

**CARTA BLANCA, PERIODISMO INVESTIGATIVO**



**UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS**  
**PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA**

**AUTORES**

**CAMILO ACOSTA VILLADA**

**LUIS CAMILO CAÑÓN QUIROGA**

**JINETH ALEXANDRA GÁMEZ MORENO**

**UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS**

**DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES**

**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA LA PAZ**

**Bogotá D.C.**

**2017**

A todos los periodistas que dejan en alto el oficio. A todos los que ponen sobre sus hombros el peso de decirle a la sociedad lo que no quiere escuchar. A todos lo que, incluso, ponen su vida de por medio para ejercerlo.

## **Agradecimientos**

Este trabajo de grado contó con la participación de varias personas que aportaron en distintas medidas un impulso para que el proyecto que acá se plasma, y que se proyecta a futuro.

A nuestra tutora de emprendimiento, Ivonne Rosio Ortiz Ruiz, por su paciencia, dedicación, empeño y consejos que, tanto en lo profesional como en lo personal, nos ayudaron a inyectarle la disciplina y la dedicación que el último año de trabajo se vio reflejado en los resultados que se dieron.

A Juan Pablo Barrientos, periodista de La W Radio, que, con su experiencia, colaboración y consejos, impulsó tras bambalinas la realización de este proyecto que ha logrado con sus publicaciones impactar en la opinión pública.

A Yohir Akerman, columnista del diario El Espectador, quien fue el primer profesional del periodismo en hacer eco de los contenidos que logró este trabajo de grado llamado Carta Blanca.

Al portal Con La Oreja Roja que también nos abrió un espacio en su página para plasmar el resultado investigativo que en Carta Blanca se emitió, con el fin de darle más impacto.

A Sixto Alfredo Pinto, director del portal La Otra Cara (que comparte con Carta Blanca la independencia e investigación como línea editorial), por su ofrecimiento a una alianza informativa que ha dado como resultado un intercambio de información periodística de investigación, y por las publicaciones que han emitido con los trabajos hechos en Carta blanca.

A Jorge González, director de la Unidad Investigativa de Noticias Caracol, por su interés en una de las investigaciones reveladas por Carta Blanca y abrirnos un espacio para reproducirla en la emisión central de ese noticiero el 07 de marzo de 2017.

A Ignacio Gómez, subdirector de Noticias Uno, y Daniel Coronell, columnista de la revista Semana, por sus palabras de elogio, interés y apoyo para continuar con la iniciativa periodística independiente.

Y a todos los lectores de Carta Blanca, quienes nos han permitido conocer las opiniones, reacciones e impacto que con nuestras investigaciones hemos tenido en ellos. Finalmente, ellos son la razón de informar equilibradamente, sin sesgos y con profundidad.

## Tabla de contenido

|                                                                                       |           |
|---------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1. Nombre de la empresa .....</b>                                                  | <b>7</b>  |
| <b>2. Logo (justificación colores, medidas, tipografía) .....</b>                     | <b>7</b>  |
| 2.1 Colores .....                                                                     | 7         |
| 2.2 Tipografía y medidas.....                                                         | 8         |
| <b>3. Introducción .....</b>                                                          | <b>8</b>  |
| <b>4. El Negocio .....</b>                                                            | <b>9</b>  |
| <b>4.1 Fundamentación y descripción de la empresa.....</b>                            | <b>9</b>  |
| 4.1.1 Razón Social:.....                                                              | 12        |
| 4.1.2 Nombre comercial:.....                                                          | 13        |
| <b>4.2 Planteamiento estratégico.....</b>                                             | <b>13</b> |
| 4.2.1 Misión .....                                                                    | 13        |
| 4.2.2 Visión .....                                                                    | 13        |
| 4.2.3 Objetivos corporativos .....                                                    | 14        |
| 4.2.4 Valores Corporativos .....                                                      | 14        |
| 4.2.5 Organigrama .....                                                               | 15        |
| <b>4.3 Postura ética.....</b>                                                         | <b>15</b> |
| 4.3.1 Competencia.....                                                                | 15        |
| 4.3.2 Ámbito empresarial .....                                                        | 16        |
| 4.3.3 Clientes.....                                                                   | 17        |
| 4.3.4 Formación Humanística de la Universidad .....                                   | 17        |
| <b>4.4 Etapas del proyecto .....</b>                                                  | <b>18</b> |
| <b>4.5 La comunicación y su aporte a la idea de negocio .....</b>                     | <b>19</b> |
| <b>4.6 Marco legal.....</b>                                                           | <b>22</b> |
| <b>5. Definición y características de producto y/o servicio .....</b>                 | <b>28</b> |
| <b>5.1 Producto o servicio .....</b>                                                  | <b>28</b> |
| 5.1.1 Servicios .....                                                                 | 28        |
| 5.1.2 Productos.....                                                                  | 28        |
| <b>5.2 Plus o ventaja competitiva .....</b>                                           | <b>29</b> |
| <b>5.3 Productos o servicios similares .....</b>                                      | <b>30</b> |
| <b>5.4 Registro de empresas que trabajan en el mismo sector .....</b>                 | <b>31</b> |
| 5.4.1 La Silla Vacía.....                                                             | 31        |
| 5.4.2 Las 2 Orillas .....                                                             | 31        |
| 5.4.3 Confidencial Colombia .....                                                     | 32        |
| <b>5.5 Aporte del modelo de negocio en términos de innovación.....</b>                | <b>33</b> |
| <b>5.6 El producto y/o servicio y su representación como una solución única .....</b> | <b>34</b> |
| <b>6. Equipo de trabajo y sistema de negocio .....</b>                                | <b>35</b> |
| <b>6.2 Red de contactos .....</b>                                                     | <b>37</b> |
| <b>6.3 Aliados del negocio .....</b>                                                  | <b>37</b> |

|                                                                    |           |
|--------------------------------------------------------------------|-----------|
| 6.4 Ventajas de las alianzas.....                                  | 38        |
| 6.5 Recursos adicionales.....                                      | 40        |
| <b>7. Plan de mercadeo .....</b>                                   | <b>41</b> |
| 7.1 El cliente.....                                                | 41        |
| 7.1.1 Caracterización de los clientes o grupos potenciales .....   | 41        |
| 7.1.2 Razones por las que compra un cliente .....                  | 42        |
| 7.1.3 Estrategia comunicativa para la persuasión del cliente ..... | 49        |
| 7.2 La competencia .....                                           | 49        |
| 7.3 Precio producto y/o servicio .....                             | 57        |
| 7.3.2 Precio del producto y/o servicio de la competencia .....     | 62        |
| 7.3.3 Precio que el cliente está dispuesto a pagar .....           | 63        |
| 7.3.4 Métodos de pago preferidos por el cliente .....              | 63        |
| 7.3.5 Métodos de pago ofrecidos por el modelo de negocio .....     | 64        |
| 7.4 Canales de distribución del producto y/o servicio.....         | 64        |
| 7.4.1 Canales de distribución del producto y/o servicio .....      | 64        |
| 7.4.2 Canales de comunicación para llegar a los clientes .....     | 65        |
| 7.4.3 Estrategia de posicionamiento .....                          | 67        |
| <b>8. Análisis de riesgos .....</b>                                | <b>68</b> |
| <b>9. Plan financiero .....</b>                                    | <b>76</b> |
| 9.1 Inversión mínima requerida para iniciar operaciones.....       | 76        |
| 9.2 Tiempo establecido para la recuperación de la inversión .....  | 76        |
| 9.3 Financiación externa de ser necesaria.....                     | 77        |
| 9.4 Definición de:.....                                            | 77        |
| Costos fijos (mensuales).....                                      | 77        |
| Costos Variables.....                                              | 78        |
| Punto de equilibrio .....                                          | 78        |
| <b>10. Lienzo modelo de negocio - CANVAS.....</b>                  | <b>80</b> |
| <b>11. Bibliografía .....</b>                                      | <b>81</b> |
| <b>12. Cibergrafía.....</b>                                        | <b>81</b> |

## 1. Nombre de la empresa

Carta  
Blanca

## 2. Logo (justificación colores, medidas, tipografía)



### 2.1 Colores

¿Por qué el blanco y el negro? La elección de estos dos colores –neutrales- tiene una justificación que yace en la percepción y búsqueda del equilibrio: concepto que adquiere una importancia fundamental en el periodismo. La empresa Carta Blanca, como medio de comunicación alternativo, de carácter investigativo e independiente, se basa en la claridad de los contenidos periodísticos y comunicacionales que buscan la verdad. En este contexto empresarial, los colores negro y blanco reflejan el equilibrio que la organización presenta en sus entregas periodísticas; es decir,

que la información publicada tendrá el sello único de no mostrar los hechos a través de una sola mirada, sino que mostrará otra perspectiva del hecho y se brindarán los mismos espacios para demostrar la equidad de información dadas por las fuentes de información.

## **2.2 Tipografía y medidas**

La tipografía usada en el imago tipo tiene como finalidad reflejar una imagen profesional, pero a la vez moderna, esta cumple con la característica de generar equilibrio gracias al uso de colores neutros. La fuente utilizada es Ezzo Thin Alt, un estilo de letra que tiene como cualidad su fino trazo y brinda una mejor experiencia a la hora de visualizar la pieza gráfica.

El imago tipo está dividido en dos partes: la primera, consta la abreviatura de Carta Blanca (1) y la segunda, el texto con el nombre de la empresa (2). Esta segmentación se hace notoria con el tamaño del mismo, en comparación con la de la escritura. La razón fundamental de esto se basa en la importancia de generar recordación por sus iniciales (CB). Las medidas de cada uno de las partes son 19.4 cm para el logo y 4.8 cm para el texto, dado que estas son las medidas estándar para la creación vertical de una imagen.

