre el desarrollo del proyecto de Recrea.

Tabla 23(Plan de producción)

Plan de producción	1er año	2do año	3er año	4to año	5to año
Diseño creativo e impresión a gran escala					
Diseño creativo (Nivel Básico)	130	150	180	250	400
Diseño creativo (Nivel intermedio)	70	85	100	120	150
Diseño creativo (Nivel profesional)	40	50	65	75	100
Ilustraciones	50	70	90	110	145
Impresión a gran escala (mts2)	100	124	148	180	210
Recorte láser (Mts2)	70	78	94	120	150
Desarrollo de identidad corporativa	40	50	55	62	70
Branding corporativo	60	63	69	78	85
Plan de producción	1er año	2do año	3er año	4to año	5to año
Desarrollo Web/multimedia					
Diseño de sitio web	12	15	20	25	35
Desarrollo App	6	10	14	18	25
E-mail Marketing	48	52	60	68	80
Herramientas de automatización					
SEO	50	58	65	80	100
SEM	12	16	20	25	32
Landing Build	15	18	20	22	30
Generar contenido para plataformas digitales	120	150	165	180	200
Estrategias digitales	8	10	15	20	25
Estrategias de Marketing	4	4	8	10	18
Plan de producción	1er año	2do año	3er año	4to año	5to año
Producción Audiovisual					

Spot publicitario	24	30	38	45	68
Vídeo personalizado	20	20	25	28	32
Cubrimiento de eventos	12	15	20	25	35
Vídeo institucional	25	30	36	50	70
Animaciones 2D	48	60	75	90	120
Animaciones 3D	45	50	58	72	90
Producción audiovisual	2	3	4	5	6
Tomas Aéreas	12	20	32	40	60

Tabla 24 (Cronograma de implementación)

Cronograma de Implementación del Plan de Negocios.												
Descripción	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Adecuación	X	X										
Nómina administrativa		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Nómina de Operarios			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Poner en marcha el plan de negocio			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

3.5 Plan de Necesidades, requerimientos, licencias

Para que una agencia publicitaria pueda brindar excelentes servicios, se necesitan equipos de buena calidad e innovación tecnológica, un equipo humano creativo y proactivo y un líder con convicción, por eso, a continuación, se muestra una tabla con los equipos necesarios para el funcionamiento adecuado de Recrea.

Infraestructura; Recrea necesita que sus instalaciones tengan una excelente ubicación geográfica y un espacio adecuado para las áreas de trabajo que componen la empresa.

Adecuaciones; Es necesario adecuar el lugar para cada una de las áreas de trabajo, pues cada espacio requiere modificaciones diferentes en la infraestructura para su correcto funcionamiento.

Presupuesto; Es necesario contar con el apoyo capital que brinda el Fondo Emprender para dar inicio al funcionamiento de la agencia publicitaria (140 millones de pesos para la inversión inicial).

Insumos; Se hacen necesarios estos complementos en el proceso productivo para la elaboración de los productos o servicios, son básicos, pero necesarios para la comodidad y optimización de los empleados.

Equipos; Las herramientas y equipos son los que se van a usar para lograr la elaboración de cualquier producto o servicio del portafolio de Recrea con la mejor calidad posible.

Personal Administrativo; se encargan de asegurar el buen funcionamiento de una empresa y sus áreas de trabajo realizando labores administrativas, tales como archivar, planificar y coordinar las actividades generales de la oficina, además de redactar los reportes correspondientes.

Personal Operativo; son indispensables para el crecimiento, desarrollo y sostenibilidad de la agencia, este tipo de cargos son los que realmente hacen que las cosas pasen, los que conocen la operación y el cómo se hace.

Suit de Adobe; más que licencias, son programas que ofrecen soluciones, gracias a que cada uno de ellos está elaborado para abarcar necesidades en los diferentes momentos del diseño gráfico, de la edición de videos y audio, del diseño web, de los aplicativos móviles, entre otros.

Licencia de manejo de Dron; Es necesario este documento, ya que acredita al empleado de Recrea haber presentado y aprobado los exámenes prácticos y teóricos establecido por la autoridad aeronáutica en Colombia.

La seguridad de la información; **Recrea utiliza** medidas preventivas y reactivas y sus sistemas tecnológicos que permiten resguardar y proteger la información, buscando mantener la confidencialidad, la disponibilidad e integridad de todos los datos que pertenecen a los clientes y para la empresa

3.6 Descripción de Infraestructura Física y Tecnológica de la empresa

La infraestructura física permitirá al equipo de trabajo de Recrea adaptarse, moverse y trabajar eficazmente dentro de las instalaciones, por esta razón, se dividirá por áreas de trabajo.

Para escoger un lugar adecuado se deben tener en cuenta los siguientes factores:

- Proximidad al mercado: Es necesario estar ubicado en una zona donde se encuentren o transiten prospectos para ofrecer los servicios publicitarios, pero en el caso de Recrea, todos los servicios se ofrecerán directamente al local del cliente, por la web, por los medios digitales, locales y en las instalaciones de la empresa.
- Adecuación de la infraestructura de la zona: Se situará en una zona que se encuentre perfectamente comunicada y de fácil acceso, sobre todo donde la adaptación de las instalaciones sea más breve.
- Estratos: La empresa debe tener en cuenta el coste del suelo, ya que va a determinar el precio del local o su alquiler.

La ubicación de la empresa será en Pamplona. Esto implica que exista relativamente menos competencia, puesto que las principales empresas se dedican a la producción y publicidad impresa, además, algunas empresas no se logran visibilizar por su ubicación. Para la elección de la ubicación definitiva se han evaluado dos posibilidades:

- 1) Barrio San Francisco - centro: Este es un buen lugar, ya que es donde el sector comercial más se mueve, pero sin embargo los precios de los arriendos son costosos.
- 2) Avenida Celestino: este sector es muy transitado, además se encuentran unidades productivas que pertenecen a diferentes sectores de la economía que pueden ser clientes potenciales por la proximidad en la ubicación geográfica de la empresa.

3.6.1 Infraestructura Proyectada

Las instalaciones de Recrea necesitarán de un local lo suficientemente amplio para que las seis áreas de trabajo estén conectadas y aumente la eficacia de los empleados, posiblemente se ubicará en alguna de las dos localizaciones señaladas anteriormente. Una distribución espacial conforme a los equipos, herramientas y al personal de Recrea, que a su vez incluye los servicios públicos de luz, agua, alcantarillado y recolección de basuras, internet, parabólica y línea telefónica.

3.6.2 Descripción detallada de la localización

El barrio San Francisco tiene mucho movimiento de personas, además en el sector en el que se encuentra existe mucho comercio local y alrededor hay ubicadas un gran número de empresas. Esta zona es perfecta para empezar a ganar fuerza dentro del mercado local.

3.6.3 Macro-localización

Recrea está ubicada en el municipio de Pamplona, Norte de Santander.

- **Mapa**



Imagen tomada de la Alcaldía Municipal de Pamplona

Ilustración 7, Macrolocalización

Está compuesta por dos corregimientos y 35 veredas, además, cuenta con 2 ríos: Pamplonita y Sulasquilla.

3.6.4 Micro localización



Imagen tomada de Google Maps

Ilustración 8, Ubicación de la empresa

La localización de la empresa será en el barrio San Francisco, ubicado en el centro de la ciudad. La dirección es Cra 7 Clle 5-99.

Capítulo 4

PLAN DE MARKETING

4.1 Perfil del cliente y/o segmento de clientes, diseño y posicionamiento de marca y líneas de producto o servicio

Es importante identificar los perfiles o segmentos de los clientes, debido a que esto sirve para realizar la campaña publicitaria, mediante un análisis más riguroso y así poder dirigir a Recrea directamente a cada tipo de público con la estrategia más adecuada para asegurar el éxito de las ventas.

La idea de la segmentación de clientes es poder conocer más a ellos y sus intereses, para conocer qué es lo que los motiva y a donde quieren llegar, al igual que sus entornos sociales y virtuales. Recrea utilizará esta información como un instrumento clave en el momento de tomar decisiones sobre los servicios que requiere cada cliente o segmento de cliente.

Recrea se encargó de categorizar los clientes de los sectores de servicios, comercial, institucional, e industrial segmentándolos por el tamaño, sector comercial al que pertenecen y la razón social de la empresa según la Cámara de Comercio de Pamplona.

En el mercado local existen aproximadamente más de 100 empresas con gran número de empleados y clientes, estas empresas buscan mantener y fortalecer su posición dentro del mercado, ganar más clientes y crear nuevas alianzas. Las principales actividades económicas de este segmento son la producción y distribución de productos.

Por otro lado, en Pamplona la mayoría de empresas medianas hacen parte del sector comercial, estas empresas se enfocan en comercialización y distribución de productos, de las que

solo se resaltan unas cuantas por su trabajo y experiencia en el municipio. Estas empresas apuntan al crecimiento de imagen, alcance y cobertura.

Las micro empresas, son las que más necesitan introducirse dentro del mercado, debido a que son poco conocidas y son las que cuentan con menos presupuesto. La mayoría de estas empresas no tienen una imagen corporativa adecuada y mucho menos con presencia en plataformas digitales, además de tener que atraer y ganar nuevos clientes.

Además de segmentar al público por el tamaño de las empresas y el número de los clientes, se categorizaron en grupos según el sector económico al que pertenecen. Fundamentalmente, sirve para entablar comunicaciones más personalizadas y construir conexiones más profundas entre el cliente y Recrea.

