

Dedicatoria

Desde el momento que iniciamos esta etapa tan maravillosa de nuestras vidas, hemos sido consientes de la voluntad de Dios de permitir que llegáramos al día de hoy con la culminación exitosa de cinco años de aprendizaje y práctica, del apoyo, esfuerzo y amor incondicional de nuestras familias que hicieron realidad el hecho de llegar a la meta. Por esta razón todo lo que hemos y será se lo debemos a ellos:

Familia Larrotta Gómez
Pilar Gómez
Daniel Larrotta
Santiago Larrotta
María Angelica Larrotta
Hernan Larrotta Romero

Familia Bejarano Pinzón
Judy Consuelo Pinzón
Andrés Gutiérrez
Sofía Gutiérrez
Emilio Gutiérrez
Andrés Bejarano

Agradecimientos

Primero que todo a Dios por habernos dado la oportunidad de llegar al final de esta etapa.

A la Universidad Santo Tomás que nos abrió las puertas con esta extraordinaria Facultad de Comunicación Social para la paz que ha hecho que nuestras vidas tengan un sentido más amplio y humano como ejemplo de la doctrina dominica y del conocimiento instaurado por Santo Tomás.

A cada uno de los profesores que durante los semestres nos brindaron todo su conocimiento y nos enseñaron con amor y paciencia como llevarlo a la práctica.

A nuestra tutora Ivon Ortiz, que con dedicación y constancia hizo que nuestra empresa Insignia GC fuera hoy día una realidad, porque gracias a ella y a todos nuestros amigos, compañeros, docentes y directivas hemos llegado a la culminación de esta etapa profesional que marca un nuevo horizonte para nosotras y nuestras familias.

Mil y mil gracias a todos!

ÍNDICE

- 1.** Nombre de la empresa
- 2.** Logo
- 3.** Introducción
- 4.** EL NEGOCIO
 - 4.1 Fundamentación
 - 4.2 Descripción de la Empresa.
 - 4.3 Planteamiento estratégico
 - 4.4 Postura ética: competencia, ámbito empresarial, cliente y formación humanista de la universidad.
 - 4.5 Descripción servicio.
 - 4.6 Etapas del proyecto
 - 4.7 La Comunicación y su aporte en la idea de negocio.
 - 4.8 Marco legal
- 5.** DEFINICIÓN DEL SERVICIO
 - 5.1 Servicio.
 - 5.2 Plus o ventaja competitiva.
 - 5.3 Características del servicio.
 - 5.4 Productos o servicios similares en el mercado.
 - 5.5 Registro de empresas que trabajan en el mismo sector.
 - 5.6 Aporte del modelo de negocio en términos de innovación.
- 6.** EQUIPO DE TRABAJO Y SISTEMA DE NEGOCIO
 - 6.1 Equipo de trabajo
 - 6.2 Red de contactos
 - 6.3 Aliados del negocio
 - 6.4 Ventajas de las alianzas.
 - 6.5 Recursos adicionales.
- 7.** PLAN DE MERCADEO
 - 7.1 El cliente
 - 7.2 La competencia
 - 7.3 Precio servicio
 - 7.4 Canales de distribución del Servicio, captación de clientes y posicionamiento de la marca
- 8.** Análisis de riesgos
- 9.** Plan financiero
- 10.** Lienzo modelo de negocio - canvas
 - Bibliografía y cibergrafía

1. **Nombre de la empresa:** Insignia GC Comunicaciones

2. **LOGO**



2.1 Justificación de colores:

El azul turquesa representa lo innovador, la propuesta innovadora que la empresa ofrece en el mercado de las comunicaciones.

El gris hace alusión al profesionalismo que la organización brinda a sus clientes en el momento de prestar el servicio.

El logo símbolo está acompañado del signo integral que denota la propuesta de valor referente a los servicios de comunicación que se encuentran plasmados en el portafolio ofrecido a los clientes.

2.2 Medidas: 2 cm de alto * 13 cm de ancho

2.3 Tipografía: Champignon 14

3. **INTRODUCCIÓN**

Según la definición arrojada por la Real Academia de la Lengua Española (RAE, 2014), la palabra insignia se refiere a:

1. Señal, distintivo o divisa honorífica.

Partiendo de la etimología de la palabra nace la idea de Insignia GC Comunicaciones, empresa dedicada al asesoramiento, coordinación, producción y divulgación de estrategias de comunicación interna y externa directamente relacionadas con el posicionamiento de marca y óptima reputación que aportan en el cumplimiento de los objetivos corporativos para las pymes de los diferentes sectores del mercado, manejando las Comunicaciones Integrales.

4. EL NEGOCIO

4.1 Fundamentación

El portafolio de servicios de Insignia se basa en el Modelo de Comunicación Institucional de Joan Costa (Costa, J.2006) que pretende generar empoderamiento de los diferentes públicos desde el fortalecimiento de cuatro hitos importantes de la siguiente manera:

Imagen: Modelo Joan Costa

Por su parte, el “Modelo NTE (Nueva Teoría Estratégica) de los siete cambios” (Pérez, R. 2007) también se verá articulado en la prestación de los tres servicios específicos que ofrece Insignia. Dicho modelo, de la autoría del teórico Rafael Alberto Pérez hace referencia a las transformaciones internas que las empresas deben tener presentes para lograr una mejor productividad con sus colaboradores y para obrar estratégicamente ante sus públicos objetivos.

4.2 Descripción de la Empresa

4.2.1 Nombre idea de negocio

Insignia GC Comunicaciones

Consultora en servicios de comunicación

4.2.2 RAZÓN SOCIAL

Insignia GC Comunicaciones

Consolidación legal de la empresa

Para constituir a Insignia GC Comunicaciones legalmente como empresa ante la Cámara de Comercio de Bogotá, se deben tener en cuenta los siguientes requisitos:

1. Asesoría: idea de negocio apoyada y respaldada por la Universidad Santo Tomás.
2. Documentos necesarios: para registrarse ante la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB) se requiere el original del documento de identidad de las dos profesionales, formulario del Registro Único Tributario RUT, formulario Registro Único Empresarial y Social (RUES).

3. Nombre del establecimiento: al matricular un establecimiento de comercio, se debe confirmar que el nombre de Insignia GC Comunicaciones no se encuentre registrado.

4. Actividad: especificar la actividad económica de la empresa.

5. RUT: El Registro Único Tributario (RUT), administrado por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN) que permite identificar a las personas naturales a cargo de la empresa.

6. Formalización: Registro Matrícula Mercantil Cámara de Comercio de Bogotá.

4.2.3 Nombre comercial

Insignia GC Comunicaciones

4.3 Planteamiento estratégico

IDENTIDAD CORPORATIVA

Misión:

Con profesionalismo y compromiso asesoramos, coordinamos, producimos y divulgamos estrategias de comunicación interna y externa directamente relacionadas con el posicionamiento de marca y óptima reputación que aportan en el cumplimiento de los objetivos corporativos para las PYMES de los diferentes sectores del mercado que requieran nuestros servicios.

Visión:

A largo plazo y en continuo crecimiento, posicionarnos como una organización líder en el campo de las comunicaciones integrales permanentemente reconocida como sinónimo de compromiso y cumplimiento con trabajo profesional, medido a través del impacto generado en los clientes.

Objetivos:

- Ser reconocidos como una empresa confiable y segura para los clientes a través del profesionalismo en la implementación de las Comunicaciones Integrales.

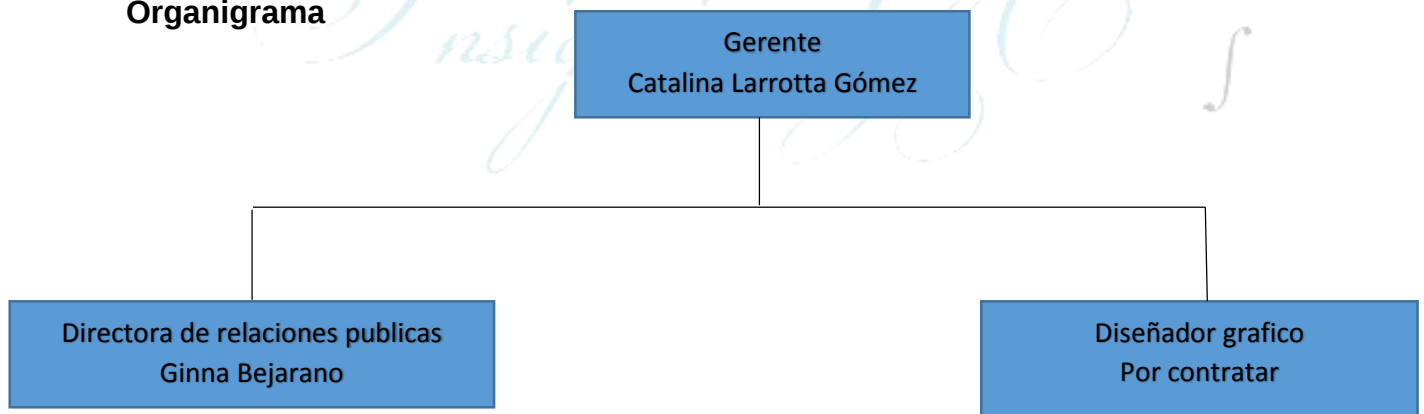
- Incluir en nuestro portafolio PYMES que se sientan identificadas con la calidad del servicio prestado y por la eficacia del trabajo suministrado.
- Contribuir en la visión empresarial de nuestros clientes a través de la implementación de estrategias comunicativas que maximicen positivamente la imagen corporativa de manera bidireccional.