## **3. Introducción**

Carta Blanca es una organización que se dedica a la creación de productos periodísticos de investigación con el fin de ofrecer a sus clientes información equilibrada y rigurosa, tiene como función social el compromiso de construir -dentro de la ciudadanía- una opinión pública instruida, formada y con criterio para la toma



de decisiones trascendentales en el ámbito sociopolítico de Colombia e, incluso, del mundo que históricamente se ven truncadas por la desinformación y el sesgo ideológico de la gran prensa. En el siguiente documento se evidenciará, punto por punto, cómo la empresa espera llegar a ese postulado, las razones para hacerlo, el equipo con el que espera volverlo una realidad, los marcos legales y comunicacionales ante los que se rige, la manera en la que la empresa cumplirá su deber periodístico y la estructura que usará como plataforma para funcionar.

## **4. El Negocio**

### **4.1 Fundamentación y descripción de la empresa**

La visión del emprendimiento parte del hecho de tomar acción: dar el primer paso para empezar, que tal vez no acercará las ideas de negocio a lo que quiere convertirse, pero sí sacará a quienes lo inicien, de su zona de confort. En este caso, iniciar un medio propio e independiente que se moverá en torno al contexto sociopolítico en el que se mueve Colombia y que tendrá como campo de acción el sobre ofertado mundo virtual.

Como lo ha afirmado Robert T. Kiyosaki en su bestseller “Padre Rico, Padre Pobre” (1997), desde el inicio de la vida escolar, a los niños se les enseña a pensar con mentalidad de empleado: “estudia mucho y obtén altas calificaciones para encontrar un empleo seguro en una gran compañía que te dé excelentes beneficios” (p.7).

Bajo este postulado es que se cimienta el miedo a no emprender las ideas que se tienen en la mente y, de igual manera, existe la incertidumbre de iniciar un

proyecto de empresa a causa de las dificultades que el país presenta en este aspecto, pues según un estudio de la firma de abogados Baker & Mackenzie citado en el portal PanamPost, Colombia es el país donde las organizaciones pagan más impuesto a la renta en Latinoamérica (PanamPost, 2016, p.1).

De ahí que las frases “necesito un aumento”, “si tan solo lograra un ascenso” y “quizás pueda conseguir un segundo trabajo” tienen más resonancia y aceptación que frases que vayan encaminadas a la búsqueda de la felicidad, la seguridad y a adquirir propiedades, como lo resaltó Thomas Jefferson en 1776 en la Declaración de Independencia de los Estados Unidos.

Así pues, en pro de enriquecer el perfil emprendedor y proactivo, las lecciones aportadas por el empresario, inversionista, escritor y conferencista, Robert T. Kiyosaki (2015), con base en que las capacidades financieras y de comunicación son esenciales en la vida de todo nuevo empresario, es que se vuelve menester revocar el pensamiento de que los jóvenes tienen como objetivo primordial adquirir buenos y estables empleos, pero no ser empresarios.

Y qué mejor punto de vista aportado por este empresario, que la lección inicial que da en su libro *Ocho lecciones de liderazgo militar para emprendedores* (Kiyosaki, 2015, p. 35), en la que señala el hecho de que nueve de cada diez negocios nuevos fracasan en los primeros cinco años y que uno de los diez que logran superar esos primeros años “sobrevive” en los siguientes cinco años. Y esto sucede según él, por la falta de entrenamiento para soportar el rigor de ser empresario y de perseverancia.

Asimismo, la construcción de la noción de emprendedores conlleva la consolidación de una serie de valores que actúan como base de las acciones en el ámbito personal y profesional; por tanto, es importante reconocer las cualidades que nos pueden llevar al individuo al éxito en cada proyecto que se le plantea a lo largo de su vida. Es así como se comienza un proceso de identificación de las características positivas, el fortalecimiento de todas las capacidades y el adecuado manejo de emociones ante diversos asuntos coyunturales propios de la vida diaria del sujeto inmerso en las dinámicas sociales, económicas, políticas, empresariales, culturales, académicas, religiosas, etc. Por esta razón, se debe ser consciente de aquellas emociones como factores determinantes en el cumplimiento de cada meta, pues como afirma Jordan Belfort en su conferencia 10 Razones por las que la mayoría de la gente no tiene éxito (s.f):

Puedes ser la persona más talentosa del mundo, la mejor persona de negocios en el mundo, el mejor atleta, el más talentoso; pero si estás en un estado emocional en el que careces de motivación no puedes hacer nada. Aquí están los estados que dan fuerza a los negocios: certeza, confianza, claridad, coraje, convicción, ambición y pasión. Por otro lado, los estados que le restan fuerza a los negocios: estar abrumado, la incertidumbre, el miedo. Esas cosas te destruyen.

Así entonces, el portal Carta Blanca será un medio de comunicación que tendrá en el periodismo de investigación la responsabilidad de construir opinión pública. Esto tiene el propósito de hacer del periodismo un pilar fundamental de la democracia, en la que gracias al reponsable trabajo informativo los ciudadanos tomen mejores decisiones, las cuales son –en su mayoría- sometidas a voluntades

populares que ponen en juego derechos fundamentales. Esto marca la diferencia ante la extensa variedad y multiplicidad de propuestas que en la actualidad existen en el mundo de la internet.

#### **4.1.1 Razón Social:**

La razón social de la organización es Carta Blanca S.A.S, se determinó que la empresa se creará bajo Sociedad Anónima Simplificada, ya que, desde esta estructura se obtienen beneficios como:

- La S.A.S da el beneficio de no tener un monto obligatorio al momento de crear empresa. Esta es una gran diferencia comparada con otras razones sociales.
- La inscripción de la sociedad se crea por documento privado, es decir, que no está en la obligación de pasar por notaría y quedar como un archivo público, de esta manera, se reducen los costos.
- Permite escoger las normas societarias más convenientes, por ser una regulación flexible que puede ser adaptada a las condiciones y requerimientos especiales de cada quien. Esto es de gran beneficio para formalizar nuestra actividad económica.

Finalmente, este tipo de razón social permite crear unos estatutos donde queda estipulado que dependiendo del monto de inversión de cada accionista será el monto de ganancia del mismo.

#### **4.1.2 Nombre comercial:**

El nombre comercial de la compañía es Carta Blanca, debido a la dicotomía de los colores, esto hace referencia la segunda parte del nombre (Blanca) y al color negro que siempre acompaña el imago tipo. Como se explica en un apartado anterior del documento, el blanco y el negro lo tomamos para expresar que en el mundo periodístico y de la información todo debe verse desde dos perspectivas, incluso varias. Es decir, los hechos noticiosos e investigativos que son emitidos por Carta Blanca no son concebidos de manera parcializada, sino apropiada desde el equilibrio. No intenta dar la apariencia de imparcialidad u objetividad, sino de rigurosidad y responsabilidad de la información.

### **4.2 Planteamiento estratégico**

#### **4.2.1 Misión**

Carta Blanca es una organización que se dedica a la creación de productos periodísticos de investigación con el fin de ofrecer a sus lectores y clientes información equilibrada y rigurosa; comprometida en la construcción de opinión pública en el marco sociopolítico de Colombia.

#### **4.2.2 Visión**

En el 2022 posicionarnos como el medio de comunicación independiente más reconocido en Colombia por la calidad de nuestros procesos y productos periodísticos, basados en la transparencia e información clara, verificable y con argumentos justificados, haciendo del periodismo ciudadano nuestro valor diferencial.

#### 4.2.3 Objetivos corporativos

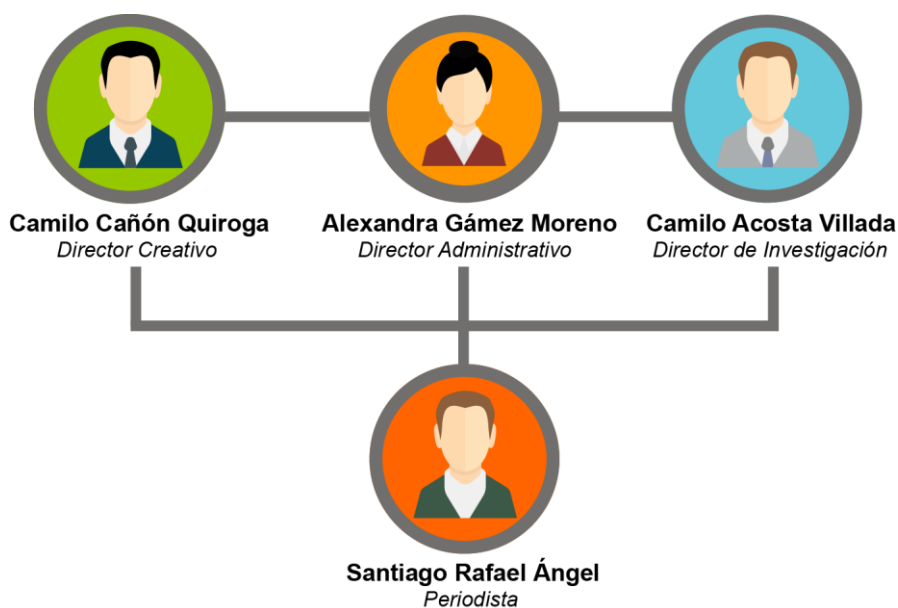
- Garantizar la construcción de productos periodísticos alineados a la filosofía de Carta Blanca.
- Generar alianzas estratégicas para el fortalecimiento de la difusión y realización de nuestros contenidos.
- Incentivar la participación ciudadana por medio de estrategias comunicativas para generar concientización sobre las problemáticas sociales y políticas actuales del país.