Comercio: Recrea agrupa a las empresas que se dedican a la venta y distribución de bienes y productos como los centros comerciales, plazas de mercado, negocios y demás, para dirigir estrategias enfocadas a la venta y distribución de productos de las empresas de este sector. Este segmento opera con grandes y diversas cantidades de productos, cuenta con personal de trabajo en sus instalaciones y con un mercado amplio de potenciales consumidores. El portafolio de servicios de Recrea está dirigido a todas las empresas del sector comercial.

Institucional: Partiendo del sector público y privado Recrea buscará convenios con entidades institucionales. Los servicios publicitarios en este sector se enfocan en las medianas y grandes empresas.

Industrial: Este segmento se caracteriza por la producción de bienes a gran escala y es el encargado de abastecer a las empresas que trabajan con el sector comercial. Este sector depende de bienes (instalaciones y maquinaria), transporte (distribución) y servicios (campañas publicitarias) para funcionar adecuadamente. Recrea se enfoca en las industrias de producción con el fin de generar redes y relaciones de negocio con las pequeñas, medianas o grandes empresas, mediante estrategias de relaciones y marketing.

Servicios: Los servicios son de vital importancia para crear relaciones, son excelentes tejedores de redes de negocios e impulsores de marca con el fin de satisfacer las necesidades del cliente. Prácticamente es el equivalente intangible de un bien, que se enfoca en crear estrategias para solucionar los requerimientos de los clientes. Este tipo de empresas ofrece soluciones a sus clientes basadas en las necesidades y oportunidades que presentan. Por eso los servicios de Recrea abarcan las pequeñas, medianas y grandes empresas de este sector.

Para la realización de la segmentación de clientes es necesario agrupar todo lo que se relaciona con la descripción correspondiente a los sub sectores económicos mencionados anteriormente. Entonces, teniendo en cuentas elementos como Sub sector económico y social, el tamaño y la razón social de los prospectos de clientes, se realiza una tabla con las empresas registradas en la Cámara de Comercio de Pamplona, para segmentar el público de la siguiente manera:

Tabla 25 (Segmentación de clientes)

Empresas	Razón social	Sub sector económico	Tamaño	Sector Social
Dulces El Rey	Comercio al por menor en establecimientos no especializados	Servicios	Pequeño	Privado
Droguería Inglesa	Comercio al por menor de productos farmacéuticos y cosméticos y artículos de tocador en establecimientos especializados	Servicios	Mediana	Privado
CharQtería	Comercio al por menor de carnes (incluye aves de corral) productos cárnicos pescados y productos de mar en establecimientos especializados	Industrial	Pequeña	Privado
El Trigo de Oro	Elaboración de productos de panadería	Industrial	Mediana	Privado
El Leñador	Expendio de comidas preparadas	Servicios		
CASINO	Actividades de juegos de azar y apuestas	Servicios	Pequeña	Privado
Vanegas	Alquiler y arrendamiento de otros tipos de maquinaria equipo y bienes tangibles n.c.p.	Servicios	Pequeña	Privado
Summer	Comercio al por menor de prendas de vestir y sus accesorios (incluye artículos de piel) en establecimientos especializados	Comercial	Pequeña	Privado
La Casona	Alojamiento en hoteles	Servicios	Mediana	Privado
Colegio Provincial San José	Educación de diferentes niveles	Institucional	Mediana	Público

4.1.1 Perfil Demográfico

Personas naturales (individuos)

Sexo: femenino, masculino, otros.

Edad: De 18 a 60 años.

Ocupación: Emprendedor

Nivel socioeconómico: Todos.

Nivel educacional: Cualquiera.

Lugar de residencia: Pamplona, Cúcuta y municipios aledaños

Personas jurídicas (empresas)

Ubicación geográfica: Pamplona, Cúcuta y municipios aledaños

Tamaño de la empresa: micro-empresas, medianas y multinacionales.

Utilidad anual: Desde el 20% de los ingresos totales.

Número de empleados: A partir de dos empleados.

Tipo de industria: todos los sectores comerciales

Tiempo de la empresa: Desde que empiezan a funcionar las empresas

4.1.2 Prospectos de clientes

Micro empresa: El Bunker Express

Perfil: Es una empresa de alimentos nueva en el mercado local que se encarga de producir y vender comidas rápidas y almuerzos ejecutivos, cuenta con instalaciones amplias para

recibir a más de 80 comensales, la decoración es agradable, pero no se relaciona con la imagen de la empresa.

El Bunker cuenta con la maquinaria necesaria para abastecer a todo su público, además son 6 los empleados que ponen en funcionamiento la empresa, cada uno con un uniforme acorde al área de trabajo. Los precios son acordes al servicio de alimentación que ofrecen, dejando clientes satisfechos y listos para volver. El Bunker es un ejemplo de empresa que ofrece calidad, buen servicio y excelentes precios, el único problema que tiene, es la forma de promocionar sus productos.

Localización: Calle 6 Cra 5-26

Justificación: El Bunker, es una excelente empresa de servicios de alimentos, el único factor negativo es su imagen, primeramente, su logo y nombre no van acordes a las instalaciones físicas de la empresa, segundo, su manera de promocionar sus productos no es tan atractiva, son solo fotografías del producto con el logo encima, no tienen ni composición, ni buena iluminación, lo que hace perder el impacto en el cliente.

Mediana empresa: Garfield

Perfil: Garfield es un negocio de comida rápidas erradicado hace más de 10 años en Pamplona, actualmente cuenta con una micro franquicia extra y más grande fuera del municipio. El posicionamiento de este negocio se debe a la experiencia, a las excelentes habilidades de sus cocineros y al alto número de clientes frecuentes que consumen sus platos. Su imagen corporativa expresa que Garfield se encarga de saciar el apetito de los clientes en calidad y cantidad, como se refleja en las caricaturas del gato Garfield.

Uno de los retos a los que se está enfrentando este negocio es, primero, la competencia, ya que en la ciudad hay muchos negocios de comidas rápidas con diferente menús y precios, y segundo, la retención de sus clientes, Garfield no tiene ninguna medida o estrategia para retener y fidelizar a sus clientes, por eso poco a poco ha venido perdiendo clientes frecuentes.

Localización: Cl. 3 #4-36, Pamplona, Norte de Santander

Justificación: Garfield es uno de los pocos negocios de comidas rápidas en Pamplona que cuenta con micro franquicias en otra ciudad, es un cliente potencial, ya que a pesar de tener tanto tiempo en el mercado y haber ganado un alto número de consumidores, no cuenta con las estrategias necesarias para retener a los clientes.

Empresa pequeña: San Agustín

Esta es una panificadora que se encarga de producir, distribuir y comercializar sus productos en toda el área local y regional. Esta empresa lleva más de 10 años dentro del mercado, marcando un crecimiento exponencial. Sus clientes frecuentes en la zona en la que se encuentra son los estudiantes universitarios y personas del sector, también cuenta con clientes potenciales que son la mayoría de las tiendas de la ciudad.

Es un lugar amplio y adecuado con los espacios necesarios para poner en funcionamiento los equipos industriales de panadería junto al equipo de trabajo. Aproximadamente recibe más de 100 clientes diarios, sin contar los contratos que tienen con algunas tiendas. Su objetivo es posicionarse como una de las mejores panaderías de la ciudad, basando sus productos en la calidad y sabor.

Esta empresa cuenta con más de diez trabajadores, sin contar las subcontrataciones realizan. Sus variedad y sabor en los productos es la que la hace resaltarse dentro del mercado. Su atención al cliente es regular, no hay nada de especial y solo atiende una sola persona.

Los beneficios de esta empresa son su excelente ubicación ya que su área de trabajo esta ubica en un área comercial muy transitada, además de la amplia agenda de clientes que manejan.

Localización

Cl. 2 #4-23 Avenida Celestino



Ilustración 9, Ubicación panadería San Agustín

Justificación: La empresa tiene una amplia agenda de clientes, pero debido a que la competencia de panaderías y panificadoras que tiene en Pamplona, ha venido perdiendo contratos y clientes, esto ha venido pasando porque no creen necesarias medidas estratégicas para afrontar esta situación.

A continuación, se enlistan algunos atributos en los que se basan los consumidores para evaluar o consumir los servicios de la empresa.

Beneficios: Se busca satisfacer las necesidades puntuales de crecimiento, posicionamiento y expansión de pequeñas y medianas empresas, brindando diferentes opciones,

para que la publicidad empleada sea algo asequible, creativa, dinámica y efectiva, además cuenta con ideas frescas y originales, con plus de promociones, como la publicación gratuita de tu productos en los medios de comunicación de Recrea para garantizar la calidad de sus servicios y de esta manera exceder las expectativas de los clientes.

Precios y calidad del producto o servicio: Recrea busca que las empresas de Pamplona puedan crecer y extenderse, por eso ofrece servicios asequibles y razonables para el cliente, con la intención de que pueda recibir un producto de calidad realizado por profesionales en la rama de comunicación, además los procesos productivos de los servicios son de bajo costo.

Competencia: Últimamente en Pamplona se han creado diferentes empresas de publicidad, pero solo se enfocan en el área de diseño e impresión, por eso Recrea entrará al mercado con gran ventaja, debido a que es la única empresa que ofrece servicios profesionales de comunicación enfocada en tres ramas de la misma: Diseño, Marketing Digital/multimedia y Producción Audiovisual.

4.2 Estrategias de Distribución y plan de ventas

En Recrea las estrategias de distribución solo estarían enfocadas en acciones de promoción y difusión de la marca. Todos los servicios que se ofrecen serán entregados en las instalaciones de Recrea o vía mail.