Valores corporativos

Somos una empresa constituida con valores y principios que exaltan nuestro excelente trabajo en equipo.

- Honestidad y transparencia: son valores que resaltamos a la hora de ejecutar trabajos micro y macro a las diferentes entidades privadas o públicas.
- Responsabilidad y Cumplimiento: es la eficacia y el compromiso que tenemos con nuestros clientes a la hora de entregar nuestros productos comunicativos.

Organigrama



4.4 Postura ética

Mediante la formación humanista cultivada en la academia, nos caracterizamos por ser una empresa transparente, honesta y comprometida con el pacto de responsabilidad adquirido con las pymes que acuden a nosotros como clientes, a través de la confidencialidad con la información suministrada en la fase de diagnóstico en el momento de hacer intervención dentro de la organización.

4.5 Descripción producto y servicio

Para todos los negocios, el acompañamiento y la dirección por parte de profesionales expertos marca el éxito y la visión corporativa de cada organización, por tal razón Insignia GC Comunicaciones es una empresa integral en el área de las comunicaciones que maneja tanto la comunicación interna, como la comunicación externa y lo relacionado con branding que mantiene una oferta para este sector y ofrece una variedad de estrategias en comunicación, dependiendo del tipo de negocio al que pertenezca la empresa, siempre enfocándose en el cumplimiento del objetivo corporativo de la misma.

La empresa tendrá como objeto la comunicación integral desde la prestación de tres servicios específicos: comunicación interna desde la producción y dirección de videos institucionales, implementación de capacitaciones en temas de interés corporativo; comunicación externa desde la generación de contenidos en Social Media y organización de eventos sociales e institucionales; activaciones de marca desde el manejo de todo tipo de eventos de protocolo, relaciones públicas, asesoría y consultoría sobre el desarrollo de cualquier actividad a fin o similares a esta.

Las empresas que acuden a Insignia GC Comunicaciones cuentan con la garantía de contar con servicios de la más alta calidad en lo que se refiere a contenidos y asesorías en cuanto a comunicación corporativa.

El buen manejo y uso de la comunicación en las organizaciones no debería pensarse como un lujo corporativo, sino como una poderosa herramienta de gestión que contribuye de manera estratégica en la generación de reputación, posicionamiento de productos, visibilidad de negocio, credibilidad de la compañía, entre muchas más, a la que pueden acceder todas las empresas sin importar su clasificación en tamaño, sector o actividad.

Por tal motivo, Insignia GC Comunicaciones trabaja especialmente para las PYMES brindándoles la posibilidad de recibir acompañamiento profesional en el manejo de la Comunicación Integral de sus empresas, en comparación con otras agencias de comunicaciones que sólo se involucran con grandes organizaciones y se centran en una sola dependencia de este campo.

4.7 La Comunicación y su aporte en la idea de negocio

La inmersión en el mundo virtual desde las redes sociales como estrategia de *branding* y posicionamiento de marca pasan a ser un canal de comunicación directo con todos los *stakeholders* como un espacio de realimentación, en donde los flujos de información y opinión se atienden de manera inmediata y a su vez, se convierten en insumo para el diseño de estrategias comunicativas que aporten en la mejora de calidad de servicio en las empresas de los diferentes sectores del mercado.

La Comunicación Externa es el espejo que refleja la Cultura Organizacional de cualquier empresa que depende del trabajo en conjunto de sus colaboradores para generar resultados, su presencia de marca le permite mantenerse a la vanguardia en el sector en cuanto a la competencia que su ausencia en redes, haciendo parte en la innovación dentro de la web 2.0.

Los clientes de Insignia Comunicaciones contarán con una oferta de servicio estructurada teóricamente desde las posturas de Italo Pizzolante a partir de los lineamientos de “La comunicación corporativa y estratégica a una sociedad responsable” (2010) que se enfocan hacia el liderazgo empresarial, a partir del compromiso y la lealtad que como firma debemos transmitir a nuestros públicos estratégicos, con el objetivo de crear y mantener credibilidad con la manera de obrar socialmente, relacionado con la postura ética de Insignia.

4.8 Marco legal

Las normas y leyes utilizadas que soportan y se aplican para el desarrollo y la realización; teniendo en cuenta la creación de una empresa en comunicaciones son las siguientes:

4.8.1. Código del comercio

Es el documento base para sociedades comerciales, se encuentra la descripción, reglamentación y generalidades de los distintos tipos de sociedades, incluida lógicamente la de responsabilidad limitada. Todos sus artículos son aplicables a la empresa en cualquier momento, a partir de su

creación. A continuación se mencionan los artículos que pueden considerarse más fundamentales:

- **Artículo 1.** Los comerciantes y los asuntos mercantiles se regirán por las disposiciones de la ley comercial, y los casos no regulados expresamente en ella serán decididos por analogía de sus normas.
- **Artículo 2.** En las cuestiones comerciales que no pudieren regularse conforme a la regla anterior, se aplicarán las disposiciones de la legislación civil.
- **Artículo 3.** La costumbre mercantil tendrá la misma autoridad que la ley comercial, siempre que no la contraríe manifiesta o tácitamente y que los hechos constitutivos de la misma sean públicos, uniformes y reiterados en el lugar donde hayan de cumplirse las prestaciones o surgido las relaciones que deban regularse por ella.

En defecto de costumbre local se tendrá en cuenta la general del país, siempre que reúna los requisitos exigidos en el inciso anterior.

- **Artículo 10.** Son comerciantes las personas que profesionalmente se ocupan en alguna de las actividades que la ley considera mercantiles.
La calidad de comerciante se adquiere aunque la actividad mercantil se ejerza por medio de apoderado, intermediario o interpuesta persona.
- **Artículo 25.** Se entenderá por empresa toda actividad económica organizada para la producción, transformación, circulación, administración o custodia de bienes, o para la prestación de servicios. Dicha actividad se realizará a través de uno o más establecimientos de comercio.
- **Artículo 98.** Por el contrato de sociedad dos o más personas se obligan a hacer un aporte en dinero, en trabajo o en otros bienes apreciables en dinero, con el fin de repartirse entre sí las utilidades obtenidas en la empresa o actividad social.
- **Artículo 100.** Se tendrán como comerciales, para todos los efectos legales las sociedades que se formen para la ejecución de actos o empresas mercantiles. Si la empresa social comprende actos mercantiles y actos que no tengan esa calidad, la sociedad será comercial. Las sociedades que no contemplen en su objeto social actos mercantiles, serán civiles.
Sin embargo, cualquiera que sea su objeto, las sociedades comerciales y civiles estarán sujetas, para todos los efectos, a la legislación mercantil.
- **Artículo 515.** Se entiende por establecimiento de comercio un conjunto de bienes organizados por el empresario para realizar los fines de la empresa. Una misma persona podrá tener varios establecimientos de

comercio, y, a su vez, un solo establecimiento de comercio podrá pertenecer a varias personas, y destinarse al desarrollo de diversas actividades comerciales.

4.8.2 Código civil colombiano

Las consideraciones que el código civil colombiano pone de manifiesto sobre las personas jurídicas.

- **Artículo 633.** Se llama persona jurídica, una persona ficticia, capaz de ejercer derechos y contraer obligaciones civiles, y de ser representada judicial y extrajudicialmente.
Las personas jurídicas son de dos especies: corporaciones y fundaciones de beneficencia pública. Hay personas jurídicas que participan de uno y otro carácter.

4.8.3 Constitución política de Colombia

Estos artículos se relacionan y tratan el derecho al reconocimiento de ser persona jurídica, el derecho de libre asociación de personas para el desarrollo de actividades y la promoción de la cultura en sus diversas manifestaciones.

- **Artículo 14.** Toda persona tiene derecho al reconocimiento de su personalidad jurídica.
- **Artículo 15.** Todas las personas tienen derecho a su intimidad personal y familiar y a su buen nombre, y el Estado debe respetarlos y hacerlos respetar. De igual modo, tienen derecho a conocer, actualizar y rectificar las informaciones que se hayan recogido sobre ellas en bancos de datos y en archivos de entidades públicas y privadas.
En la recolección, tratamiento y circulación de datos se respetarán la libertad y demás garantías consagradas en la Constitución.
La correspondencia y demás formas de comunicación privada son inviolables. Sólo pueden ser interceptadas o registradas mediante orden judicial, en los casos y con las formalidades que establezca la ley.
- **Artículo 38.** Se garantiza el derecho de libre asociación para el desarrollo de las distintas actividades que las personas realizan en sociedad.
- **Artículo 58.** Se garantizan la propiedad privada y los demás derechos adquiridos con arreglo a las leyes civiles, los cuales no pueden ser desconocidos ni vulnerados por leyes posteriores.
- **Artículo 70.** El Estado tiene el deber de promover y fomentar el acceso a la cultura de todos los colombianos en igualdad de oportunidades, por medio de la educación permanente y la enseñanza científica, técnica, artística y profesional en todas las etapas del proceso de creación de la identidad nacional.