#### 4.2.4 Valores Corporativos

- **Transparencia:** claridad en nuestros contenidos en búsqueda de la verdad.
- **Confidencialidad:** manejo adecuado de nuestras fuentes.
- **Compromiso:** apropiación de nuestros objetivos en pro del desarrollo integral de productos.
- **Liderazgo:** escuchar, comprender e incentivar a nuestros colaboradores hacia el cumplimiento de nuestras metas.

#### 4.2.5 Organigrama 1

**Figura 1**



### 4.3 Postura ética

#### 4.3.1 Competencia

La diversidad del mercado y la competencia entre las empresas que se encuentran en este, hace pensar que la “guerra” entre las compañías sea vista únicamente como algo negativo y perjudicial para el comercio. Actualmente, las empresas bajo las diferentes normativas que rigen la competencia desleal han permitido ir más allá y dejar de verlos como una amenaza; por consiguiente, Carta Blanca se basa en la ideología y estrategias de diversos medios de comunicación con características similares, esto con el propósito de buscar elementos diferenciadores y un valor agregado en sus contenidos; de esta manera, hay que tener en cuenta que la formación ética es esencialmente transversal para cada uno

de los integrantes del equipo y se convierte en un principio fortalecedor de la filosofía de la organización.

#### **4.3.2 Ámbito empresarial**

De acuerdo con lo anterior, Carta Blanca asume su postura ética en torno al ámbito empresarial a partir de tres aspectos fundamentales: en primer lugar, se entiende a la organización como parte de un todo, es decir, las acciones generadas desde la producción de contenidos periodísticos conllevan impactos positivos y negativos para el entorno de la misma y para su nicho de mercado; así pues, en la empresa se establece la construcción de discursos mediáticos enfocados a brindar aportes en cuanto al desarrollo socio-cultural, político, económico y tecnológico, entendiendo que estas son características esenciales de los medios de comunicación independientes.

Asimismo, la organización se compromete con el cumplimiento de las normas legales que regulan su adecuado funcionamiento frente al Estado, a la sociedad y a sus públicos, al tener en cuenta el respeto por la libertad de información y la autonomía de cada periodista e investigador; de tal forma que se consolide un código de buen gobierno en el que se cumpla con los principios de transparencia e integridad en cada proceso que lleva a cabo Carta Blanca. Por último, se hace referencia a la búsqueda de la productividad de la organización por medio de estrategias de comunicación que respondan a cada uno de los valores planteados (transparencia, compromiso, liderazgo).



### **4.3.3 Clientes**

El portal web Carta Blanca ante sus clientes tiene el firme compromiso de poseer credibilidad fundamentada en la transparencia y el equilibrio en las entregas periodísticas para sus públicos, que reflejen la responsabilidad que la organización tiene de presentar las problemáticas y las necesidades del país.

Asimismo, asumirá el reto de proponer un nuevo paradigma de referencia entre los lectores de prensa digital que haga frente a la desinformación generada por la sobreoferta mediática, por medio de la calidad que se reflejará en el cumplimiento de procesos organizacionales e informativos que estén ligados al ámbito investigativo y de construcción de discursos periodísticos.

### **4.3.4 Formación Humanística de la Universidad**

La empresa reconoce la ética acorde a la formación humanística de la Universidad Santo Tomás desde sus líneas de acción en torno al enfoque de construcción de paz, el cual se ve reflejado en la organización por medio de la creación de contenidos encaminados a dar cuenta de las problemáticas y necesidades de la sociedad y del país de manera responsable, cuidando el carácter de veracidad y claridad en la información; todo lo anterior a través de procesos de investigación analíticos, reflexivos, críticos e incluyentes.

Igualmente, se retoma el enfoque de formación integral de las personas, guiado en primera instancia hacia la profesionalización de los colaboradores de la compañía en torno al desarrollo de sus capacidades, habilidades y competencias, así como al fortalecimiento de una cultura organizacional y personal en la que cada

integrante del equipo apropie valores y creencias dentro de un proceso de sentido de pertenencia y crecimiento como individuo con derechos y responsabilidades frente a la sociedad a partir de su conducta profesional.

#### **4.4 Etapas del proyecto**

El desarrollo del proyecto Carta Base llevará a cabo en las siguientes fases de trabajo:

En primer lugar, se consolidará la planeación estratégica de las acciones a realizar durante el proceso, es decir, se plantearán los diversos focos de gestión que permitirán el éxito de la organización al entrar a competir en el mercado generando ganancias y proyectos de investigación posicionados.

En segundo lugar, se evaluará la viabilidad de los procesos y proyectos planteados, esto con el fin de asegurar el cumplimiento de los mismos.

Después, comenzará la coordinación de actividades, de tal manera que se empiecen a ejecutar las acciones propuestas y validadas. Posterior a esto, se dará inicio a la implementación de los programas que serán la base del desarrollo investigativo, periodístico, estructural, económico, legal, comunicacional, social, político, organizacional y administrativo de la compañía.

Por último, se evaluará y se hará seguimiento a los objetivos consolidados al inicio del proyecto, esto con el fin de asegurar el cumplimiento de los mismos y el aprovechamiento de los logros como herramientas de crecimiento, reconocimiento y oportunidades de mejora.

#### **4.5 La comunicación y su aporte a la idea de negocio**

Los medios de comunicación tradicionales, ya sea la televisión, la radio o el periódico, desde sus inicios tomaron como propósitos informar, educar, entretener y/o generar todo tipo de opinión pública con un modelo lineal en el que la audiencia, de manera pasiva, recibía contenidos sin oportunidad de interactuar con el emisor. Sin embargo, el surgimiento de internet como una red que ofrece a sus públicos interactividad, libre creación, feedback, hipertextualidad y multimedialidad, entre otras características, ha permitido establecer nuevos modelos de comunicación y con esto se ha traído a debate la responsabilidad de las plataformas digitales de información con respecto a las formas de construcción de discursos periodísticos por parte de cualquier usuario. Así pues, Carta Blanca, enmarcado en dicho contexto apropia la idea de que:

Los nuevos medios diluyen las barreras divisorias de los soportes y los formatos de contenidos constituyendo nuevas realidades mediáticas que sólo tienen sentido en un entorno digital. Los medios y los profesionales deben procurar cubrir todas las necesidades, así como el abanico de posibles contenidos. Frente al nuevo perfil de usuario más activo, surge inevitablemente el de un nuevo profesional adaptado a los nuevos medios y a las demandas de los nuevos usuarios (Jódar, S.f., p.6).

Por tanto, en medio de la sobreoferta virtual, Carta Blanca se proyecta como un medio independiente que cuente con un enfoque de periodismo investigativo de carácter socio-político que será el punto que marque distancia con la competencia. Y desde ahí se busca la profesionalización en la producción de contenidos y la

adaptabilidad a las dinámicas que se desarrollan dentro del campo digital en cuanto a la diversificación en las necesidades de sus públicos y entornos.

Desde la perspectiva comunicacional, que de manera puntual es la base y el principal eje de Carta Blanca, la crítica y la fiscalización que se hacen desde el ejercicio de formar opinión pública es fundamental para la razón de ser y hacer para esta idea de negocio. El periodista colombiano Javier Darío Restrepo (2016) asegura que esas obligaciones:

Son las tareas con que el periodista sirve a los lectores, oyentes o televidentes, pero estas se cumplen con fuentes plurales y diversas y con análisis riguroso, para garantizarle al receptor que tendrá acceso a todos los aspectos posibles de la realidad (p 1 ).

A partir de ahí, y teniendo en cuenta que estos valores y exigencias constituyen el deber de ser contrapoder del periodismo, es donde se edificará -en primera instancia- el compromiso que Carta Blanca va a sostener frente a sus lectores, pues a estos es a quienes va a deberse con el principio de la diversidad, el análisis, el equilibrio y la garantía de recibir información veraz y oportuna.

De igual manera, como medio de comunicación que se dedicará exclusivamente al periodismo, los aportes de Restrepo (2016) muestran un camino profesional que se debe a la gente y a su derecho de ser informadas. Y es por eso que, según él, “el deber ser del periodista es claro: servir a la sociedad representada en el receptor, a través de la información. Así el periodista aporta la materia prima de las decisiones, que son el sustento y estímulo de la libertad” (Restrepo, 2016, p. 1).

Lo anterior quiere decir, y traduce para el modelo de ejecución de la actividad de la idea de negocio, que ese quehacer diario tendrá como su ADN la formación de ciudadanía crítica y, a raíz de esta, la generación de opinión pública informada desde cada uno de los aspectos posibles de los hechos que acontecen en la agenda nacional, con el fin primordial de que esa oferta informativa sirva para la toma de decisiones: desde las elecciones de funcionarios del Estado y la votación de una consulta popular, hasta el diligenciamiento de una encuesta.

Es así como Javier Darío Restrepo (2016) esboza por qué el periodista no debe tener obstáculos al momento de brindar información, en el que hace referencia al potencial educativo que ostenta:

Su servicio solo tiene que ver con la necesidad humana y social de información. La respuesta a esa necesidad ha de ser universal, esto es, con la intencionalidad de llegar a todos, sean de la política, religión, nivel económico o social que sean (p. 1).