Los medios locales y digitales ayudarán a Recrea a expandir la marca, se promocionará la empresa por medio de emisoras radiales, medios de comunicación digitales y canales de televisión, ofreciendo el portafolio de servicios publicitarios. Se plantearon estrategias para la campaña de promoción:

- evento de presentación de la agencia.
- Publicidad en espacios publicitarios.
- Cuñas radiales

- Rueda de prensa a medios de comunicación.
- Presencia en redes sociales.

4.2.1 Plan de Ventas

Se pretende visitar a las organizaciones, empresas e instituciones que pueden ser posibles clientes de Recrea, por medio del portafolio de servicios se presentará todos los servicios que ofrece para fortalecer y posicionar una empresa dentro del mercado, además de ofrecer un promoción especial del 15% de descuento en alguno de los servicios publicitarios, luego de eso se realizará una carta de intención de compra, donde el cliente firma la compra de uno de los servicios de Recrea, después que inicie su funcionamiento como empresa legal.

4.3 Estrategias de captación, fidelización y posicionamiento de marca

Para posicionar la marca dentro del mercado y dentro de la mente del prospecto, se diseñarán estrategias publicitarias y creativas que motiven a los clientes a contratar los servicios de Recrea. Estas son algunas estrategias que impulsarán la marca:

PreRecrea:

Objetivo: Incentivar a los clientes a tomar la propuesta ofrecida para que contraten los servicios de Recrea.

Descripción: El equipo de Recrea realizará un análisis de los clientes registrados con la agencia, para crear y diseñar propuestas según sus necesidades, ofreciendo como solución los productos y servicios publicitarios pertinentes, con el fin de motivarlos a contratar los servicios de la agencia y, a su vez, los usuarios puedan impulsar su negocio.

Publicaciones gratuitas

Objetivo: Incentivar a la comunidad a contratar los servicios de Recrea.

Descripción: Por contratar los servicios de Recrea se incluye la publicación gratuita del producto o servicio solicitado por el cliente en una de las redes sociales de Recrea, estableciendo un cronograma para realizar las respectivas publicaciones.

Precios exclusivos:

Objetivo: Incentivar a los clientes para que sigan contratando los servicios publicitarios de Recrea.

Descripción: Los clientes frecuentes obtendrán un descuento dependiendo las veces que contraten los servicios anualmente. También quienes contraten nuestros servicios por primera vez, tendrán de un 5% al 15% de descuento.

Comunicaciones permanentes:

Objetivo: Mantener informado a los clientes sobre las temporadas, promociones y tendencias.

Descripción: por medio de la base de datos de los clientes, Recrea brindará a las empresas información sobre las tendencias que existen en el mercado, junto a las ofertas y promociones especiales mediante estrategias de E-mail Marketing.

Premios Recrea:

Objetivo: Premiar la fidelidad de los clientes.

Descripción: premiar a los clientes con regalos o cupones de descuento por preferir a Recrea a la hora de contratar servicios publicitarios, para esto se analizan las compras frecuentes del cliente, luego al final de cada año realizará la entrega de estos premios.

Recrea films

Objetivo: Mostrar el trabajo de Recrea mediante piezas audiovisuales originales referentes a la región.

Descripción: A través de piezas audiovisuales, Recrea busca visualizar las diferentes manifestaciones culturales realizadas en la región, y así, resaltar la identidad territorial del contexto multicultural que se vive, con el fin de ser la marca que referencia y transmite la esencia de la comunidad.

lanzamiento de Recrea

Objetivo: Posicionar a Recrea dentro del mercado local de pamplona.

Descripción: El día del lanzamiento de Recrea, se realizará una transmisión en vivo para explicar a detalle qué es, cómo funciona y cuál es el objetivo de la empresa, todo esto se hará público y se difundirá por los medios de comunicación digital más influyentes de Pamplona, así mismo, se contará con el apoyo de socios y patrocinadores aumentando el impacto y la credibilidad de la empresa. El lanzamiento contará con presentadores profesionales y carismáticos, además de los muchos premios que se estarán rifando durante la transmisión del lanzamiento de Recrea. El lanzamiento será en las instalaciones de Recrea, donde se les brindará un espectáculo de luces, presentaciones de artistas, Body Paint, obras de arte y diseño creativos.

4.3.1 Líneas de Producto

Los servicios principales son:

- **Diseño creativo e impresión gráfica a gran escala**

Desarrollar e impulsar la imagen de los clientes mediante un equipo creativo y profesional, la buena gestión de medios de comunicación e influencias que ofrece Recrea. La

rama de servicios publicitarios de esta línea se enfoca en el diseño y desarrollo de la identidad corporativa de las empresas.

En esta línea de producto se consolida la seguridad que muestran las empresas a sus clientes por medio de su imagen, teniendo en cuenta aspectos técnicos y normativos para mejorar su presentación profesional como lo son el Manual de Identidad Corporativa y el Branding Corporativo. Además de esto se realizan impresiones de calidad a gran escala para cualquier tipo de anuncio publicitario que expandan la cobertura y fortalezcan la imagen de su negocio en la comunidad donde se desarrollan.

- **Desarrollo web/multimedia**

Con el desarrollo de sitios web y multimedia de la imagen empresarial de nuestros clientes, se optimizan la comunicación e interacción con los consumidores y asimismo, la de los consumidores con los productos de las empresas que contraten el servicio de Recrea, brindando una experiencia directa y de doble flujo de comunicación.

La idea de esta línea de producto es que el negocio tradicional del cliente migre a las plataformas digitales, por medio del diseño y desarrollo web/multimedia para que las empresas obtengan un mayor alcance y visibilización de los servicios o productos que brindan.

Recrea propone servicios para que las empresas virtuales se ubiquen en los primeros resultados de los motores de búsqueda más importantes, como lo son Google y Yahoo, esto incrementará las visitas de los usuarios en el sitio web y aumentará la cobertura, gracias a la optimización de los motores de búsqueda por medio de herramientas como Google ADS, Google Publicity, entre otras.

También la imagen de los clientes debe estar presente en las redes sociales más importantes como lo son Instagram, Twitter y Facebook, debido a que esto impulsará cualquier negocio de manera exponencial, sabiendo aprovechar todas las herramientas de optimización y generando contenido de calidad, por esta razón, cada una de estas redes requiere un formato para publicar información, así que, Recrea le facilita al cliente el manejo y flujo de la información brindando servicios de Marketing de contenidos, en donde un equipo de profesionales administra las redes sociales de los clientes para subir contenido de interés diariamente, diseñando, redactando, produciendo y programando las publicaciones que se realizarán mínimo durante un mes, para poder obtener resultados claros y contundentes.

Recrea, refuerza el posicionamiento web de los clientes, con el servicio de diseño de estrategias Marketing Digital, esto con el fin de que las empresas aumenten el número de visitas y seguidores en sus diferentes redes sociales, y al mismo tiempo incrementar la demanda de algunos de los productos de sus vitrinas virtuales.

- **Producción audiovisual**

Recrea ofrece un gran número de servicios audiovisuales con la mejor calidad de grabación y un equipo de trabajo profesional creativo capaz de afrontar cualquier reto. Además, se busca generar ideas que apunten a propiciar una mayor competitividad y productividad de los clientes de Recrea en el mercado, mediante el uso adecuado de soluciones comunicativas.

Estas soluciones y estrategias son materializadas por el equipo de profesionales de Recrea, apoyado en tecnología de punta que sirve como garante de la calidad y eficacia con la que se desarrollan los productos finales.

Las empresas requieren mostrar con frecuencia su imagen, servicios y productos por medio de las herramientas digitales y audiovisuales para lograr la captación de clientes y posicionarse en el mercado. Es por esto que Recrea brinda soluciones y servicios como la producción de Spots publicitarios, que buscan proyectar la información de manera más concreta y llamativa.

Para mostrar la empresa, su historia, características, razón social y servicios, Recrea ofrece soluciones a través de experiencias que vinculan a los consumidores con la identidad empresarial que se proyecta. En este caso, se proponen producciones más elaboradas y con mayor abarcamiento de información de la empresa como el Vídeo institucional.

El impacto de una empresa depende de las sensaciones captadas por los consumidores, y es Recrea la agencia que se encarga de desarrollar estas conexiones con un grado mayor de incidencia. Esto es logrado por medio de producciones audiovisuales que revelan la identidad de las empresas y su vínculo con el contexto en donde se desarrollan. Las soluciones inmediatas y pertinentes que ofrece Recrea, son producciones audiovisuales como los cortometrajes, documentales y vídeos artísticos.

- **Servicio al cliente y evaluación de la atención**

Es deber de la agencia ofrecer una atención excepcional al cliente, atendiéndolo de forma inmediata y sin hacerlo esperar, también se resolverán todas las dudas o quejas para buscar soluciones a las mismas.

Además, se les asesorará para llegar a un buen término en la prestación de los servicios, los profesionales ofrecerán información confiable y verídica para no confundir al cliente. Se dará indicaciones del desarrollo de los productos, cotizaciones, tipo de materiales (y su densidad,

durabilidad y pertinencia para el producto final), tiempo que se tomará en realizar la producción y fechas de entrega.

En las instalaciones de la agencia, el cliente tendrá todas las comodidades de la estructura física, contando con servicios básicos y gratuitos como agua potable y souvenirs (Stickers, Tarjetas de presentación y calendarios).

En el entorno digital, se ofrecerá la página web de Recrea, con todos los canales de comunicación que se han incluido (teléfonos celulares, contactos de Whatsapp, redes sociales, correos electrónicos y Chatbot).

4.4 Políticas de precios, promociones y Cartera

4.4.1 Objetivo de la empresa

Incrementar las ganancias a través del aumento de clientes fijos y de la demanda de los servicios de Recrea.