La cultura en sus diversas manifestaciones es fundamento de la nacionalidad. El Estado reconoce la igualdad y dignidad de todas las que conviven en el país. El Estado promoverá la investigación, la ciencia, el desarrollo y la difusión de los valores culturales de la Nación.

- **Artículo 103.** Son mecanismos de participación del pueblo en ejercicio de su soberanía: el voto, el plebiscito, el referendo, la consulta popular, el cabildo abierto, la iniciativa legislativa y la revocatoria del mandato. La ley los reglamentará.

El Estado contribuirá a la organización, promoción y capacitación de las asociaciones profesionales, cívicas, sindicales, comunitarias, juveniles, benéficas o de utilidad común no gubernamentales, sin detrimento de su autonomía con el objeto de que constituyan mecanismos democráticos de representación en las diferentes instancias de participación, concertación, control y vigilancia de la gestión pública que se establezcan.

- **Artículo 333.** La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley.

La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades.

La empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones. El Estado fortalecerá las organizaciones solidarias y estimulará el desarrollo empresarial.

4.8.4 Ley 1258 de 2008

Por la cual se crea la Sociedad por asociación simplificada. De esta forma se contempla:

1. Es menos tedioso su constitución, se crea con un documento privado debidamente autenticado en notaria, donde se especifica la responsabilidad y aporte de sus socios.
2. Pueden ser acciones ordinarias, acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto, acciones con voto múltiple, acciones privilegiadas, acciones con dividendo fijo o acciones de pago. Para ello se tendrá una norma distinta a la amparada en el código de Comercio vigente para las sociedades anónimas.
3. No es necesario tener una tiempo determinado de vigencia, de esta forma se minimizan costos de reformas estatutarias por caducidad de la sociedad.
4. El objeto social de *Insignia GC Comunicaciones* puede ser indeterminado, así es claro que no es concreto ni definido, por tal razón podrá avanzar en todas las expectativas de posicionamiento con múltiples servicios en una sola empresa.

5. El pago de capital puede diferirse hasta por dos años, dando plazo suficiente para estabilizarnos financieramente y lograr el equilibrio para invertir en nosotros mismos.

4.8.5 Ley 1429 de 2010

Por la cual se expide la ley de formalización y generación de empleo. De esta forma podrá *Insignia GC Comunicaciones* poner en práctica las siguientes apreciaciones de ley:

1. Para nosotros poder acceder a los beneficios económicos por parte del estado Colombiano debemos estar constituidos y amparados bajo los lineamientos que debemos cumplir ante la C.C.B.

5. DEFINICIÓN SERVICIO

5.1 SERVICIOS

La empresa tendrá como objeto la comunicación integral desde la prestación de tres servicios específicos: comunicación interna desde la producción y dirección de videos institucionales, implementación de capacitaciones en temas de interés corporativo; comunicación externa desde la generación de contenidos en Social Media y organización de eventos sociales e institucionales; activaciones de marca desde el manejo de todo tipo de eventos de protocolo, relaciones públicas, asesoría y consultoría sobre el desarrollo de cualquier actividad a fin o similares a esta.

Las empresas que acuden a Insignia GC Comunicaciones cuentan con la garantía de contar con servicios de la más alta calidad en lo que se refiere a contenidos y asesorías en cuanto a comunicación corporativa.

El buen manejo y uso de la comunicación en las organizaciones no debería pensarse como un lujo corporativo, sino como una poderosa herramienta de gestión que contribuye de manera estratégica en la generación de reputación, posicionamiento de productos, visibilidad de negocio, credibilidad de la compañía, entre muchas más, a la que pueden acceder todas las empresas sin importar su clasificación en tamaño, sector o actividad.

5.2 PLUS CORPORATIVO

Insignia GC Comunicaciones trabaja especialmente para las PYMES brindándoles la posibilidad de recibir acompañamiento profesional en el manejo de la Comunicación Integral de sus empresas, en comparación con otras

agencias de comunicaciones que sólo se involucran con grandes organizaciones y se centran en una sola dependencia de este campo.

5.3 CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO

Comunicación Interna:

- Elaboración del ADN de la empresa
- Elaboración de estrategia de para fortalecimiento de cultura organizacional

Comunicación Externa:

- Manual de crisis
- Entrenamiento de voceros
- Estrategia de posicionamiento en redes sociales
- Implementación de la estrategia de redes sociales

Activación de marca:

- Elaboración de estrategia del evento
- Diseño de piezas visuales (pendones, mailing, invitaciones, volantes)
- Impresión de piezas visuales (varía de acuerdo a la cantidad de impresión)
- Adecuación de escenografía del evento – mano de obra

Servicios en complemento

Comunicación sobre ruedas

- Elaboración del ADN de la empresa
- Elaboración de estrategia de para fortalecimiento de cultura organizacional
- Manual de crisis
- Entrenamiento de voceros Estrategia de posicionamiento en redes sociales
- Implementación de la estrategia de redes sociales
- Elaboración de estrategia del evento
- Diseño de piezas visuales (pendones, mailing, invitaciones, volantes)
- Impresión de piezas visuales
- Adecuación de escenografía del evento – mano de obra

Comunicación Reputaciona

- Elaboración de estrategia del evento
- Diseño de piezas visuales (pendones, mailing, invitaciones, volantes)
- Impresión de piezas visuales (varía de acuerdo a la cantidad de impresión)
- Adecuación de escenografía del evento – mano de obra
- Manual de crisis
- Entrenamiento de voceros

- Estrategia de posicionamiento en redes sociales
 - Implementación de la estrategia de redes sociales
-

5.4 Productos o servicios similares en el mercado

- Guiomar Jaramillo Comunicaciones
- Dattis comunicaciones
- Grupo 13 comunicación y estrategia

5.5 Registro de empresas que trabajan en el mismo sector

- Guiomar Jaramillo Comunicaciones
- Dattis comunicaciones
- Grupo 13 comunicación y estrategia

5.6 Aporte del modelo de negocio en términos de innovación

Para todos los negocios, el acompañamiento y la dirección por parte de profesionales expertos marca el éxito y la visión corporativa de cada organización, por tal razón **Insignia GC Comunicaciones** es una empresa **integral en el área de las comunicaciones** que maneja tanto la comunicación interna, como la comunicación externa y lo relacionado con *branding* que mantiene una oferta para este sector y ofrece una variedad de estrategias en comunicación, dependiendo del tipo de negocio al que pertenezca la empresa, siempre enfocándose en el cumplimiento del objetivo corporativo de la misma.

6. EQUIPO DE TRABAJO Y SISTEMA DE NEGOCIO

6.1 Equipo de trabajo

Insignia GC Comunicaciones cuenta con dos profesionales expertas en el manejo integral de los medios de comunicación, para que desde esta práctica se exalten las propuestas novedosas frente a la competencia desde las **Comunicaciones Integrales**.

- **Catalina Larrotta Gómez**
Comunicadora social con énfasis en Organizacional
Gerente

Conocimientos en comunicación estratégica relacionada al ámbito empresarial en procesos internos y externos, investigación aplicada participativa en ambiente organizacional para la elaboración de matriz FADO, análisis de contenidos y medios en la organización, diseño y estructura de Planes Estratégicos de Comunicación Organizacional.

- **Ginna Bejarano Pinzón**

Comunicadora social con énfasis en Conflicto

Directora de Relaciones Públicas

Aptitudes y conocimiento para la realización de proyectos en áreas deportivas, educativas y sociales dirigidas a la comunidad y la empresa privada. Especial sensibilidad ante el tema social y el desarrollo sostenible en las comunidades. Excelente relacionista pública, administradora con énfasis en el tema de gestión empresarial. Conocimiento en manejo de medios y desarrollo de estrategias de comunicación.

A continuación, se especifican los roles que cumple cada una de las profesionales al interior de Insignia Comunicaciones que amplía los aportes que hacen a que la empresa cumpla a cabalidad con la misión y visión planteadas:

	Cargo	Rol	Habilidades que sobresalen
Catalina Larrotta Gómez	Gerente	Gerencial: Ejecutar la coordinación estratégica con respecto a los objetivos de la empresa; Visualizar posibles negocios con otros gremios y con la competencia.	Define la política comunicativa, establece estrategias de comunicación para lograr Objetivos y asume la responsabilidad de imagen y reputación corporativa dirigido a públicos internos y externos de la organización.
Ginna Bejarano Pinzón	Directora de Relaciones Públicas	RR.PP: Gerencia del Talento Humano de la empresa y relaciones públicas con los clientes desde el empoderamiento con la capacidad de interrelación y liderazgo.	Coordina los distintos programas de relaciones públicas a desarrollarse, organiza eventos tanto públicos como privados, atiende y acompaña clientes – proveedores. Se encarga de construir y gestionar la imagen de la empresa de cara al público en general y a los medios de comunicación.