Con esto, los valores que desde las responsabilidades de informar equilibradamente y de la comunicación periodística, se presentan unos postulados que nutren la propuesta de medio alternativo en procura de aportar a los receptores información sobre lo que ocurre en los ámbitos sociopolíticos, con el fin de que esto contribuya en la toma de decisiones, la cual siempre tendrá “un carácter universal que va más allá de cualquiera barrera política, religiosa o cultural” (Restrepo, 2016, p. 1).

## **4.6 Marco legal**

### **DECRETO 410 DE 1971**

Por el cual se expide el Código de Comercio

ARTÍCULO 98. CONTRATO DE SOCIEDAD - CONCEPTO - PERSONA JURÍDICA DISTINTA. 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 99. CAPACIDAD DE LA SOCIEDAD. La capacidad de la sociedad se circunscribirá al desarrollo de la empresa o actividad prevista en su objeto. Se entenderán incluidos en el objeto social los actos directamente relacionados con el mismo y los que tengan como finalidad ejercer los derechos o cumplir las obligaciones, legal o convencionalmente derivados de la existencia y actividad de la sociedad.

ARTÍCULO 100. ASIMILACIÓN A SOCIEDADES COMERCIALES - LEGISLACIÓN MERCANTIL. Subrogado por el art. 1, Ley 222 de 1995. El nuevo texto es el siguiente: 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.

## **CAPÍTULO II**

### ***CONSTITUCIÓN Y PRUEBA DE LA SOCIEDAD COMERCIAL***

#### **ARTÍCULO 110. REQUISITOS PARA LA CONSTITUCIÓN DE UNA SOCIEDAD.**

La sociedad comercial se constituirá por escritura pública en la cual se expresará:

- 1) El nombre y domicilio de las personas que intervengan como otorgantes. Con el nombre de las personas naturales deberá indicarse su nacionalidad y documento de identificación legal; con el nombre de las personas jurídicas, la ley, decreto o escritura de que se deriva su existencia;
- 2) La clase o tipo de sociedad que se constituye y el nombre de la misma, formado como se dispone en relación con cada uno de los tipos de sociedad que regula este Código;
- 3) El domicilio de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución;
- 4) El objeto social, esto es, la empresa o negocio de la sociedad, haciendo una enunciación clara y completa de las actividades principales. Será ineficaz la estipulación en virtud de la cual el objeto social se extienda a actividades enunciadas en forma indeterminada o que no tengan una relación directa con aquél;
- 5) El capital social, la parte del mismo que se suscribe y la que se paga por cada asociado en el acto de la constitución. En las sociedades por acciones deberá expresarse, además, el capital suscrito y el pagado, la clase y valor nominal de las acciones representativas del capital, la forma y términos en que deberán cancelarse las cuotas debidas, cuyo plazo no podrá exceder de un año;

6) La forma de administrar los negocios sociales, con indicación de las atribuciones y facultades de los administradores, y de las que se reserven los asociados, las asambleas y las juntas de socios, conforme a la regulación legal de cada tipo de sociedad;

7) La época y la forma de convocar y constituir la asamblea o la junta de socios en sesiones ordinarias o extraordinarias, y la manera de deliberar y tomar los acuerdos en los asuntos de su competencia;

8) Las fechas en que deben hacerse inventarios y balances generales, y la forma en que han de distribuirse los beneficios o utilidades de cada ejercicio social, con indicación de las reservas que deban hacerse;

9) La duración precisa de la sociedad y las causales de disolución anticipada de la misma;

10) La forma de hacer la liquidación, una vez disuelta la sociedad, con indicación de los bienes que hayan de ser restituidos o distribuidos en especie, o de las condiciones en que, a falta de dicha indicación, puedan hacerse distribuciones en especie;

6) La forma de administrar los negocios sociales, con indicación de las atribuciones y facultades de los administradores, y de las que se reserven los asociados, las asambleas y las juntas de socios, conforme a la regulación legal de cada tipo de sociedad;



7) La época y la forma de convocar y constituir la asamblea o la junta de socios en sesiones ordinarias o extraordinarias, y la manera de deliberar y tomar los acuerdos en los asuntos de su competencia;

8) Las fechas en que deben hacerse inventarios y balances generales, y la forma en que han de distribuirse los beneficios o utilidades de cada ejercicio social, con indicación de las reservas que deban hacerse;

9) La duración precisa de la sociedad y las causales de disolución anticipada de la misma;

10) La forma de hacer la liquidación, una vez disuelta la sociedad, con indicación de los bienes que hayan de ser restituidos o distribuidos en especie, o de las condiciones en que, a falta de dicha indicación, puedan hacerse distribuciones en especie;

Registro mercantil de la cámara de comercio con jurisdicción en el lugar donde la sociedad establezca su domicilio principal. Si se abren sucursales o se fijan otros domicilios, dicha escritura deberá ser registrada también en las cámaras de comercio que correspondan a los lugares de dichas sucursales, si no pertenecen al mismo distrito de la cámara del domicilio principal.

Cuando se hagan aportes de inmuebles o de derechos reales relativos a dicha clase de bienes, o se establezcan gravámenes o limitaciones sobre los mismos, la escritura social deberá registrarse en la forma y lugar prescritos en el Código Civil para los actos relacionados con la propiedad inmueble.

## **LEY 1258 DE 2008**

### **CONGRESO DE LA REPÚBLICA**

Por medio de la cual se crea la sociedad por acciones simplificada.

### **CAPITULO I**

#### **DISPOSICIONES GENERALES**

ARTÍCULO 1o. CONSTITUCIÓN. La sociedad por acciones simplificada podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes.

Salvo lo previsto en el artículo 42 de la presente ley, el o los accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad.

ARTÍCULO 2o. PERSONALIDAD JURÍDICA. La sociedad por acciones simplificada, una vez inscrita en el Registro Mercantil, formará una persona jurídica distinta de sus accionistas.

ARTÍCULO 3o. NATURALEZA. La sociedad por acciones simplificada es una sociedad de capitales cuya naturaleza será siempre comercial, independientemente de las actividades previstas en su objeto social. Para efectos tributarios, la sociedad por acciones simplificada se regirá por las reglas aplicables a las sociedades anónimas.

ARTÍCULO 4o. IMPOSIBILIDAD DE NEGOCIAR VALORES EN EL MERCADO PÚBLICO. Las acciones y los demás valores que emita la sociedad por acciones

simplificada no podrán inscribirse en el Registro Nacional de Valores y Emisores ni negociarse en bolsa.

## **CAPITULO II**

### ***CONSTITUCIÓN Y PRUEBA DE LA SOCIEDAD***

ARTÍCULO 5o. CONTENIDO DEL DOCUMENTO DE CONSTITUCIÓN. La sociedad por acciones simplificada se creará mediante contrato o acto unilateral que conste en documento privado, inscrito en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad establezca su domicilio principal, en el cual se expresará cuando menos lo siguiente:

- 1o. Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas.
- 2o. Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “sociedad por acciones simplificada”; o de las letras S.A.S.;
- 3o. El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.
- 4o. El término de duración, si este no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.
- 5o. Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.

6o. El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que estas deberán pagarse.

7o. La forma de administración y el nombre, documento de identidad y facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.

## **5. Definición y características de producto y/o servicio**

### **5.1 Producto o servicio**

#### **5.1.1 Servicios**

##### **Construcción de contenidos a partir de la información noticiosa:**

Características:

- Proceso de investigación de carácter profesional.
- Modelo de análisis de información cualitativa y cuantitativa.
- Pieza informativa acorde al contenido.

##### **Espacio de participación y denuncia ciudadana:**

Características:

- Enfocar la investigación en problemas de interés socio-político.
- Pluralidad en la información.
- Canal de comunicación y realimentación de la información para los lectores.

#### **5.1.2 Productos**

**Textos periodísticos (artículos, noticias, columnas de opinión, reportajes, crónicas):**

Características:

- Mostrar diversas posiciones y puntos de vista con respecto a las temáticas tratadas.
- Enfoque de periodismo ciudadano.
- Claridad y precisión en la información.

### **Material gráfico: (fotografías, infografías, imágenes)**

Características:

- Uniformidad con la estética de la página.
- Alta calidad en la resolución.
- Pieza complementaria con la información.

### **Material audiovisual (videos, fotoreportajes, audios)**

Características:

- Calidad HD en los videos.
- Sonidos institucionales establecidos por la organización.
- Informar de manera clara e interactiva.

## **5.2 Plus o ventaja competitiva**

La rigurosidad, el equilibrio y el periodismo ciudadano son los tres pilares que confirman lo que Carta Blanca llama el Triángulo del periodismo investigativo. Esta premisa parte del escenario en donde se reproduce el contenido: internet, lugar donde se ha gestado una ola de desinformación y noticias falsas que se ha denominado como “posverdad”, término que acuña la definición de las mentiras repetidas mil veces que se vuelven verdad.

Bajo esta premisa, el trabajo periodístico realizado por este medio de comunicación apunta a generar impacto en los lectores, formar opinión pública y ser un fundamento de la democracia en Colombia, desde la colaboración ciudadana que, a través de las redes sociales u otros medios de comunicación, ponen en conocimiento información privilegiada o primordial para dar inicio al que hacer del oficio profundo, o bien, a reforzar los que ya estén en curso. De esta manera, Carta Blanca transforma la información ciudadana en profesional.

Gracias a esta ayuda, a la acuciosidad del equipo periodístico del medio y a las buenas relaciones con profesionales de la comunicación con un extenso recorrido, Carta Blanca ha logrado figurar en grandes medios de comunicación y generar recordación e impacto en esas ocasiones.