4.4.2 Costos

Precios fijos, solo se tendrán en cuenta las promociones y descuentos por:

- Antigüedad del cliente
- Numero de servicios prestados en el año
- Paquetes publicitarios adquiridos
- Descuentos especiales

4.4.3 Elasticidad de la demanda

Todos los servicios podrán ser adquiridos por todo el mercado departamental.

4.4.4 Valor del producto ante el cliente

La estrategia de determinación de precio ofertado, permitirá desarrollar paquetes publicitarios para que los clientes puedan acomodar su inversión y pagar de acuerdo a su capacidad y/o necesidad. El precio del servicio será presupuestado según los requerimientos solicitados.

4.5 Estrategias de Aprovisionamiento

Identificar cuáles son las temporadas en que más sube y baja la demanda.

Definir plan de promoción para las fechas especiales.

Cumplir con la producción estipulada anualmente y superar las expectativas de oferta y demanda.

4.6 Plan de Medios

Con este plan de medios se busca definir las plataformas de comunicación que se utilizarán para difundir la marca, los productos o servicios de la agencia.

4.6.1 Objetivos

General

Visibilizar el lanzamiento y la marca de la Agencia Publicitaria Recrea ante la población de Pamplona y Norte de Santander.

Específicos

Promocionar la marca Recrea.

Visibilizar el portafolio de servicios que ofrece Recrea.

Promover e impulsar el valor de la marca.

Generar contenido promocional para la empresa.

Tabla 26 (Plan de medios)

MEDIO	HERRAMIENTA	CANAL	DESCRIPCIÓN
Televisión	Canal Local	RTP	Se pautará un espacio dentro de la parrilla programática, para promocionar la marca. Los productos y los servicios que ofrece Recrea a la región.
Emisoras	Emisoras locales	Colombia Estéreo Radio Universidad de Pamplona	Se promocionarán los servicios que ofrece Recrea por medio de cuñas radiales, además se ofrecerá información de contacto, como números de teléfonos, Fanpage, sitio web y ubicación de las instalaciones.
Publicidad alternativa	Parques, calles, locales	Actividades que promuevan la cultura y promocionen la marca a través de la responsabilidad social de Recrea	Se realizará un embellecimiento de la ciudad por medio de pinturas artísticas en los murales, cebras, locales o en las casas. La idea es realizar diseños en los murales con una marca de agua de la empresa. También eventos culturales patrocinados por Recrea y alianzas.
Web	Redes sociales	Instagram (Recrea, @unipamplona) Facebook (Recrea, Universidad de Pamplona)	Se promocionarán los servicios, los productos y la marca de Recrea, por medio de contenido multimedia, además se realizarán publicaciones producidas por empresa o por los aliados estratégicos. Los contenidos publicados serán formatos realizados para las redes sociales.

	Twitter (Recrea)	Se difundirán los servicios publicitarios y el lanzamiento de la agencia.
Sitio web	www.agenciarecrea.com www.unipamplona.edu.co	En el sitio web oficial se publicará todo lo relacionado con la empresa, como su portafolio de servicios, políticas, productos, aliados, la filosofía de la empresa, los vínculos en las redes sociales y valores corporativos. La intención es que Recrea aparezca en los primeros resultados de los buscadores, por medio de las herramientas de Serching y Hosting.

4.7 Estrategias de Networking Local, Regional, Nacional o Internacional

El Network Marketing es el actual modelo de distribución mediante ventas directas, sin la obtención de una tienda física si no por la comercialización voz a voz, de productos o servicios en el que el distribuidor obtiene ingresos no solo por sus propias ventas, si no también, por las de sus aliados directos o indirectos en la red (Vander Nat y Keep, 2002).

Recrea buscará estrategias que permitan comunicar, crear vínculos con otras empresas y realizar alianzas para promocionar los productos y servicios que ofrece cada una, además, se contará con los servicios que ofrecen los aliados para reducir gastos y optimizar procesos de la agencia. La idea es obtener beneficios a través de los portafolios de servicios que los aliados ofrecen y a su vez poner a disposición algunos de los de Recrea para fortalecer la sociedad y/o las alianzas.

La idea es obtener beneficios a través de los productos o servicios que los aliados ofrecen y a su vez poner a disposición algunos de los servicios de Recrea para fortalecer la sociedad y/o las alianzas.

Se pretende crear una estrategia, en el que la mayoría de los medios de comunicación locales estén aliados, una macro red de comunicación en Pamplona que permita difundir y aumentar el alcance de la información publicitaria que realizan los miembros de la alianza.

Se identificarán cuáles son los gremios que más ayudarán a Recrea a crecer a nivel local, regional y nacional, para vincular y crear estrategias que permitan expandir la cobertura y entrar a competir dentro del mercado nacional.

4.8 Presupuesto Plan de Marketing

Tabla 27(Presupuesto de Marketing)

Medio	Formato	Descripción	Costo
Canal local o regional	Vídeo institucional	Pre producción, producción y post producción	\$ 0.00
Radio	Cuñas	Emisión por RTP, 3 veces al día, durante un mes	\$ 1.200.000
		Crear guion, grabar y editarlo.	\$ 0.00
		Emisión emisora local 3 veces al día.	\$ 500.000
Facebook	Contenidos multimedia	Se elegirá un paquete promocional de las herramientas publicitarias que ofrece Facebook en el Fanpage de Recrea que tendrá un alcance de 32.000 a 40.000 personas y una cobertura de 55 km a la redonda en Pamplona y en la ciudad de Cúcuta tendrá una cobertura de 50 km. La duración de este paquete es de un mes (30 días). Los datos demográficos y el perfil de las personas serán tenido en cuenta para la categorización del público.	\$ 150.000
Instagram	Contenidos multimedia	En Instagram se tomará el paquete de 7 días de promoción, pero se personalizará el cronograma de promoción para que se haga la publicación día de por medio. Se tendrá un alcance de 550 a 1500 personas.	\$ 60.000

Capítulo 5

Gerencia y estructura organizacional

5.1 Capacitaciones y oportunidades de la empresa, análisis interno y externo (DOFA).

Realizar un análisis del estado actual de la empresa es muy importante para detectar las falencias y fortalezas que tiene e inmediatamente iniciar un plan de acción sobre los resultados obtenidos. (Henry, 1980) establecen que “el análisis FODA estima el efecto que una estrategia tiene para lograr un equilibrio o ajuste entre la capacidad interna de la organización y su situación externa”.

Para hacer este análisis en la empresa, se hará uso de la matriz DOFA, y así obtener información puntual sobre las amenazas, debilidades, fortalezas y oportunidades que tiene la empresa. Se pretende identificar los aspectos positivos y negativos para llevar a cabo un plan que permita el mejoramiento de la empresa.

Tabla 28 (Matriz DOFA)

DOFA	
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> - Hacer contratos en otros municipios y ciudades - Hacer sociedades con otros municipios y ciudades - Afiliación al Grupo Empresarial GB de Pamplona - Empresas nuevas sin imagen corporativa - Empresas nuevas sin presencia dentro del mercado - Asistir a ferias empresariales - El sector más apoyado será los de la Economía Naranja - Empresas están migrando a las plataformas digitales 	<ul style="list-style-type: none"> - Bajo volumen en ventas los primeros meses - Contratos pequeños de servicios básicos que pueden ser realizaos por otras empresas
Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> - No hay competencias directas como tal, solo ofrecen algunos servicios similares a los de Recrea - Gran variedad servicios publicitarios - Algunos servicios - tecnología en equipos de grabación y programas de diseño y edición - Fortalecer la imagen de Recrea cuesta poco presupuesto - Equipo de trabajo capacitado y multidisciplinario - Gran presencia en redes - Los servicios no requieren gastos elevados para su elaboración 	<ul style="list-style-type: none"> - Bajo conocimiento de la marca - Agenda de contactos débil - Pocos clientes en los primeros meses

5.2 Organigrama, misión, visión y objetivos

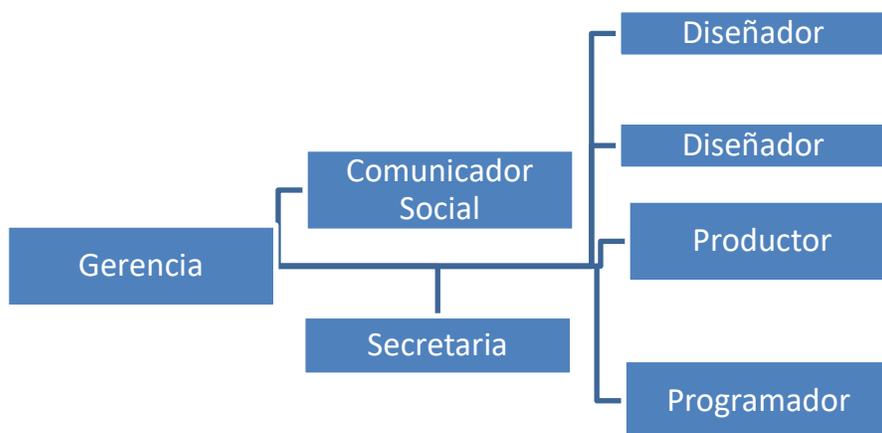


Ilustración 10, Organigrama

5.2.1 MISIÓN

Nos comprometemos al mejoramiento de la imagen corporativa de las empresas de la región convirtiéndonos en un puente para conseguir sus objetivos comerciales y de marketing por medio de soluciones creativas, innovadoras, tecnológicas y de calidad, basadas en las necesidades del mercado contemporáneo.

5.2.2 VISIÓN

En 5 años Recrea será una agencia publicitaria reconocida por la eficacia, calidad e innovación en cada uno de los servicios publicitarios, posicionándose dentro del mercado como una de las mejores agencias publicitarias de la región. Recrea apuntará a crear más sedes por todo el territorio nacional.