Insignia GC Comunicaciones es consciente que para su mantenimiento en el mercado y su funcionamiento a cabalidad es necesario contar con un grupo consolidado de personal que desde el cumplimiento de sus roles específicos, aporten a la estabilidad de la empresa. Los proveedores, socios y compradores que allí encontramos la entidad los clasifica de acuerdo a nuestra necesidad. Anexamos el correo con los costos que ello implica y el formulario de la solicitud que radicamos para la obtención de la información según necesidad. El mapa de *stakeholders* de la empresa está graficado de la siguiente manera:

6.2 Red de contactos

6.3 Aliados del negocio

6.4 Ventajas de la alianza

	Clientes	Proveedores	Aliados estratégicos comerciales	Colaboradores
Insignia GC	Medianas y pequeñas empresas matriculadas en 2014 ante la Cámara de Comercio de Bogotá. (Listado detallado anexo)	Empresas dedicadas a Actividades de servicios S94-96 (Descripción otorgada por la Cámara de Comercio de Bogotá anexa)	Microempresas con activos entre 0 y 500 SMMLV que necesitan alianzas estratégicas para desarrollar su labor.	Diseñador gráfico: Para crear sistemas de identidad corporativa, piezas publicitarias, páginas Web entre otros.
	Medianas y pequeñas empresas renovadas en 2014 ante la Cámara de Comercio de Bogotá. (Listado detallado anexo)		Empresas con activos superiores a 30.000 SMMLV que requieran una alianza	Social Media Manager: encargado de gestionar, construir y moderar comunidades en Internet, a través del constante contenido en Redes Sociales.
			Insignia encuentra en estas alianzas una posibilidad de relacionamiento público y reconocimiento de marca al mostrar las actividades que realiza y resaltando los beneficios que la contraparte adquiere dependiendo al tipo de asociación pactado.	Modelos para protocolo en eventos: Hombres y mujeres con carisma y buena actitud para manejar lanzamientos de marca.

7. PLAN DE MERCADEO

7.1 EL CLIENTE

Caracterización de los clientes	Dispro bordados Luikan	Pollos Gales	ANG Ingeniería
Sector de la empresa	Textil	Alimentos cárnicos	Asesoría en ingeniería
Representante Legal	Nubia Huertas	Ángel Macías	Jaime Aceros
Tiempo de constitución	9 años	12 años	1 año
Privada o Publica	Privada	Privada	Privada
Régimen de la microempresa	Régimen simplificado	Régimen simplificado	Régimen común
Diagnóstico	El representante de esta microempresa relaciona la comunicación con la adquisición de nuevos clientes a través del “voz a voz”, sin embargo no ha implementado canales oficiales para acercarse a ellos. Además, menciona que por falta de tiempo no maneja redes sociales para su empresa.	El representante de esta microempresa En el ejercicio del negocio no ve la importancia de la comunicación porque para él “los productos se venden solos”. Se debe potencializar el uso del canal de comunicación (teléfono) induciendo la estrategia hacia la ampliación de la ruta de domicilios para la consecución de clientes.	El representante de esta microempresa es consciente de la importancia que la comunicación aplica en el crecimiento de su negocio. Además, tiene identificado que la página web y el uso de redes sociales son estrategias que se acoplan como un canal de comunicación directo con sus clientes.

Luego de aplicar las entrevistas como herramienta de medición, se evidencia, que en los años de constitución y sostenimiento de algunas microempresas no han sido necesarias la implementación de canales digitales o la inversión en publicidad, pues atribuyen los alcances al trabajo de sus dueños quienes han sido la fuente para el ascenso del negocio.

Los microempresarios tienen una visión de negocio ambiciosa y con proyecciones de mejora que se convierten en un insumo para alcanzar el crecimiento empresarial. A partir de este planteamiento es prioridad para *Insignia GC* crear la necesidad en los clientes de ver la comunicación como una pieza fundamental en el éxito de su negocio, haciéndola reconocer como una herramienta de relacionamiento con sus públicos estratégicos mediante el contacto con nuevas tecnologías que les permitirán mejorar su productividad y competitividad.

La principal estrategia de comunicación es la de generar la necesidad en los clientes de que la comunicación es la pieza fundamental para el crecimiento de la microempresa, esto mediante la proyección de videos testimoniales donde los clientes de los diferentes sectores de negocio mencionen las expectativas que tienen en cuanto al consumo de los servicios y/o productos ofrecidos por las microempresas, convencer a los representantes de las mismas de que una estrategia de comunicación es el soporte de consecución de las necesidades que expresan los consumidores además que esto permite que aumenten las ganancias y se proyecte a futuro un plan de crecimiento empresarial.

Para lograr la atención de sus clientes, Insignia Comunicaciones repartirá personalmente las invitaciones al desayuno de acercamiento a los microempresarios seleccionados, la cual incluirá un *filmminuto* en el cual se ofrece el servicio de consultoría de la empresa y se exponen los principales alcances que traerá como beneficio el hecho de adquirir la asesoría de comunicación.

En el desarrollo del desayuno, mediante la metodología de *storytelling* (popularizado en el marketing como una herramienta para conectarse con las audiencias, salirse de la manera acartonada y fría de hablar de negocios, y lograr mayor empatía con clientes potenciales) se proyectarán las ventajas que adquieren las microempresas que contraten el servicio de coordinación,

producción y divulgación de sus productos en los medios alternativos y convencionales de la comunicación que como consulta Insignia GC les ofrece.

La segunda estrategia prevista por Insignia consiste en el acercamiento con sus clientes con la construcción de escenarios diferentes a los de una oficina para la creación de actividades en beneficio con los objetivos del negocio, a través de la invitación a un 'desayuno de cercanía' con pequeños grupos de microempresarios (previamente seleccionados como futuros clientes potenciales) con el fin de lograr un primer acercamiento en donde podrán conocer cómo beneficiar sus empresas a través de la comunicación, directamente relacionado a la prestación de un mejor servicio a sus clientes, integrando estrategias internas y externas que abarquen todo el negocio, haciendo énfasis en los costos de la consultoría ofrecida por nuestra empresa.

7.2 LA COMPETENCIA

El buen manejo y uso de la comunicación en las organizaciones no debería pensarse como un lujo corporativo, sino como una poderosa herramienta de gestión que contribuye de manera estratégica en la generación de reputación, posicionamiento de productos, visibilidad de negocio, credibilidad de la compañía, entre muchas más, a la que pueden acceder todas las empresas sin importar su clasificación en tamaño, sector o actividad.

Por tal motivo, Insignia GC Comunicaciones trabaja especialmente para las pymes brindándoles la posibilidad de recibir acompañamiento profesional en el manejo de la comunicación integral de sus empresas, en comparación con otras agencias de comunicaciones que sólo se involucran con grandes organizaciones y se centran en una sola dependencia de este campo.

Competencia Directa

- **Guioamar Jaramillo Comunicaciones:** GJ Comunicaciones es una agencia colombiana de Relaciones Públicas que ofrece soluciones integrales en el área de la comunicación a empresas colombianas y multinacionales. Planifica, diseña, asesora y desarrolla procesos y

estrategias de comunicación basadas en las necesidades de cada cliente. (Cámara de Comercio de Bogotá, 2014)

Aliados Estratégicos

Los principales aliados estratégicos de Guiomar Jaramillo son consultoras de comunicación muy bien posicionadas a nivel norteamericano como latinoamericano, esto aporta mayor credibilidad en la misión de la empresa durante la consecución de sus clientes dando la posibilidad de ampliar el portafolio de aplicación de sus servicios.

- Pizzolante Comunicación Estratégica – Venezuela
- Sinergia Comunicaciones – Venezuela
- Branding – Ecuador
- Chucky Reina Comunicaciones – Venezuela
- Creativa Empresarial – Perú
- Minerbi y Silveria – Argentina
- The Jeffrey Group – Miami
- PR Newswire – Global
- Edelman – Miami
- MSL Andreoli – Brasil
- Tamer – Brasil

Sus clientes



INICIO QUIÉNES SOMOS QUÉ HACEMOS CLIENTES ALIADOS NOTICIAS CONTACTO

Clientes

Toma Café yanuba Frisby FABER-CASTELL LAS AMÉRICAS Deloitte. unicef CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA KARISMA AQUÍ VIVE LA DEMOCRACIA Simplex® sanar. Niños con Cáncer Parque PANAGA Región Cafetera - Colombia

Marzo 05 Marzo 06 Marzo 07

Festival Gastronómico Peruano - Hotel Augusta - SAN
Restaurante / BD Promotores

ASSOCIATION OF LA SALLE UNIVERSITIES. Encuentro Internacional - Universidad de la Salle

FAM Trip Karisma Hotels & Resorts en Riviera Maya

Visita a la planta de OMA Equipo Toma Café

Gira de medios en Bogotá y Cartagena "Cartagena International Boat Show"

Rueda de Prensa Equilibrio de Poderes en Hotel las Américas (Atrio vial, sector Cielo Mar). Pabellón la niña - 12:30

www.giccomunicaciones.com/index.php/clientes

DATTIS Consultores en comunicación

CONSULTORES EN COMUNICACIÓN LOGIN CONTACTENOS

LA FIRMA EQUIPO ESTRATÉGICO METODOLOGÍA ÁREAS DE PRÁCTICA UNIDADES ESPECIALIZADAS BLOG DATTIS

La productividad en las organizaciones, también un tema de **comunicación**

Productividad en las organizaciones, también un tema de comunicación

Colombia está dentro de los países con más bajo nivel de productividad en Latinoamérica. La comunicación organizacional, un factor clave. [Ver más información](#)

CALENDARIO

ENCONTRAR EVENTOS POR FECHA

ABRIL 2015								
<<	L	M	M	J	V	S	D	>>
			1	2	3	4	5	
	30	31						
	6	7	8	9	10	11	12	
	13	14	15	16	17	18	19	

BLOG DATTIS

marzo 05, 2015

Productividad en las organizaciones, también un tema de comunicación

Parece increíble pensar que, de acuerdo con los resultados de 2014 del indicador de productividad laboral del Conference...

marzo 05, 2015

La identidad desconocida

En el proceso de construcción de una óptima reputación la identidad corporativa juega un papel clave. ¿por qué?

