
Plan de negocios para la creación de una empresa de monitoreo de medios de comunicación (Periódicos, revistas, radio, TV e internet), en Colombia.

Luis Jaime Díaz, Oscar Leonardo López

TUTOR:

Néstor Camilo Merchán Aguilar

Bogotá, Mayo 10 de 2010

AGRADECIMIENTOS

El presente plan de negocios es un esfuerzo en el cual, de forma directa o indirecta, participaron varias personas opinando, leyendo, aportando, corrigiendo y acompañando en todo momento.

A nuestras madres, padres y hermanos por el ánimo inyectado y que de forma incondicional entendieron nuestras ausencias.

A nuestro tutor, ingeniero Néstor Camilo Merchán Aguilar por su acompañamiento y dirección en la realización de este trabajo, sus aportes, críticas, comentarios y sugerencias fueron vitales para la culminación de dicho trabajo.

A nuestros maestros que a lo largo de la carrera aportaron valiosos conocimientos que de una u otra forma están reflejados en este Plan de Negocios.

A la PUJ y a la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas por los lineamientos y valores que enmarcaron de forma correcta la realización de este trabajo.

A todos ellos, nuestros más sinceros agradecimientos.

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN	14
1.1. Objetivo General	14
1.2. Objetivos Específicos.....	14
2. RESUMEN EJECUTIVO	15
2.1. Descripción del Negocio.	15
2.1.1. Antecedentes.....	15
2.2. ¿A qué mercados está dirigido?.....	16
2.3. Recursos Financieros Requeridos	16
2.4. ROE y ROI	16
2.5. Endeudamiento	17
2.6. Metas de la empresa.....	17
2.7. Fortalezas del grupo administrativo	17
2.8. Beneficios para el Inversionista.....	17
3. ANALISIS DE MERCADO.....	18
3.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADO	18
3.1.1. Objetivo de la investigación	18
3.1.2. Necesidad de información	18
3.1.3. Bases de la Segmentación	19
3.1.3.1. Por Tamaño.....	19
3.1.3.2. Por Sector	20
3.1.3.3. Por Competitividad	20
3.1.4. Encuestas a Clientes Potenciales	21
3.1.5. Análisis a Encuestas	23
3.2. ANALISIS DEL SECTOR.....	25
3.2.1. Inversión en Publicidad.....	25
3.2.2. Barreras de ingreso o salida para negocios del sector.....	28
3.2.3. Poder de negociación de clientes.....	29
3.2.4. Amenaza de Ingreso de nuevos productos o sustitutos.	29
3.2.5. Amenaza de ingreso de nuevos negocios o empresas.	29
3.3. ANÁLISIS DEL MERCADO.....	29
3.3.1. Producto y Servicio.....	29

TABLA DE CONTENIDO

3.3.1.1.	Aplicaciones	29
3.3.1.2.	Cobertura	30
3.3.1.3.	Oportunidad.....	30
3.3.1.4.	Información adicional	30
3.3.1.5.	Administración.....	30
3.3.2.	Productos competidores o sustitutos	31
3.3.3.	Fortalezas o debilidades frente a la competencia.....	31
3.3.3.1.	Fortalezas	31
3.3.3.2.	Debilidades	31
3.3.4.	Servicios posibles como complementos o derivados del actual.	31
3.3.5.	Solución a debilidades y aprovechamiento de fortalezas	32
3.3.5.1.	Debilidades	32
3.3.5.2.	Fortalezas	32
3.3.6.	Análisis herramientas de la competencia	33
3.3.6.1.	Competencia Plus	33
3.3.6.2.	Punto Cardinal.....	36
3.3.6.3.	Infomedios.....	38
3.3.6.4.	Factores a destacar del servicio.....	40
3.3.7.	Clientes.....	41
3.3.7.1.	Compradores potenciales	41
3.3.7.2.	Características de los clientes.....	41
3.3.7.3.	Localización geográfica de los clientes	41
3.3.7.4.	Base de decisión de compra de los clientes	41
3.3.7.5.	Opiniones de clientes interesados en su producto.....	42
4.	PLAN DE MARKETING	43
4.1.	Concepto del Modelo del Negocio	43
4.2.	Estado del Negocio	43
4.3.	Objetivos del Plan de Marketing.....	44
4.3.1.	Objetivo General.....	44
4.3.2.	Objetivos Específicos.	44
4.4.	La Marca	45

TABLA DE CONTENIDO

4.4.1.	Concepto	45
4.4.2.	El Logo	45
4.4.3.	Colores corporativos.....	45
4.4.4.	Manejo del logo	46
4.4.5.	Presentación del servicio.....	46
4.4.6.	Imagen Corporativa	49
4.4.6.1.	Tarjetas de presentación.....	49
4.4.6.2.	Label CDs	50
4.4.6.3.	Publicidad Exterior	51
4.4.6.4.	Publicidad revistas	52
5.	ANALISIS TECNICO	53
5.1.	Hardware	53
5.2.	Comunicaciones.....	53
5.3.	Software.....	53
5.4.	Base de datos	54
5.5.	Recurso humano operación	54
5.5.1.	Determinando el recurso humano:	55
5.6.	Análisis de Procesos.....	56
5.6.1.	Procesos Medios Impresos	56
5.6.2.	Proceso de Audiovisuales	56
5.6.3.	Proceso Flujo de Impresos.....	57
5.6.4.	Proceso Flujo audiovisual.....	58
6.	ANALISIS ADMINISTRATIVO.....	59
6.1.	Misión.....	59
6.2.	Visión	59
6.3.	Valores corporativos	59
6.4.	Políticas	60
6.5.	Organigrama	60
7.	ANALISIS LEGAL Y SOCIAL.....	61
7.1.	Tipo de sociedad.....	61
7.1.1.	Capital Social y Número de Empleados.	61

TABLA DE CONTENIDO

7.1.2.	Número de Accionistas.....	61
7.1.3.	Se creará mediante Documento Privado.....	61
7.1.4.	Duración y Objeto Social.....	61
7.1.5.	Responsabilidad Solidaria.....	61
7.2.	Modelo de Minuta para la Constitución de una S.A.S.....	62
7.2.1.	Modelo de Estatutos.....	62
7.2.2.	Proceso de Constitución.....	62
8.	ANÁLISIS ECONOMICO Y FIANCIERO.....	64
8.1.	Análisis Económico.....	64
8.1.1.	Activos Fijos.....	64
8.1.2.	Proyección de Ventas.....	64
8.1.3.	Inversión Inicial.....	65
8.1.4.	El presupuesto de Nómina.....	66
8.1.5.	Clientes Esperados.....	66
8.1.6.	Punto de Equilibrio.....	67
8.2.	Análisis Financiero.....	68
8.2.1.	Flujo de caja.....	68
8.2.2.	Estado de resultados.....	68
8.2.3.	Balance.....	69
8.3.	Evaluación integral del proyecto.....	70
8.3.1.	TIR.....	71
8.3.2.	VPN.....	71
9.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	72
9.1.	Conclusiones.....	72
9.2.	Recomendaciones.....	73

LISTADO DE TABLAS

1.	Tabla – Inversión Inicial Integral Noticias.....	16
2.	Tabla – Resultados ROE Y ROI.....	17
3.	Tabla – Endeudamiento Inicial.....	17
4.	Tabla – Tipo de Investigación	18
5.	Tabla – Número de Empresas en Colombia	19
6.	Tabla – Ranking en Colombia Competitividad Fuente: ACOPI.....	20
7.	Tabla – Ficha Técnica Investigación de Mercado	22
8.	Tabla – Resumen Inversión Publicidad.....	26
9.	Tabla – Resultados Punto Cardinal.....	27
10.	Tabla – Ventas en Millones Infomedios Colombia Ltda.....	28
11.	Tabla – Horas Grabaciones Integral Noticias.....	54
12.	Tabla – Detalle hora de Grabación Integral Noticias	55
13.	Tabla – Recurso Humano Integral Noticias.....	55
14.	Tabla– Activos Fijos Integral Noticias.....	64
15.	Tabla – Inversión Inicial Integral Noticias.....	65
16.	Tabla – Nomina Integral Noticias	66
17.	Tabla – Nomina Inicial Mensual Integral Noticias.....	66
18.	Tabla – Flujo de Caja Integral Noticias.....	68
19.	Tabla – Estado de Resultados Integral Noticias.....	69
20.	Tabla – Balance General Financiero Integral Noticias.....	70
21.	Tabla – Endeudamiento Inicial Integral Noticias.....	70
22.	Tabla – TIR y VPN Flujos Integral Noticias	71

LISTADO DE GRAFICAS

1.	Gráfica – Empresas Colombianas Por Sector Económico	20
2.	Gráfica – Resultado Encuesta Conocimiento del Negocio	23
3.	Gráfica – Resultado Encuesta Pregunta 3	24
4.	Gráfica – Resultado de la Encuesta Pregunta 8	25
5.	Gráfica – Evolución Rentabilidad Punto Cardinal.....	27
6.	Gráfica – Antigüedad de Clientes Infomedios Colombia	28
7.	Gráfica – Portal de Clientes Competencia Plus	33
8.	Gráfica – Portal de Clientes Competencia Plus (publicación)	34
9.	Gráfica – Portal de Clientes Competencia Plus (ordenamiento)	35
10.	Gráfica – Portal de Clientes Punto Cardinal (noticias).....	36
11.	Gráfica – Portal de Clientes Punto Cardinal (pre visualización)	37
12.	Gráfica – Portal de Clientes Punto Cardinal (Visualización Noticia).....	38
13.	Gráfica – Búsqueda Infomedios Colombia (agrupación por fecha)	38
14.	Gráfica – Búsqueda Infomedios Colombia (agrupación por fecha)	39
15.	Gráfica – Búsqueda Infomedios Colombia (detalle de la noticia)	40
16.	Gráfica – Distribución empresas sujetas al monitoreo de medios.....	41
17.	Gráfica – CRM Integral.....	43
18.	Gráfica – CRM Integral Noticias	44
19.	Gráfica – Logo Integral Noticias	45
20.	Gráfica – Manejo del Logo	46
21.	Gráfica – Secciones CRM Integral Noticias.....	47
22.	Gráfica – CRM Integral Noticias (búsqueda)	48
23.	Gráfica – Detalle CRM Integral Noticias	49
24.	Gráfica – Tarjeta de Presentación Integral Noticias	49
25.	Gráfica – Label Integral Noticias	50
26.	Gráfica – Publicidad Exterior Integral Noticias	51
27.	Gráfica – Publicidad revistas Integral Noticias	52
28.	Gráfica – Diseño de la Conectividad Integral Noticias.....	53
29.	Gráfica – Bases de Datos Integral Noticias	54
30.	Gráfica – Detalle Proceso de Medios Impresos Integral Noticias.....	56
31.	Gráfica – Detalle Proceso de Audiovisuales Integral Noticias	57



LISTADO DE GRAFICAS

32.	Gráfica – Detalle Proceso Flujo de Impresos Integral Noticias.....	57
33.	Gráfica – Detalle Proceso de Flujo Audiovisual Integral Noticias	58
34.	Gráfica – Organigrama General Integral Noticias.....	60
35.	Gráfica – Proceso creación de la empresa Cámara y Comercio de Bogotá.....	63
36.	Gráfica – Proyección de Ventas Integral Noticias.	65
37.	Gráfica – Clientes Esperados Integral Noticias	67
38.	Gráfica – Punto de Equilibrio Integral Noticias.	67



1. INTRODUCCIÓN

1.1. Objetivo General

Realizar el plan de negocios que permita ofrecer el servicio de monitoreo de medios en un comienzo en la ciudad de Bogotá, con la posibilidad de expandirlo a nivel nacional.

1.2. Objetivos Específicos.

- 1) Realizar la investigación de mercado e identificar las debilidades de las empresas del sector que prestan el servicio de monitoreo de medios.
- 2) Realizar el análisis técnico y definir el flujo de actividades para el desarrollo de la actividad que se requiere al ofrecer y prestar el servicio de monitoreo de medios.
- 3) Establecer el plan de mercadeo para el ofrecimiento del servicio de monitoreo de medios.
- 4) Definir la estructura de la organización que requiere la empresa.
- 5) Determinar las exigencias legales necesarias.
- 6) Identificar la inversión que requiere la empresa para empezar a trabajar mediante el análisis financiero.
- 7) Realizar la evaluación del proyecto, y su viabilidad.

II. RESUMEN EJECUTIVO

2. RESUMEN EJECUTIVO

2.1. Descripción del Negocio.

El negocio tiene fundamentalmente un objetivo principal, y es el de brindar un servicio que satisfaga las necesidades de sus clientes por medio de la entrega de información oportuna, eficaz y eficiente dando la información que se genera sobre cada uno de ellos y se divulgue en los principales medios de comunicación inicialmente constituidas en Bogotá.

2.1.1. Antecedentes.

En Colombia este es un servicio que se presta hace aproximadamente 30 años pero con poco reconocimiento y difusión en el mercado, sin embargo en las últimas dos décadas este “sector” ha tenido un desarrollo importante en cuanto a la demanda del servicio, pero aun es un servicio que presenta deficiencias, no genera ningún valor agregado y no se hace ningún tipo de gestión alrededor de las noticias generadas. Las empresas que contratan el servicio no están conformes totalmente con el servicio prestado, siempre están buscando nuevas alternativas y no existe la empresa que cumpla las expectativas en un 100%.

En estos 30 años las empresas pioneras del servicio no han cambiado la forma de hacer las cosas, continúan cortando el periódico de forma física sin digitalizarlo y sin utilizar internet para su difusión y aunque muchas empresas han adoptado nuevas formas de hacer las cosas aun existen grandes vacios por cubrir.

Empresas que actualmente ofrecen el servicio:

1. Prisa Comunicaciones
2. Fuentes de Información
3. Orbedatos
4. Siglo Data
5. Competencia Plus
6. Al Tanto
7. Infomedios
8. Monitor
9. Punto Cardinal
10. CHR Divulgar
11. Sintonizar Medios
12. Multiarchivo

II. RESUMEN EJECUTIVO

2.2. ¿A qué mercados está dirigido?

Integral Noticias, concentrará sus esfuerzos en satisfacer necesidades de información a empresas constituidas inicialmente en Bogotá, con necesidades específicas de información diaria, que por su actividad así lo requieran, que están sujetas a ser nombradas en medios masivos de comunicación, esto se sustenta con la realización de las encuestas a empresas con una función pública como los Ministerios, la DIAN, superintendencias, y partidos políticos.

Esto no quiere decir que Integral Noticias deje de atender empresas que por su particular manera de generar publicidad por medio de eventos como “RedBull”, sean atendidas.

Por la cobertura que se tiene actualmente estará destinado a empresas ubicadas en la sabana de Bogotá, pero esto no quiere decir que multinacionales o empresas ubicadas en otras ciudades no las podamos atender, claro, con la restricción.

2.3. Recursos Financieros Requeridos

Para comenzar con la actividad de Integral Noticias es necesario realizar una inversión inicial de \$64.793.900 distribuidos de la siguiente manera:



Inversión Inicial

Inversion Inicial		
Descripcion	Detalle	Valor Total
Gastos de constitucion		\$ 1.384.900
Equipos y computadores	Hoja Activos Fijos	\$ 34.399.000
Muebles y enseres	Hoja Activos Fijos	\$ 5.110.000
Suscripciones		\$ 15.400.000
Implementacion Pagina web y CRM		\$ 8.500.000
		\$ 64.793.900

GASTOS DE CONSTITUCION	VALOR
Matricula Mercantil	365.000
Formulario	3.500
(0,7% del K suscrito)	50.000.000
Inventario y Balances	8.600
Mayor y Balances	8.600
Diario de operaciones	8.600
Actas	8.600
Registro de derechos de marca (Sup Ind Cio)	632.000
Total	1.384.900

1. Tabla – Inversión Inicial Integral Noticias

2.4. ROE y ROI

Para Integral noticias y durante los primeros 5 años se tiene un retorno de la inversión sobre el patrimonio de 51.57%, y solo durante el primer periodo arroja un indicador negativo a causa de la utilidad por -\$32.771.500.

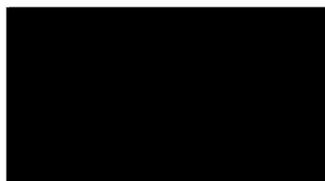
El indicador sobre los activos es más optimista ya que en el primer año se cuenta con un -47.05%, pero que después de los 5 primeros periodos entrega el 43.38% que será la utilidad esperada sobre el total de activos,

II. RESUMEN EJECUTIVO

2. Tabla – Resultados ROE Y ROI

2.5. Endeudamiento

El crédito inicial se hará por \$ \$64'793.900, que se amortizarán durante los primeros 5 años, que hacen parte de la inversión inicial junto con los \$50'000.000, que se utilizarán para cubrir los gastos durante el primer año de operación como se muestra en la siguiente tabla:



3. Tabla – Endeudamiento Inicial

2.6. Metas de la empresa

Integral Noticias busca establecer durante el primer año de actividad 22 clientes que se mantendrán sustancialmente, esperando una pérdida de clientes por la estacionalidad de las necesidades de información en temporadas específicas.

Así pues se espera contar con 53 clientes después de los primeros 5 años de actividad.

2.7. Fortalezas del grupo administrativo

Para Integral Noticias, el principal valor corporativo será el compromiso con cada uno de los clientes, excediendo sus expectativas en cada entrega de información, los objetivos de Integral Noticias estarán alineados estratégicamente con los objetivos de cada uno de los colaboradores, haciendo de esta empresa un lugar para crecer y alcanzar las metas propuestas por todos.

2.8. Beneficios para el Inversionista

Se espera tener unas utilidades positivas a partir del segundo año, esto hace que la inversión en Integral Noticias sea una excelente oportunidad para los inversionistas, la constante integración de medios informativos hace que Integral Noticias se convierta en una empresa líder en el sector estudiado, satisfaciendo constantemente las necesidades de los clientes con mejores prácticas que generen valor agregado.

3. ANALISIS DE MERCADO

3.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

3.1.1. Objetivo de la investigación

El objetivo de la investigación de mercado es encontrar las ventajas y desventajas que hoy en día se presentan en el servicio de Monitoreo en Medios de Comunicación y de esta manera lograr tomar e implementar oportunas decisiones en el ámbito de Mercadeo

La investigación estará fundamentada en dos modelos el primero de ellos es una encuesta, la cual nos permitirá determinar las principales debilidades y necesidades que enfrentan nuestros clientes potenciales; y la segunda consiste en hacer un estudio de la competencia para cuantificar el mercado, en ventas y número de clientes.

3.1.2. Necesidad de información

Esta investigación tiene como finalidad el descubrimiento de las necesidades insatisfechas de los usuarios del monitoreo de medios, para así confirmar los principales valores agregados en los que la empresa se debe concentrar para establecer una diferenciación que contenga el factor de éxito que marcará la ventaja competitiva de la empresa¹.

Es por esto que se hace necesario obtener información de los usuarios, ya sean empresas, partidos políticos, personas, que utilizan el monitoreo de medios, sobre las necesidades que ellos consideran insatisfechas.

Las fuentes de información en el caso de las fuentes primarias visitaremos a las empresas y observaremos la manera en la que se les brinda el servicio de monitoreo de medios, consultaremos también las empresas que prestan el servicio actualmente y las principales características de su ofrecimiento.