5.2.3 Objetivos

General

Planear, diseñar y ejecutar el modelo de negocio de Recrea

Específicos

Descripción del Modelo de Negocio

Análisis de Competitividad del Modelo de Negocios

Diseño del proceso Productivo

Plan de Marketing

Gerencia y estructura organizacional

Planeación Financiera

5.3 Recursos humanos, manual de funciones, proceso de reclutamiento, contratación, entrenamiento y selección

5.3.1 Manual de funciones

El autor (Duhalt, 2002). define al manual, como “un documento que contiene en forma ordenada y sistemática información y/o instrucciones sobre historia, políticas, procedimientos, organización de un organismo social, que se consideran necesarios para la mejor ejecución del trabajo”.

Con el manual de funciones se explicarán cada una de las responsabilidades, ocupaciones y habilidades que tiene el equipo de trabajo de Recrea. Es importante definir las funciones de cada trabajador, teniendo en cuenta sus capacidades y habilidades para

optimizar los procesos laborales, además se identificarán funciones y el perfil que debe tener cada cargo de las áreas de la empresa.

Tabla 29(Manual de funciones Diseñador Gráfico)

Identificación del cargo	Cargo: Diseñador gráfico Área de trabajo: Producción Jefe inmediato: Gerente
Funciones del cargo	Realizar diseños creativos de publicidad. Diseñar apariencia de páginas web y apps. Reporte y registro de cada trabajo realizado. Mantener al tanto de cualquier falla en los equipos. Crear animaciones Ideas innovadoras que ayuden al mejoramiento de Recrea
Perfil del cargo	Estudios: Diseño Gráfico Comunicación Audiovisual
	Experiencias: Un año ejerciendo el cargo
	Conocimientos: Experto en programas de edición de imagen, audio y vídeo.
	Habilidades y competencias: liderazgo Innovador A la vanguardia Toma de decisiones Trabajo en equipo Visionario
<hr/>	
Firma del Gerente	

Tabla 30 (Manual de funciones Comunicador Social)

Identificación del cargo	Cargo: Comunicador social Dependencia: Producción Jefe inmediato: Gerente								
Funciones del cargo	Diseñar estrategias de comunicación innovadoras que contribuyan al mejoramiento de la imagen tanto de Recrea, como la de las empresas/clientes. Diseñar estrategias de comunicación interna y externa. Realizar estrategias de mercadeo. Diseñar estrategias digitales. Realizar registros fotográficos y audiovisuales. Diseño de estrategias de marketing. Supervisar los servicios que se ejecutan. Reporte y registro de cada trabajo realizado. Mantener al tanto de cualquier falla en los equipos. Ideas innovadoras que ayuden al mejoramiento de Recrea Redactar informes Realizar conexiones entre empresas Mantener comunicación con aliados y socios de la empresa.								
Perfil del cargo	<table border="1"> <tr> <td>Estudios:</td> <td>Comunicador (a) Social Relaciones públicas Publicidad y Marketing</td> </tr> <tr> <td>Experiencias:</td> <td>Mínimo dos años de experiencia relacionada con el cargo.</td> </tr> <tr> <td>Conocimientos:</td> <td>Comunicación digital Coordinar Camarógrafo Piloto de dron</td> </tr> <tr> <td>Habilidades y competencias:</td> <td>Trabajo en equipo Buena presentación Amabilidad y discreción Excelente redacción Excelente oratoria Manejo de programas de edición de gráficos, videos y audio. Toma de decisiones Crítico</td> </tr> </table>	Estudios:	Comunicador (a) Social Relaciones públicas Publicidad y Marketing	Experiencias:	Mínimo dos años de experiencia relacionada con el cargo.	Conocimientos:	Comunicación digital Coordinar Camarógrafo Piloto de dron	Habilidades y competencias:	Trabajo en equipo Buena presentación Amabilidad y discreción Excelente redacción Excelente oratoria Manejo de programas de edición de gráficos, videos y audio. Toma de decisiones Crítico
Estudios:	Comunicador (a) Social Relaciones públicas Publicidad y Marketing								
Experiencias:	Mínimo dos años de experiencia relacionada con el cargo.								
Conocimientos:	Comunicación digital Coordinar Camarógrafo Piloto de dron								
Habilidades y competencias:	Trabajo en equipo Buena presentación Amabilidad y discreción Excelente redacción Excelente oratoria Manejo de programas de edición de gráficos, videos y audio. Toma de decisiones Crítico								
Firma del Gerente									

Tabla 31 (Manual de funciones secretario (a))

Identificación del cargo	Cargo: Secretario (a) Dependencia: Administrativa
---------------------------------	--------------------------------------------------------------------

Jefe inmediato: Gerente	
Funciones del cargo	<p>Formular las tareas del área para el cumplimiento de los objetivos. Coordinar las tareas definidas para obtener los resultados esperados Elaborar informes financieros. Administrar la caja menor Registrar cada venta Realizar planes de gastos Elaborar planes de ahorro Asesoramiento financiero Tomar decisiones dependiendo al estado financiero de la empresa</p>
Perfil del cargo	<p>Estudios: Contaduría, Administración de empresas, Finanzas Internacionales, Economía, Relaciones públicas.</p> <p>Experiencias: Mínimo un año de experiencia relacionada con el cargo.</p> <p>Conocimientos: Manejo de la suite de Office, principales programas Word y Excel Estar a la vanguardia de economía de la región Auditoría Finanzas Manejo programas contables Conocimiento de los procedimientos del sistema de gestión integrado relacionados en la caracterización del proceso al cual pertenece Agendar citas Recepción</p> <p>Habilidades y competencias: liderazgo Buena presentación personal Amabilidad Fluidez oral Analítico Contemporáneo Toma de decisiones Trabajo en equipo Pro activo</p>
<hr/> <p>Firma del Gerente</p> <hr/>	

Tabla 32(Manual de funciones Productor Audiovisual)

Identificación del cargo	Cargo: Productor Audiovisual Dependencia: Producción Jefe inmediato: Gerente	
Funciones del cargo	Desarrollo de la pre, pro y pos producción de los productos y servicios audiovisuales Registro audiovisual Efectos especiales Crear animaciones Respaldar material audiovisual Registro fotográfico	
Perfil del cargo	Estudios:	Producción Audiovisual, Comunicación Audiovisual, Cinematografía
	Experiencias:	Mínimo un año de experiencia
	Conocimientos:	Manejo de programas de producción audiovisual, producción gráfica y producción de audio Excelente redacción Manejo de equipos de producción
	Habilidades y competencias:	Trabajo en equipo Excelente presentación personal Eficaz Creativo e innovador Toma de decisiones Capacidad de análisis Pro activo
<hr/> Firma del Gerente <hr/>		

Tabla 33 (Manual de funciones Programador)

Identificación del cargo	Cargo: Programador Dependencia: Producción								
Funciones del cargo	Desarrollo de páginas web y apps Crear, organizar y promocionar plataformas digitales y redes sociales Manejo de Herramientas de motores de búsqueda automatización publicitaria Programar. Crear o adaptar programas que aporten con el mejoramiento y optimización de los procesos de Recrea Velar por la seguridad de todo el equipo informático, tecnológico y contenido informativo de Recrea Mantenimiento de equipos tecnológicos								
Perfil del cargo	<table border="1"> <tr> <td>Estudios:</td> <td>Ingeniería de Sistemas Programación Ingeniería Informática Ingeniería Multimedia</td> </tr> <tr> <td>Experiencias:</td> <td>Mínimo un año de experiencia relacionada con el cargo.</td> </tr> <tr> <td>Conocimientos:</td> <td>Manejo de Hosting y Searching Mantenimiento de software Desarrollo web/app Manejo de software informáticos Respaldo de información</td> </tr> <tr> <td>Habilidades y competencias:</td> <td>Trabajo en equipo Redacción Analítico Desarrollo de Software informáticos</td> </tr> </table>	Estudios:	Ingeniería de Sistemas Programación Ingeniería Informática Ingeniería Multimedia	Experiencias:	Mínimo un año de experiencia relacionada con el cargo.	Conocimientos:	Manejo de Hosting y Searching Mantenimiento de software Desarrollo web/app Manejo de software informáticos Respaldo de información	Habilidades y competencias:	Trabajo en equipo Redacción Analítico Desarrollo de Software informáticos
Estudios:	Ingeniería de Sistemas Programación Ingeniería Informática Ingeniería Multimedia								
Experiencias:	Mínimo un año de experiencia relacionada con el cargo.								
Conocimientos:	Manejo de Hosting y Searching Mantenimiento de software Desarrollo web/app Manejo de software informáticos Respaldo de información								
Habilidades y competencias:	Trabajo en equipo Redacción Analítico Desarrollo de Software informáticos								
<hr/>									
Firma del Gerente									

5.3.2 Proceso de reclutamiento

Se realizará una búsqueda de candidatos por medio de las bases de datos de sitios web de empleos en Colombia, se revisarán los perfiles y se pre seleccionarán para ser estudiados y ponerse en contacto con los interesados. Se realizará la publicación de las vacantes disponibles para hacer parte del equipo de Recrea, luego se elabora una base de datos con todos los profesionales interesados para posteriormente realizar las respectivas entrevistas laborales. También se creará una base de datos con todas las personas recomendadas por profesionales responsables o clientes satisfechos.

5.3.3 Proceso de Selección

- Revisar solicitud de los candidatos a las vacantes.
- Verificación de datos
- Entrevista laboral (Gerente) (Comunicador Social)
- Pruebas de lógica y espontaneidad
- Proceso de selección
- Socialización y discusión de los seleccionados

5.3.4 Contratación

- Inducción al nuevo personal
- Revisión de Exámenes médicos
- Afiliación al Sistema de Seguridad Social
- Elaboración y firma del Contrato.