ACCESO CLIENTES

Usuario

Clave

Enviar

- **Dattis Comunicaciones:** la labor de Dattis es ayudar a las compañías a enfrentar sus retos de comunicaciones de manera alineada con la gestión corporativa, explorar nuevas oportunidades de relacionamiento, diseñar mecanismos para administrar su reputación y establecer

herramientas para construir, organizar y maximizar el retorno de las relaciones con sus grupos de interés.¹

Aliados estratégicos

Dattis ha consolidado una red de aliados en Latinoamérica: Brasil, Argentina, Chile, Ecuador, Perú, Centroamérica, Panamá, México y Venezuela.

Este grupo de compañías se complementa con Estudio de Comunicación en España y Brunswick Group compañía especializada en comunicaciones financieras con sede en 17 ciudades alrededor del mundo incluyendo Londres, Nueva York y Washington.

DATTIS
Consultores en comunicación

CONSULTORES EN COMUNICACIÓN LOGIN CONTACTENOS

LA FIRMA EQUIPO ESTRATÉGICO METODOLOGÍA ÁREAS DE PRÁCTICA UNIDADES ESPECIALIZADAS BLOG DATTIS

Home > La Firma > Aliados Estratégicos

LA FIRMA

DESCRIPCIÓN

ALIADOS ESTRATÉGICOS

Aliados estratégicos

A lo largo de su trayectoria Dattis ha consolidado una red de aliados en Latinoamérica experto en la gestión de las comunicaciones, con quienes es posible desarrollar proyectos de alcance regional. De esta manera por medio de Dattis es posible generar acciones de comunicación en Brasil, Argentina, Chile, Ecuador, Perú, Centroamérica, Panamá, México y Venezuela.

Este grupo de compañías se complementa con Estudio de Comunicación en España y Brunswick Group compañía especializada en comunicaciones financieras con sede en 17 ciudades alrededor del mundo incluyendo Londres, Nueva York y Washington.

2014 © DATTIS - TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS

LinkedIn

Sus clientes

Lo que hacemos

Imagen corporativa ▾

Comunicación interna ▾

Comunicación externa ▾

Experiencias



CONTACTO

Diego Forero, Gerente de Comunicación Visual

Email: diegoforero@dattis.com

- **Grupo 13 Comunicación y estrategia:** equipo de profesionales expertos en comunicación y pensamiento estratégico que trabaja para construir, gestionar y proteger la reputación corporativa como un activo que genera valor económico y social a las empresas, presente en 8 países de Latinoamérica, además hace parte de la Red Global de Relaciones Públicas EUROCOM y de la red Latam PR.


[Inicio](#)
[Quiénes Somos](#)
[Qué hacemos](#)
[Cómo lo hacemos](#)
[Dónde estamos](#)
[Nuestros Clientes](#)
[Boutique Creativa](#)







CONOCIMIENTO Y EXPERIENCIA

Hemos participado en los eventos empresariales más importantes de las últimas dos décadas: Democratización Accionaria de ISA, ECOPETROL Y ETB.

Tendencias

Comuníquese con los empleados si quiere ganar su lealtad



Sin importar si su empresa es grande o pequeña, tratar a los demás como usted mismo desearía ser tratado es una fórmula sencilla que facilita la comunicación interna en la organización y la hace más horizontal. "Decir siempre la verdad..."

[Read more](#)

Se le debe apostar a la inteligencia colectiva en las empresas



Los sistemas de gestión de ideas, cuando están bien estructurados, son una poderosa herramienta de comunicación de la estrategia y alineación corporativa. Al

Nuestros servicios

- Comunicación Corporativa
- Comunicación de Crisis
- Contenidos Editoriales
- Formación Profesional
- Comunicación On Line
- Eventos y Logísticas
- Comunicación Visual



ACCESO CLIENTES

INGRESE SUS DATOS

[Click aquí](#)

CONTACTO





Aliados

Estratégicos:

La red Latam PR, socio estratégico de las comunicaciones en América Latina, (México, Brasil, Venezuela, Panamá, Perú, Argentina y Chile) y en Europa, hacen parte de la Red Global de Relaciones Públicas.

ALIAZOS



La red Latam PR, socio estratégico de las comunicaciones en América Latina, (México, Brasil, Venezuela, Panamá, Perú, Argentina y Chile)



En Europa hacemos parte de la red global de relaciones públicas.

Sus clientes

A lo largo de nuestros 19 años, compañías nacionales e internacionales y de los sectores público y privado nos han escogido como sus aliados estratégicos.

Nuestros servicios

- Comunicación Corporativa
- Comunicación de Crisis
- Contenidos Editoriales
- Formación Profesional
- Comunicación On Line
- Eventos y Logísticas
- Comunicación Visual

Nuestros Clientes



[Inicio](#)

[Quiénes
Somos](#)

[Qué
hacemos](#)

[Cómo lo
hacemos](#)

[Dónde
estamos](#)

[Nuestros
Clientes](#)

[Boutique
Creativa](#)



• Diferencia del servicio frente a la competencia

	Insignia GC	Guimar Jaramillo	ProtoColombia
Estrategia	Comunicación integral en las áreas de: Posicionamiento de marca, protocolo, organización de eventos, comunicación y marketing.	Es una agencia colombiana de Relaciones Públicas que ofrece soluciones integrales en el área de la comunicación. Planifica, diseña, asesora y desarrolla procesos y estrategias de comunicación basadas en las necesidades de cada cliente	Agencia de modelos y producción de eventos con impulsadoras y promotoras. Realiza el montaje de todo tipo de eventos.
Diferencia	Por su amplio conocimiento del mercado incorporo en su portafolio todas las necesidades latentes en el mercado, los clientes del siglo XXI necesitan profesionalismo a través de un solo proceso de contratación.	Sus clientes actuales son de un perfil nacional e internacional que hace que las pequeñas y medianas empresas no entren en la lista de sus clientes.	La virtud de la empresa está ligada únicamente a la imagen estética de la persona como impulsadora de marca, dando a las empresas contratantes a buscar en otras lo que no es suplido por una sola.

Cabe destacar, que la diferencia con la que cuenta *Insignia GC* es la base de la estrategia para desarrollar a lo largo y ancho en la estructura de mejoras del negocio. Pues con ella se puede llegar al ofrecimiento de nuestros servicios en todas las áreas que tenemos como plus.

Análisis del entorno:

	Geográficamente	Demográficamente
Guimar Jaramillo	Está ubicada en la ciudad de Bogotá en la Localidad 1 de Usaquén, junto al centro comercial Hacienda Santa Bárbara, a su alrededor se encuentran ahora los tres edificios empresariales que aunque en su interior albergan grandes empresarios e inversionistas extranjeros, no fue a través de su cercanía que ha tenido tan esplendidos clientes, ya que allí lleva desde su fundación en el año de 1983. GJ comunicaciones Av 7 # 113-16 - Piso 4	Dicha empresa está posicionada por las empresas a las cuales les ha prestado su trabajo, como unas de las más prestigiosas del país. Coca Cola, Faber Castell, Audi entre otras tantas demuestran su éxito.
ProtoColombia	Esta empresa se encuentra en el barrio La esmeralda de la Localidad de Chapinero, se encuentra en un barrio netamente familia, su estructura he interior dan luz de hogar y no empresarial. A 10 min de allí, se encuentra sobre la calle 53 el conglomerado de rumba de Galerías, el cual en su momento podría haber sido un escenario de trabajo para la empresa que desarrollo como estrategia el impulsar una marca.	Su desempeño se ven reflejados en su mayoría en las áreas de licores y bebidas energizante, todo lo pertinente con la rumba y sus afines. Pues es el escenario apropiado para hacer alarde de la belleza de sus modelos e impulsores.

La descripción demográfica pretende hacer público el perfil y el nicho al cual *Insignia GC* debe llegar con estrategias que ampliamente desarrollara en cada uno de los casos específicos. No todo es para todos, sin embargo geográficamente son homogéneos, pues todos radican en su mayoría con iniciativas en comunicaciones pero en diferentes espacios y de diferentes formas, es por esa razón que, el plus con el cual contamos revolucionara las necesidades que el mercado durante muchos años ha tenido y espera suplir en una sola empresa integral.