### **5.3 Productos o servicios similares**

Debido a la actividad y el modelo de empresa desarrollado por Carta Blanca, los productos y servicios ofrecidos son similares a los que brindan medios de comunicación masivos e independientes, pues se cuenta con piezas de carácter periodístico tradicionales tales como artículos de investigación, crónicas, reportajes, vídeos informativos, entre otros; por supuesto, el diferencial se da a partir de la generación de los contenidos y procesos de trabajo con base en el plus o ventaja competitiva expuesto en el apartado anterior.

## 5.4 Registro de empresas que trabajan en el mismo sector

### 5.4.1 La Silla Vacía

- **Servicio:** Ofrece a sus lectores información como un medio periodístico independiente que se dedica a narrar la política y el poder en Colombia.
- **Plus:** La Silla Vacía da a sus lectores noticias hechas con seguimiento y acuciosidad, soportadas con el uso amplio y creativo de infografías, gráficos y tablas interactivas.
- **Clientes y público objetivo:** Sus clientes se destacan por ser universidades, centros de pensamiento y empresas privadas que desean visibilizar sus publicaciones académicas que sean afines a sus temáticas.

### 5.4.2 Las 2 Orillas

- **Servicio:** A través de su equipo de periodistas se propone mostrar la parte del país que está olvidado: el de la otra orilla. Y lo logran por medio de relatos, investigaciones y análisis que le da un espacio a aquellas voces y miradas perdidas de Colombia.
- **Plus:** Le apuesta al periodismo independiente, digital, regional y ciudadano, por medio de un espacio necesario para construir y fortalecer la democracia desde todos los puntos de vista posible.
- **Clientes y público objetivo:** Sus clientes se destacan por ser Organizaciones No Gubernamentales y otras entidades que hacen donaciones y dan apoyo a Las 2 Orilla por ser afines con su vocación social.

#### 5.4.3 Confidencial Colombia

- **Servicios:** Producción de contenidos noticiosos, espacio de participación para columnistas de opinión y canal de TV online (en desarrollo).
- **Plus o Ventaja Competitiva:** Celeridad y veracidad en sus noticias, debido a que publican antes que medios más reconocidos; posicionamiento en la web y apoyo económico de empresas multinacionales: grupo español Prisa.
- **Clientes:** Principalmente entidades del Estado y empresas de carácter privado: Gobierno Nacional. Movistar, MasterCard, Empresa 472, BBVA, Zeleb, San Ginés Colombia.
- **Público Objetivo:** Personas entre los 19 y 50 años, clase media, enfocado a diversos niveles educativos (bachiller, técnico, profesional, etc.).Dirigido a nivel nacional.
- **Pauta:** No está definida.

#### 5.4.4 Ola Política

- **Servicios:** Entrevistas personalizadas, infografías y audiovisuales.
- **Plus o Ventaja Competitiva:** Columnistas de renombre, calidad significativa en los productos audiovisuales y diseño web innovador.
- **Clientes:** No mencionados.
- **Público Objetivo:** Personas entre los 22 y 60 años, clase media y alta; tiene un gran enfoque educativo, dedicado para estudiantes universitarios y clase alta. Dirigido a nivel nacional.
- **Pauta:** No está definida.



### **5.5 Aporte del modelo de negocio en términos de innovación**

El concepto de innovación ha sido un referente del mundo empresarial y de emprendimiento, y ha sido tan amplia su definición como difícil de concretarlo en la acción. Para el profesor de la Universidad de Harvard, Howard Stevenson (1980), “innovar no implica sólo crear un nuevo producto, puede innovarse al crearse una nueva organización, una nueva forma de producción o una forma diferente de llevar adelante una determinada tarea” (p. 1 ). Lo cual hace referencia a que el término no debe, per se, referirse a algo nunca antes visto, sino también a la capacidad de que algo (empresa, objetivo, medios, herramientas) sea usado de una manera distinta a la que se ha implementado tradicionalmente, y que resulta exitoso.

De igual manera, el economista Jacob Schmookler, propuso en 1966 que el concepto de innovación es cambiante y no puede haber una sola definición. Su apreciación fue denominada como “Demand Pull”: cuya explicación está centrada en la demanda del mercado, la cual se basa en explicar que tanto las innovaciones como las invenciones son dadas por los cambios del mercado y, por consiguiente, los clientes de las organizaciones y empresas que cambian según el dinamismo de la economía, en la que intentaba demostrar la relación que hay entre la innovación, las inversiones y la fuerza del mercado.

Desde el inicio de la década de los dos mil, inició en Colombia -en parte, con el inicio de transmisiones de los noticieros del canal Citytv- un concepto de periodismo denominado “de involucramiento”: en el que el periodista, de una manera u otra, se involucraba en la noticia, no siendo parte de ella sino demostrando al televidente cercanía con los ciudadanos del común y sus problemáticas. Con el tiempo, este

tipo de periodismo ha sido adoptado en otros medios, según el formato. Y secuela de eso, hoy en día existen secciones en televisión y prensa digital como “El periodista soy yo”, “Reportero ciudadano” y “Expresión ciudadana”.

Para el caso de Carta Blanca, la apuesta por la participación del ciudadano, su implicación y que sea una fuente vital para el trabajo periodístico, estará condicionado a que sea un periodismo ciudadano e investigativo, no que tome como fuente de información los problemas consecuencia que se presentan en el país, sino los estructurales. De tal manera que el ciudadano sea una fuente, que sirva para demostrar situaciones y comprobarlas con hechos. Carta Blanca no se limitará al rumor o testimonio de una persona.

#### **5.6 El producto y/o servicio y su representación como una solución única**

Para comenzar, Carta Blanca busca darle a sus clientes un espacio independiente de información, en el que la necesidad de conocer a fondo diversas problemáticas que lo afectan es resuelta por este medio de comunicación, en el que el producto periodístico se basa en un proceso de investigación riguroso, el cual le garantiza al cliente un manejo adecuado y transparencia en cuanto a la veracidad de los hechos presentados.

De acuerdo con lo anterior, la información que el portal Carta Blanca ofrecerá a sus lectores será equilibrada, acuciosa y tendrá el objetivo de brindarle seguridad de que está leyendo hechos que lo competen como miembro de una sociedad. Mediante las publicaciones que se ofrezcan desde este medio, estará presente el periodismo investigativo, equilibrado y con carácter, así como el sentido de denuncia

que plasmará los intereses de los miembros de la sociedad y el país en la que lo malo y lo bueno que ocurre día a día, lo afectará para bien o para mal.

Por último, la diversificación de los acontecimientos que pasan en la actualidad y la velocidad con lo que surgen es muy rápida, por esto, se puede llegar a generar la banalidad que muchos medios de comunicación crean, por consiguiente, Carta Blanca con su análisis profundo busca generar que la opinión pública, en primer lugar, no olvide de manera rápida estos hechos y en segundo lugar, que tenga los argumentos válidos para generar un debate consiente y responsable.

## 6. Equipo de trabajo y sistema de negocio

### 6.1 Equipo de trabajo

**Tabla 1**

| Nombre                        | Perfil                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Rol en el emprendimiento  | Competencias que aportan                                                                                                                                                                                                              |
|-------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Camilo Acosta Villada         | Persona con habilidades para la gestión investigativa y periodística, el desarrollo de estrategias corporativas de desarrollo, propositivo a la hora de plantear metas a corto, mediano y largo plazo. Persona con capacidad de direccionamiento y coordinación de equipos de trabajo. | Director de Investigación | Persona con experiencia en medios de comunicación impresos, radiales y televisivos. Tiene habilidad para el periodismo de investigación y con capacidad de discernimiento. Cuenta con buenas relaciones públicas y trabajo en equipo. |
| Jineth Alexandra Gámez Moreno | Persona con capacidad de                                                                                                                                                                                                                                                               | Directora Administrativa  | Persona con gran habilidad en                                                                                                                                                                                                         |

|                                 |                                                                                                                                                                                                                       |                   |                                                                                                                                                                                                            |
|---------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                 | gestionar recursos tangibles e intangibles, con nuevas propuestas y aptitud de innovar en el desarrollo empresarial y corporativo, con el fin de mejorar la calidad del trabajo desarrollado por medio del liderazgo. |                   | gestión de proyectos y creación de estrategias comunicativas y organizacionales, con aptitudes para ordenar prioridades a desarrollar.                                                                     |
| Luis Camilo Cañón Quiroga       | Persona capaz de asegurar el desarrollo creativo de la actividad de la empresa. Con gran habilidad para innovar en el diseño corporativo, con el fin de posicionar la marca en el mercado.                            | Director Creativo | Experiencia en formulación de planes estratégicos de organizaciones y producción de medios de comunicación digitales. Persona con aptitudes creativas, adaptativas a entorno y con buen trabajo en equipo. |
| Santiago Rafael Ángel Rodríguez | Profesional en periodismo encargado de generar textos con buena ortografía, excelente redacción y claridad en las ideas, además con aptitudes investigativas.                                                         | Periodista        | Persona con experiencia en medios de comunicación impresos y radiales con habilidad para el periodismo político y cultural. Cuenta con buenas relaciones públicas y capacidad de gestión.                  |