- Registrar en la base de datos de Recrea
- Capacitación del personal

5.4 Descripción de Procesos de Comunicación interna de la empresa

Con los procesos de comunicación interna, se pretende mejorar los procesos productivos, con un ambiente ameno y el trabajo en equipo. Además, se busca lograr los ideales de la empresa y trabajar por conseguir los mismos objetivos que tiene.

La comunicación horizontal es muy importante en un plan de comunicación interno, porque permitirá relacionar y conocer a todo el personal, y así, crear estrategias para motivar a los empleados y fidelizar a los clientes de Recrea.

- Para la optimización de la comunicación interna se incluirá:
 - Cartelera informativa física.
 - Cartelera informativa virtual
 - Correo institucional
 - Grupo de Whatsapp
 - Buzón de sugerencias
 - App de intercomunicador general

5.4.1 Plan de comunicaciones internas

- **Empleado del mes**

Objetivo: Incentivar al equipo humano para exaltar su eficiencia y aporte a la empresa.

Descripción

Se elegirá al empleado del mes por su desempeño y eficacia y se premiará con un incentivo, además será resaltado con una fotografía dentro de las instalaciones para exaltar su labor.

Encargado: Gerente

Fecha de ejecución: Inauguración de Recrea

- **PQRS**

Objetivo: Reunir información sobre las quejas y sugerencias en un buzón de sugerencias abierto al público y empleados.

Descripción

Se colocará un buzón de sugerencias en un sitio visible dentro de las instalaciones de Recrea que estará disponible para los clientes, socios y empleados.

Encargado: Gerente

Fecha de ejecución: Inauguración de Recrea

- **Plan de evacuación**

Objetivo: Mantener seguro y salvo al equipo de trabajo.

Descripción: Crear una ruta de emergencias de fácil acceso y con sus respectivas señalizaciones que dirija a las salidas de emergencia de las instalaciones para darle más seguridad a los empleados.

Encargado: Gerente

Fecha de ejecución: Inauguración de Recrea

- **Paseos Empresariales**

Objetivo: Aumentar el compañerismo y la confianza entre el equipo de trabajo

Descripción: Se realizarán paseos programados a sitios recreativos, turísticos, académicos o empresariales.

Encargado: Gerente

Fecha de ejecución: Asigna el gerente

5.5 Descripción de Estrategias de Aseguramiento de la Información de la Empresa - Software.

Para esto se necesitará un software de respaldo y seguridad de la información, para que esta no pueda ser borrada ni robada por agentes externos. Para mayor seguridad, se contará con un antivirus Premium que mantendrá protegido y libre de Malware todo el sistema de información de Recrea. Por otro lado, el acceso a la información solo la tendrá el personal autorizado por el gerente.

5.6 Descripción de Estrategias de Aseguramiento de la calidad en Empresa

Anexo F (Sistema Gestión de Calidad de la Empresa).

5.7 Descripción de Competencias del Recurso humano actual de la empresa

Para que Recrea pueda ser reconocida por ofrecer los mejores servicios y productos de comunicación de la región, debe tener un selecto y riguroso equipo de trabajo, por eso cada trabajador debe tener competencias enfocadas al mejoramiento de la calidad de los servicios de Recrea y al posicionamiento de sus clientes.

5.7.1 Perfil de la secretaria

- Debe ser una persona ordenada
- Ser atento con las personas, tanto a nivel interno como externo de la agencia
- Debe ser espontaneo ante cualquier situación
- Ser detallado con cada proceso que ejecute
- Excelente presentación personal
- Atender todas las solicitudes o peticiones
- Elaborar informes de ventas, nóminas y liquidaciones
- Constante contacto con el jefe
- Trabajar en equipo

5.7.2 Perfil del Diseñador

- Innovador y original a la hora de realizar cualquier diseño
- en software de edición (Suit adobe, Final Cut, entre otros)
- Ser detallado con cada diseño
- Conocimiento sobre herramientas y técnicas de diseño

5.7.3 Perfil del Comunicador Social

- Experto en diseñar y ejecutar estrategias de marketing y publicidad
- Asesoramiento en la toma de decisiones importantes
- Debe ser espontaneo ante cualquier situación
- Debe manejar una excelente fluidez verbal

- Excelente presentación personal
- Polivalente
- Liderazgo
- Debe saber diseñar planes estratégicos de comunicaciones
- Velar por el orden y ambiente laboral de Recrea
- Debe crear redes de comunicaciones a nivel interno
- Debe representar a la empresa en el campo de las relaciones públicas
- Piloto de dron
- Conocimiento sobre composiciones fotográficas

5.7.4 Perfil del Productor Multimedia/Audiovisual

- Innovador a la hora de elaborar productos o servicios multimedia, como videos audios y gráficos
- Experto en efectos especiales
- Conocimientos cinematográficos
- Estar a la vanguardia de la publicidad audiovisual que se realiza en Colombia
- Realizar procesos laborales de calidad y en el tiempo estipulado
- Manejo de cámaras
- Experto en manejo de programas de edición

5.7.5 Perfil del programador

- Tener conocimientos sobre comunicación digital
- Estar a la vanguardia de las TICs
- Experto en desarrollo de sitios web y aplicaciones móviles.
- Experto en herramientas de automatización publicitaria y motores de búsqueda
- Experto en sistemas y programas informáticos

5.7.6 Valores que deben resaltar los empleados de Recrea

Actualidad: Recrea se mantendrá a la vanguardia de toda información novedosa y tendencia del momento.

Vanguardia: Ir en línea con los avances tecnológicos y estado del arte del marketing digital.

Innovación: Las propuestas realizadas a los clientes serán soluciones únicas para cada problema y diferenciadas de lo ya existente, nuevas ideas en productos o servicios que cada día conquisten nuevos mercados, se asumirán nuevos retos y se abrirán nuevos caminos.

Calidad: se ofrecen servicios de excelencia y calidad.

Trabajo en equipo: la unión hace la fuerza y el recurso humano de Recrea es la base para sostener esta agencia, bajo una comunicación y un dialogo que permita un ambiente armónico y productivo.

Respeto: Recrea Escucha, entiende y valora al otro, buscando armonía en las relaciones interpersonales, laborales y comerciales.

5.8. Plan de implementación del plan de negocios -Cronograma

Tabla 34(Cronograma de actividades)

Plan de acción	Mes											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Alquiler de las instalaciones	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Modificación de las instalaciones	X	X										
Negociación con proveedores	X	X		X		X		X		X		X
Compra de equipos tecnológicos		X	X									
Instalación de cableado	X	X										
Instalación y prueba de equipos y software		X										
Contratación de personal		X										
Capacitación y entrenamiento de personal		X	X									
Compra de dominio web	X											
Creación de cuentas de correo institucional y accesos a sistemas				X								
Constitución legal	X	X										
Visita a los clientes y/o usuarios				X	X	X	X	X	X	X	X	X
Eventos especiales			X					X				X
Formalización	X	X										
permisos y licencias	X	X										
Apertura de cuentas bancarias	X	X										
Evento de inauguración de Recrea				X								

5.9 Constitución legal del negocio

Recrea es una empresa Sociedad por Acciones Simplificadas (S.A.S.) la cual se constituye mediante una Persona Natural, que luego de haber realizado el registro mercantil, se convertirá en Persona Jurídica, gracias a esto, se podrán economizar trámites y empezar un proyecto empresarial con un presupuesto de alcance (de mediano o bajo presupuesto).

Recrea aún no está inscrita en el RUT, ni en la Cámara de Comercio de Pamplona, pero se pretende realizar este proceso, apenas sea concedido el aval de este proyecto. El número de los

trabajadores define a la agencia de tamaño pequeño o micro empresa, debido a que solo cuenta con siete (7) empleados.

Esta empresa pertenece al sector terciario, ya que en su portafolio solo oferta servicios de comunicaciones y publicitarios, Además la mayoría de los servicios son producidos por los recursos intelectuales del personal de Recrea y la tecnología con la que cuenta. Recrea es una empresa privada, debido a que fue un proyecto construido con recursos intelectuales de una sola persona.

Esto es una sociedad de tipo unipersonal administrada por el CEO o representante legal de la empresa, de manera que no requiere una sociedad externa para que la empresa pueda funcionar normalmente y legalmente.

Para esto, (Kauffman, 2010, Pág. 272) plantea que una sociedad de tipo unipersonal, posee solo un dueño o propietario, además afirma que este tipo de sociedad funciona con las ganancias que esta misma genera. También propone que el hecho de formar una sociedad unipersonal, es la que menos posee dificultad para conformarla, debido a que no requiere de un intenso papeleo y colas para aprobación.