Para la Cámara de Comercio de Bogotá, las micro empresas tienen como finalidad la producción a baja escala con bajo costo de ganancias, sin embargo como política empresarial *Insignia GC*, es una empresa que durante su experiencia profesional ha hecho orgullosamente que los negocios, servicios y productos en los cuales ha trabajado mejoren sustancialmente sus rentabilidades.

7.3 Precio producto y/o servicio

Los servicios prestados por *Insignia GC Comunicaciones* están disponibles para las medianas y pequeñas empresas que requieran de la consultoría en Comunicación Interna, Comunicación Externa y Activaciones de Marca, ofreciendo a los clientes una cuota moderada mensual, diseñada especialmente para los empresarios que están emprendiendo con sus negocios y desean mejorar su reputación frente a la competencia.

Servicios individuales

Comunicación Interna:

- Elaboración del ADN de la empresa
- Elaboración de estrategia de para fortalecimiento de cultura organizacional

Total: \$1.500.000

Comunicación Externa:

- Manual de crisis
- Entrenamiento de voceros

- Estrategia de posicionamiento en redes sociales
- Implementación de la estrategia de redes sociales

Total: \$2.500.000

Activación de marca:

- Elaboración de estrategia del evento
- Diseño de piezas visuales (pendones, mailing, invitaciones, volantes)
- Impresión de piezas visuales (varía de acuerdo a la cantidad de impresión)
- Adecuación de escenografía del evento – mano de obra

Total activación de marca \$2.500.000

Servicios en complemento

Comunicación sobre ruedas

- Elaboración del ADN de la empresa
 - Elaboración de estrategia de para fortalecimiento de cultura organizacional
 - Manual de crisis
 - Entrenamiento de voceros Estrategia de posicionamiento en redes sociales Implementación de la estrategia de redes sociales
 - Elaboración de estrategia del evento
 - Diseño de piezas visuales (pendones, mailing, invitaciones, volantes)
 - Impresión de piezas visuales
 - Adecuación de escenografía del evento – mano de obra
-

Total: \$5.000.000 (cinco millones de pesos)

Comunicación Reputacional

- Elaboración de estrategia del evento
 - Diseño de piezas visuales (pendones, mailing, invitaciones, volantes)
 - Impresión de piezas visuales (varía de acuerdo a la cantidad de impresión)
 - Adecuación de escenografía del evento – mano de obra
 - Manual de crisis
 - Entrenamiento de voceros
 - Estrategia de posicionamiento en redes sociales
 - Implementación de la estrategia de redes sociales
-

Total: \$4.000.000 (Cuatro millones de pesos)

7.2 Precio del producto y/o servicio de la competencia.

La consultora de Comunicación Dattis ofrece un precio a sus clientes que oscila entre los **15 y 20 millones de pesos mensuales**, cada uno, como los relacionados a continuación:

- Manual de crisis
- Vocerías
- *Free press*
- Estrategias de comunicación
- Manejo de redes sociales
- Análisis de indicadores de medición
- Seguimiento a medios
- Relaciones con gobierno

7.3 Precio que el cliente está dispuesto a pagar

Las empresas como las personas tienen unas necesidades básicas que se deben suplir, ahora bien **Insignia GC** ofrece a sus clientes la mejor calidad en servicios de estrategias partiendo de sus niveles adquisitivos, sentimientos y emociones en cuanto a las necesidades de servicios que estos requirieran.

Para **Insignia GC**, las insuficiencias de la empresa son herramientas fundamentales que hacen que se estructure con los valores establecidos una cotización de acuerdo a la necesidad, aclarando al inversionista su costo y beneficio.

Es evidente que mientras la pequeña y mediana empresa esté en condiciones económicas estables quiere mejorar sustancialmente su productividad, visibilidad y rentabilidad, por esa razón invierte en una clase de servicios que vaya hacia el éxito de su negocio.

7.4.1 Medios de pago preferidos por los clientes

Insignia GC ofrece a sus clientes (5) cinco opciones de pago que podrán tomar según su conveniencia:

- ✓ 100% en efectivo o en Bonos Sodexho pass (Con esta forma de pago obtiene un 10% de descuento sobre la cotización)
- ✓ 70% para iniciar y 30% al finalizar (Con esta forma de pago obtienen un 5% de descuento sobre el valor cotizado)
- ✓ 50% al inicio y 50% al finalizar
- ✓ 30% al inicio, 25% a los 15 días y 45 % al final
- ✓ (Incremento del 5% sobre el valor cotizado)
- ✓ 25% al inicio, 25% a los 15 días, 25% a los 15 días siguientes y 25% al final (Incremento del 8% sobre el valor cotizado)

7.4 Canales de distribución del producto y Servicio

Canal directo

Insignia Comunicaciones piensa en la comodidad de los microempresarios de Bogotá, por lo cual ofrece un servicio personalizado a través de un canal de distribución directo que consiste en la visita a las instalaciones de quienes estén inscritos en su portafolio de clientes para prestar la consultoría en comunicación.

En citas previas con los clientes, se programarán encuentros tipo reunión para revisar las estrategias y planes de acción que requieren las pymes que acuden a la prestación del servicio de Insignia.

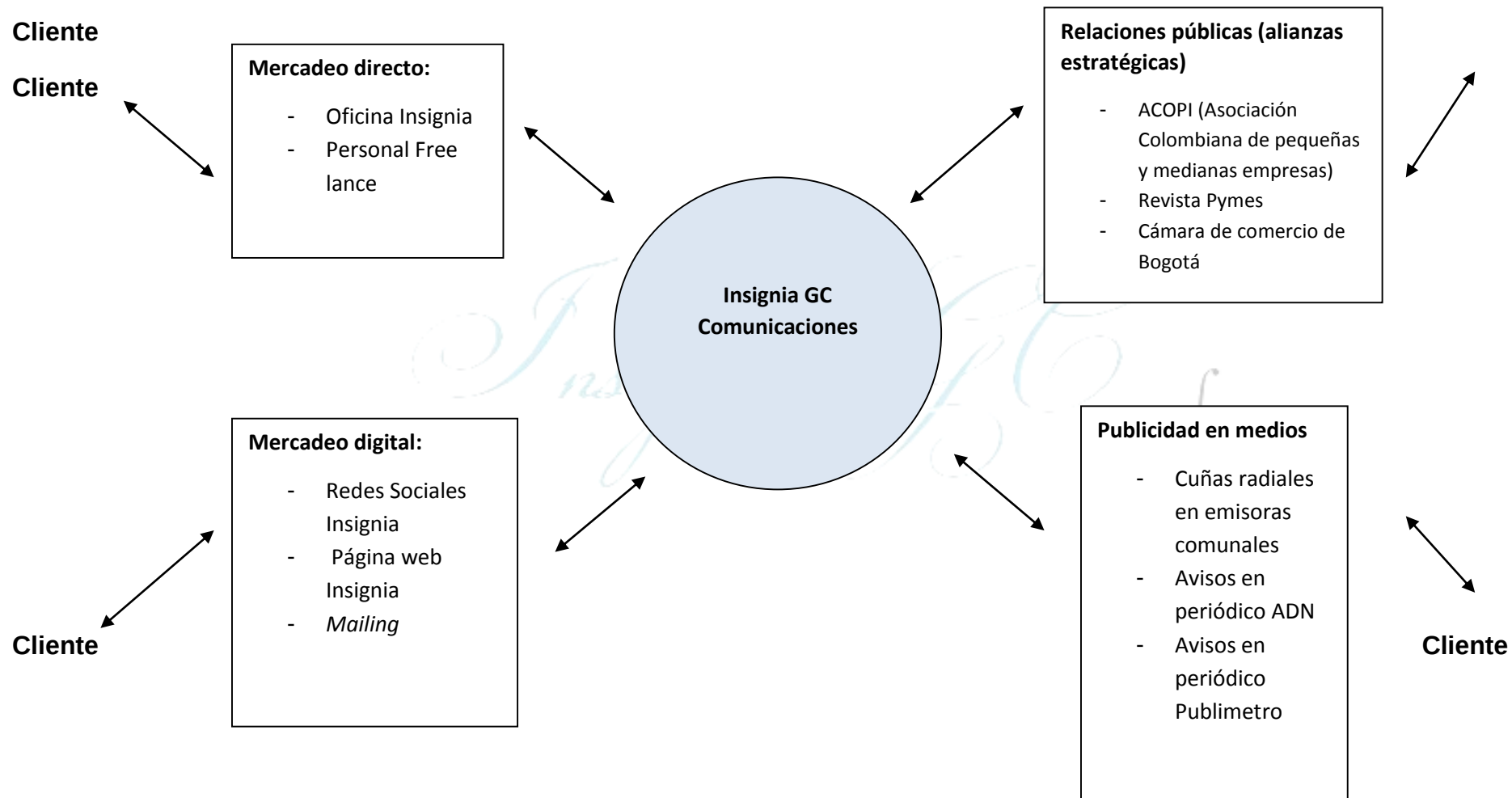
Por su parte, para el servicio de consultoría en Comunicación Externa, en lo referente a entrenamiento a voceros, se realizará en las instalaciones de Insignia Comunicaciones con el objetivo de contar con los escenarios apropiados y las herramientas necesarias para efectuar la actividad con éxito.