Tipo de Investigación	Exploratoria
Tipo de Muestreo	No Probabilístico
Técnica de Recolección	Observación y Comunicación
Fuentes Primarias	Entrevista

4. Tabla – Tipo de Investigación

¹ Anexo Investigación de Mercado – Consolidado Encuestas

III. ANALISIS DEL MERCADO

3.1.3. Bases de la Segmentación

3.1.3.1. Por Tamaño

El número de empresas con que cuenta el país según el último censo realizado por el DANE General 2009 y adelantado por el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas DANE el 95 % son micro empresas, el 3% son empresas pequeñas, el 0,6% son Medianas empresas y tan solo el 0,1% son Empresas Grandes



Número de empresas en Colombia según el censo económico 2008 - 2009

Tipo de empresa	Número	% de Participación
Grande	1.683	0,1
Mediana	10.098	0,6
Pequeña	62.274	3,7
Micro	1.609.015	95,6
TOTAL	1.683.070	100,0

Fuente: DANE

5. Tabla – Número de Empresas en Colombia

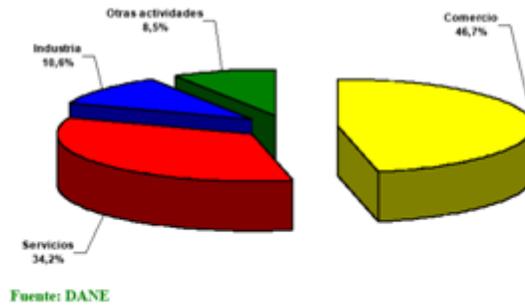
Esto significa que el número real de empresas a las cuales se les puede llegar a ofrecer el servicio de monitoreo de medios de comunicación es de 11.781, sin tener en cuenta las pequeñas ni micro, un gran número para un mercado tan poco explorado y con gran oportunidad para **Integral Noticias**

III. ANALISIS DEL MERCADO

3.1.3.2. Por Sector



Empresas colombianas por sector económico según el censo económico 2008 - 2009



1. Gráfica – Empresas Colombianas Por Sector Económico

El 81 % de las empresas están agrupadas en los sectores de comercio y servicio, es decir que nuestro grupo se reduce a 9.542 empresas, 3.244 operan en el sector de servicios y 6.298 son empresas del sector comercio.

3.1.3.3. Por Competitividad

En algunos de los aspectos evaluados en Doing Business tenemos que mejorar sustancialmente

Ranking de Colombia en los diferentes aspectos evaluados en Doing Business 2008 – Puesto entre 178 países

	Doing Business 2008	Doing Business 2007	cambio
Hacer negocios (TOTAL)	66	83	17
Apertura de un negocio	68	91	3
Manejo de licencias	61	68	-3
Contrato de trabajadores	63	65	2
Registro de propiedades	69	50	-19
Obtención de crédito	64	60	-4
Protección a los inversionistas	19	32	13
Pago de impuestos	167	175	8
Comercio transfronterizo	105	141	36
Cumplimiento de contratos	147	146	-1
Cierre de una empresa	27	27	0

6. Tabla – Ranking en Colombia Competitividad Fuente: ACOPI

- 35 % Competitividad Plena
- 35% Competitividad Intermedia
- 30% Agudo Déficit Competitivo

III. ANALISIS DEL MERCADO

La competitividad es la última fuente de segmentación que aplicaremos a nuestro grupo objetivo y tomaremos solo el 35% de las empresas que realmente tienen plena competitividad en el Mercado, sin tener en cuenta las demás considerando que la publicidad se ubica en la plena competencia, dejando un grupo real de 3.339 empresas, número significativo para cumplir nuestros objetivos del plan de negocio.

3.1.4. Encuestas a Clientes Potenciales

Nombre: _____

Profesión: _____

Cargo: _____

1. ¿Sabe usted en qué consiste el Monitoreo de Medios de Comunicación?
SI _____ NO _____
2. ¿Su trabajo lo obliga a informarse a horas específicas?
SI _____ NO _____
3. ¿Por qué medios de comunicación se informa normalmente?
Prensa _____ Radio _____ Televisión _____ Internet _____
Otro "Cual" _____
4. ¿Está enterado de los beneficios que brinda el Monitoreo de Medios de Comunicación?
SI _____ NO _____
5. ¿Normalmente audita o controla sus inversiones en Medios de Comunicación?
SI _____ NO _____
6. ¿Donde compra o adquiere la información que requiere?
Agencia de Publicidad _____
Subscripción Directa _____
Central de Medios _____
Empresas de Monitoreo _____
Otro Cual _____
7. ¿Cuánto paga por este servicio?
Menos de \$1.000.000 _____
Entre \$1.000.000 y \$1.299.000 _____

III. ANALISIS DEL MERCADO

Entre \$1.300.000 y \$1.799.000 _____

Entre \$1.800.000 y \$ 1.999.000 _____

Entre \$2.000.000 y \$2.500.000 _____

Más de \$2.500.000 _____

8. ¿Por qué contratar el servicio de monitoreo de Medios de Comunicación?
Competencia _____ Facilidad de La información _____ Costos _____

9. ¿Contrataría el servicio de Monitoreo de Medios de Comunicación con integral noticias?
SI _____ NO _____

10. Que problemas ha tenido con el servicio de Monitoreo de Medios de Comunicación.

OBSERVACIONES:

Ficha técnica:

Tamaño de la muestra	10 Empresas
Fecha de la encuesta	Abril 2010
Metodología	Técnica de entrevista personal.
Selección de la muestra	Personas con Cargos gerenciales vinculas en el Departamento de Mercadeo con el Target definido para nuestro servicio, con capacidad de decisión para contratar el servicio.

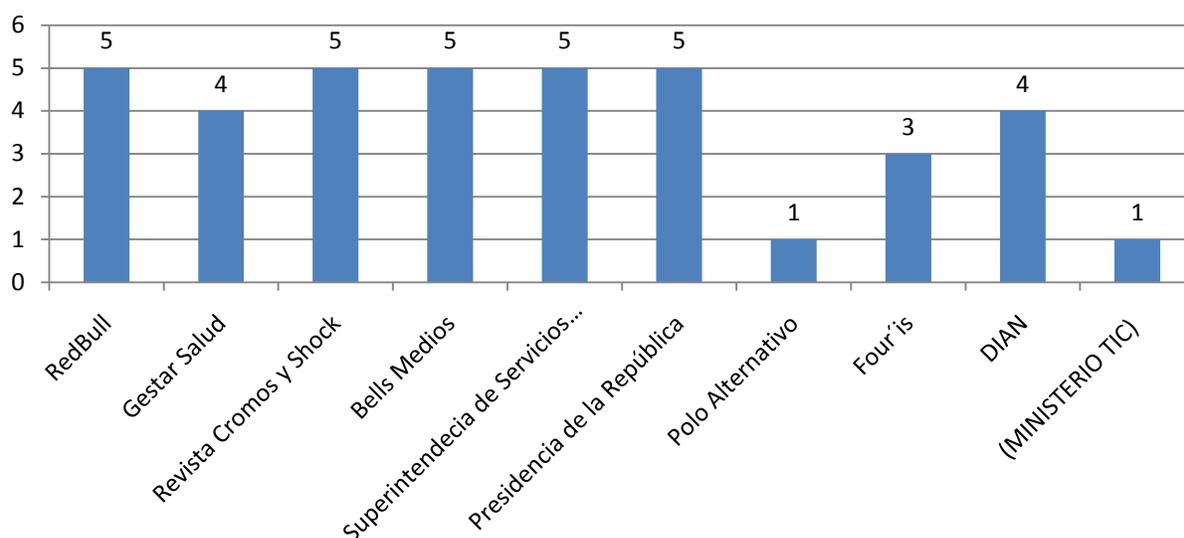
7. Tabla – Ficha Técnica Investigación de Mercado

III. ANALISIS DEL MERCADO

3.1.5. Análisis a Encuestas

Se realizaron 10 encuestas a clientes potenciales, a gerentes de las empresas con capacidad de decisión, los resultados se incluyen en los anexos del análisis del mercado, y nos dan una idea muy clara sobre el conocimiento de estas empresas sobre la necesidad de realizar el monitoreo de las noticias que diariamente se publican en los diferentes medios.

Conocimiento



2. Gráfica – Resultado Encuesta Conocimiento del Negocio

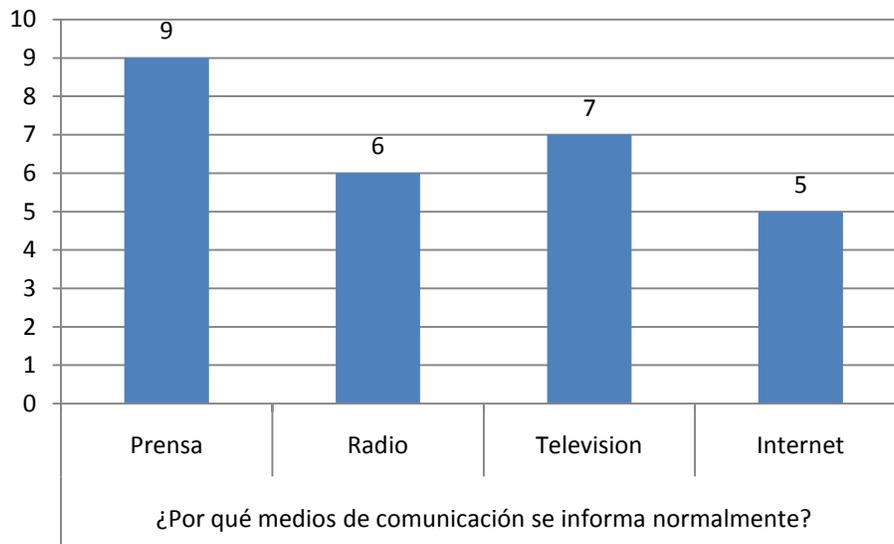
Confirmando la impresión que teníamos en el momento de empezar este trabajo de grado, que:

“Actualmente las organizaciones tienen un conocimiento de la importancia de los medios de comunicación y como estos pueden afectar positiva o negativamente el desarrollo de su actividad”

De la misma manera podemos concluir que aunque estas empresas consideran importante la información que se publica en los diferentes medios, hace falta realizar un seguimiento sesudo sobre la información que se está publicando diariamente sobre las mismas, es por esto que en la pregunta “¿Normalmente audita o controla sus inversiones en Medios de Comunicación?”, el 50% de las empresas han contestado que no, dejando la puerta abierta a empresas como **Integral Noticias** de ofrecer un servicio que aunque bien es necesario actualmente no se está realizando de la mejor manera.

III. ANALISIS DEL MERCADO

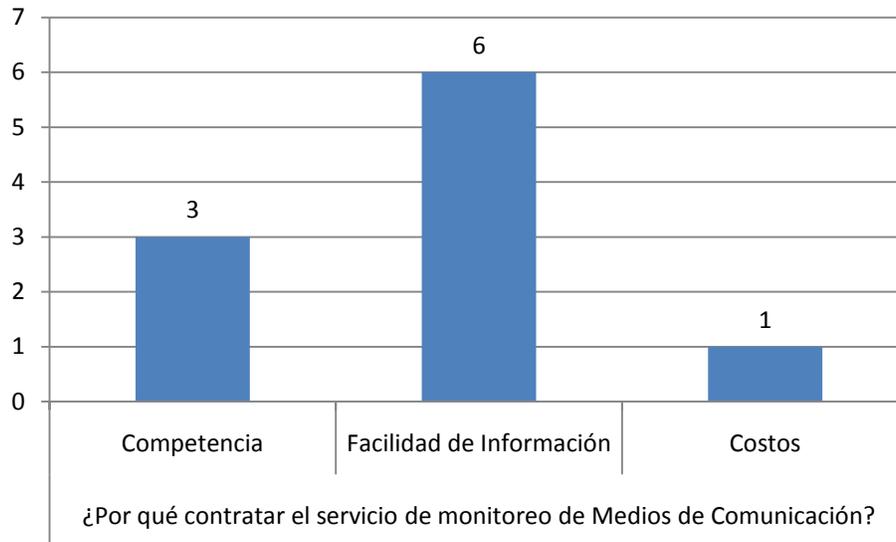
Con la pregunta que nos informa por qué medio de comunicación se informa la empresa generalmente, se confirma que a pesar del auge de internet, la manera oficial que una empresa prefiere enterarse de sus noticias es por el medio impreso, actualmente, y después de realizar una conversación con las personas que nos facilitaron la información, internet aún hoy día se considera como un medio volátil que no cuenta con la suficiente “seriedad” para realizar una campaña publicitaria, argumento con el que evidentemente no estamos de acuerdo y estos son los resultados:



3. Gráfica – Resultado Encuesta Pregunta 3

Como se puede evidenciar en la pregunta en la que indagamos sobre por qué contratar el servicio de monitoreo de medios claramente la justificación en ningún momento pretende inclinarse por el lado de los costos, y por el contrario, la principal justificación es la facilidad de la información

III. ANALISIS DEL MERCADO



4. Gráfica – Resultado de la Encuesta Pregunta 8

3.2. ANALISIS DEL SECTOR.

Establecer las condiciones actuales de la industria o sector en que se ve involucrada Integral Noticias, su importancia a nivel local, y proyección de dicho segmento.

3.2.1. Inversión en Publicidad

Las cifras que se muestran a continuación muestran claramente la fuerte inversión que realizan los diferentes sectores económicos en publicidad en medios de comunicación, tan solo en los primeros tres trimestres esta industria ha captado más de \$ 5.200 millones, siendo la televisión nacional el primer lugar con \$ 2.100 millones, seguido de radio con \$ 1.400 millones y en tercer lugar prensa con \$ 814 Millones, estos son las tres medios de comunicación que en el 2006 superaban la inversión de publicidad en Internet, que para ese año “2009” se espera ocupe el segundo lugar detrás de la televisión.

III. ANALISIS DEL MERCADO

RESUMEN DE INVERSION GENERAL

SEPTIEMBRE / 2009 Miles(\$)

MEDIOS	PERIODO	%	ACUMULADO	%
PRENSA	\$ 97.607.852	15%	\$ 814.879.280	16%
PUBLICIDAD EXTERIOR	\$ 11.068.860	2%	\$ 102.960.800	2%
RADIO	\$ 174.302.912	27%	\$ 1.419.676.744	27%
REVISTA	\$ 35.818.247	6%	\$ 259.133.293	5%
TELEVISION INTERNACIONAL	\$ 10.409.263	2%	\$ 93.972.289	2%
TELEVISION NACIONAL	\$ 260.783.389	41%	\$ 2.129.664.980	41%
TELEVISION REGIONAL	\$ 46.591.990	7%	\$ 382.970.498	7%
TOTALES	\$ 636.582.513	100%	\$ 5.203.257.884	100%

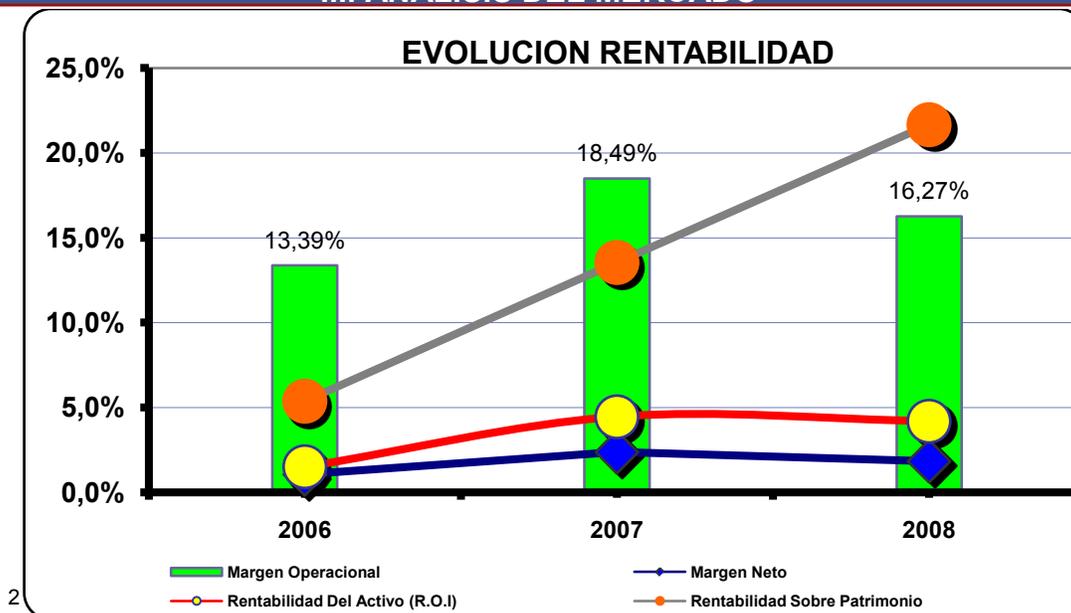
8. Tabla – Resumen Inversión Publicidad

La tendencia es que la mezcla entre free Press Vs pauta cambie, esto quiere decir que las empresas cada vez invierten menos en pauta y lo invierten más en free press, siendo un supuesto, ya que actualmente no es posible cuantificar el impacto real que tiene el free press en el posicionamiento de una compañía, pero que se sustenta con casos específicos como el de Red Bull.

Las empresas que cuentan con la tecnología adecuada y optimizan sus procesos para alcanzar mayores márgenes y contribuir de la misma manera a la satisfacción del cliente no solo han logrado mantener sus clientes si no por el contrario aumentar sus ventas.

Punto Cardinal, empresa líder en el mercado del monitoreo de medios a alcanzado grandes resultados:

III. ANALISIS DEL MERCADO



5. Gráfica – Evolución Rentabilidad Punto Cardinal

RESULTADOS	2006	2007	2008	Part %
Ventas	1.176.363	1.543.099	1.951.321	100,0%
Costo de Ventas	0	0	0	0,0%
Utilidad Bruta	1.176.363	1.543.099	1.951.321	100,0%
Gastos de administracion	1.018.905	1.257.772	1.633.856	83,7%
Gastos de Ventas	0	0	0	0,0%
Costos Fijos	1.018.905	1.257.772	1.633.856	83,7%
Utilidad Operativa	157.458	285.327	317.465	16,3%
Ingresos no operativos	2.577	149	9.747	0,5%
Egresos no operativos	104.518	183.631	224.381	11,5%
Utilidad antes de Impuestos	55.517	101.845	102.831	5,3%
Ajustes por Inflación	-2.662	0	0	0,0%
Impuesto de Renta	40.284	65.214	67.094	3,4%
Utilidad Neta	12.571	36.631	35.737	1,8%

9. Tabla – Resultados Punto Cardinal

Infomedios Colombia Ltda., empresa joven del sector con 3 años de actividades ha logrado duplicar las ventas cada año:

² Bussiness IQ Afine, <http://big.com.co>

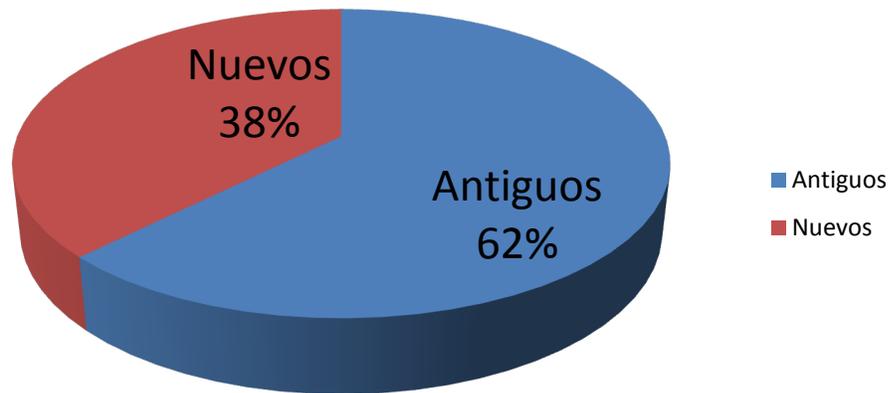
³ Bussiness IQ Afine, <http://big.com.co>

III. ANALISIS DEL MERCADO

Ventas (millones)				
2007	2008	%	2009	%
180	390	217%	750	192%

10. Tabla – Ventas en Millones Infomedios Colombia Ltda.
Fuente: Infomedios Colombia Ltda.

Cientes



6. Gráfica – Antigüedad de Clientes Infomedios Colombia

Infomedios de su portafolio de 40 clientes ha logrado que el 38% fueran cautivados por un servicio de monitoreo, el 62% restantes han sido clientes antiguos en el servicio, clientes que ya conocían el servicio pero trabajaban con otro proveedor y lo cambiaron, lo que significa que no es difícil traer clientes de otros proveedores y tampoco es difícil capturar nuevos clientes con el servicio.