## 6.2 Red de contactos

**Tabla 2**

| Contacto         | Servicio                                    | Celular     | Correo                            |
|------------------|---------------------------------------------|-------------|-----------------------------------|
| Fabiola León     | Asesoría profesional en temas periodísticos | 300 2037484 | fabiolaleon@usantotomas.edu.co    |
| César Ramírez    | Técnico de Sistemas                         | 314 3318262 | cramirez@gmail.com                |
| Fabio Vega       | Transporte                                  | 310 7914193 | Fabiovega79@hotmail.com           |
| Eduardo Carrasco | Alquiler de Equipos                         | 310 2687952 | alquilerequiposcarrasco@gmail.com |
| Luis Edgar Cañón | Finanzas                                    | 314 3318262 | edgarcanonc@yahoo.es              |

## 6.3 Aliados del negocio

**Tabla 3**

| Aliado                      | ¿A qué se dedica?  | ¿Qué servicio necesitan del aliado?    | Celular      | Correo                    |
|-----------------------------|--------------------|----------------------------------------|--------------|---------------------------|
| Juan Pablo Barrientos Hoyos | Periodista         | Asesoría en materia periodística       | 312 784 6277 | juanpbarrientos@gmail.com |
| Camilo Narváez              | Abogado            | Asesoría jurídica                      | 316 5380713  | camilocl@msn.com          |
| Julián Ignacio Moreno       | Publicista         | Creación de estrategias publicitarias  | 320 4900181  | ignmor@eltiempo.com       |
| Diana Gallego               | Ing. De Mercados   | Observación y análisis de competencias | 3125657570   | dgallego@superpolo.com.co |
| Marcela Reyes               | Analista de medios | Asesoría en mejoras para el medios     | 318 8268105  | marcelareyes@gm.com.co    |

|                 |                          |                                                                           |              |                    |
|-----------------|--------------------------|---------------------------------------------------------------------------|--------------|--------------------|
| Gustavo Rugeles | Periodista independiente | Alianza estratégica con el portal de periodismo investigativo que dirige. | 313 216 1175 | grugeles@gmail.com |
|-----------------|--------------------------|---------------------------------------------------------------------------|--------------|--------------------|

#### 6.4 Ventajas de las alianzas

En el mundo empresarial y del emprendimiento, luego del planteamiento de la idea del modelo de negocio, el desarrollo y las pruebas de este, un punto clave para que prospere en medio de la competencia empresarial, el factor demanda obliga a que los nuevos emprendedores “estén constantemente buscando nuevas oportunidades que les permitan no sólo mantenerse dentro del mercado, sino también competir altamente con sus productos o servicios” (Encolombia, s.f., p.1). La búsqueda de estas oportunidades, que amplíen el panorama y el campo de acción, van encaminadas a que el modelo de negocio refuerce su crecimiento, diversificación, integración, renovación y ventajas competitivas con las que arrancó su funcionamiento.

Si bien las alianzas estratégicas entre pequeñas, medianas y grandes empresas no refieren un punto ineludible en todos los modelos de emprendimiento, sí representan para muchos de ellos una alternativa clara de expansión, prosperidad y supervivencia, que se verán reflejados en la transparencia, estrategia e involucramiento. De manera que, en primer lugar, “deberá quedar claro con los socios potenciales la situación presente de cada empresa” (Entrepreneur, 2006),

pues a partir de esto ni la empresa que será un socio, ni la propia, ocultarán información de ningún tipo.

Asimismo, los objetivos y motivos por los cuales se busca la asociación deben aclararse por parte de los involucrados. En ese sentido, estarán claras las 'reglas de juego' con las que se "conducirán las actividades críticas de la operación conjunta, regulaciones gubernamentales y disposición hacia la alianza" (Rujas, 2013).

Y finalmente, para la participación y conocimiento de lo que se está haciendo estratégicamente en pro del crecimiento y consolidación será fundamental que en "las negociaciones participen todos los socios y directivos de las empresas" (Rujas, 2013) para que el involucramiento y la apropiación sean efectivas y así evitar "el incumplimiento de los compromisos pactados o la presentar información alterada" (Rujas, 2013).

Según Rujas (2013), economista y especialista en marketing, hay tres puntos que los socios de una alianza estratégica deben tener como pilar para "avanzar en la misma dirección": primero, el de "compartir un objetivo o al menos en parte" con el fin de "sacar un beneficio del trabajo conjunto, en facturación, imagen, posicionamiento, conocimiento, financiación, etc.". Segundo, la importancia de que los asociados "tengan puntos en común en el perfil del público objetivo al que quieren llegar". Y tercero, la confianza mutua del "empresario o emprendedor" que será "clave para que la alianza sea próspera en el largo y mediano plazo".

Así pues, la importancia de las alianzas de negocios en busca de una estrategia publicitaria, de posicionamiento o de impacto no debe ser un proceso que se haga

sin un estudio, planeación, ejecución, seguimiento y objetivos, puesto que a partir de estos puntos se logra definir una alianza estratégica seria, responsable y próspera. Una que se realice sin evaluación previa, resultados posibles y análisis de la visión de los aliados, se verá enfrentada a la pérdida de recursos, tiempo, dinero y experiencia para la empresa que van a influir negativamente en la visión externa.

### **6.5 Recursos adicionales**

Como recursos adicionales, de acuerdo con el desarrollo del proyecto Carta Blanca hasta el momento, se plantea la apropiación de un computador a cargo del Periodista, debido a que, además de ser herramienta fundamental en el desarrollo de su trabajo, sus funciones le exigen tener contacto tecnológico directo con las Direcciones. Asimismo, es necesaria la adquisición de tres grabadoras de voz para la labor periodística que llevan a cabo nuestros colaboradores.

A manera de complemento para el adecuado uso de la cámara fotográfica, es conveniente la apropiación de un micrófono o un trípode, elementos que hacen parte del cuidado en la calidad de nuestros productos visuales y audiovisuales. Igualmente, nuestros colaboradores requieren dispositivos móviles para sus procesos de investigación y producción de contenido.

Por último, en cuanto a los recursos económicos, se estipulan doscientos mil pesos (\$200.000) adicionales, con el propósito de cubrir gastos de transporte y papelería requerida en el proceso de legalización y constitución de la empresa.



## 7. Plan de mercadeo

### 7.1 El cliente

#### 7.1.1 Caracterización de los clientes o grupos potenciales

Carta Blanca se enfoca en dos tipos de clientes: Pymes (de todo tipo) y Centros de Investigación. Los criterios por medio de los cuales se realiza la elección de los mismos son los siguientes:

En primer lugar, nos encaminamos en la búsqueda de organizaciones que sean acordes a nuestra línea investigativa de carácter socio-político, pues estas empresas pueden llegar a brindar insumos para el trabajo realizado, el ejercicio periodístico del medio.

En segundo lugar, estas organizaciones van acordes al carácter de periodismo ciudadano que propone Carta Blanca, ya que generan espacios de discusión e investigación de temas, asuntos o situaciones que afectan directamente a los colombianos y por ende, los involucran en la búsqueda de soluciones a las problemáticas que viven en su día a día.

En tercer lugar, por la necesidad de estas organizaciones de visibilizar acciones que generalmente no son atendidas por grandes medios y en cambio, son asumidas

**Tabla 4**

por Carta Blanca como una oportunidad para realizar investigaciones sobre temas cruciales para el país.

| Cliente | Tipo de Servicio<br>(Pauta<br>publicitaria/<br>Investigación<br>periodística/<br>Publirreportaje) | Trayectoria | No. de<br>colaboradores | Género | Ubicación |
|---------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------------------|--------|-----------|
|---------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------------------|--------|-----------|

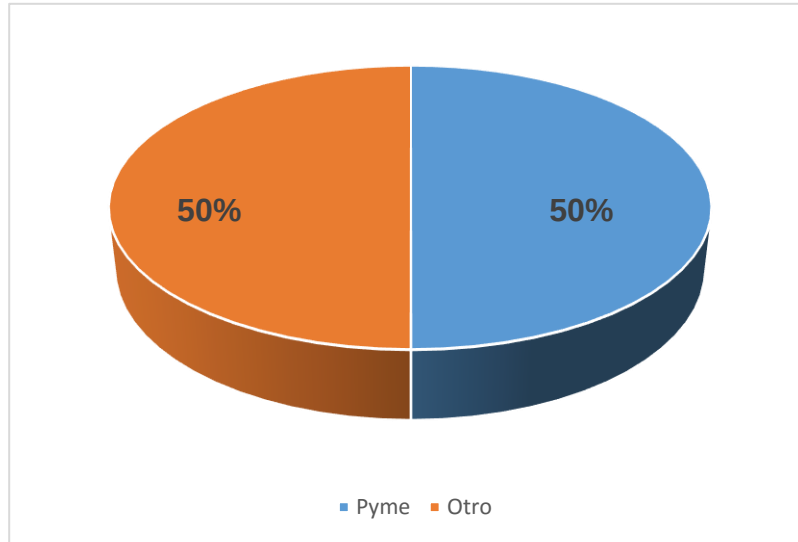
|                                 |                            |                       |                  |                                                  |                                      |
|---------------------------------|----------------------------|-----------------------|------------------|--------------------------------------------------|--------------------------------------|
| Centros de Investigación Social | Pauta publicitaria         | De 5 años en adelante | De 5 en adelante | Integrantes de género Femenino, Masculino, LGBTI | A nivel nacional                     |
|                                 | Publirreportaje            |                       |                  |                                                  | Bogotá, Medellín, Bucaramanga y Cali |
|                                 | Investigación periodística |                       |                  |                                                  |                                      |
| Pymes (de todo tipo)            | Pauta publicitaria         | De 3 años en adelante | De 5 a 60        | Integrantes de género Femenino, Masculino, LGBTI | Bogotá, Medellín, Bucaramanga y Cali |
|                                 | Publirreportaje            |                       |                  |                                                  |                                      |

### 7.1.2 Razones por las que compra un cliente

Para identificar las razones de compra de un cliente, realizamos una encuesta de 7 preguntas, estas nos ayudan a definir con exactitud las necesidades que tienen nuestros usuarios.