En las activaciones de marca y protocolo de eventos se tendrá el apoyo de intermediarios en vista a que este servicio requiere del transporte de equipos para adecuar escenografías y en casos específicos, llegar a diferentes lugares de acuerdo con la necesidad del cliente.

Insignia *GC* *s*

Insignia *GC* *s*

Insignia GC Comunicaciones más cerca de ti





Estrategia de posicionamiento

Insignia GC Comunicaciones es la empresa dedicada al asesoramiento, coordinación, producción y divulgación de estrategias de comunicación interna y externa directamente relacionadas con el posicionamiento de marca y óptima reputación que aportan en el cumplimiento de los objetivos corporativos para las pymes de los diferentes sectores del mercado, manejando las Comunicaciones Integrales.

Investigación

Según datos arrojados por la Asociación Colombiana de Medianas y Pequeñas Industrias (ACOPI) la mayoría de establecimientos en el país están siendo ocupados por una gran cantidad de micro, pequeñas y medianas empresas. “La Encuesta Anual Manufacturera nos permite valorar la incidencia de las pymes en el panorama empresarial colombiano. Representan el 96.4% de los establecimientos, aproximadamente el 63% del empleo; el 45% de la producción manufacturera, el 40% de los salarios y el 37% del valor agregado. Son más de 650.000 empresarios cotizando en el sistema de seguridad social”.

En consecuencia a lo pactado en el Artículo 1 de la ley Disposiciones para Promover el Desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (Ley 590, 2002), el Congreso de Colombia decreta incentivar el progreso integral de estas agrupaciones de comercio en consideración a sus aptitudes para la generación de empleo, el desarrollo regional, la integración entre sectores económicos para innovar y avanzar hacia una tendencia sostenible y competitiva en el país.

Planificación

La estrategia de posicionamiento de Insignia Comunicaciones estará basada en las características del servicio, resaltando los precios y la calidad del mismo. En este orden de ideas y partiendo en que el público objetivo son las pequeñas y medianas empresas, el medio de divulgación será por medio de internet, a través de la página web de la consultora y sus redes sociales, a través de una gestión de conocimiento permanente con información de interés donde resalte la importancia de la comunicación para lograr el emprendimiento de las empresas y el buen manejo de la misma.

Cada una de las cápsulas informativas enviadas por medios digitales reforzará la recordación del nombre de la consultora en comunicación y la calidad del servicio prestado ofreciendo atención personalizada a los microempresarios.

Durante la temporada de lanzamiento, el mensaje estará enfocado en ofrecer un servicio de alta calidad a un buen precio, por este motivo se mantendrán promociones especiales para las pymes que soliciten la consultoría en comunicación durante este periodo que se verán reflejadas en las modalidades de pago.

8. ANÁLISIS DE RIESGOS

Insignia GC	Descripción del riesgo	Impacto	Solución
Financieros	- Bajo capital económico para la producción impresa a gran escala. - Falta de capital en el momento de contratar personal para el posicionamiento de marca en los servicios que presta Insignia GC. - La base necesaria para	Los puntos anteriormente mencionados describen la solvencia económica que debemos tener para satisfacer las necesidades expuestas en nuestro portafolio de servicios y así poder competir con prestación y responsabilidad corporativa.	Desde la experiencia de Ana María Pardo, ejecutiva de cuenta de la Semilla Producciones; Al buscar un servicio siempre para concretar el negocio de edición o producción audiovisual entregan entre un 50 o 60% del valor neto del servicio prestado, para ello evalúan su hoja de experiencias y ruta de trabajo, sin embargo en contados casos han entregado únicamente al inicio un 30% para trabajos relativamente sencillos. Ana María expresa que su empresa jamás ha trabajado sin anticipos. Partiendo con que ya se tienen definidos unos clientes es necesario para dar inicio al servicio, solicitar un anticipo de máximo 50%, mínimo 30% de lo contratado con ellos. Pagar a los promovedores un 30% del anticipo entregado por los contratantes del trabajo para que de esta forma ellos también tengan solvencia económica para la realización de los insumos. Solicitar ante la Cámara de Comercio bajo el proyecto de creación de empresa sostenible una ayuda financiera que solventara las necesidades prioritarias para el buen funcionamiento y desarrollo de la empresa.

	iniciar el posicionamiento de nuestra empresa es de \$1.500.000 contando con la publicidad de la empresa, su registro ante Cámara de Comercio y la base de datos de futuros clientes.	• De no tener los recursos necesarios cabe la posibilidad de pérdida del cliente. • Si no se hace difícil conseguir los recursos podría nunca empezar la empresa.	
Legislativos	Desconocimiento legal para poder competir según los estándares de servicios de calidad ofrecidos hoy día por las diferentes empresas a nivel nacional e internacional que prestan un respaldo de credibilidad y experiencia en el	Si llegase a suceder que <i>Insignia GC</i> comunicaciones no está legalmente establecida, habría una gran probabilidad que los clientes dejaran de contratarla, pues para ellos el respaldo de constitución de empresa ante Cámara de comercio es sinónimo de responsabilidad, excelencia y trabajo.	• Ley 1258 de 2008: Por la cual se crea la Sociedad por asociación simplificada. De esta forma se contempla: 6. Es menos tedioso su constitución, se crea con un documento privado debidamente autenticado en notaria, donde se especifica la responsabilidad y aporte de sus socios. 7. Pueden ser acciones ordinarias, acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto, acciones con voto múltiple, acciones privilegiadas, acciones con dividendo fijo o acciones de pago. Para ello se tendrá una norma distinta a la amparada en el código de Comercio vigente para las sociedades anónimas. 8. No es necesario tener una tiempo determinado de vigencia, de esta forma se minimizan costos de reformas estatutarias por caducidad de la sociedad. 9. El objeto social de <i>Insignia GC Comunicaciones</i> puede ser indeterminado, así es claro que no es concreto ni definido, por tal razón podrá avanzar en todas las expectativas de posicionamiento con múltiples servicios en una sola empresa.

	trabajo. (Cámara de Comercio, Rut, Rup, etc.)		10. El pago de capital puede diferirse hasta por dos años, dando plazo suficiente para estabilizarnos financieramente y lograr el equilibrio para invertir en nosotros mismos. • Ley 1429 de 2010: Por la cual se expide la ley de formalización y generación de empleo. De esta forma podrá <i>Insignia GC Comunicaciones</i> poner en práctica las siguientes apreciaciones de ley: 2. Para nosotros poder acceder a los beneficios económicos por parte del estado Colombiano debemos estar constituidos y amparados bajo los lineamientos que debemos cumplir ante la C.C.B. Beneficios de la Ley: <i>“Diseñar y promover programas de microcrédito y crédito orientados a empresas del sector rural y urbano, creadas por jóvenes menores de 28 años Técnicos por competencias laborales, técnicos profesionales, tecnólogos o profesionales, que conduzcan a la formalización y generación empresarial, y del empleo, para lo cual utilizará herramientas como: incentivos a la tasa, incentivos al capital, periodos de gracia, incremento de las garantías financieras que posee el Estado y simplificación de trámites”.</i> <i>“Los montos de los apoyos y las condiciones de reembolso estarán sometidos al logro de los objetivos previstos por el proyecto productivo o empresarial que se desarrolle. El Gobierno Nacional, en cada uno de los sectores, definirá mediante reglamento los criterios para su aplicación e implementación”.</i> Todo lo anterior soluciona necesidades básicas que tienen las personas en la conformación empresarial que amerita de unas ayudas existentes.
Mercado	Incremento de la competencia	Los altos índices de empresas prestadoras de múltiples servicios en comunicaciones, ha ocasionado que los precios en el mercado sean a bajo costo y los	Líneas de acción frente a estas deficiencias son: 1. Establecer un dialogo con el cliente que cautive y se enamore de la pulcritud y profesionalismo a la hora de trabajar 2. Organizar paquetes de contenido de servicios y formas de pago que beneficien al cliente a la hora de trabajar con nosotros.

		clientes dejen de ver sus trabajos por el profesionalismo y la experiencia y sí por su menor cuantía.	3. Dar a conocer los servicios de <i>Insignia GC Comunicaciones</i> con los clientes satisfechos, haciendo que de los buenos trabajos se multipliquen los futuros. 4. Dar una garantía por la efectividad de lo realizado durante de un año luego de haber concluido el trabajo. 5. Proporcionar una base datos confiable de los clientes a la cual le pueden prestar sus servicios, así tendrán más clientes y mejores dividendos.
--	--	---	---



9. PLAN FINANCIERO

9.1 Inversión mínima requerida para iniciar operaciones

Los gastos aquí relacionados corresponden a las necesidades básicas que debe cumplir Insignia GC para entrar en las dinámicas del mercado existente. La inversión mínima oscila alrededor de \$30.000.000 (treinta millones de pesos), teniendo en cuenta el modelo de negocio y los planes de trabajo que demandan más de inversión intelectual que financiera.