Dicho de otra forma para las ventas del año 2009, 465 millones ya estaban en el sector en manos de otros proveedores pero 285 millones fue plata nueva para el sector, plata que no facturaba nadie.

3.2.2. Barreras de ingreso o salida para negocios del sector.

La única barrera de entrada al sector, que no es muy alta, es la inversión inicial que como se explica en el análisis económico y financiero en el capítulo 8 puede estar sobre los 100 millones de pesos, no hay ninguna restricción de tipo legal que permita el ingreso. Como la mayoría de contratos son a un año y con entidades públicas no se

III. ANALISIS DEL MERCADO

puede salir de un momento a otro por que existen clausulas muy estrictas de incumplimiento.

3.2.3. Poder de negociación de clientes

Es medio, ya que existen varias empresas que ofrecen el servicio y los clientes públicos se van por la más baja en precio, para las empresas privadas es bajo porque estos si le dan importancia al valor agregado y a la tecnología usada y prefieren castigar el precio pero recibir un servicio bueno, servicio que muy pocas empresas están dispuestas a dar. No tienen mucho de donde escoger luego no tiene mucho para negociar.

3.2.4. Amenaza de Ingreso de nuevos productos o sustitutos.

Baja, no hay ningún producto que sustituya este, Google lo sustituye parcialmente porque solo lanza alertas sobre internet, no hay nadie que haga rastreo sobre los otros medios de comunicación.

3.2.5. Amenaza de ingreso de nuevos negocios o empresas.

En teoría es alto puesto que la única barrera de entrada, la inversión inicial, no es muy alta, pero por falta de difusión, este no es un servicio muy conocido por el común de las personas, pero no existen empresas nuevas. La tarea es trabajar en los procesos para optimizarlos y así poder bajar costos y que no se vuelva rentable para una empresa nueva considerando que los costos fijos son muy altos.

3.3. ANÁLISIS DEL MERCADO

3.3.1. Producto y Servicio

El servicio consistente en buscar noticias específicas en medios de comunicación (revistas, periódicos, radio, TV e internet), también se puede entender como el seguimiento continuo y exhaustivo que se realiza sobre los medios de comunicación para la localización de noticias, personajes o eventos para su previa divulgación, medición y control, concentrándonos en el sector gubernamental, y por el inicio de la empresa con la alcaldía de Bogotá y demás entes asociados a ella,

3.3.1.1. Aplicaciones

Para las entidades, enfatizando en las entidades públicas se hace necesario la valoración de las noticias generadas después de la toma de una decisión, ejemplo: ¿Cómo reciben los medios y el país la decisión de que el Banco de la República disminuya las tasas? ¿Es positivo o negativo? ¿Cómo afecta su imagen este tipo de decisiones? El monitoreo no evalúa si la decisión de modificar las tasas es positivo o

III. ANALISIS DEL MERCADO

negativo para la economía, el monitoreo evalúa la percepción de la gente y del sector de opinión a través de los medios.

Otro escenario se refiere al hecho de la generación de crisis ante una noticia emitida, el monitoreo no consiste solamente en la recopilación de la información para su análisis posterior, el monitoreo también se refiere a la oportunidad de la localización de la noticia, los medios de comunicación son los primeros en enterarse de las situaciones, hay noticias que por su alto impacto e importancia pueden generar crisis al interior de las organizaciones, ejemplo: La destitución de la directora del DAS en su momento por el caso de las interceptaciones a funcionarios públicos, este tipo de noticias generan desestabilización en las organizaciones y se hace necesario la pronta reacción para disminuir el impacto, el monitoreo se encarga de generar alertas inmediatas de la generación de este tipo de noticias para que la reacción sea oportuna, esto se da porque todas las organizaciones son permeables y la información se filtra, una decisión que es “secreta” se hace pública por los medios de comunicación antes de que el afectado o los afectados se enteren oficialmente y es tarea de la empresa que monitorea los medios dar aviso al afectado

3.3.1.2. Cobertura

La cobertura se refiere a la cantidad de medios, ya sean impresos, radio, TV o internet, que se está en capacidad de cubrir. Para el caso de radio y TV además de la cantidad de medios se tendrá en cuenta la cantidad de programas u horas diarias que se pueden cubrir. Entre más medios y más horas se cubran se es más efectivo.

3.3.1.3. Oportunidad

Las noticias tienen que ser transmitidas oportunamente, no sirve avisar o publicar una noticia mucho tiempo después de haberse transmitido en vivo, muchas de estas noticias son utilizadas para la toma de decisiones y si no se transmiten a tiempo se pueden tomar decisiones equivocadas. Hay que ser rápidos.

Se deben transmitir las noticias que son, no se pueden cometer errores en cuanto a omitir noticias, tampoco se pueden colocar exceso de noticias que no aplican y se estaría inundando al cliente con información sin relevancia.

3.3.1.4. Información adicional

Alrededor de las noticias giran variables que son importantes para el cliente: impacto, importancia, valor, alertas, graficas, transcripciones.

3.3.1.5. Administración

Se tendrá que contar con una herramienta eficiente (bases de datos, motor de búsqueda) que este sobre la web para que pueda ser vista en todo momento de una manera clara y ordenada.

III. ANALISIS DEL MERCADO

3.3.2. Productos competidores o sustitutos

Google cuenta con un sistema de alertas sobre las noticias generadas, estas alertas son muy oportunas y son usadas por muchas empresas para mantenerse informado de las noticias de su interés.

Este es un sustituto parcial ya que solo aplica sobre la información que se maneja en internet, nunca se contempla los medios impresos, radio o TV.

No existe otro tipo de servicio que reemplace éste.

3.3.3. Fortalezas o debilidades frente a la competencia

3.3.3.1. Fortalezas

Generación de informes cuantitativos, se ofrecerá al cliente la capacidad de generar informes en línea. En este momento las empresas generan informes cualitativos que son enviados mensualmente pero si el cliente necesita un informe parcial no lo puede hacer y además depende 100% del proveedor, generando traumatismos.

Almacenamiento, actualmente todas las empresas de monitoreo tienen limitado el tiempo que dura publicada la noticia (entre 3 días el peor y 1 año el mejor), el almacenamiento ahora no es tan costoso como lo era hace algún tiempo luego se ofrecerá tener siempre la noticia en la base de datos, nunca será retirada.

El 80% de las empresas se limitan a la simple publicación de la noticia, no se hace ninguna gestión frente a esta, no se genera ningún tipo de información adicional alrededor de la nota, se ofrecerá: impacto, importancia, valor, graficas, transcripción.

Alertas a correo electrónico y celular, el cliente mantendrá el contacto todo el tiempo por medio de alertas continuas a celular o correo electrónico.

3.3.3.2. Debilidades

Puesto que la infraestructura será montada en Bogotá se tienen limitaciones en cuanto a radio y tv para canales y emisoras locales, una emisora que solo sea transmitida a nivel local no se puede monitorear puesto que en Bogotá no se tendría acceso a esta, lo mismo ocurre con canales comunitarios o locales que no los ofrece algún cable operador.

3.3.4. Servicios posibles como complementos o derivados del actual.

Sala de prensa: Por medio de comunicadores Sociales y periodistas convertirse en central generadora de noticias, además de hacer seguimiento a las noticias el cliente nos entrega el evento y los profesionales se encargarían de que se generen las noticias en los medios de comunicación.

III. ANALISIS DEL MERCADO

Seguimiento a pautas, muchos de los posibles clientes además de necesitar el seguimiento de sus noticias necesitan el seguimiento de las pautas, para verificar que lo que están pagando si se está generando o para saber cuanto llega a pagar su competencia y si invierte más en publicidad que ellos.

Informes específicos, además de un análisis cuantitativo (Graficas y estadísticas) se genera un informe cualitativo que no es más que un concepto emitido por un comunicador social o periodista. Se puede generar un informe específico donde se haga un diagnóstico completo de la marca, empresa o evento, se emitan recomendaciones, acciones a tomar y conclusiones.

Como se contara con todos los medios impresos digitalizados con alta calidad se podría ofrecer a bibliotecas el servicio de hemeroteca con imágenes de alta calidad, las bibliotecas actualmente usan microfilms que no ofrecen una buena calidad y no se tiene una herramienta que administre esta información.

3.3.5. Solución a debilidades y aprovechamiento de fortalezas

3.3.5.1. Debilidades

La cobertura es débil cuando se tratan de emisoras y canales de tv locales o comunales cuyo el acceso está restringido a ciertas ciudades o zonas específicas del país, la solución a esta debilidad es la implementación de la estructura tecnológica en las ciudades capitales para garantizar esta cobertura.

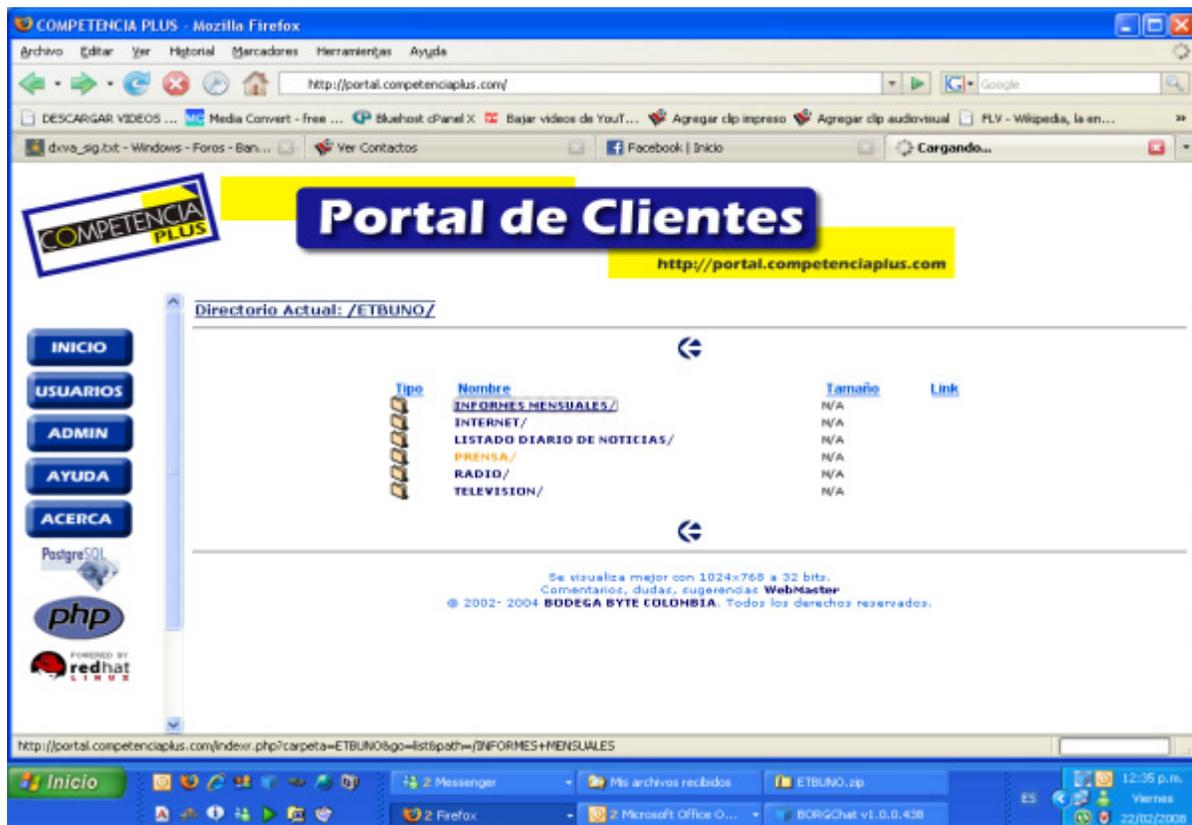
3.3.5.2. Fortalezas

Para que las fortalezas sean evaluadas por los clientes y se pueda comparar el servicio es necesario dar periodos de prueba del servicio, generalmente todas las empresas en sus propuestas garantizan ciertas ítems: calidad, cobertura, calidad, eficacia, que por lo general incumplen, si tiene la oportunidad de comparar su servicio actual con otro pueden darse cuenta de las virtudes de este servicio y pensaran en cambiar su proveedor actual, si no tiene proveedor actual y conocen el servicio garantizan que lo ofrecido cumple las expectativas.

III. ANALISIS DEL MERCADO

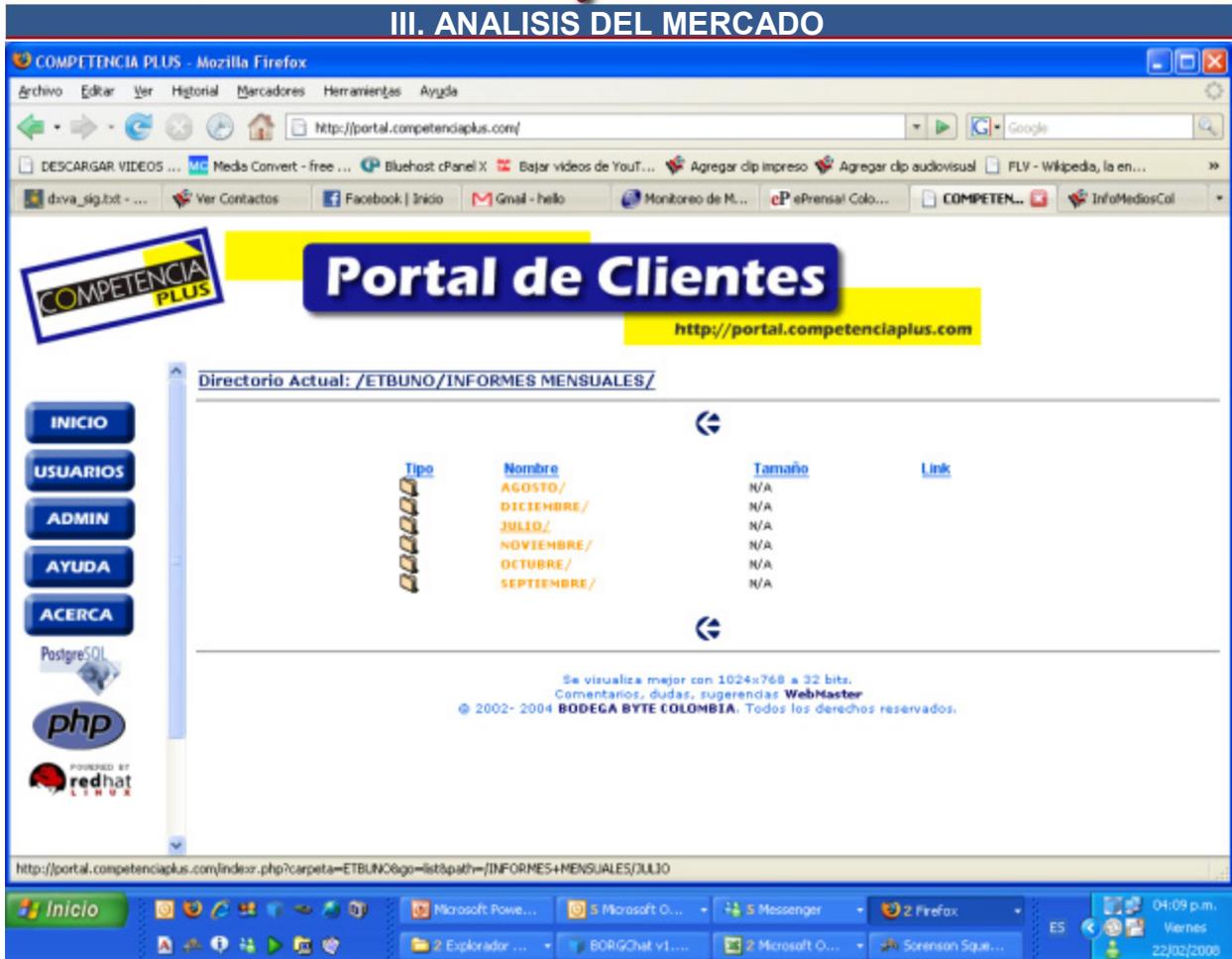
3.3.6. Análisis herramientas de la competencia

3.3.6.1. Competencia Plus



7. Gráfica – Portal de Clientes Competencia Plus

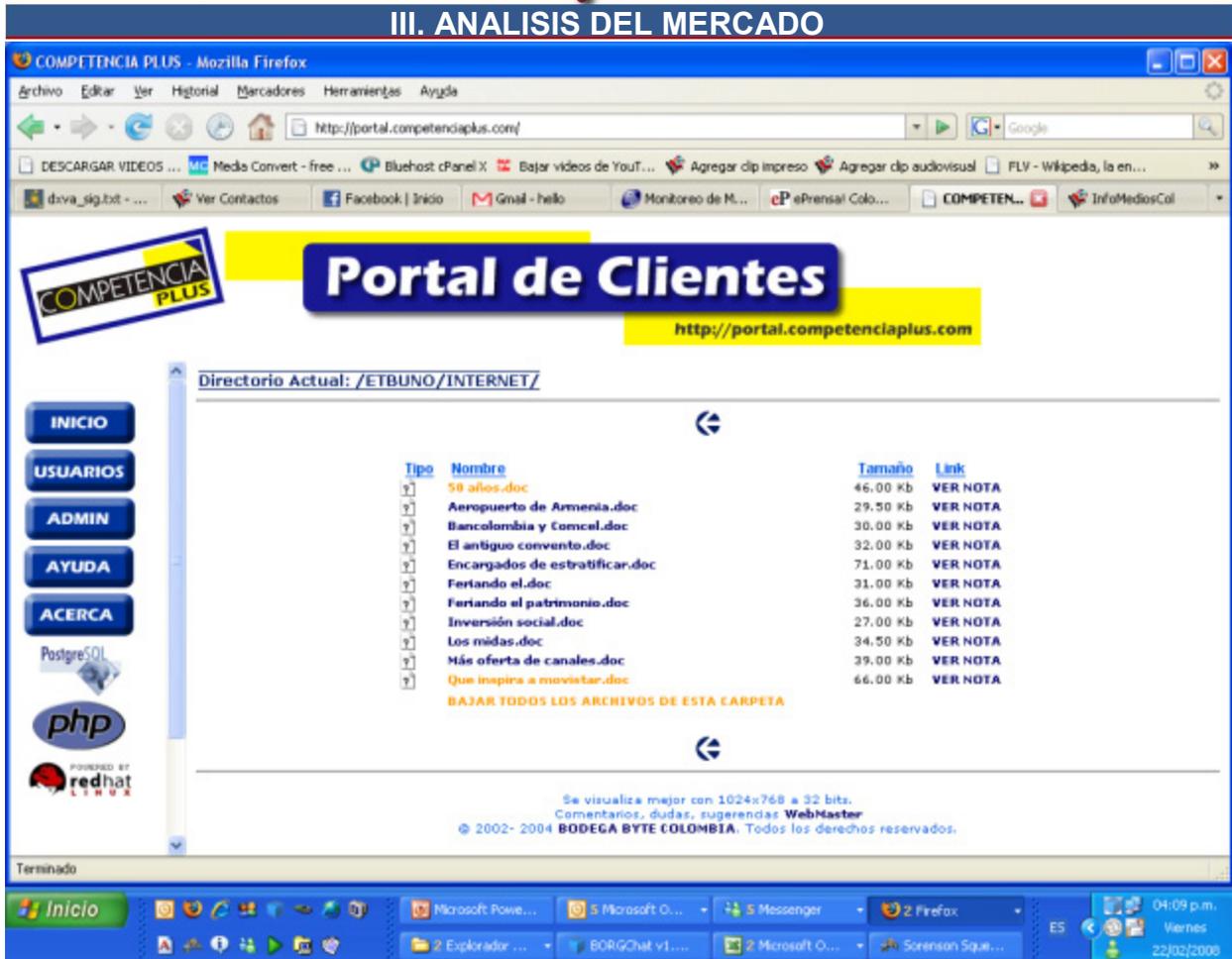
III. ANALISIS DEL MERCADO



8. Gráfica – Portal de Clientes Competencia Plus (publicación)

Esta herramienta agrupa por medio y posteriormente por mes para listar las notas:

III. ANALISIS DEL MERCADO



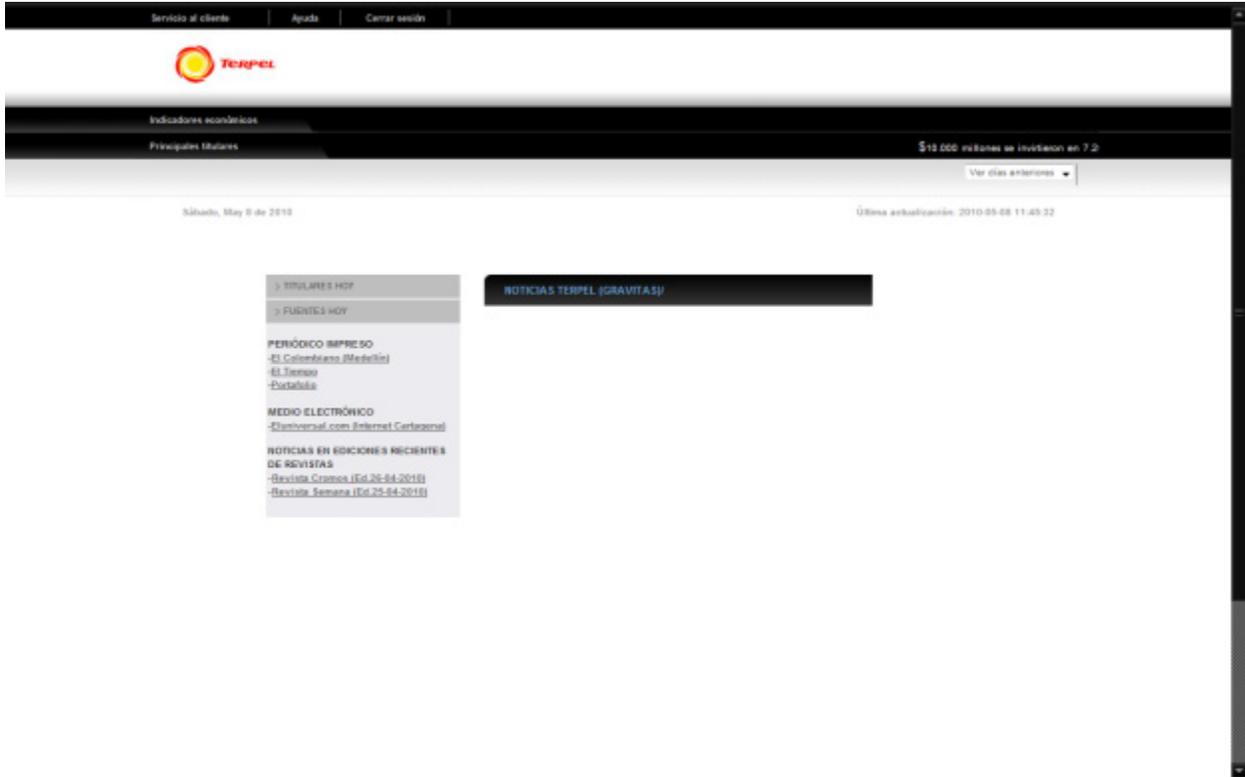
9. Gráfica – Portal de Clientes Competencia Plus (ordenamiento)

Este listado no permite ningún tipo de ordenamiento, exportación a Excel y la nota no muestra ningún detalle, duración, hora, valor.

No se puede buscar sobre un día específico del mes ni permite el agrupamiento de las notas por temas de interés.

III. ANALISIS DEL MERCADO

3.3.6.2. Punto Cardinal



10. Gráfica – Portal de Clientes Punto Cardinal (noticias)

Esta herramienta muestra los medios al lado izquierdo, al dar click en el medio muestra e listado de noticias asociados, con su detalle: Fecha, Emisor y pagina.

III. ANALISIS DEL MERCADO

Servicio al cliente | Ayuda | Cerrar sesión

Indicadores económicos

Principales titulares \$18.000 millones se invierten en 7.200 metros c

Ver días anteriores ▾

Sábado, May 8 de 2010

- 3 TITULARES HOY
- 3 FUENTES HOY
- PERIÓDICO IMPRESO
 - El Colombiano (Medellín)
 - El Tiempo
 - Castellón
- MEDIO ELECTRÓNICO
 - Eluniversal.com (Internet/Caracas)
- NOTICIAS EN EDICIÓN RECIENTES DE REVISTA
 - Revista Cronos Ed. 28-04-2010
 - Revista Semana Ed. 28-04-2010

NOTICIAS NO VALORADAS EN EL TIEMPO

Gasolina o diesel, he ahí el dilema.
 En una época en la que el consumo de combustible pesa en el bolsillo de los conductores, cada vez son más los modelos y las marcas que ofrecen sistemas a gasolina o diesel, de acuerdo a la preferencia del cliente. Ver artículo (ECOPETROL y EPM). (Medellín)

Fecha: May 8, 2010
 Fuente: El Tiempo / Pág. 8 / Tipo: Periódico impreso
 Señales: Mayorías de Gasolina

11. Gráfica – Portal de Clientes Punto Cardinal (pre visualización)

Permite la visualización de la noticia:

EL MERCADO LE OFRECIE AL CONSUMIDOR MÚLTIPLES OPCIONES EN VEHÍCULOS NUEVOS

Gasolina o diesel, he ahí el dilema

Por ahorro, algunos dueños de particulares prefieren el diesel.

EL GAS NATURAL, OTRA OPCIÓN

Aunque los ambientalistas siempre producen movimientos en contra de los vehículos, cada vez son más los carros que ofrecen en Medellín como natural. Las Empresas Públicas de Medellín tienen la producción de este sistema y lo producen como el más moderno y verde colombiano.

Se estima que un vehículo motorizado consume natural entre entre 90 y 100 por ciento en el costo del combustible. Los propietarios aseguran que el ahorro le vale al conductor y también ahorra en el mantenimiento y en el costo de la reparación.

Aunque se trata de un sistema que requiere de un mantenimiento más cuidadoso, el ahorro le vale al conductor y también ahorra en el mantenimiento y en el costo de la reparación.

Los ambientalistas siempre producen movimientos en contra de los vehículos, cada vez son más los carros que ofrecen en Medellín como natural. Las Empresas Públicas de Medellín tienen la producción de este sistema y lo producen como el más moderno y verde colombiano.

Se estima que un vehículo motorizado consume natural entre entre 90 y 100 por ciento en el costo del combustible. Los propietarios aseguran que el ahorro le vale al conductor y también ahorra en el mantenimiento y en el costo de la reparación.

Aunque se trata de un sistema que requiere de un mantenimiento más cuidadoso, el ahorro le vale al conductor y también ahorra en el mantenimiento y en el costo de la reparación.

III. ANALISIS DEL MERCADO

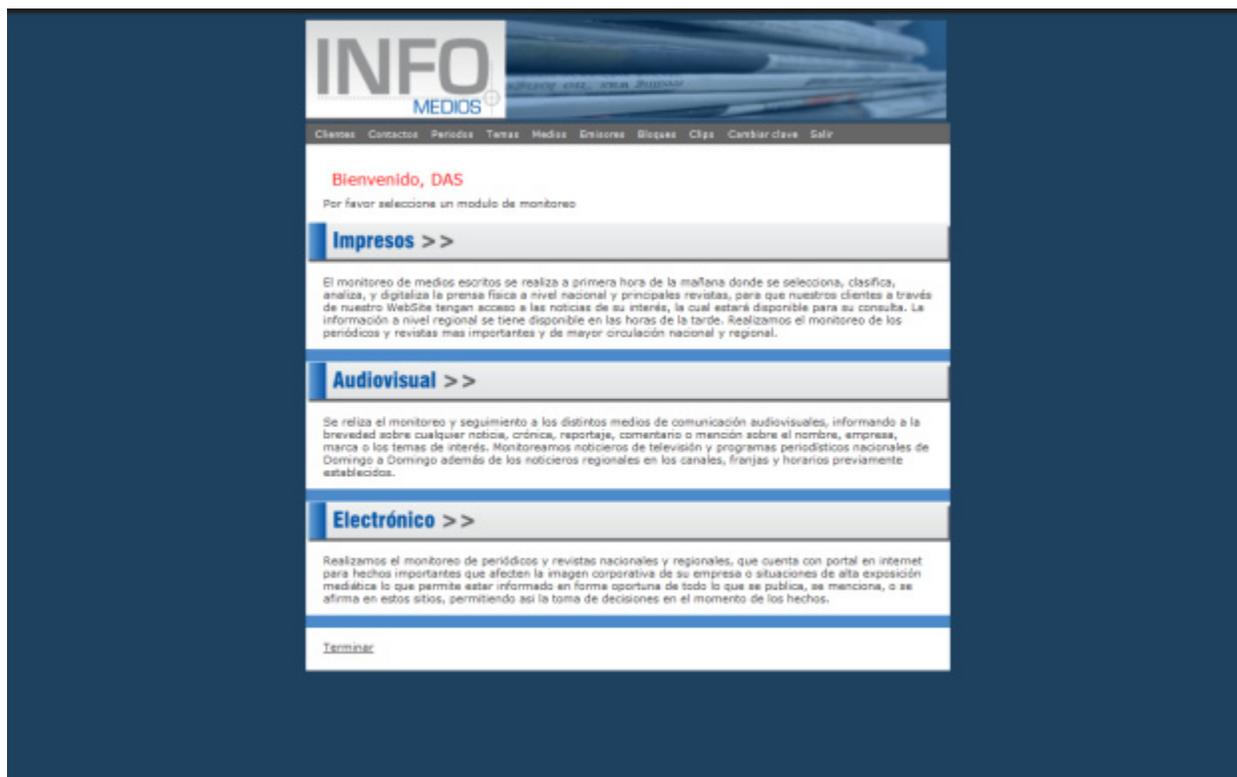
12. Gráfica – Portal de Clientes Punto Cardinal (Visualización Noticia)

No permite un búsqueda específica en un rango de noticias, ni la generación de un archivo *.pdf, exportación a Excel u ordenamiento.

Solo permite la búsqueda de siete días atrás.

3.3.6.3. Infomedios

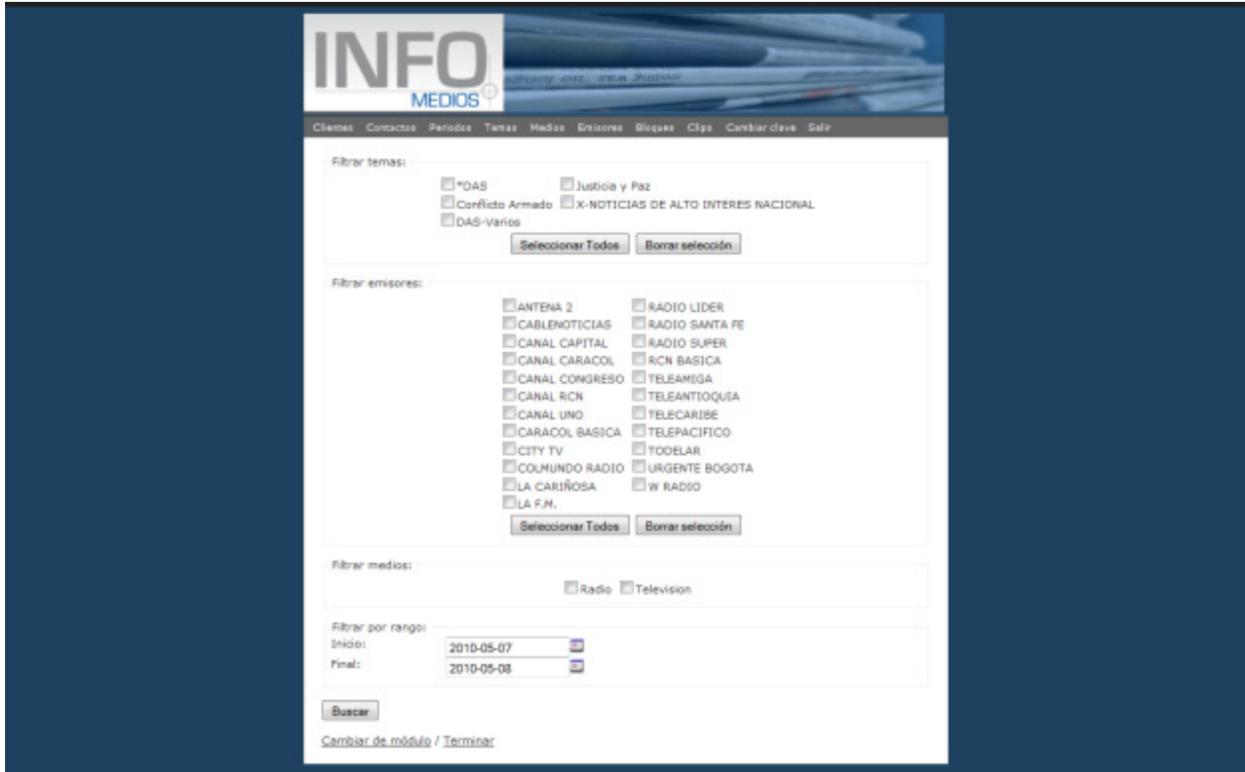
Esta herramienta agrupa por medios:



13. Gráfica – Búsqueda Infomedios Colombia (agrupación por fecha)

Posteriormente permite una búsqueda filtrada por tema, fecha, emisor:

III. ANALISIS DEL MERCADO

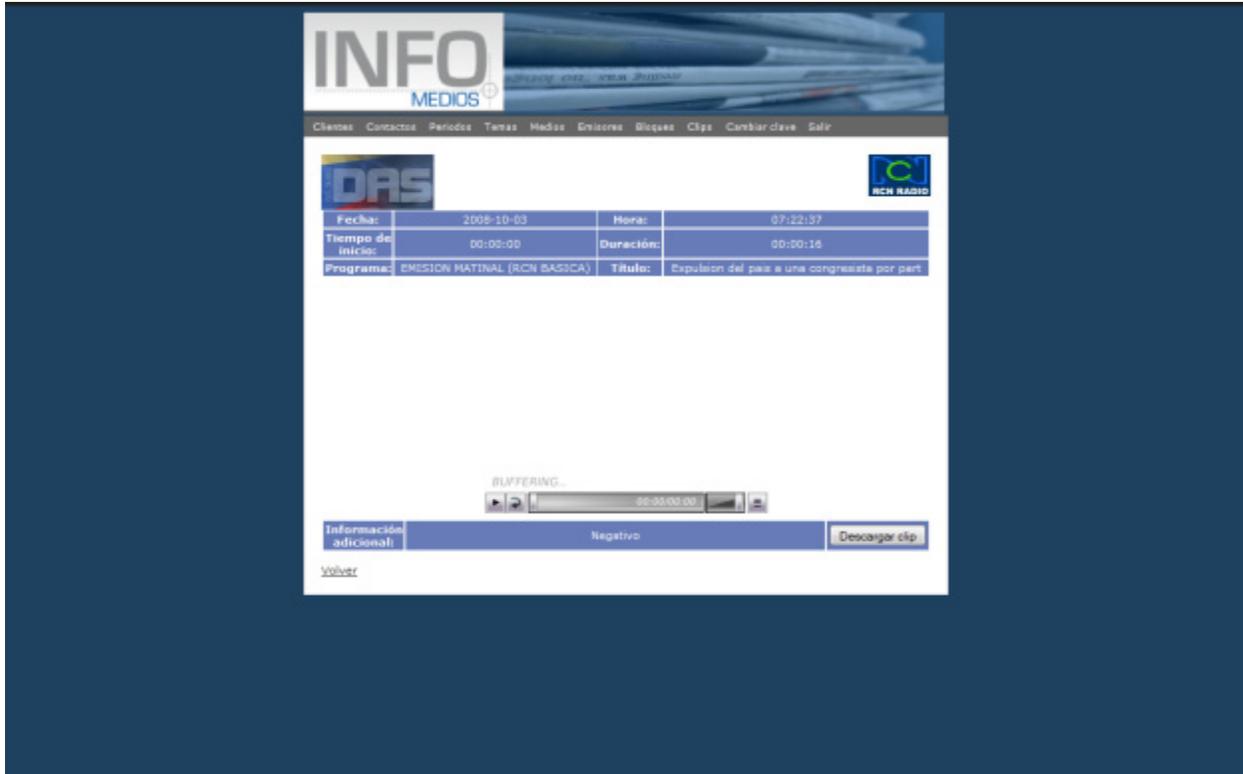


14. Gráfica – Búsqueda Infomedios Colombia (agrupación por fecha)

El Resultado de la consulta arroja un listado de noticias que no permite ningún ordenamiento y no permite descargar la información a Excel.

El detalle de la noticia muestra información adicional:

III. ANALISIS DEL MERCADO



15. Gráfica – Búsqueda Infomedios Colombia (detalle de la noticia)

Integral Noticias integrara en una sola herramienta los beneficios de estas herramientas mas las necesidades actuales del mercado para lanzar una herramienta que cubra el 100% de las necesidades de los clientes.

3.3.6.4. Factores a destacar del servicio

- **Eficacia:** Se suministraran exactamente las noticias necesarias, no se omitirán noticias pero tampoco se darán noticias sin alguna importancia para el cliente.
- **Calidad:** La calidad de los archivos será óptima puesto que se contara con tecnología eficiente para este fin.
- **Oportunidad:** El cliente tendrá la noticia cuando este la necesite y no cuando el proveedor quiera registrarla.
- **Portabilidad:** por ser una herramienta ligera se podrá consultar desde cualquier dispositivo que tenga acceso a internet.
- **Practicidad:** Herramienta de fácil manejo y utilización.
- **Análisis:** Como se brindara información adicional y graficas en tiempo real, el cliente podrá analizar su información en el momento que lo desee y el proceso de toma de decisiones será más eficiente.