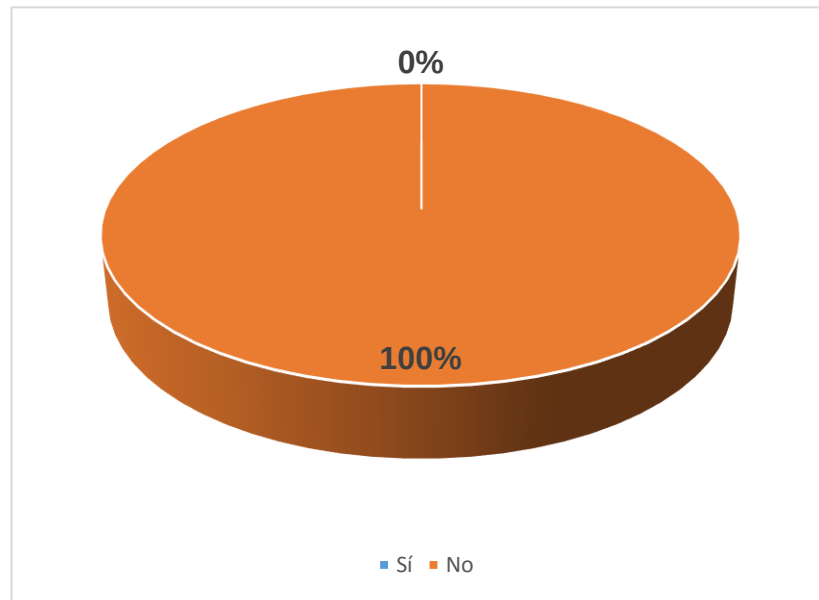
La encuesta se realizó a 2 organizaciones de diferentes sectores (educativa y pyme), entre las empresas encuestadas se encuentra el Centro de Investigación Social de la Universidad de los Andes (CIDER) y la pyme Tuibos. Se debe tener en cuenta que estas solo representan una muestra del mercado en el que está inmersa nuestra empresa.

**1. De los relacionados a continuación, ¿a qué sector pertenece su organización?**



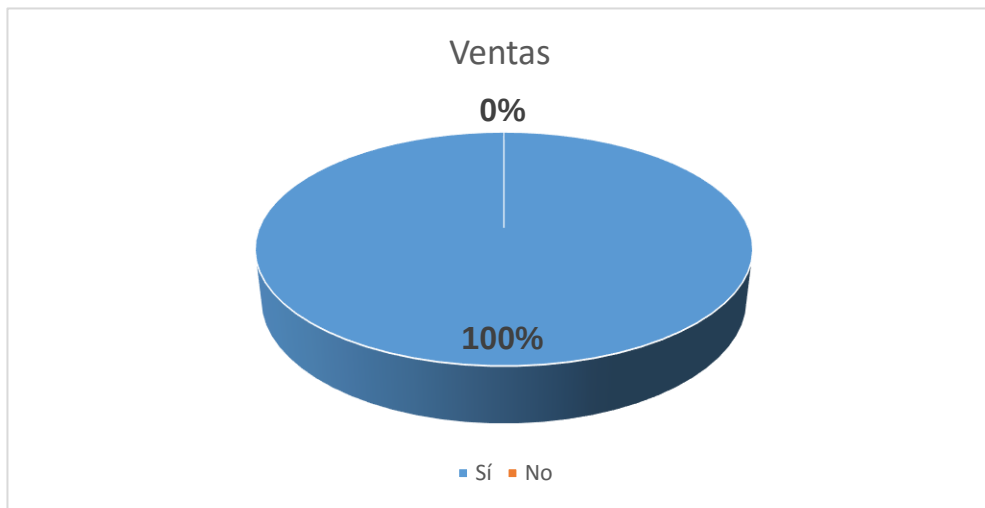
Las anteriores respuestas fueron entregadas por dos organizaciones que realizaron esta encuesta debido a que cumplían con las características apropiadas para ser clientes de Carta Blanca. La pyme (pequeña o mediana empresa) que respondió se trata de “Tuibos”, una compañía que se dedica a la promoción de productos y servicios de otras empresas para impulsarlas. Y la organización que contestó “otro” es de un Centro Interdisciplinario de Estudios sobre Desarrollo (de la Universidad de Los Andes), cuya labor es la investigación y formación que contribuye al entendimiento de los procesos de desarrollo a escala local, regional, nacional e internacional.

## 2. ¿Actualmente la organización tiene alianzas con medios de comunicación?



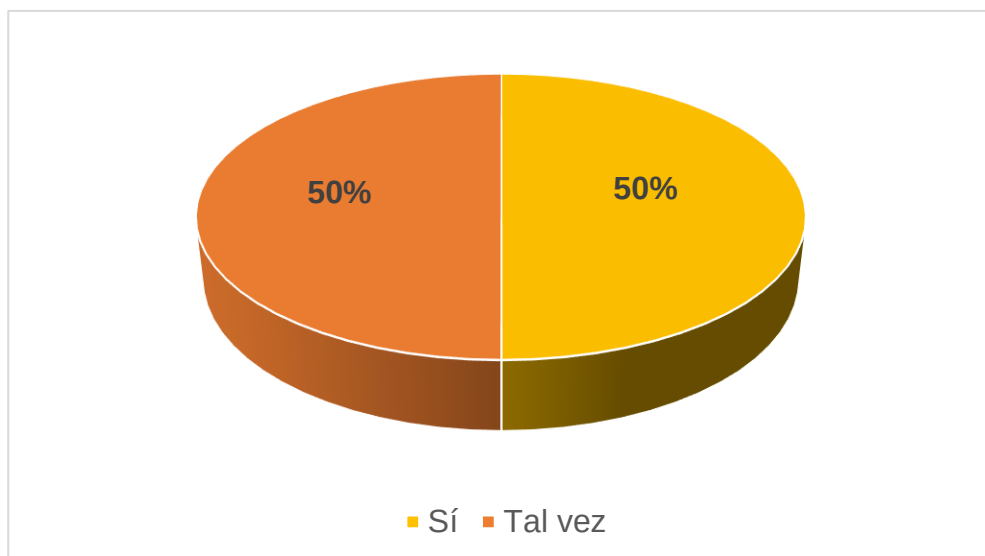
En esta pregunta, tanto la empresa “Tuibos” (pyme), como el Centro Interdisciplinario de Estudios sobre Desarrollo –Cider-, respondieron que no cuentan con alianzas con medios de comunicación. “Tuibos” aseguró que dentro de las prioridades del presupuesto con el que cuentan, no se encuentran las alianzas con medios; y el “Cider” afirmó que ese tipo de relaciones las maneja la oficina de comunicaciones de la Universidad de Los Andes, pero que sí cuentan con un listado de periodistas a los que contactan cuando tienen una investigación para saber si están interesados en publicar sus resultados.

## 3. ¿Considera que su organización posee contenido informativo que le gustaría publicar masivamente?



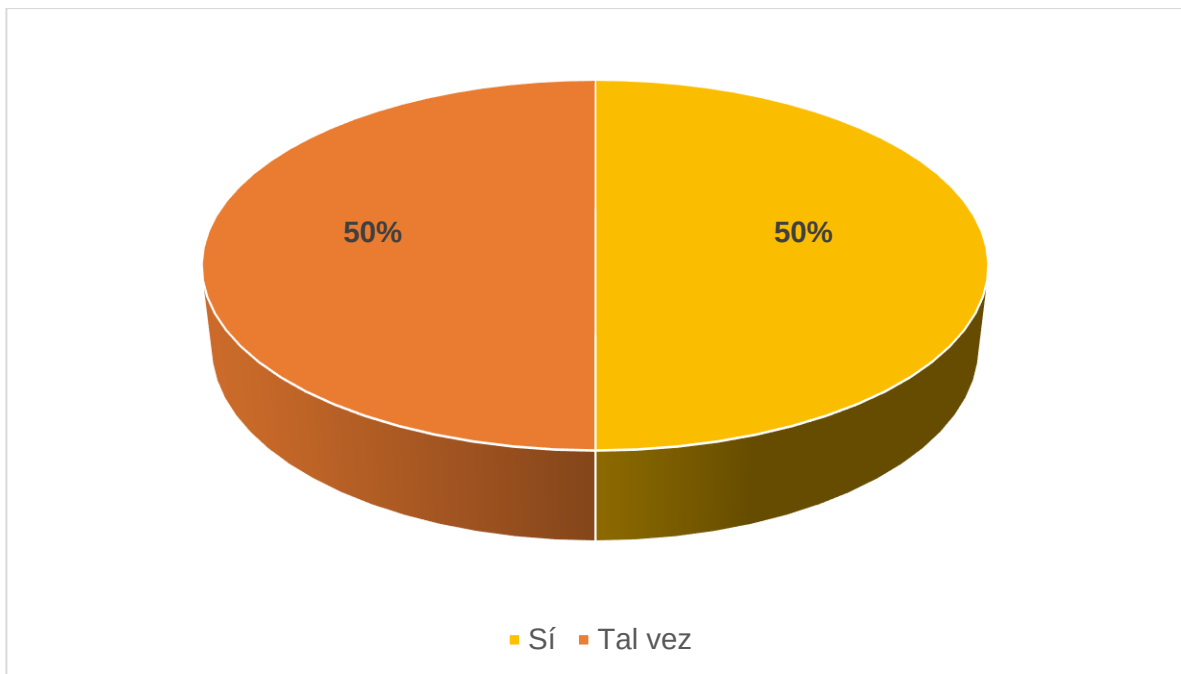
Para este interrogante, ambas organizaciones respondieron afirmativamente que consideran que tienen contenido propio para publicar masivamente. “Tuibos” afirmó que ese tipo de información es de promoción o publicidad, y, por su parte, el “Cider” de la Universidad de Los Andes que es información relevante que contribuye al desarrollo del país.