El monto total mencionando anteriormente será distribuido de la siguiente manera:

Activos fijos

Inversiones fijas		
Concepto	Valor Unitario	Valor Total
Inversión tecnológica	\$20.000.000	\$20.000.000
Base en efectivo	\$8.000.000	\$8.000.000
Gastos de constitución	\$2.000.000	\$2.000.000
Total inversiones fijas		\$30.000.000

Inversión Tecnológica			
Concepto	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Escritorio	3	\$ 200.000	\$ 600.000
Silla escritorio	3	\$ 150.000	\$ 450.000
Sillas auxiliares	6	\$ 40.000	\$ 240.000
Teléfono fax	3	\$ 250.000	\$ 750.000
Archivador	2	\$ 250.000	\$ 500.000
Elementos de escritorio	varios	\$ 60.000	\$ 60.000
Elementos de aseo	varios	\$ 55.000	\$ 55.000
Elementos de cafetería	varios	\$ 85.000	\$ 85.000
Computador	3	\$ 2.000.000	\$ 6.000.000
Impresora	1	\$ 800.000	\$ 800.000
Software	2	\$ 1.800.000	\$ 3.600.000
Smartphones	3	\$ 800.000	\$ 2.400.000
Video beam	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Sonido	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
Otros activos	varios	\$ 1.460.000	\$ 1.460.000
Total activos tecnológicos			\$ 20.000.000

9.2 Tiempo establecido para la recuperación de la inversión

Debido a la variedad del portafolio de servicios ofrecidos por Insignia GC Comunicaciones, el tiempo estimado para la recuperación de la inversión es a dos años de acuerdo al pronóstico de ventas establecido, teniendo en cuenta que la meta son 60 clientes durante el primer año y 70 para el segundo, de la siguiente manera:

Ingresos							
		Valor servicio mensual	Periodo en años				
Servicios individuales			1	2	3	4	5
Comunicación Interna	\$ 1.500.000	\$ 90.000.000	\$ 105.000.000	\$ 120.000.000	\$ 7.200.000.000	\$ 150.000.000	
Comunicación Externa	\$ 2.500.000	\$ 150.000.000	\$ 175.000.000	\$ 200.000.000	\$ 225.000.000	\$ 250.000.000	
Activación de marca	\$ 2.500.000	\$ 150.000.000	\$ 175.000.000	\$ 200.000.000	\$ 225.000.000	\$ 250.000.000	
Servicios en complemento							
Comunicación sobre ruedas	\$ 5.000.000	\$ 300.000.000	\$ 350.000.000	\$ 400.000.000	\$ 450.000.000	\$ 500.000.000	
Comunicación reputacional	\$ 4.000.000	\$ 240.000.000	\$ 280.000.000	\$ 320.000.000	\$ 360.000.000	\$ 400.000.000	
Egresos							
Costos fijos		Valor servicio mensual	Total anual				
Pago arriendo oficina	\$ 2.000.000	\$ 24.000.000					
Servicios públicos	\$ 500.000	\$ 6.000.000					
Pago nómina	\$ 6.000.000	\$ 72.000.000					
Total	\$ 22.900.000	\$ 102.000.000					

9.3 Financiación externa de ser necesaria.

En vista a que al iniciar la idea de negocio no se cuenta con el capital necesario para que la empresa se ponga en marcha, Insignia GC Comunicaciones requiere una financiación externa distribuida de la siguiente manera:

- Crédito bancario

Se solicitará un crédito de \$30'000.000 millones de pesos, teniendo en cuenta la tasa de interés (27,10% E/A).

Insignia GC Comunicaciones, como empresa, se comprometerá a retribuir esta suma de dinero en un tiempo máximo de 48 meses.

9.4 Definición de costos fijos

Costos fijos	Valor servicio mensual
Pago arriendo oficina	\$ 2.000.000
Servicios públicos	\$ 500.000
Pago nómina	\$ 6.000.000
Total	\$ 8.500.000

Punto de equilibrio

Punto de equilibrio					
		Año	Valor Unitario	Costo fijo	PE
Servicios individuales					
Comunicación Interna	\$ 90.000.000	\$ 1.500.000	\$ 8.500.000	5,66666667	
Comunicación Externa	\$ 150.000.000	\$ 2.500.000	\$ 8.500.000	3,4	
Activación de marca	\$ 150.000.000	\$ 2.500.000	\$ 8.500.000	3,4	
Servicios en complemento					
Comunicación sobre	\$ 300.000.000	\$ 5.000.000	\$ 8.500.000	1,7	
Comunicación reputacion	\$ 240.000.000	\$ 4.000.000	\$ 8.500.000	2,125	

10. LIENZO MODELO DE NEGOCIO – CANVAS

Socios claves	Actividades claves	Propuesta de valor	Relación con clientes	Segmento de clientes
Como aliados estratégicos tendremos a la Cámara de Comercio de Bogotá, quien suministrará la información actualizada de las pequeñas y medianas empresas que se encuentren legalmente constituidas en la ciudad y estén registradas ante la entidad. Además de la financiación	- Exposición benchmarking (costos, beneficios, desventajas y aciertos) - Acompañamiento antes, durante y tres meses luego de la labor desarrollada por <i>Insignia GC</i>. - Acercamiento con los clientes a partir de acciones específicas (desayuno, visitas a sus domicilios) - Implementación de la comunicación sostenible en las pymes.	A partir del servicio de consultoría integral (comunicación interna y externa, posicionamiento y activación de marca) Insignia GC ofrece a sus clientes una comunicación sostenible que le generará rentabilidad a	La relación personalizada con los microempresarios será la metodología de acercamiento, a través de la visita a sus domicilios para hacer entrega del portafolio de servicios, invitaciones VIP para desayunos de negocio, entre otros, a manera de asistencia personalizada.	Pequeñas y medianas empresas, preferiblemente que estén ubicadas en Bogotá o municipios aledaños a la capital. Empresas que no tengan un rango mayor a 5 años de constitución y que aún no sean visibles para la competencia y los clientes potenciales.

externa bancaria que se requerirá para dar inicio al negocio.	Recursos claves - Recursos tecnológicos: Smartphones como insumo para el Community Manager; computadores como insumo de trabajo y para el Diseñador Gráfico; grabadora de periodista como insumo para el cubrimiento de los eventos; cámara de video como insumo para el cubrimiento de los eventos; micrófonos inalámbricos como insumo para el cubrimiento de los eventos; página web y redes sociales de Insignia GC Comunicaciones - Recursos físicos: Base de datos de cámara de comercio; automóvil como insumo para realizar visitas a los clientes; carpas tipo evento como insumo para la ambientación en la realización de eventos; pendones de diferentes dimensiones como insumo en el reconocimiento de marca; portafolio de servicios (brochure como respaldo en el momento de realizar las visitas a los clientes.	las pymes que adquieran nuestro servicio.	Canales Virtuales: redes sociales, página web. Alternativos: emisoras comunitarias, periódico ADN y Publimetro Físico: oficina de domicilio.	
Estructura de costo Teniendo en cuenta los costos de la competencia en cada uno de los servicios que se prestan por separado, creamos paquetes asequibles a cada una de las necesidades y posibilidades del cliente (comunicación interna y externa, posicionamiento y activación de marca), los cuales le dan a la empresa la posibilidad de financiarse mensualmente y lograr el punto de equilibrio por ser valores que logran financiar los costos fijos y variables adquiridos.		Fuente de ingreso Luego de identificar las necesidades y posibilidades económicas de nuestros clientes, ofrecemos dos paquetes de servicios que de acuerdo a sus intereses podrán escoger: - Servicios individuales: comunicación interna, comunicación externa, posicionamiento y activación de marca. - Servicios en complemento: comunicación sostenible, comunicación reputacional.		

Insignia GC ∫

Insignia GC ∫

CIBERGRAFÍA

- BusinessCol [en línea] Disponible en <http://www.businesscol.com/empresarial/pymes/> Recuperado el 22 de septiembre de 2014.
- Omnia Comunicación [en línea] Disponible en <http://www.omniacomunicacion.com/> Recuperado el 05 de octubre de 2014
- RAE Palabra Insignia [en línea] Disponible en <http://lema.rae.es/drae/?val=Insignia> Recuperado el 06 de octubre de 2014
- Revista digital Hoy [en línea] Disponible en <http://hoy.com.do/italo-pizzolante-de-la-comunicacion-corporativa-y-estrategica-a-una-sociedad-responsable/> Recuperado el 05 de octubre de 2014

BIBLIOGRAFÍA

- Cámara de Comercio de Bogotá (2014) Registro empresarial Guiomar Jaramillo Comunicaciones.
- Cámara de Comercio de Bogotá (2014) Registro empresarial Protocolombia.
- Cámara de Comercio de Bogotá (2014) Registro de medianas y pequeñas empresas en Bogotá.

Insignia GC S

*"Si tú no trabajas por tus sueños,
alguien te contratará para que trabajes por
los suyos"*

Steve Jobs

Insignia GC S