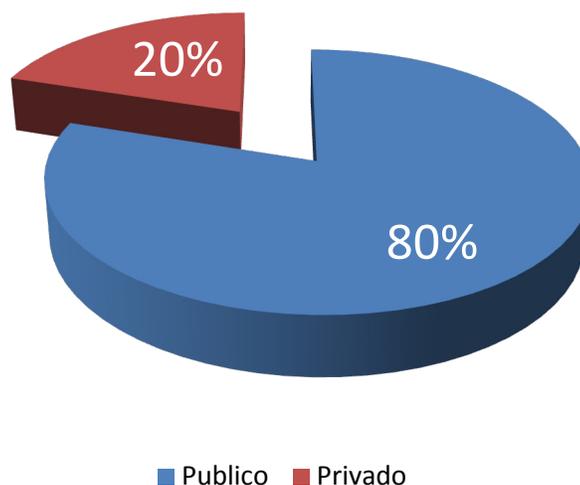
III. ANALISIS DEL MERCADO

3.3.7. Clientes

3.3.7.1. Compradores potenciales

Para iniciar nos concentraremos en las empresas locales, como la alcaldía mayor de Bogotá, que por su actividad están sujetas a que ellos o sus eventos puedan ser mencionados en medios de comunicación, estos son clientes potenciales.

En este momento la composición de las empresas de monitoreo está distribuida un 80% en el sector público y el 20% en el sector privado



16. Gráfica – Distribución empresas sujetas al monitoreo de medios.

3.3.7.2. Características de los clientes

El 95% de los clientes son personas jurídicas, dentro de este 95% el 80% son clientes del sector público y el 20% del sector privado.

3.3.7.3. Localización geográfica de los clientes

Al ser los clientes grandes empresas públicas y privadas estos estarán localizados en la ciudad de Bogotá, clientes regionales como alcaldías de ciudades no serán clientes potenciales ya que se tiene la restricción en cuanto a cobertura.

3.3.7.4. Base de decisión de compra de los clientes

Cada sector cuenta con un criterio distinto a la hora de la toma de decisión, el sector publico generalmente es con licitación, donde el pliego es claro y se tiene que cumplir las necesidades a un 100%, se hace un proceso de subasta inversa donde gana el

III. ANALISIS DEL MERCADO

precio más bajo, nunca se da la opción de comparar el servicio como tal entre los oferentes, estos pliegos se incluyen en los anexos legales, incluidos.

3.3.7.5. Opiniones de clientes interesados en su producto.

“Lo que una oficina de prensa necesita es prontitud a la hora de entregar las noticias, no sirve de nada si la noticia se emite a las 7:00 am y el proveedor me está dando aviso a las 2 de la tarde, lo que se necesita en este medio es rapidez, si hay alguien que me ofrece esto y son ustedes, con ustedes me voy”

Augusto Cubides.

Gerente General Prisa comunicaciones Ltda.

Ex jefe de prensa Polo Democrático Alternativo.

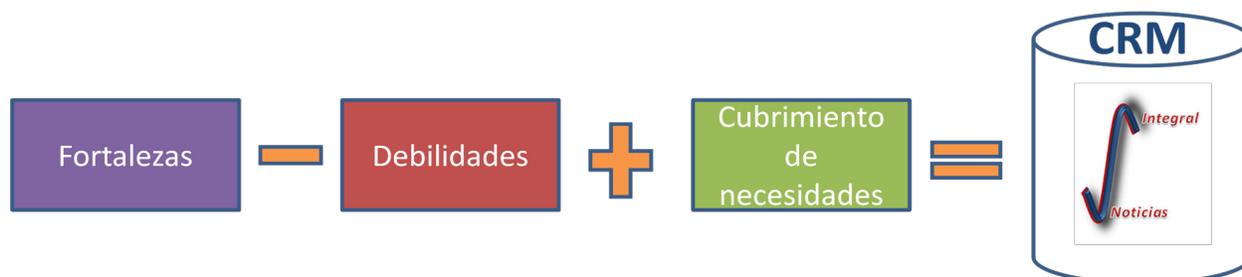
4. PLAN DE MARKETING

4.1. Concepto del Modelo del Negocio

El “CRM–Integral” es la plataforma dedicada a administrar la información (noticias) relevantes y relacionadas a cada uno de los clientes.

El “CRM–Integral”, será la estrategia de negocio para administrar, mantener y afianzar las relaciones con todos los clientes, esto con el fin de hacer que las relaciones sean duraderas, identificando, comprendiendo y satisfaciendo sus necesidades.

El “CRM–Integral”, surge por las necesidades del Mercado y de un estudio y análisis sobre las plataformas de otras empresas del sector donde se identificaron sus fortalezas y debilidades que sumadas a las necesidades del mercado, integran todo lo que el cliente necesita en una sola herramienta: rapidez, versatilidad, información, alertas, múltiples formatos, exportación y graficas. Además, como herramientas opcionales, el cliente podrá manejar: contactos, tareas, agenda, lector de RSS.

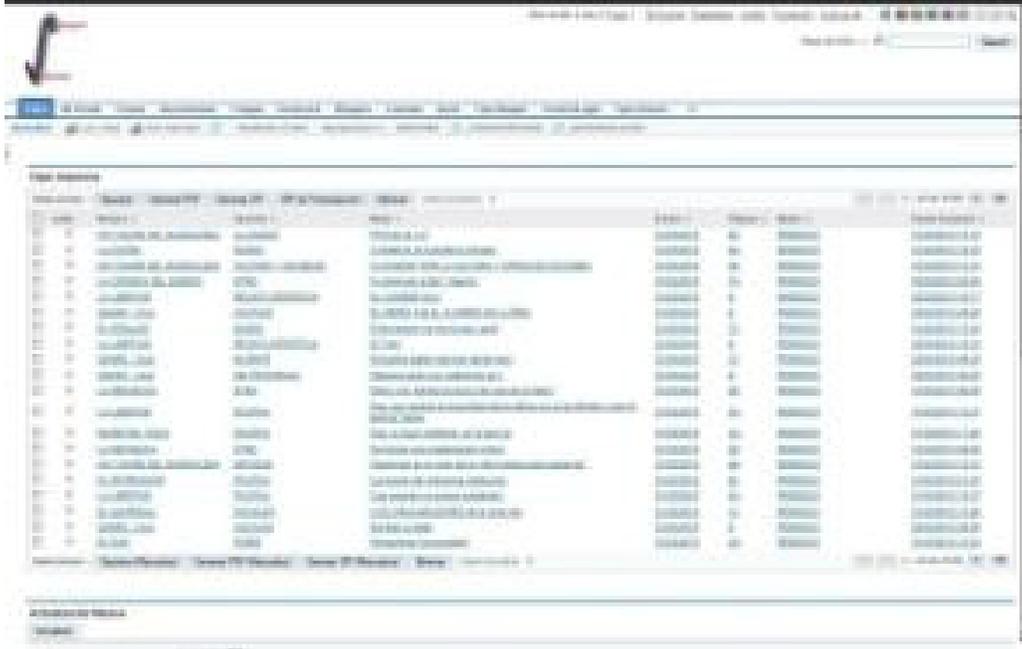


17. Gráfica – CRM Integral

4.2. Estado del Negocio

Actualmente el CRM Integral Noticias se encuentra en su etapa de implementación en donde se ha logrado incorporar gran parte de las necesidades de los clientes.

IV PLAN DE MARKETING



18. Gráfica – CRM Integral Noticias

4.3. Objetivos del Plan de Marketing.

4.3.1. Objetivo General

Convertir el CRM Integral como principal herramienta de administración de noticias para nuestros clientes.

4.3.2. Objetivos Específicos.

Producto: El CRM lograra integrar todos los requerimientos y necesidades del cliente en una sola herramienta.

Precio: Gracias a la optimización de procesos se podrá ofrecer todo el servicio a los mismos precios del mercado.

Plaza: Todo el servicio se prestara a través del servidor en Internet, los clientes accederán de forma directa al portal en la web con un usuario y una clave asignada previamente.

Promoción: El CRM será posicionado dentro de los clientes como una herramienta en constante cambio y adaptabilidad a las necesidades. Se llegara a los clientes inicialmente por tele mercadeo en una primera etapa y en una segunda etapa en licitaciones públicas.



IV PLAN DE MARKETING

4.4. La Marca

4.4.1. Concepto

La marca “Integral Noticias” surge de la necesidad de integrar todos los servicios y necesidades en una sola herramienta sobre la web ya que actualmente se prestan servicios parciales y no acordes a las necesidades.

4.4.2. El Logo

El logo, siendo sencillo, se quedara de una forma más sencilla en el inconsciente de los clientes y será asociado a todos sus servicios. El logo incorpora los colores corporativos azul y rojo.



19. Gráfica – Logo Integral Noticias

4.4.3. Colores corporativos

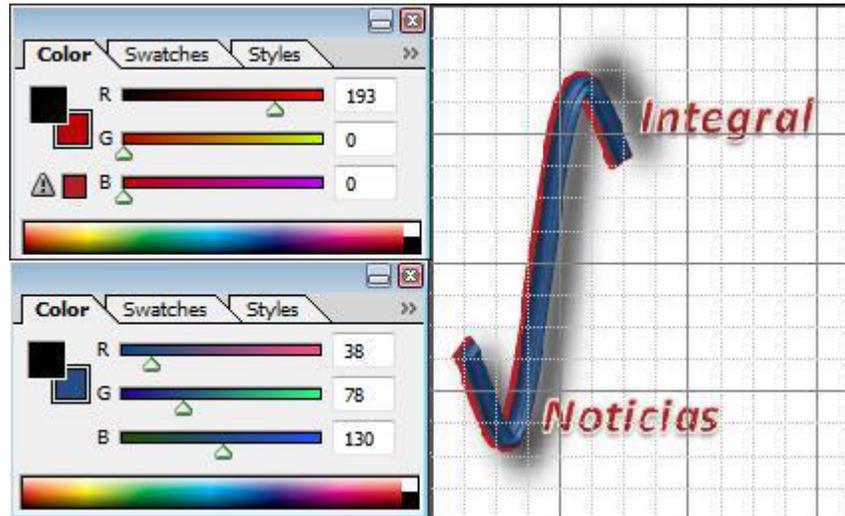
Azul:

- Representa la lealtad, la confianza, la sabiduría, la inteligencia, la fe, la verdad y el cielo eterno.
- Es adecuado para promocionar productos de alta tecnología o de alta precisión.
- El azul oscuro representa el conocimiento, la integridad, la seriedad y el poder.

Rojo:

- Tiene una visibilidad muy alta, por lo que se suele utilizar en avisos importantes, prohibiciones y llamadas de precaución.
- Trae el texto o las imágenes con este color a primer plano resaltándolas sobre el resto de colores. Es muy recomendable para encaminar a las personas a tomar decisiones rápidas durante su estancia en un sitio web.
- El rojo oscuro evoca energía, vigor, furia, fuerza de voluntad, cólera, ira, malicia, valor, capacidad de liderazgo. En otro sentido, también representa añoranza.

4.4.4. Manejo del logo



20. Gráfica – Manejo del Logo

La mezcla entre un color frio: azul, con uno caliente: rojo, es llamativa, luego es pertinente para lo que buscamos: producir impacto, alteración.

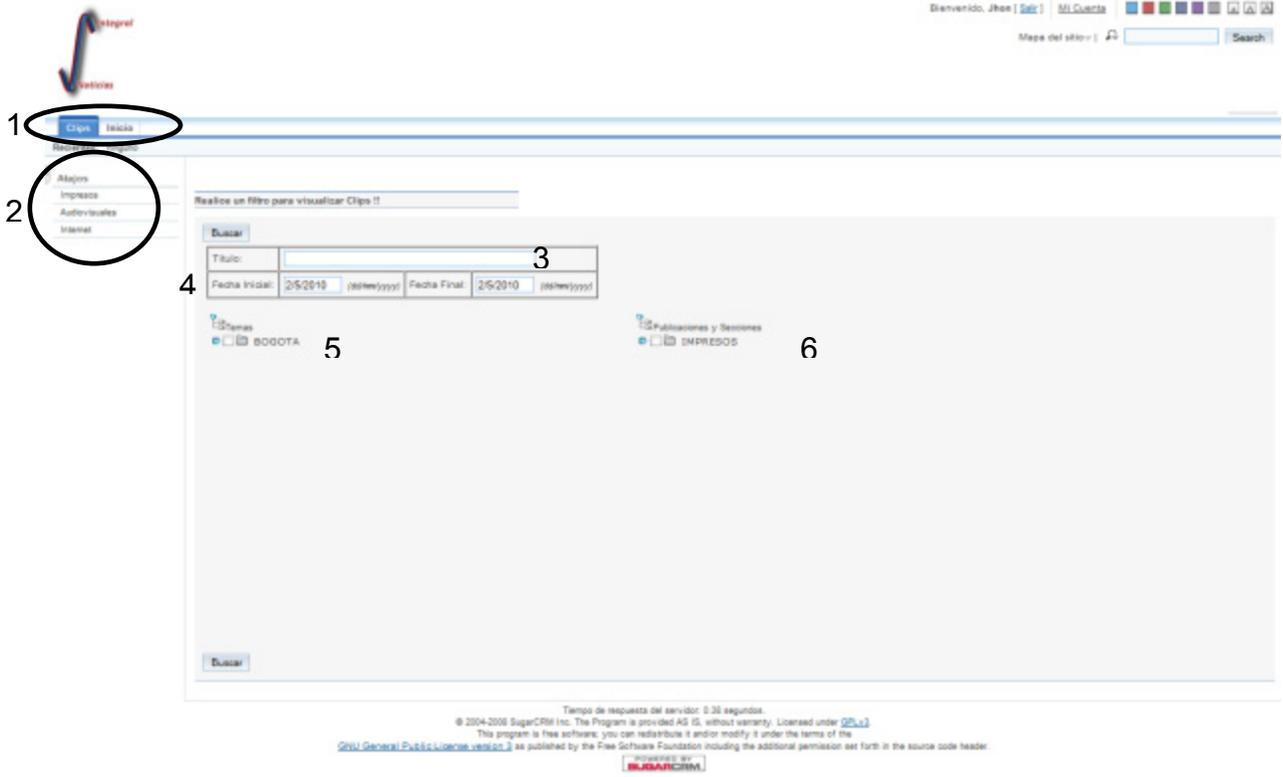
4.4.5. Presentación del servicio

Al ser la oportunidad y la rapidez una de las necesidades marcadas en el sector se hace necesario difundir la información rápidamente, luego internet será la forma para difundir la información. Al CRM Integral se accederá por medio de un usuario y una contraseña.

El CRM estará dividido en:

1. Secciones en la parte superior.
2. Sub secciones en la parte lateral izquierda.
3. Búsqueda por título.
4. Búsqueda por fecha.
5. Búsqueda por tema
6. Búsqueda por emisor de la noticia.

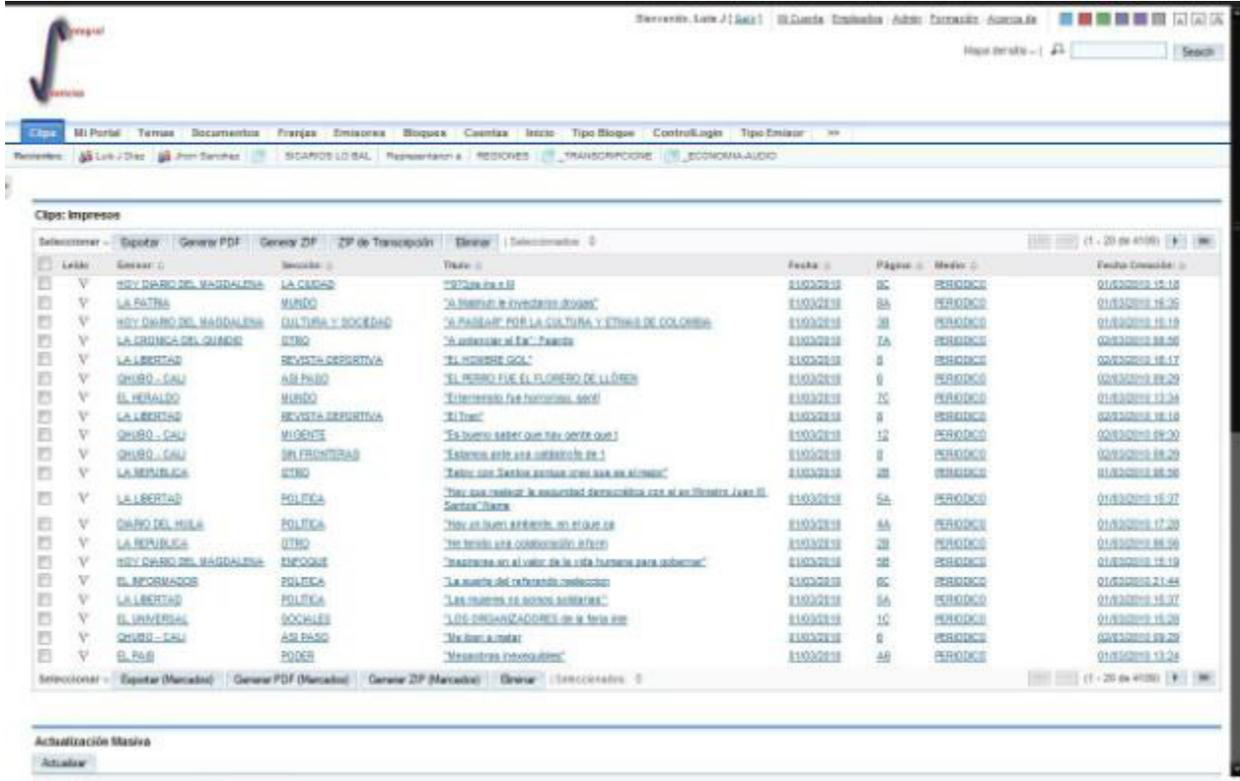
IV PLAN DE MARKETING



21. Gráfica – Secciones CRM Integral Noticias

Después de realizar la búsqueda le resultado es:

IV PLAN DE MARKETING



The screenshot displays the CRM Integral Noticias interface. At the top, there is a navigation menu with options like 'Mi Portal', 'Temas', 'Documentos', 'Frecuencia', 'Emisiones', 'Boques', 'Cuentas', 'Inicio', 'Tipo Blogueo', 'Control/Logos', and 'Tipo Emisor'. Below this, there is a search bar and a 'Buscar' button. The main content area shows a table titled 'Clips Impresos' with columns for 'Seleccionar', 'Exportar', 'Generar PDF', 'Generar ZIP', 'ZIP de Transcripción', 'Eliminar', 'Fecha', 'Página', 'Medio', and 'Fecha Emisión'. The table contains 20 rows of data, each representing a news clip with its respective source, title, date, and page number. Below the table, there are buttons for 'Actualizar Masiva' and 'Actualizar'.