Capítulo 6

Planeación financiera

6.1 Estructura de Costos

Tabla 35 (Estructura de costos)

Maquinaria y Equipos				
Apple iMac Mk482, retina 5K	1	1	11.947.000	11.947.000
Clx CPU, Procesador Amd Ryzen	2	2	5.015.000	10.030.000
Monitor Samsung Curvo Full HD, 32"	2	2	999.900	1.999.800
Impresora Epson SureColor F6200	1	1	28.540.900	28.540.900
Cámara Nikon D7500	1	1	4.900.000	4.900.000
Videocámara FDR-AX700 4K HDR	1	1	8.240.000	8.240.000
Audífonos MDR-1AM2	1	1	890.000	890.000
Trípode VCT-R640	3	3	180.000	540.000
Estabilizador Gimbal 3 ejes	1	1	2.136.000	2.136.000
Dji Mavic 2 pro	1	1	7.270.000	7.270.000
Microfono Blue Baby Bottle SL	1	1	1.500.000	1.500.000
Anti pop	1	1	500.000	500.000
Base atril para microfono	1	1	106.000	106.000
Boringer 3 - analogica interfaz	1	1	720.000	720.000
Monitores de estudio M audio plano	1	1	560.000	560.000
Tabla Wacom Intuos S	2	2	540.000	1.080.000
Computador intel Core I3	2	2	840.000	1.680.000
Mouse inalambrico Genius	2	2	24.000	48.000
Teclado inalambrico Genius	2	2	28.000	56.000
Audifonos Sony	3	3	89.000	267.000
Microfono De Solapa Uhf	3	3	244.000	732.000
Tv Samsun 42" Smart TV	1	1	2.100.000	2.100.000
Juego de luces	1	1	1.800.000	1.800.000
Cortadora Láser	1	1	16.900.000	16.900.000
Subtotal Maquinaria y Equipos				104.542.700

Tabla 36(Plan de inversión y financiación)

PLAN DE INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN PROYECTO	Fondo Emprender	Capital Emprendedor	TOTAL
Terrenos	0	0	0
Construcciones y edificios	0	0	0
Adecuaciones y mejoras	8.500.000	0	8.500.000
Maquinaria y equipo	104.542.700	4.900.000	109.442.700
Muebles y Enseres	4.452.000	0	4.452.000
Equipo de transporte y carga	0	480.000	480.000
Equipos de Comunicaciones, Computación y Herramientas	0	1.269.000	1.269.000

Tabla 37 (Verificación Inversión Corriente)

Verificación Inversión Corriente			
Efectivo	0	0	0
Inventarios de Materia Primas	0	0	0
Inversión Diferida (Total Gastos durante Período Pre operativo) *	15.760.000	0	15.760.000

Tabla 38 (Verificación Inversión diferida)

Verificación Inversión Diferida			
Gastos Notariales	200.000		200.000
Matrícula Mercantil	300.000		300.000
Gastos de Constitución	100.000		100.000
Arrendamientos	800.000		800.000
Nómina Operarios	5.340.000		5.340.000
Nómina Gerente Emprendedor	2.000.000		2.000.000
Honorarios Contador	1.200.000		1.200.000
Servicios Públicos	220.000		220.000
Dotaciones	1.000.000		1.000.000
Sistema de Seguridad Industrial / Plan de Emergencia	1.200.000		1.200.000
Seguro Todo Riesgo	1.500.000		1.500.000
Publicidad y Mercadeo	0		0
Evento de Lanzamiento	2.800.000		2.800.000
Otros Diferidos Financiados No Especificados	0		0
TOTAL INVERSIONES	134.914.700	6.649.000	142.603.700

6.2 Proyección de ingresos

Tabla 39(Proyección de ingresos)

Precio por Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Impresión a gran escala (mts2 Adhesivo)	50.000	52.316	54.721	57.219	59.814	
Impresión a gran escala (mts2 Vinilo transparente)	40.000	41.544	43.147	44.813	46.542	
Impresión a gran escala (mts2 Lona)	45.000	46.737	48.541	50.414	52.360	
Impresión a gran escala (mts2 Opalina)	20.000	20.772	21.573	22.406	23.721	
Recorte Láser (mts2)	25.000	53.000	55.000	65.000	80.000	
Animación 2D	50.000	72.000	85.000	90.000	100.000	
Animación 3 D.	100.000	105.000	120.000	130.000	150.000	
Fotomontaje publicitario	50.000	55.000	60.000	70.000	95.000	
Ilustración	80.000	120.000	140.000	170.000	200.000	
Desarrollo de identidad corporativa	Logo, Naming, y eslogan	150.000	259.650	269.672	280.081	290.892
	Portafolio de servicios	150.000	259.650	269.672	280.081	290.892
	Manual de identidad corporativa	20 0.000	238.878	248.098	257.674	267.620
	Mockups	100.000	102.325	108.963	116.285	125.593
	Recursos de imagen corporativa	90.000	91.158	96.258	102.356	111.154
Diseño de sitio web		1.200.000	1.246.320	1.294.428	1.344.393	1.396.286
Optimización de motores de búsqueda (SEO)	Landing Page	100.000	102.325	108.963	116.285	125.593
	Google Ads	60.000	61.256	63.585	71.258	80.258
	Google Display	60.000	61.256	63.585	71.258	80.258
	Facebook Ads	60.000	61.256	63.585	71.258	80.258
E-mail Marketing		125.000	60.000	68.000	80.000	100.000
Marketing de contenidos digitales		200.000	207.720	215.738	224.065	232.714
Marketing Digital		250.000	252.780	259.650	269.672	280.081
Estrategias publicitarias		350.000	380.000	450.000	500.000	600.000
Producción multimedia		200.000	207.720	215.738	224.065	232.714
Pauta publicitaria		120.000	122.158	126.258	132.369	141.222
Cuñas publicitarias		90.000	91.158	96.258	102.356	111.154
Vídeo institucional		500.000	519.300	539.345	560.164	581.786
Spot Publicitario		150.000	155.790	161.803	168.049	174.536

Producción Audiovisual	Vídeo musical	1.500.000	1.552.254	1.613.255	1.799.990	1.965.369
	Documental	2.500.000	2.610.366	2.791.258	2.869.369	3.036.258
	Cortometraje	1.800.000	1.965.369	2.225.369	2.406.952	2.786.365
Tomas aéreas (30 min)		250.000	260.000	270.000	285.000	305.000
Cubrimiento de eventos	Evento tipo 1	150.000	153.369	156.699	160.258	172.225
	Evento tipo 2	400.000	425.245	496.666	598.254	789.600

Tabla 40(Ventas por producto)

Unidades Vendidas por Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Impresión a gran escala (mts2 Adhesivo)	144	150	180	202	259	
Impresión a gran escala (mts2 Vinilo transparente)	65	69	80	95	105	
Impresión a gran escala (mts2 Lona)	180	90	120	130	145	
Impresión a gran escala (mts2 Opalina)	420	170	200	250	280	
Recorte Láser	72	90	105	120	150	
Animación 2D	200	15	18	22	30	
Animación 3 D.	64	45	56	76	100	
Fotomontaje publicitario	120	120	150	170	200	
Ilustración	24	45	52	70	100	
Desarrollo de identidad corporativa	Logo, Namig y eslogan	144	10	13	16	20
	Diseño de portafolio de servicios	72	35	48	56	70
	Manual de identidad	60	89	96	105	128
	Mockups	300	325	363	420	628
	Recursos de imagen corporativa	60	89	96	105	128
Diseño de sitio web	6	5	6	7	10	
Optimización de motores de búsqueda (SEO)	Landing Page	36	50	65	80	100
	Google Ads	96	15	20	24	30
	Google Display	48	22	25	30	35
	Facebook Ads	48	20	25	32	40
E-mail Marketing	60	18	22	26	30	

Marketing de contenidos digitales	84	10	13	15	20	
Marketing Digital	6	38	46	52	60	
Estrategias publicitarias	6	48	50	52	55	
Producción multimedia	60	18	25	30	40	
Pauta publicitaria	216	22	25	30	40	
Cuñas publicitarias	96	18	20	25	30	
Vídeo institucional	12	2	3	5	6	
Spot Publicitario	144	48	56	68	80	
Producción Audiovisual	Vídeo musical	1	1	1	1	2
	Documental	1	1	1	1	3
	Cortometraje	1	1	1	2	3
Tomas aéreas	36	48	58	72	95	
Cubrimiento de eventos	Evento tipo 1	7	12	18	18	39
	Evento tipo 2	2				
Capacidad Instalada Maquinaria y Equipos	32	52	52	52	60	
Capacidad Utilizada Maquinaria y Equipos	22	26	36	36	52	
% Utilización Capacidad Instalada	81,3%	81,3%	90%	90%	95,0%	
TOTAL VENTAS						
Precio Promedio	205.000	223.000	261.000	284.000	330.000	
Ventas	828	925	1.022	1.158	1.269	
Ventas	170.563.900	361.133.233	389.550.793	420.204.529	453.270.407	

6.3 Flujo de efectivo

Tabla 41 (Flujo de efectivo)

FLUJO DE CAJA	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de Caja Operativo					
Utilidad Operacional	13.247.536	121.934.926	115.920.797	132.740.704	92.914.172
Depreciaciones	14.826.466	11.943.920	11.985.162	12.026.870	11.646.370
Amortización Diferidos		0	0	0	0
Impuestos	0	0	-12.442.512	-19.773.893	-32.894.140
Neto Flujo de Caja Operativo	25.191.456	133.919.996	127.947.667	144.387.074	104.603.542

Variación Inv. Materias Primas e insumos	0	0	1.600.255	0	4.506.000
Variación del Capital de Trabajo	0	0	3.200.000	0	5.500.000
Neto Flujo de Caja Inversión	0	0	4.800.255	0	9.500.245
Otros Ingresos No Operacionales	0	0	3.360.000	0	3.782.000
Neto Flujo de Caja Financiamiento	0	0	0	0	0
Neto Periodo	-11.543.700	24.386.456	133.096.996	127.111.667	143.537.074
Saldo anterior		-11.543.700	12.842.756	145.939.752	273.051.419
Saldo siguiente	-11.543.700	12.842.756	145.939.752	273.051.419	416.588.493

6.4 Balance

Tabla N° 36 (Balance)