Seleccionar	Exportar	Generar PDF	Generar ZIP	ZIP de Transcripción	Eliminar	Fecha	Página	Medio	Fecha Emisión
<input type="checkbox"/>	V	SEY DARIO DEL MAGDALENA	LA CIUDAD			21/03/2013	06	PERIODICO	01/03/2013 15:18
<input type="checkbox"/>	V	LA PATRIA	MUNDO			21/03/2013	06	PERIODICO	01/03/2013 16:35
<input type="checkbox"/>	V	SEY DARIO DEL MAGDALENA	CULTURA Y SOCIEDAD			21/03/2013	08	PERIODICO	01/03/2013 16:19
<input type="checkbox"/>	V	LA CRONICA DEL QUINDO	OTRO			21/03/2013	26	PERIODICO	00/03/2013 08:56
<input type="checkbox"/>	V	LA LIBERTAD	REVISTA CREATIVA			21/03/2013	8	PERIODICO	00/03/2013 16:17
<input type="checkbox"/>	V	QUINDO CASU	ASÍ PASÓ			21/03/2013	8	PERIODICO	00/03/2013 09:29
<input type="checkbox"/>	V	EL HERALDO	MUNDO			21/03/2013	20	PERIODICO	01/03/2013 11:34
<input type="checkbox"/>	V	LA LIBERTAD	REVISTA CREATIVA			21/03/2013	8	PERIODICO	00/03/2013 16:18
<input type="checkbox"/>	V	QUINDO CASU	MIGENTE			21/03/2013	12	PERIODICO	00/03/2013 09:30
<input type="checkbox"/>	V	QUINDO CASU	EN FRONTERAS			21/03/2013	8	PERIODICO	00/03/2013 08:20
<input type="checkbox"/>	V	LA REPUBLICA	OTRO			21/03/2013	28	PERIODICO	01/03/2013 08:26
<input type="checkbox"/>	V	LA LIBERTAD	POLEICA			21/03/2013	54	PERIODICO	01/03/2013 16:07
<input type="checkbox"/>	V	QUINDO DEL HULA	POLEICA			21/03/2013	66	PERIODICO	01/03/2013 17:20
<input type="checkbox"/>	V	LA REPUBLICA	OTRO			21/03/2013	28	PERIODICO	01/03/2013 08:56
<input type="checkbox"/>	V	SEY DARIO DEL MAGDALENA	EMOCIONES			21/03/2013	28	PERIODICO	01/03/2013 16:19
<input type="checkbox"/>	V	EL INFORMADO	POLEICA			21/03/2013	06	PERIODICO	01/03/2013 21:44
<input type="checkbox"/>	V	LA LIBERTAD	POLEICA			21/03/2013	66	PERIODICO	01/03/2013 16:07
<input type="checkbox"/>	V	EL UNIVERSAL	SOCIALES			21/03/2013	10	PERIODICO	01/03/2013 16:28
<input type="checkbox"/>	V	QUINDO CASU	ASÍ PASÓ			21/03/2013	8	PERIODICO	00/03/2013 09:29
<input type="checkbox"/>	V	EL PAIS	PODER			21/03/2013	46	PERIODICO	01/03/2013 11:24

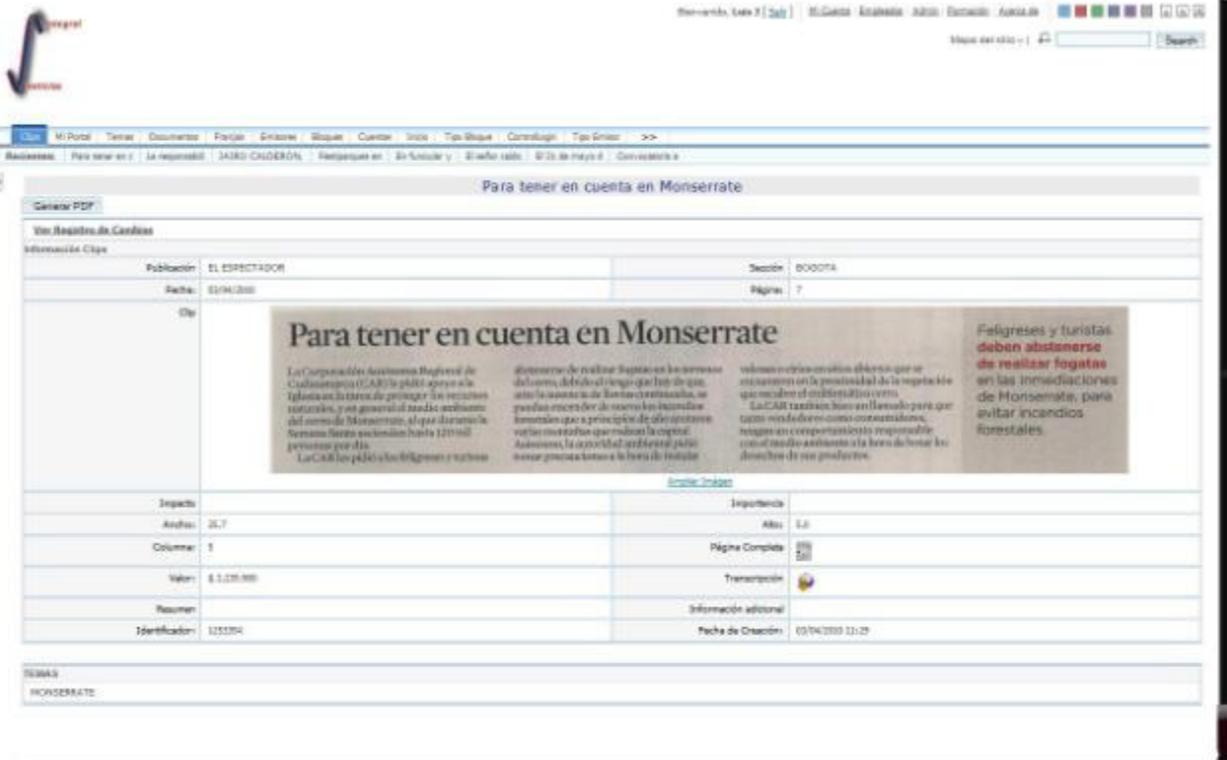
22. Gráfica – CRM Integral Noticias (búsqueda)

El CRM permitirá:

Ordenamiento previo por cada criterio, exportar a un Excel, generar *.pdf de las noticias seleccionadas, generar una archive comprimido de las imágenes o videos.

Dando click en cada noticia se accederá a su detalle:

IV PLAN DE MARKETING



23. Gráfica – Detalle CRM Integral Noticias

En el detalle se contara con información referente a la noticia:

Emisor, bloque o sección, fecha, página, columnas, ancho y alto (cm) y una transcripción.

4.4.6. Imagen Corporativa

Para generar recordación sobre la marca y lograr un gran impacto y percepción se realizo un trabajo de marketing alrededor del logo.

4.4.6.1. Tarjetas de presentación



24. Gráfica – Tarjeta de Presentación Integral Noticias

IV PLAN DE MARKETING

4.4.6.2. Label CDs



25. Gráfica – Label Integral Noticias

IV PLAN DE MARKETING

4.4.6.3. Publicidad Exterior



26. Gráfica – Publicidad Exterior Integral Noticias

IV PLAN DE MARKETING

4.4.6.4. Publicidad revistas



SI TU ERES EL CENTRO DE LA NOTICIA...
¿POR QUÉ NO ERES
EL CENTRO DE LOS MEDIOS?

Monitoreo de Medios

PRENSA TELEVISION RADIO INTERNET

Dirección: Carrera 65 n 30 - 104
PBX. 2737424
perseol76@hotmail.com

www.integralnoticias.com

27. Gráfica – Publicidad revistas Integral Noticias

5. ANALISIS TECNICO

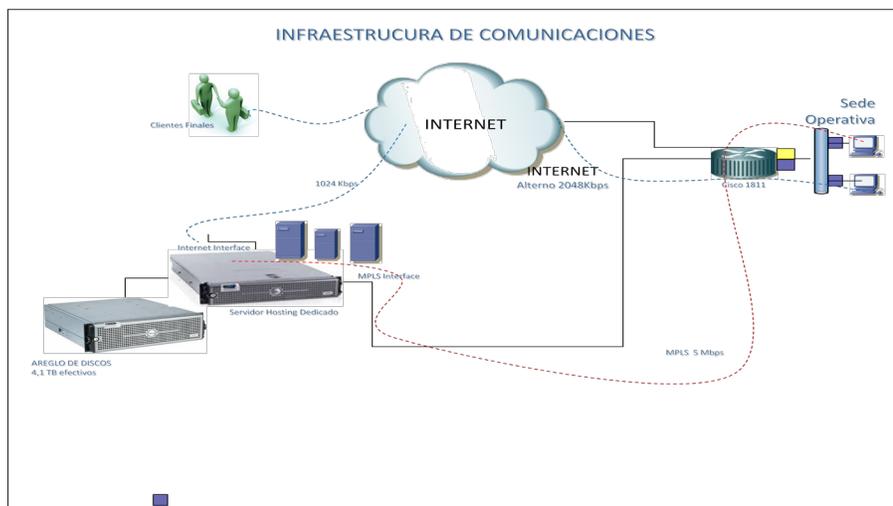
El análisis técnico y de operación se diseña para satisfacer una demanda inicial de 7 empresas, interesadas en nuestro servicio, justificado con la realización de la pregunta número 9, que fue incluida en la encuesta realizada, que se traducen en:

5.1. Hardware

- 1 Servidor dedicado.
- 13 computadores de escritorio distribuidos así:
 - 2 para grabaciones de radio
 - 3 para grabaciones de TV
 - 1 para escáner
 - 6 para edición de noticias impresas y audiovisuales
 - 1 administración
- 1 Scanner i1420 KODAK

5.2. Comunicaciones

El diseño que tenemos planteado para realizar la conectividad del servidor y clientes es de la siguiente manera:



28. Gráfica – Diseño de la Conectividad Integral Noticias.

5.3. Software

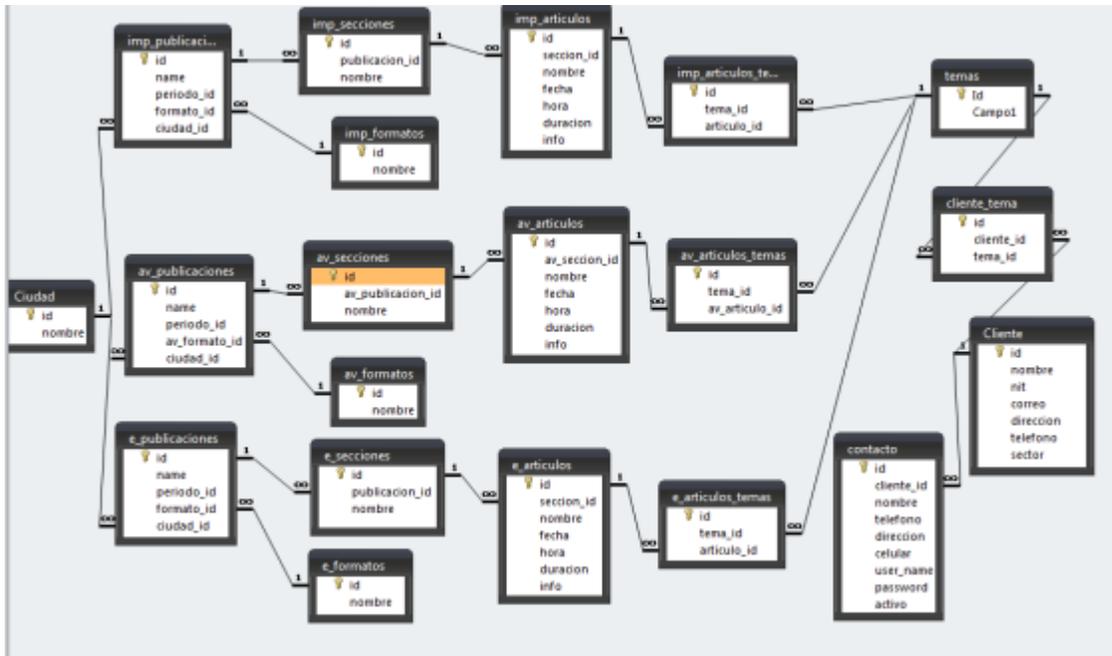
Las necesidades en software se concentran en 4 aspectos fundamentales de la operación:

V. ANALISIS TECNICO

- CRM sugar libre, sobre servidor Linux, My SQL
- Sorenson media para edición de videos
- Adobe Photoshop para edición de imagenes.
- Abby fine Reader OCR

5.4. Base de datos

Modelo entidad–relación de la base de datos para implementar sobre My SQL



29. Gráfica – Bases de Datos Integral Noticias

5.5. Recurso humano operación

La revisión de noticias no se hará en directo, es necesaria la grabación de todas las emisiones para su revisión posterior, semanalmente se graban 430 horas para radio y 311 de TV de la siguiente manera:

Horas grabaciones		
	Radio	TV
Lunes a viernes	400	265
Sabado y domingo	30	46
Total semana	430	311

11. Tabla – Horas Grabaciones Integral Noticias

V. ANALISIS TECNICO

Detalle por hora de grabación:

Por cada 60 minutos de grabacion		
	Radio	TV
Comerciales (minutos)	6	12
Noticias (minutos)	54	48
Velocidad de reproduccion	1,8	1,8
Total reproduccion (minutos)	30	26,67
Tiempo por edicion de notas (minutos)	10	6
Total tiempo requerido	40	33

12. Tabla – Detalle hora de Grabación Integral Noticias

Cada hora de grabación ya sea para radio o TV tiene un porcentaje en pautas o comerciales, lo que reduce las horas reales de revisión, al editar los archivos en un reproductor de audio y video, se pueden escuchar a una velocidad mayor, esta velocidad es de 1.8, a esta velocidad es totalmente perceptible el audio lo que agiliza la grabación, una velocidad de 2 significa que se está reproduciendo al doble de su velocidad normal siendo la velocidad normal 1. De igual forma existe un tiempo estimado gastado por edición de notas lo que da un tiempo total requerido, esto quiere decir que 60 minutos de grabación de radio toma 40 minutos para procesarlo, de la misma manera 60 minutos de grabación de TV requiere 33 minutos.

5.5.1. Determinando el recurso humano:

	Radio	TV
Horas de grabacion revisadas X hora trabajada	1,5	1,8
Horas requeridas para revisión total de horas de grabacion	287	169
Diario	41	24
Jornada de trabajo (Horas)	8	8
Personas requeridas	5	3

13. Tabla – Recurso Humano Integral Noticias.

En una hora de trabajo se puede revisar 1,5 horas y 1,8 horas para radio y TV respectivamente, las 430 horas de radio y 311 de TV requieren de 287 y 169 horas

V. ANALISIS TECNICO

respectivamente para revisar el 100%, lo que genera 41 y 24 horas diarias, considerando jornadas de trabajo de 8 horas se espera que 8 personas lleven a cabo esta tarea.

5.6. Análisis de Procesos

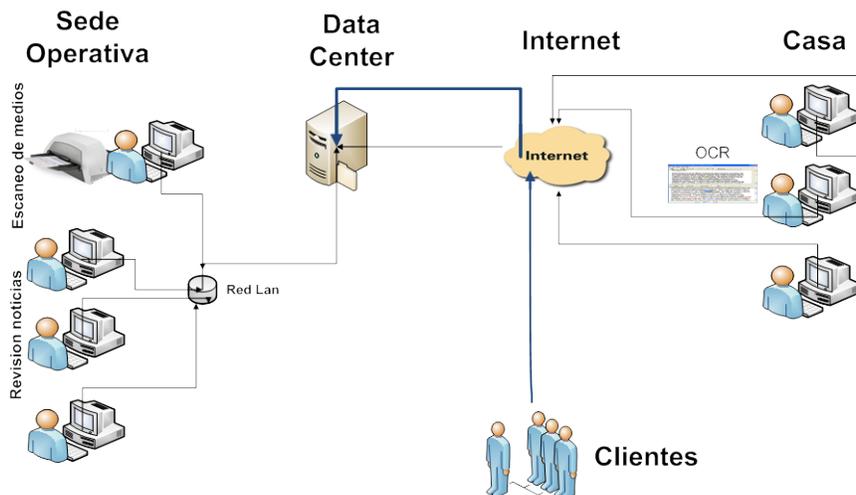
Para los procesos se realizarán las diferentes actividades como lo mostramos a continuación:

5.6.1. Procesos Medios Impresos

Esta actividad donde el objetivo principal es el de entregar la información relevante a cada una de las empresas que haya aparecido en algún medio impreso, se realizará utilizando aparatos que permitan escanear las noticias impresas, mediante la red de área local se almacenarán para después ser entregados por medio del portal virtual, para ser consultado por cada uno de los clientes,

Este proceso resulta fundamental y se describe como lo muestra en la siguiente gráfica:

Proceso de medios Impresos



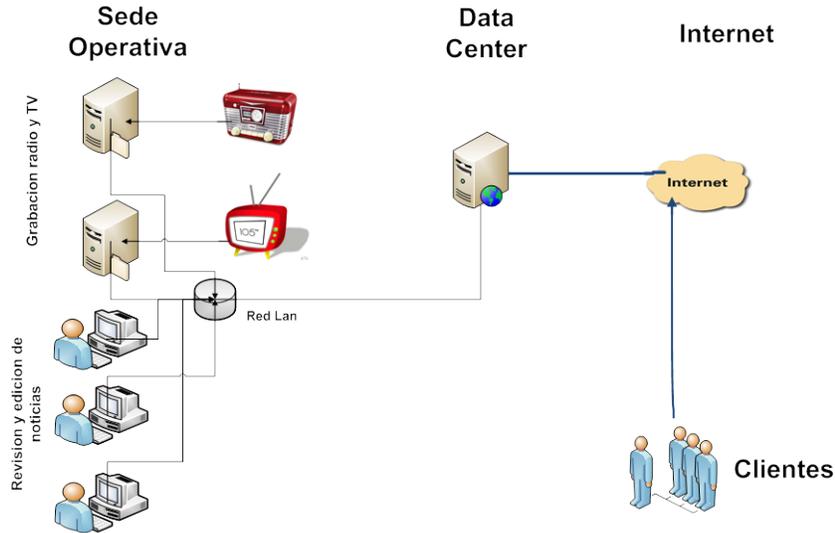
30. Gráfica – Detalle Proceso de Medios Impresos Integral Noticias.

5.6.2. Proceso de Audiovisuales

Se describe en la gráfica el proceso por medio del cual el cliente recibe las noticias que se hayan generado por cualquier medio audiovisual:

V. ANALISIS TECNICO

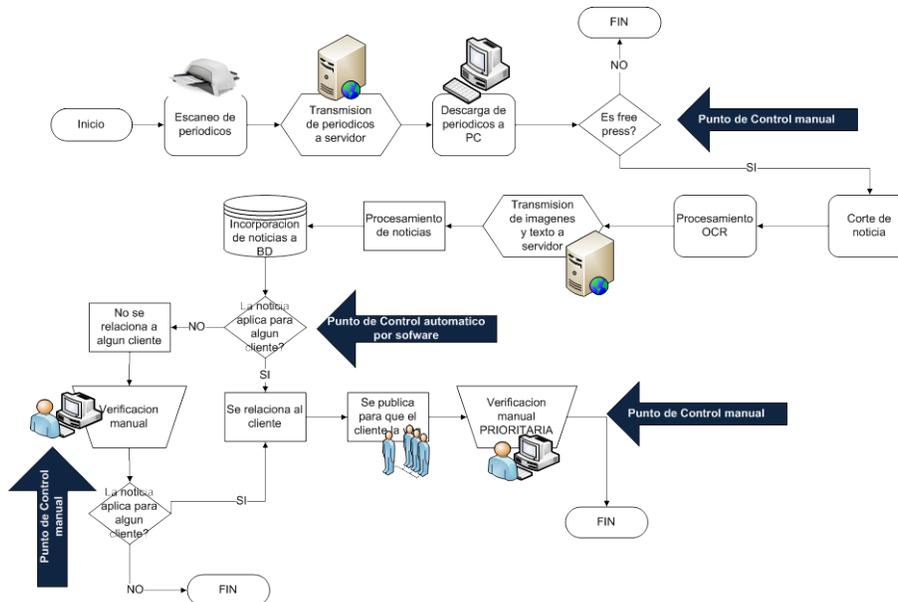
Proceso de audiovisuales



31. Gráfica – Detalle Proceso de Audiovisuales Integral Noticias

5.6.3. Proceso Flujo de Impresos

En esta gráfica se muestra el flujo del proceso de los medios impresos donde se indica principalmente los puntos de control de la información antes de ser entregada al cliente.

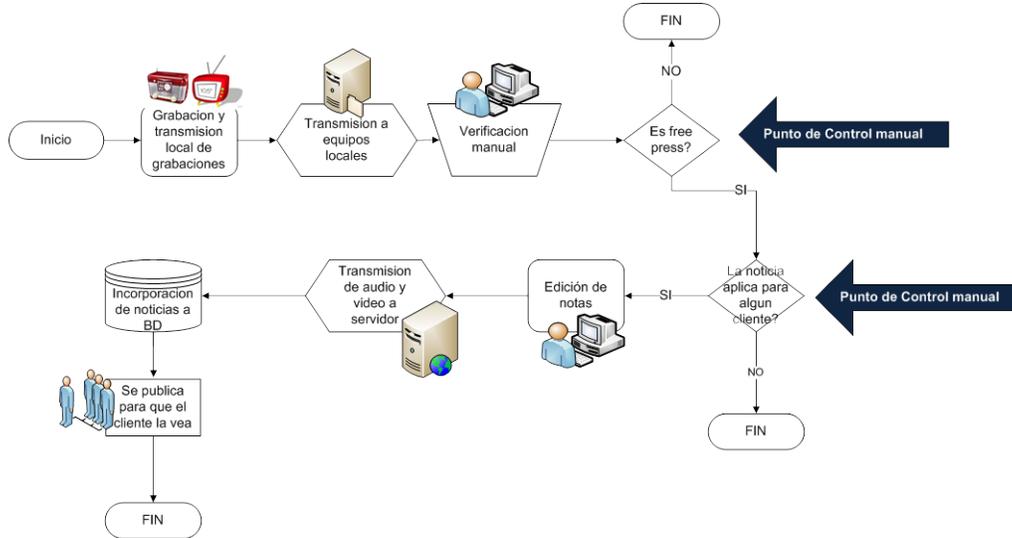


32. Gráfica – Detalle Proceso Flujo de Impresos Integral Noticias

V. ANALISIS TECNICO

5.6.4. Proceso Flujo audiovisual

De la misma manera que en el gráfico anterior pretendemos mostrar cuales deben ser los puntos de control y cuáles son los criterios para la publicación de esta información.



33. Gráfica – Detalle Proceso de Flujo Audiovisual Integral Noticias

6. ANALISIS ADMINISTRATIVO

6.1. Misión

Satisfacer las necesidades de información de nuestros clientes a través de la tecnología adecuada con el concurso de un excelente equipo humano contribuyendo al bienestar social y económico de todos nuestros clientes, empleados, proveedores y accionistas.

6.2. Visión

Convertirnos en el proveedor número uno en el aprovisionamiento de noticias de todos los medios de comunicación para el sector público de Bogotá.

6.3. Valores corporativos

- No jefes, Si lideres.

Queremos romper la estructura clásica del jefe, queremos desaparecer de nuestro diccionario la palabra “jefe” y cambiarla por líder, por sus competencias existe una persona que lidera un área, pero todos son los responsables del éxito o fracaso de alguna tarea, no se tomaran decisiones de forma represiva, cada quien será responsable de sus actos y la responsabilidad de estos, nadie se sentirá supervisado ni vigilado.

- Orientación al cliente

Todos nuestros procesos, estructuras y decisiones están en pro del cliente interno y externo y de su bienestar.

- Responsabilidad social

Contribuir al bienestar de toda la sociedad, por tal motivo se contara con personas discapacitadas (parapléjicos) para llevar a cabo la labor diaria de monitoreo, por nuestra razón de ser una persona de estas características podría cumplir con la tarea de la misma forma que una persona que no lo es.

- Trabajo en equipo

No existirán ruedas sueltas, cada una de las personas engranara en un gran proceso que dará como resultado final la satisfacción del cliente, cada persona desempeñara un rol importante dentro de cada proceso, rol que será complementado y alimentado por los demás.

VI. ANALISIS ADMINISTRATIVO

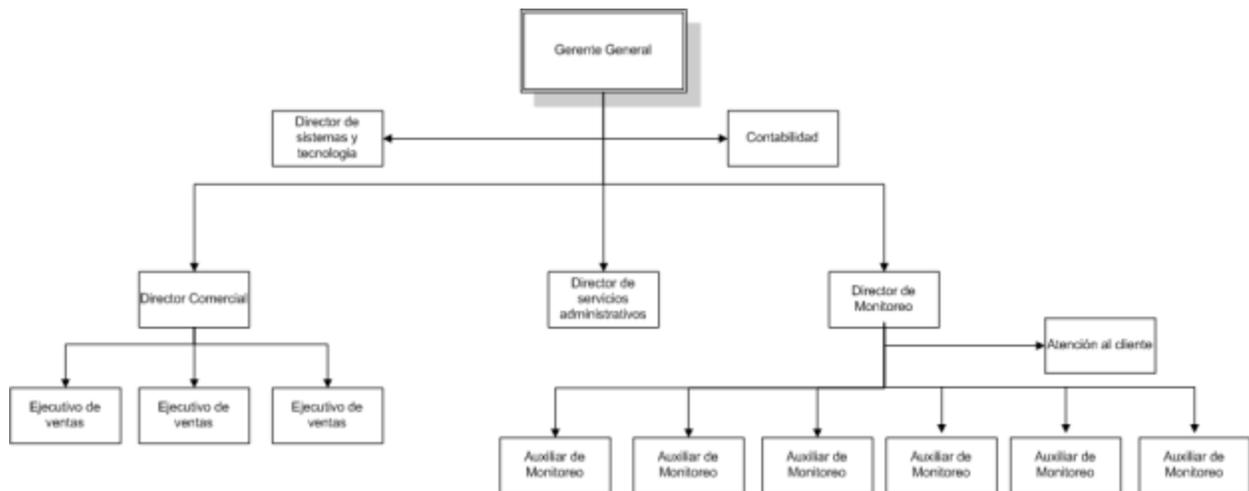
- Respeto por las personas

Se respetaran las individualidades, formas de pensar para poder garantizar la libre expresión y continua participación constructiva, basándose en el respeto mutuo, objetividad e imparcialidad a la hora del reconocimiento y toma de decisiones.

6.4. Políticas

- Los líderes de cada área serán mínimo profesionales calificados, para el caso de colaboradores se exigirá que se encuentren estudiando y que siempre se mantenga esta situación, creemos y estamos convencidos que la educación continua aporta a las personas y a la organización.
- Auxiliares de monitores serán estudiantes en mínimo 4 semestre de carreras afines al sector de la comunicación: periodistas o comunicadores sociales de universidades pública y legalmente reconocidas.

6.5. Organigrama



34. Gráfica – Organigrama General Integral Noticias.

7. ANALISIS LEGAL Y SOCIAL

7.1. Tipo de sociedad

Se constituirá una sociedad de acuerdo al nuevo tipo de forma societaria conocido “Sociedades por Acciones Simplificadas”, creado con la ley 1258 de diciembre 5 de 2008, la cual opera en forma independiente pues no introduce modificaciones al Código de Comercio.

Por las siguientes razones:

7.1.1. Capital Social y Número de Empleados.

Ya que este tipo de sociedad por acciones simplificadas (S.A.S.) pueden constituirse con cualquier monto de capital social (inferior o superior a los 500 salarios mínimos, que era el tope del que hablaba la ley 1014 de 2006) y con cualquier cantidad de empleados (inferior o superior a los 10).

7.1.2. Número de Accionistas

Además, las sociedades por acciones simplificadas pueden constituirse y funcionar con uno o varios accionistas ya sean estas personas jurídicas o persona naturales.

7.1.3. Se creará mediante Documento Privado

Se podrá constituir con un documento privado (según el artículo 5); esto fue, especialmente, el atractivo que tuvieron las sociedades unipersonales de la ley 1014 de 2006).

7.1.4. Duración y Objeto Social

La duración de las S.A.S., puede ser indefinida además, no están obligadas como las demás sociedades reguladas en el código de comercio a tener que especificar el objeto social al que se dedicarán, pues si no lo detallan, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita (ver numeral 5 del artículo 5 de la ley 1258 de 2008).

7.1.5. Responsabilidad Solidaria

Incluso, se destaca que los accionistas de las S.A.S., al igual que los accionistas de las demás sociedades por acciones, no tendrán responsabilidad solidaria, es decir, más allá de sus aportes, en las deudas tributarias de la sociedad (ver inciso segundo del artículo 1 de la ley 1258 y el inciso segundo del artículo 794 del Estatuto Tributario).

VII. ANALISIS LEGAL Y SOCIAL

Pero ese blindaje de no responder en forma solidaria por las obligaciones tributarias de la sociedad también se lo extendieron para el caso de las obligaciones laborales que llegue a tener la sociedad.

7.2. Modelo de Minuta para la Constitución de una S.A.S.

Preparado por Francisco Reyes Villamizar ©

7.2.1. Modelo de Estatutos

El modelo de estatutos incluido dentro de los anexos es elaborado por Francisco Reyes Villamizar, se suministra a título de ejemplo, con finalidad estrictamente académica. La utilización de este modelo requiere: (i) La verificación de no haberse presentado cambios legislativos o jurisprudenciales que puedan implicar una modificación en la estructura de la SAS y (ii) Que el usuario, luego de analizar detenidamente las características del emprendimiento que los accionistas se propongan acometer, redacte las cláusulas concernientes que mejor se adecuen al negocio. Cualquier sociedad por acciones simplificada puede constituirse con la presencia de un solo individuo (persona natural o jurídica), quien podrá, con posterioridad al acto de constitución, proceder a la transferencia de acciones a otros accionistas. Así mismo, podrá emitir acciones con posterioridad al acto constitutivo para permitir el ingreso de nuevas personas.

7.2.2. Proceso de Constitución

En el proceso de constitución la Cámara de Comercio de Bogotá sugiere los siguientes pasos:

VII. ANALISIS LEGAL Y SOCIAL



35. Gráfica – Proceso creación de la empresa Cámara y Comercio de Bogotá

FUENTE: CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ.

VIII. ANALISIS ECONOMICO Y FINANCIERO

8. ANALISIS ECONOMICO Y FINANCIERO

8.1. Análisis Económico

El objeto es determinar las características económicas del proyecto, para ello deben identificarse las necesidades de:

8.1.1. Activos Fijos

Como se muestra en los anexos sobre la evaluación del proyecto, se identifican los principales activos fijos por un valor total de \$ 11'554.000, que lo componen principalmente la inversión en el Escáner Kodak I 1420 por un valor total de \$7'200.000.



Activos Fijos

Activos fijos				Vida										
Descripcion	Cantidad	Costo	Total Activos	Util_ Años	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Equipos														
Telefonos	\$ 3	110.000	330.000	5	66.000	66.000	66.000	66.000	66.000					
Computadores (*)	\$ 15	1.580.000	23.700.000	5	4.740.000	4.740.000	4.740.000	4.740.000	4.740.000					
Tarjeta de TV capturadora	\$ 6	120.000	720.000	5	144.000	144.000	144.000	144.000	144.000					
Granadora Sony	\$ 10	160.000	1.600.000	5	320.000	320.000	320.000	320.000	320.000					
Trajeta de audio	\$ 10	45.000	450.000	5	90.000	90.000	90.000	90.000	90.000					
Impresora-fax-scanner (**)	\$ 1	399.000	399.000	5	79.800	79.800	79.800	79.800	79.800					
Escaner Kodak I 1420	\$ 1	7.200.000	7.200.000	5	1.440.000	1.440.000	1.440.000	1.440.000	1.440.000					
TOTAL EQUIPOS		9.614.000	34.399.000		6.879.800	6.879.800	6.879.800	6.879.800	6.879.800					
Muebles y enseres														
Paneles de trabajo	\$ 8	370.000	2.960.000	10	296.000	296.000	296.000	296.000	296.000	296.000	296.000	296.000	296.000	296.000
Escritorio con silla	2	330.000	660.000	10	66.000	66.000	66.000	66.000	66.000	66.000	66.000	66.000	66.000	66.000
Mesa de Juntas 6 puestos	1	950.000	950.000	10	95.000	95.000	95.000	95.000	95.000	95.000	95.000	95.000	95.000	95.000
Tablero	1	40.000	40.000	10	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000
Elementos de papeleria (Cosedora,perforadora,etc)	2	250.000	500.000	10	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000
TOTAL MUEBLES Y ENSERES		1.940.000	5.110.000		511.000									
TOTAL ACTIVOS		11.554.000	39.509.000		7.390.800									

(*) Lenovo- Thinkcentre-7269-E1S (Anexo Lenovo) Hoja activos fijos
 (**) Kodak I 1420 (Anexo Kodak)

14. Tabla– Activos Fijos Integral Noticias.

8.1.2. Proyección de Ventas

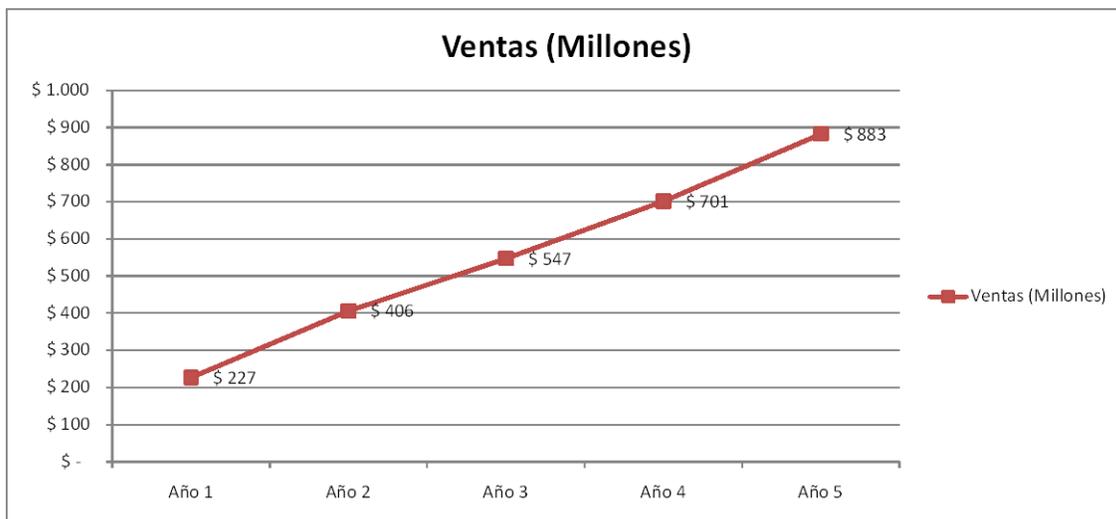
La proyección de ventas nos da una noción sobre el presupuesto inicial de ingresos, dándonos un resultado creciente, ajustándose a los primeros 7 clientes que nos arrojó la encuesta en el análisis de mercado incluida en los anexos principales, esta demanda se establece durante los primeros 3 meses, para que al finalizar el año, se tenga una demanda de 22 empresas como se muestra en el siguiente gráfico:

VIII. ANALISIS ECONOMICO Y FINANCIERO



Proyeccion de ventas

Año	Cientes	Ventas (Millones)
Año 1	22	\$ 227
Año 2	30	\$ 406
Año 3	37	\$ 547
Año 4	45	\$ 701
Año 5	53	\$ 883



36. Gráfica – Proyección de Ventas Integral Noticias.

8.1.3. Inversión Inicial

El presupuesto en la inversión inicial se calcula sobre el desarrollo de la actividad para satisfacer la demanda inicialmente calculada, esto genera unos gastos de constitución por un total de \$ 1'384.900, además no se tiene en cuenta la inversión en equipos de computo, la nómina inicial y el arriendo ya que estos se incluirán para el año 1.