BALANCE GENERAL						
Activo						
Efectivo	-11.543.700	12.842.756	145.939.752	273.051.419	416.588.493	520.332.036
Cuentas x Cobrar	0	0	0	0	0	0
Provisión Cuentas x Cobrar		0	0	0	0	0
Inventarios Materias Primas e Insumos	0	0	0	0	0	0
Inventarios de Producto en Proceso		0	0	0	0	0
Inventarios Producto Terminado	-11.543.700	12.842.756	145.939.752	273.051.419	416.588.493	520.332.036
Anticipos y Otras C x C	0	0	0	0	0	0
Total Activo Corriente:	800.000	1.524.750	2.226.350	2.899.150	3.543.450	4.154.750
Terrenos	0	0	0	0	0	0
Construcciones y Edificios	104.542.700	94.088.430	83.634.160	73.179.890	62.725.620	52.271.350
Adecuaciones y mejoras	4.452.000	3.561.600	2.671.200	1.780.800	890.400	0

Maquinaria y Equipo de Operación	480.000	384.000	288.000	192.000	96.000	0
Muebles y Enseres	1.269.000	846.000	423.000	0	0	0
Equipo de Transporte	111.543.700	100.404.780	89.242.710	78.051.840	67.255.470	56.426.100
Equipo de Oficina	0	0	0	0	0	0
Total Activos Fijos:	0	0	0	0	0	0
Total Activos Diferidos:	-11.543.700	12.842.756	145.939.752	273.051.419	416.588.493	520.332.036
Total Otros Activos Fijos	0	0	0	0	0	0
ACTIVO	100.000.000	113.247.536	235.182.462	351.103.259	483.843.963	576.758.136
Pasivo						
Cuentas X Pagar Proveedores	0	0	0	0	0	0
Impuestos X Pagar	0	0	0	0	0	0
Acreeedores Varios		0	0	0	0	0
Obligaciones Financieras	0	0	0	0	0	0
Otros pasivos a LP		0	0	0	0	0
Obligación Fondo Emprender (Contingente)	0	0	0	0	0	0
PASIVO	0	0	0	0	0	0
Patrimonio						
Capital Social	100.000.000	100.000.000	100.000.000	100.000.000	100.000.000	100.000.000
Reserva Legal Acumulada	0	0	1.324.754	13.518.246	25.110.326	38.384.396
Utilidades Retenidas	0	0	11.922.782	121.664.216	225.992.933	345.459.567
Utilidades del Ejercicio	0	13.247.536	121.934.926	115.920.797	132.740.704	92.914.172
Revalorización patrimonio	0	0	0	0	0	0
PATRIMONIO	100.000.000	113.247.536	235.182.462	351.103.259	483.843.963	576.758.136
PASIVO + PATRIMONIO	100.000.000	113.247.536	235.182.462	351.103.259	483.843.963	576.758.136

6.5 Indicadores de evaluación Financiera

Según los resultados que arroja la estructura y proyección de costos, a la empresa le tomaría 18 meses para recuperarse de la inversión inicial, este es el periodo de tiempo necesario para que se reflejen las ganancias en su totalidad.

6.6 Plan de desembolsos

La Dirección Financiera se encargará de realizar el desembolso respectivo del monto del proyecto, para luego elaborar el plan de desembolsos.

Tabla 42 (Plan de desembolso)

Etapa	Tipo de desembolso
Inicial	El primer desembolso se realizará por el valor de 60% de la financiación para poner en marcha las funciones de la empresa
Desarrollo	Luego se solicitará el 20% para ejecutar procesos y la legalidad de la empresa
Final	La última parte estará compuesta por el 20% final que permitirá promocionar y ejecutar planes.

Conclusiones

Gracias a este proyecto de trabajo de grado, se permiten ampliar y reforzar los conocimientos las áreas profesionales de Comunicación Social y Emprendimiento Empresarial, además el acercamiento a nuevos modelos de investigación como los nueve módulos del CANVAS.

Con este proyecto se abre la oportunidad para que una agencia publicitaria innovadora pueda introducirse dentro del mercado, no solo en el ámbito publicitario, sino para entrar en competencia con aquellas agencias de desarrollo web/App y prestadoras de servicios de marketing digital. Gracias a las investigaciones realizadas, se puede concluir que una empresa de esta índole impactaría de manera contundente dentro del ámbito competitivo local y regional.

Muchas de los empresarios en Pamplona no tienen una identidad que los represente de manera profesional, debido a que siguen implementando los medios tradicionales y contratando servicios publicitarios en algunos casos sin efectividad ni resultados favorables, perdiendo un gran parte de su cobertura en el mercado actual.

Referencias Bibliográficas

- ACIS. (Noviembre de 2016). *Asociación Colombiana de Ingeniero de Sistemas*. Obtenido de <https://acis.org.co/portal/content/cerca-del-96-de-empresas-est%C3%A1-migrando-hacia-lo-digital-seg%C3%BA-bizagi>
- Alcaldía Mayor de Bogotá. (24 de 07 de 2014). *Alcaldía Mayor de Bogotá*. Obtenido de <http://bogota.gov.co/article/bogot%C3%A1-posicionada-en-producci%C3%B3n-audiovisual-y-las-industrias-creativas>
- Britto, O. (3 de 3 de 2011). *IBM*. Obtenido de <http://www.iabcolombia.com/lo-ultimo/publicidad-en-internet-en-colombia-crecio-55-77-en-2010/>
- Cámara de Comercio. (2019). *Concepto sobre la situación económica*. Pamplona.
- Cámara de Comercio Cúcuta. (2017). *camara de comercio de Cúcuta*. Obtenido de http://www.cccucuta.org.co/media/Archivos_Generales/informe_de_gestion_2011.pdf
- Cámara de Comercio de Pamplona. (2017). *CONCEPTO SOBRE LA SITUACIÓN*. Pamplona.
- Cámara de Comercio de Pamplona. (2017). *Informe de registro de la unidades productivas en Pamplona*. Pamplona: Cámara de Comercio.
- CNC. (2008). *Estudio censal de las empresas productoras audiovisuales*. Colombia: Centro Nacional de Consultoría.
- DANE. (2001). *Diagnostico rural*. Obtenido de <http://corponor.gov.co/pot/Pamplona/Formulacion/Pamplona%20Diagnostico%20Rural.pdf>
- DANE. (2005). Obtenido de www.dane.gov.co/files/censo2005/perfiles/norte/pamplona.pdf
- DANE. (2017).
- Dinero, R. (2017). Obtenido de <https://www.dinero.com/opinion/columnistas/articulo/asi-se-mueve-la-publicidad-en-colombia-por-raul-avila/259956>
- Duhalt, K. M. (2002). *Los manuales de procedimientos en las oficinas públicas*". México: UNAM.
- ElTiempo. (16 de 05 de 2020). *Economía y Negocios*. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/economia/sectores/coronavirus-en-colombia-como-afecta-el-crecimiento-del-pib-en-el-pais-496134>
- ELTIEMPO.COM. (04 de 09 de 2018). *¿Qué es la economía naranja de la que habla Ivan Duque?* Recuperado el 25 de 09 de 2018, de <https://www.eltiempo.com/economia/sectores/que-es-la-economia-naranja-que-promueve-ivan-duque-253254>
- EUROSTAT, & OCDE. (2005). *Guía para la recogida e interpretación de datos sobre Innovación*. Madrid: TRAGSA.
- Grasso, L. (2006). *Encuestas. Elementos para su diseño y análisis*. Argentina: Encuentro.
- Henry, H. (1980). *Appraising a company's strengths and weaknesses*.
- Howkins, J. (2001). *La economía creativa: transformar una idea en beneficios*.
- Klotter, Bloom, Thomas. (2004). *El Marketing de Servicios Profesionales*. Paidós Ibérica S.A.
- Lane, R. y. (1994). *KLEPPNER PUBLICIDAD*.

- MINAGRICULTURA. (2017). *Principales Cultivos por Área Sembrada en 2017*. Norte de Santander: EVA.
- MINCULTURA. (16 de 12 de 2019). *Ministerio de Cultura*. Obtenido de <https://www.mincultura.gov.co/prensa/noticias/Paginas/M%C3%A1s-de-2-billones-de-pesos-para-la-Econom%C3%ADa-Naranja-en-2020.aspx>
- Nosnik, A. (1998). *Comunicación Organizacional Práctica*. México DF: Trillas.
- ONU. (25 de 09 de 2015). *ONU*. Obtenido de <https://onu.org.gt/objetivos-de-desarrollo/>
- Osterwalder, & Pigneur. (2010). *Generación de Modelos de Negocios*. Barcelona: Centro Libros PAPP.
- Portafolio. (28 de 02 de 2018). Obtenido de <https://www.portafolio.co/economia/el-consumo-total-en-colombia-crecio-2-2-en-2017-514550>
- Portafolio. (12 de octubre de 2018). Colombia empieza a tomarse en serio la 'economía naranja'. *Portafolio* .
- RADDAR. (2011). *RADDAR*. Obtenido de http://www.cccucuta.org.co/media/Archivos_Generales/informe_de_gestion_2011.pdf
- Randall. (2003). *Principios de Marketing*. Thomson Editores Sapin.
- Revista Dinero. (2019). *El tamaño de la naranja*. Dinero.
- Reyes, O. (2017). *Panorama Audiovisual latinoamericano*.
- Salas, E. (2018). Estudio sobre la relación del naming de las agencias de publicidad versus los nombres de publicistas históricos. *Contribuciones a las Ciencias Sociales*.
- Sánchez, H. (03 de 10 de 2019). *Los buscadores o motores de búsqueda, un mecanismo asociado al mundo virtual que, además te puede ser muy útil si eres emprendedor o dueño de algún negocio*. Obtenido de <https://www.postedin.com/blog/que-es-para-que-sirve-motor-busqueda/>