Inversión Inicial

Inversion Inicial		
Descripcion	Detalle	Valor Total
Gastos de constitucion		\$ 1.384.900
Equipos y computadores	Hoja Activos Fijos	\$ 34.399.000
Muebles y enseres	Hoja Activos Fijos	\$ 5.110.000
Suscripciones		\$ 15.400.000
Implementacion Pagina web y CRM		\$ 8.500.000
		\$ 64.793.900

GASTOS DE CONSTITUCION	VALOR
Matrícula Mercantil	365.000
Formulario	3.500
(0,7% del K suscrito)	50.000.000
Inventario y Balances	8.600
Mayor y Balances	8.600
Diario de operaciones	8.600
Actas	8.600
Registro de derechos de marca (Sup Ind Cio)	632.000
Total	1.384.900

15. Tabla – Inversión Inicial Integral Noticias.

VIII. ANALISIS ECONOMICO Y FINANCIERO

8.1.4. El presupuesto de Nómina

El presupuesto de nómina muestra una clara presentación ordenada de los resultados previstos del plan de Integral Noticias, de esta manera se visualizan las necesidades fundamentales al asumir la constitución de esta empresa, con unas obligaciones anuales por un total de \$ 76'966.380, como se muestra en la siguiente tabla:

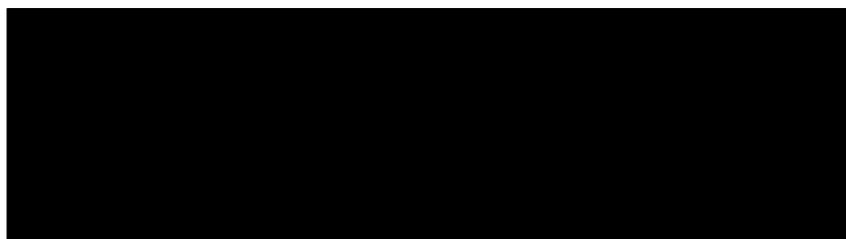


Nómina

Sueldo	% mes	Gerente General	Cordinador	Auxiliar	Total
		2.500.000	950.000	600.000	4.050.000
SALARIO BASICO		2.500.000	950.000	600.000	
AUXILIO DE TRANSPORTE		-	61.500	61.500	
CESANTIAS	\$ 8	208.250	79.135	49.980	
INT. CESANTIAS	\$ 1	25.000	9.500	6.000	
VACACIONES	\$ 4	104.250	39.615	25.020	
PRIMAS	\$ 8	208.250	79.135	49.980	
SEGURIDAD SOCIAL (19,77)	(el) ARP	\$ 3	75.000	28.500	18.000
	PENSION	\$ 12	300.000	114.000	72.000
	SALUD	\$ 9	212.500	80.750	51.000
APORTES PARAFISCALES (9%)	(el) CAJA COMP.	\$ 4	100.000	38.000	24.000
	SENA	\$ 2	50.000	19.000	12.000
	ICBF	\$ 3	75.000	28.500	18.000
Fondo Solidaridad (SMLV)	(+ 4)	\$ 1	25.000	9.500	6.000
TOTAL PRESTACIONES	\$ 55	1.383.250	587.135	393.480	2.363.865
TOTAL		3.883.250	1.537.135	993.480	6.413.865
Año		46.599.000	18.445.620	11.921.760	76.966.380

16. Tabla – Nomina Integral Noticias

La nómina para Integral Noticias estará conformada de la siguiente manera:

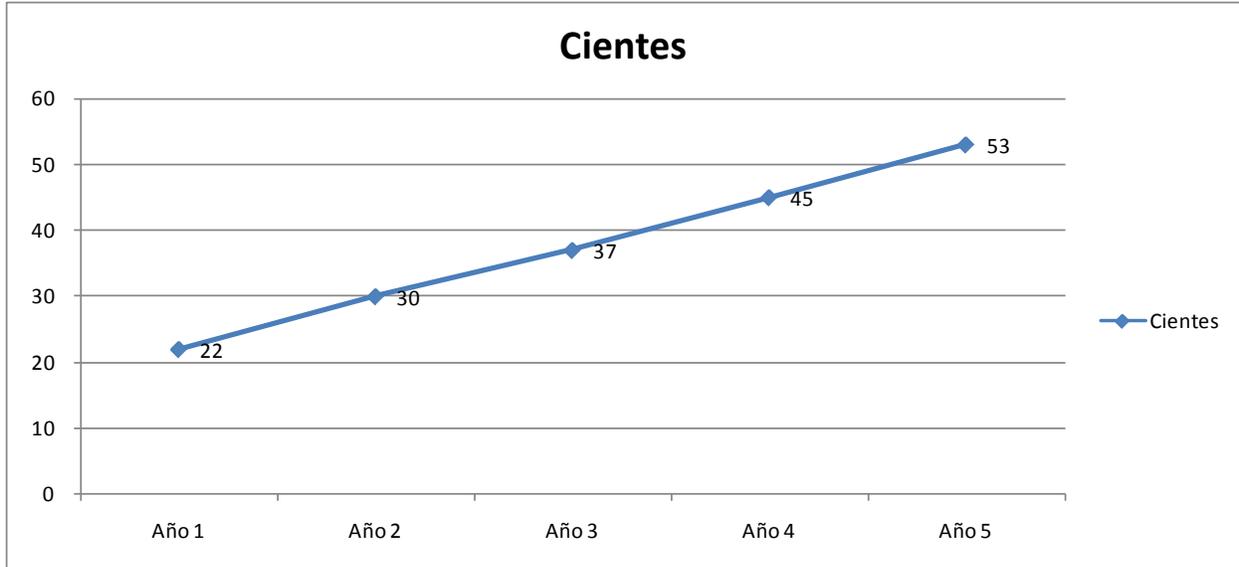


17. Tabla – Nomina Inicial Mensual Integral Noticias.

8.1.5. Clientes Esperados

Los clientes esperados basados en la encuesta y en la proyección de crecimiento sostenible durante el primer año llegan a ser 22 para el primer año terminando con 53 para el año 5, esto se debe a las perdidas coyunturales dadas las condiciones del mercado y las necesidades temporales de información de los clientes que requieren el servicio.

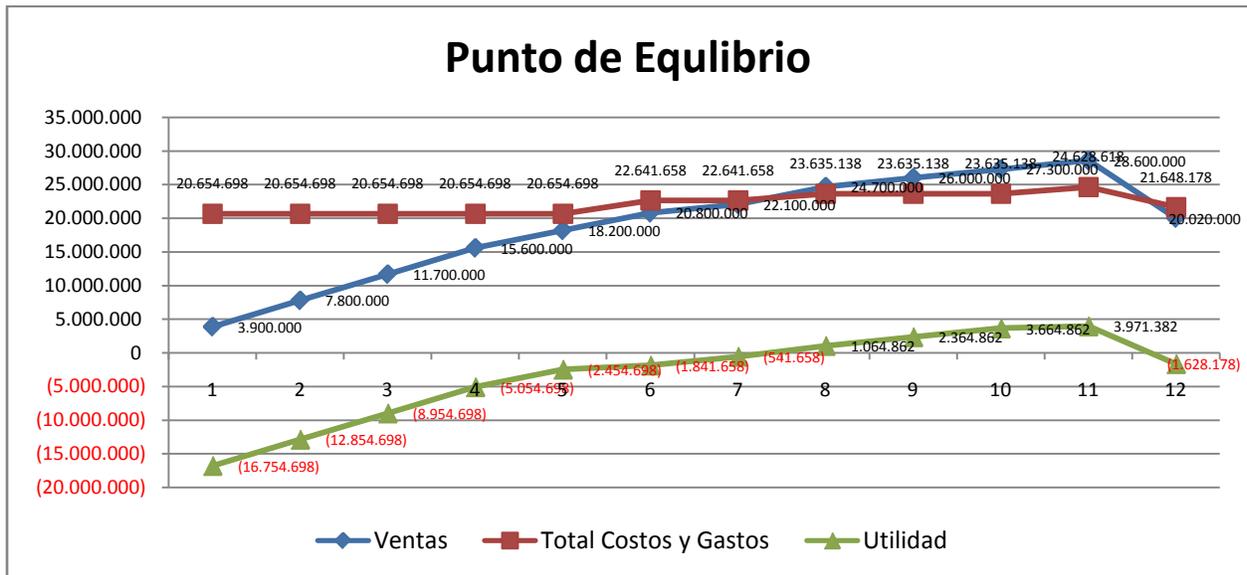
VIII. ANALISIS ECONOMICO Y FINANCIERO



37. Gráfica – Clientes Esperados Integral Noticias

8.1.6. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio nos indica el momento en el que el número de clientes que proyectamos cubre los gastos ejecutados, es importante identificar que para el caso de Integral Noticias, este punto de equilibrio se da en el mes 8, con unas ventas por \$24'700.000 y un total de gastos y costos por \$23'635.138, con una utilidad de \$1'064.862.



38. Gráfica – Punto de Equilibrio Integral Noticias.

VIII. ANALISIS ECONOMICO Y FIANCIERO

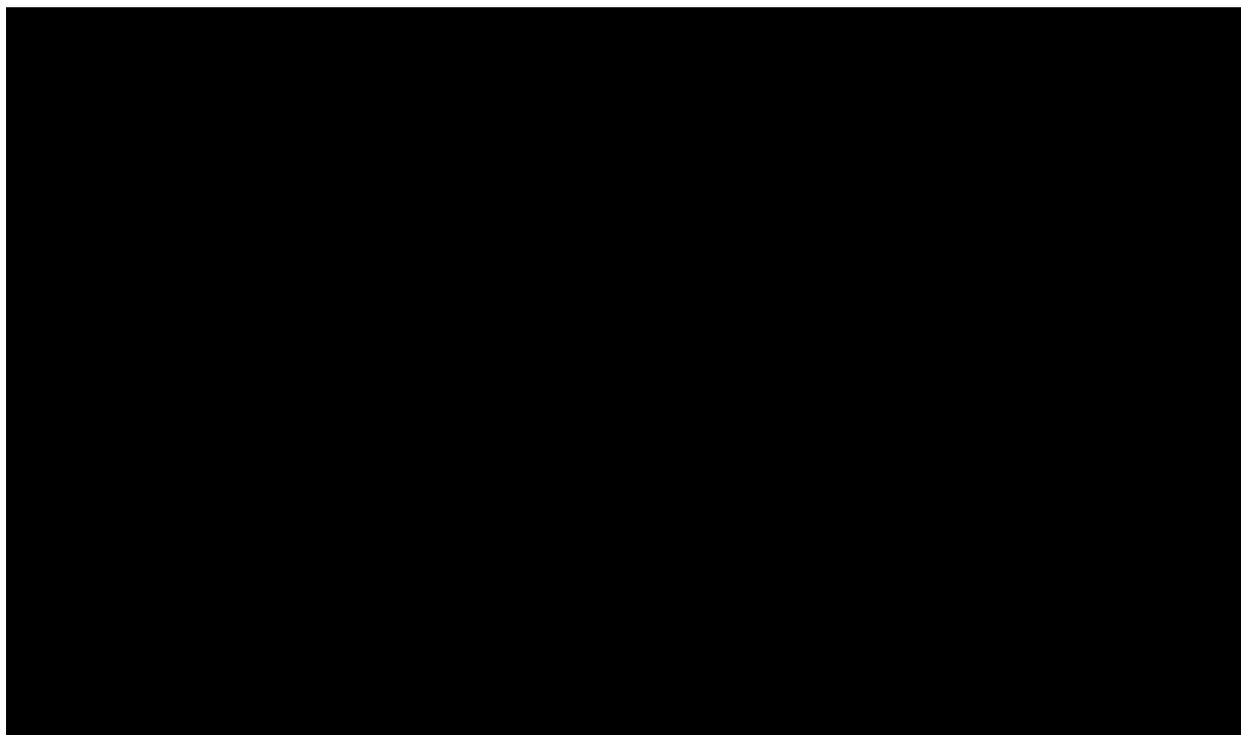
8.2. Análisis Financiero

Su objeto es el de determinar las necesidades de recursos financieros, las fuentes, sus condiciones y la posibilidad de acceso, para esto se hace necesario realizar los tres principales flujos con la información financiera.

8.2.1. Flujo de caja

El flujo de caja, nos da los flujos de entradas y salidas de caja o efectivo, en un período dado, realizamos la evaluación del flujo desde tres perspectivas, la primera sobre el proyecto, la segunda sobre el inversionista, y por último pero no menos importante, sobre la entrada o salidas de efectivo, flujo de caja, consolidando así el balance general y el estado de resultados, información que entregará la materia prima para evaluar el proyecto de manera completa.

El Flujo de caja, queda de la siguiente manera;



18. Tabla – Flujo de Caja Integral Noticias

8.2.2. Estado de resultados

El estado de resultados, nos entrega una utilidad neta de \$ 271'101.252 en el último periodo, que solo en el primer periodo es negativa como se muestra en la siguiente gráfica:

VIII. ANALISIS ECONOMICO Y FIANCIERO

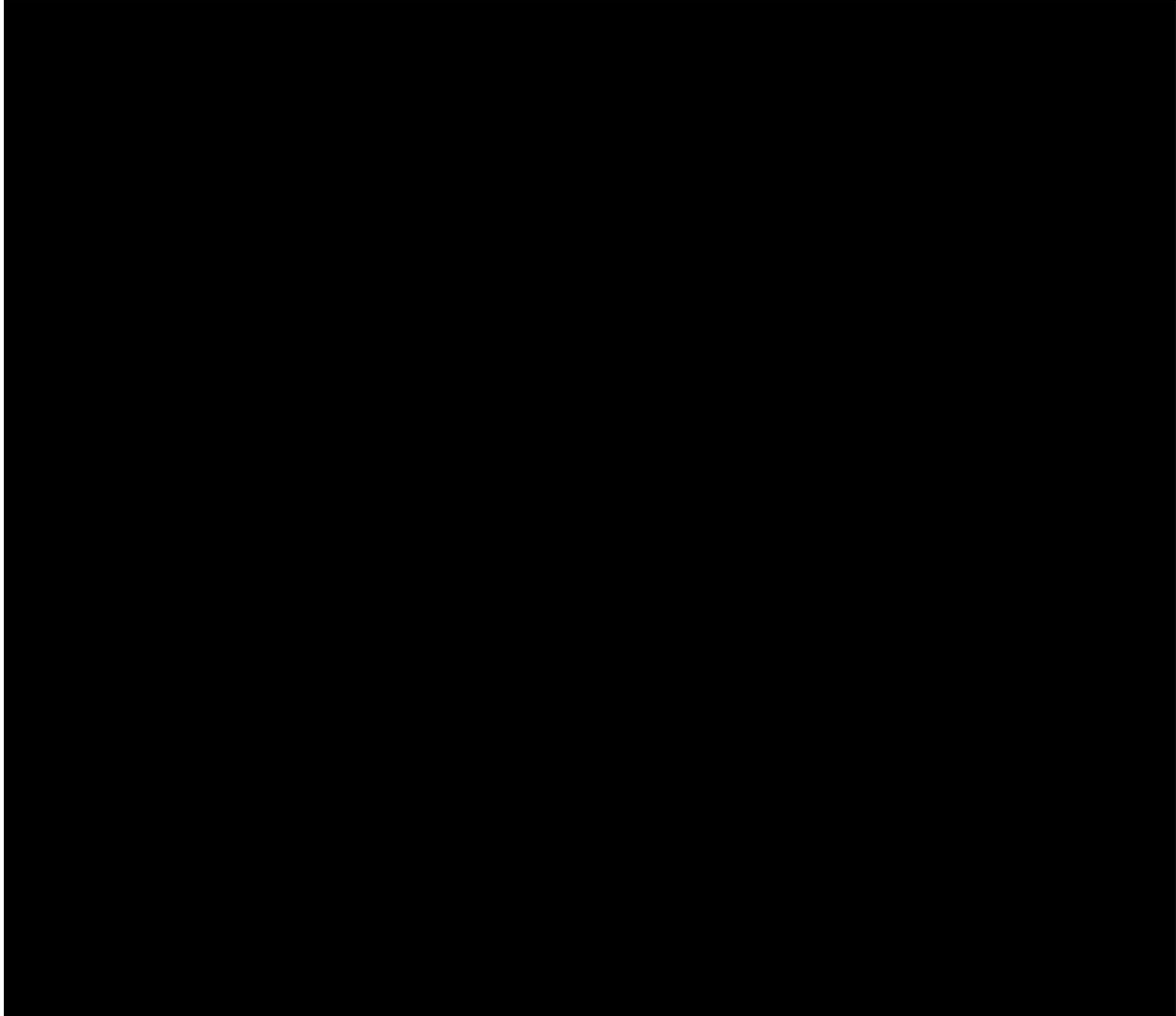


19. Tabla – Estado de Resultados Integral Noticias

8.2.3. Balance

El balance general sostiene un crecimiento y un nivel de endeudamiento aceptable después del segundo periodo, con razones financieras aceptables, como se muestra en la siguiente tabla:

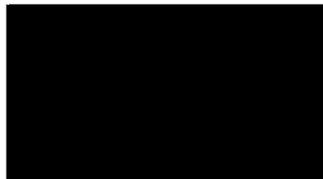
VIII. ANALISIS ECONOMICO Y FIANCIERO



20. Tabla – Balance General Financiero Integral Noticias.

8.3. Evaluación integral del proyecto.

Aquí determinamos el VPN y la TIR, factores decisivos en la evaluación total del proyecto de integral medios, para nuestro caso y con un endeudamiento inicial por \$80'000.000 financiados de la siguiente manera:



21. Tabla – Endeudamiento Inicial Integral Noticias.

Con una tasa competitiva que ayuda al resultado de Integral Noticias,

VIII. ANALISIS ECONOMICO Y FIANCIERO

La TIR y el VPN en conclusión da un resultado optimista, que con una tasa de descuento del 7.09% arroja los siguientes resultados:



22. Tabla – TIR y VPN Flujos Integral Noticias

8.3.1. TIR

Se concluye que existe una viabilidad financiera para el proyecto, pues los resultados arrojaron una TIR positiva para todos los Flujos, destacando que la TIR del proyecto del 98%, lo cual es supremamente positivo por cuanto esta tasa es una medida de la totalidad de los beneficios que produce la inversión de los recursos en el proyecto.

Por otro lado se obtuvo una TIR de 79%, para el flujo de fondos del proyecto, lo cual implica que es mayor que la tasa de descuento, corroborando esto, la viabilidad del proyecto.

Adicionalmente, la TIR que se obtuvo para los inversionistas fue de 68%, señalando esto que en el caso de los inversionistas, también, es un proyecto viable, y que es rentable para los mismos.

8.3.2. VPN

El valor presente neto (VPN) del proyecto es de \$371'597.696 lo cual demuestra que la rentabilidad para Integral Noticias generara un remanente (efectivo) que generará el proyecto después de que se ha descontado su interés a la tasa de descuento.

De otra parte, el VPN del Flujo de Caja y el Flujo de los Inversionistas es de \$947.555.520 y \$344'797.116, respectivamente, lo cual señala la excelente rentabilidad asociada tanto para los inversionistas como para el proyecto mismo.

9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**9.1. Conclusiones**

Después de realizar el plan de negocio para desarrollar la actividad de monitoreo de medios, incursionar en el análisis de mercados, generar el plan de marketing, desarrollar el concepto del negocio, estudiar el análisis financiero, considerar los principales indicadores del negocio, se ha identificado que el proyecto es viable, y que su ejecución e implementación depende del desarrollo exhaustivo y detallado de cada uno de los capítulos anteriormente mencionados.

La oportunidad que se manifestó desde el inicio de este plan de negocio, ha sido evaluada, de una manera laboriosa, y la idea innovadora se sustenta con las conclusiones y resultados aquí obtenidos, las expectativas que se han generado a partir del taller de grado I, se han excedido, y así se justifican con los resultados del pronto retorno de la inversión, de la capacidad de prestar un excelente servicio, y de la satisfacción de una necesidad hasta el momento insatisfecha y desconocida por algunos.

Para cualquier inversionista resultaría atractivo en la medida en que cada uno de los conceptos aquí analizados se lleven a cabo, es por tanto que el presente plan de negocio

Los resultados obtenidos en el análisis de mercado demuestran que el 70% de las empresas consultadas tienen un vacío insatisfecho sobre la información que cada una de ellas requiere, es aquí donde Integral Noticias juega un papel importante sobre dicha cobertura.

Sobre el diseño de cada una de las actividades que se plantean realizar, se establecen procesos que sugieren un orden y una adecuada planeación para sustentar los ingresos y la generación de utilidades que se pueden llegar a lograr, de la misma manera el diseño de la marca y su posicionamiento resulta clave para cada uno de los clientes que son los que determinan el cumplimiento de estos objetivos.

La marca “Integral Noticias” pretende integrar todos los servicios y necesidades en una sola herramienta sobre la web mediante su factor clave de éxito, el CRM, ya que actualmente se prestan servicios parciales y no acordes a las necesidades como se evidenció en la comparación que se realizó sobre las plataformas de la competencia, y se agregó en el desarrollo de este plan de negocio.

IX. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

9.2. Recomendaciones

Para la consolidación de Integral Noticias como un único proveedor de servicios de monitoreo de medios y para impedir la deserción o pérdida de clientes evaluada en el plan de negocio, a causa de la fácil imitación de los factores críticos de éxito, se hace necesario realizar un plan de fidelización de cada uno de los clientes activos, con el fin de minimizar el impacto en los indicadores y la perpetuidad de la necesidad fortaleciendo la necesidad previamente adquirida.

Es importante a partir del segundo año incrementar el portafolio de servicios, y la cobertura, brindando más canales nacionales y quizás la opción de canales internacionales, por ejemplo CNN, ESPN, de acuerdo a las necesidades del mercado, y por las expectativas específicas de algún cliente expandir el idioma del canal cubierto.

Estar atentos a las oportunidades de negocio que se pueden derivar del servicio principal, creando unidades estratégicas de negocio que suplan las nuevas necesidades.