**4. ¿Considera que para su empresa es necesaria la pauta publicitaria en medios digitales?**



De las dos organizaciones a las que se les formuló la pregunta, el 50% sí considera necesaria la pauta publicitaria en medios digitales, mientras que el otro 50% respondió que tal vez contaría con este servicio. Estas empresas manifiestan la necesidad de adquirir pauta publicitaria en medios digitales, sin embargo, la pyme la adquiriría con base en la evaluación de los beneficios dentro del mercado, decido a que hay épocas en el año en las que no requieren de las publicaciones. Lo contrario pasa con el Centro de Investigación, ya que, esta organización sí requiere de esta estrategia de comunicación.

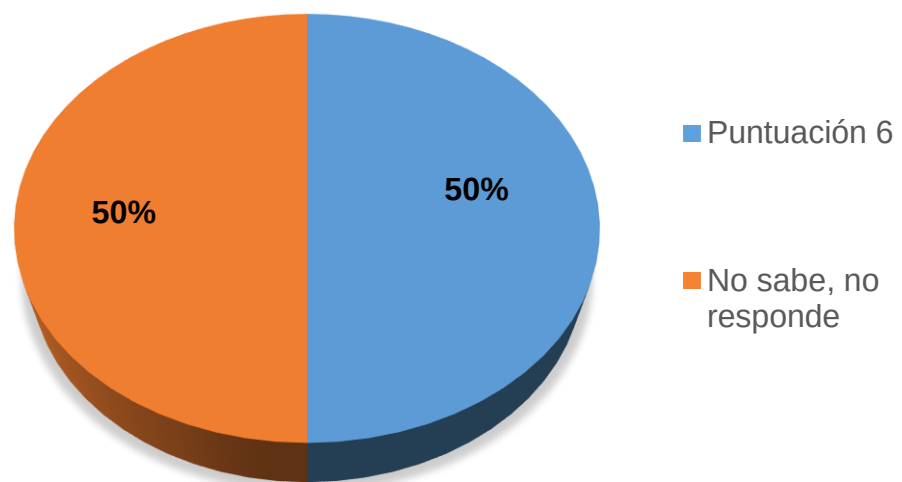
**5. ¿Cree usted que la inversión publicitaria en medios digitales genera o podría generar beneficios para su empresa?**



De las dos organizaciones a las que se les formuló la pregunta, el 50% sí ve como un beneficio la pauta en medios digitales, mientras que el otro 50% respondió que

tal vez, es decir, en algunos casos esto es positivo para la empresa. De esta manera, se muestra que estas dos organizaciones ven un plus estratégico con esta estrategia de comunicación en medios digitales, sin embargo, el Centro de Investigación considera que si bien esta es una buena herramienta para la difusión de la marca empresarial, también esta divulgación de información debe ser para un público selecto.

**6. De 1 a 10, ¿Cómo califica la credibilidad de los contenidos de un medio de comunicación aliado?**

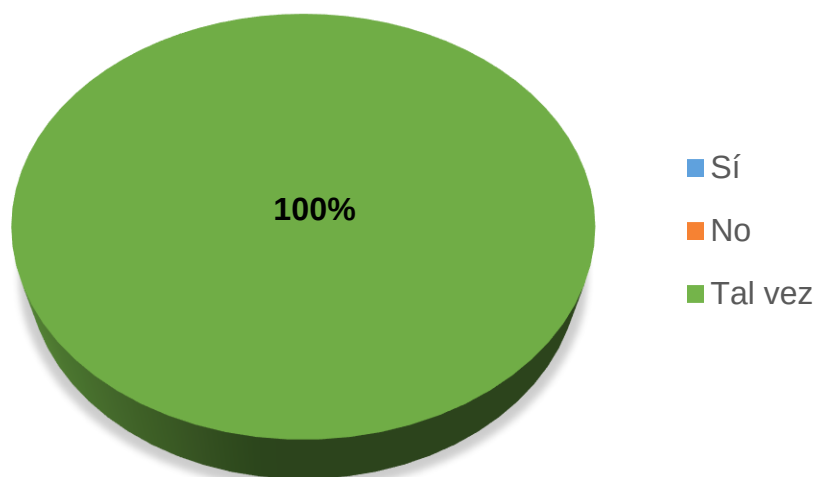


De las organizaciones a las que se les formuló la pregunta el 50% calificó con una puntuación de 6 la credibilidad de los contenidos de un medio de comunicación aliado, mientras que el otro 50% optó por no dar ningún tipo de puntuación.

De acuerdo con lo anterior, se muestra en el caso de las pymes existe el interés por generar y mantener alianzas con medios de comunicación que le den a sus

publicaciones un carácter de seriedad en la construcción de sus contenidos, así como un proceso riguroso de verificación de la información. Sin embargo, también se observa que el desconocimiento del trabajo de medios de comunicación independientes no permite a los Centros de Investigación generar una opinión certera acerca de la credibilidad de los contenidos de los mismos.

**7. Si Carta Blanca le ofrece sus productos y servicios, ¿tendría en cuenta esta opción para tenerlo como aliado?**



De las organizaciones a las que se les formuló la pregunta el 100% respondió que tal vez tendría en cuenta a Carta Blanca como una opción para tener una alianza en caso de ofrecerles sus productos y servicios. Por tanto, se presenta en el total de las organizaciones un interés parcial por llevar a cabo una alianza con nuestro medio en este momento, debido a que requieren un conocimiento más profundo acerca de las investigaciones realizadas y contenidos publicados, los



precios de productos y servicios, el perfil de los lectores, así como la garantía de reconocimiento para las empresas en términos de posicionamiento e imagen.

### 7.1.3 Estrategia comunicativa para la persuasión del cliente

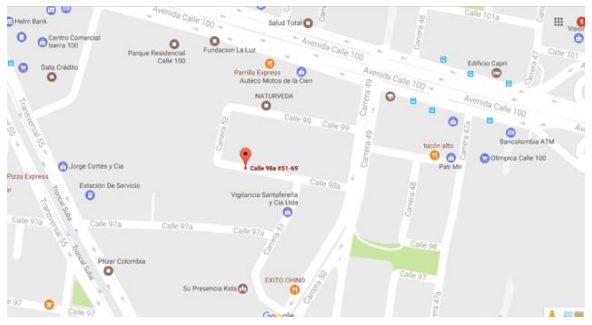
El método de persuasión con los clientes será resaltar el plus periodístico que se expresa a través de las publicaciones de Carta Blanca: riguroso, investigativo, ciudadano y exclusivo. A pesar de que, a primera vista, estas cuatro características cualquier cliente podría pensar que las halla en otros sitios digitales, el enfoque de este medio no será editorializado, es decir, no se involucrarán opiniones personales de los redactores ni de los directores. Y será exclusivo porque la información divulgada por Carta Blanca no la tendrán antes otro medio de comunicación.

## 7.2 La competencia

**Tabla 5**

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |         |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| <div> <div> <b>Carta Blanca</b><br/> <b>Camilo Acosta</b><br/> <b>Camilo Cañón</b><br/> <b>Alexandra Gámez</b> </div>  </div>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |         |
| <b>Las 2 Orillas (las2orillas.co)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |         |
| <b>Tipo de competencia</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Directa |
| <b>Perfil</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |         |
| <p>Las 2 Orillas es un equipo de periodistas que tienen como objetivo mostrar la parte del país que está olvidado: el de la otra orilla. A través de relatos, investigaciones y análisis, Las2orillas le da un espacio a aquellas voces y miradas perdidas a lo largo y ancho del territorio nacional. Le dan la palabra a la ciudadanía para que publique sus historias, sus imágenes y cuente sus vivencias. Las2orillas es una apuesta por el periodismo independiente, digital, regional y ciudadano, un espacio necesario para construir y fortalecer la democracia desde todos los rincones de Colombia.</p> |         |
| <b>Aliados Estratégicos</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |         |
| <p>Las 2 Orillas tiene sus alianzas estratégicas en las donaciones y el apoyo de diversas Organizaciones No Gubernamentales, las cuales no son mencionadas,</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |         |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| así como otras organizaciones afines con su vocación social.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Competidores Directos e Indirectos</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <p><b>La Silla Vacía (Directa):</b> es un medio informativo e interactivo para las personas interesadas en la actualidad política colombiana. Más que cubrir la noticia del día y acudir a ruedas de prensa, se centra en aquellas historias que realmente describen cómo se ejerce el poder en Colombia: en los personajes que mueven los hilos del poder, en las estrategias para alcanzarlo y mantenerlo, en las ideas e intereses que subyacen las grandes decisiones del país.</p> <p><b>Revista Semana (Indirecta):</b> es un medio impreso y digital colombiano especializado en análisis, política, opinión y debate. Fue fundada en 1946, es dirigida actualmente por Alejandro Santos Rubino y, según el Encuesta General de Medios, es la tercera revista por suscripción más leída de Colombia.</p> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Diferencial del Producto o Servicio</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <p>Periodismo político</p> <p>Periodismo ciudadano</p> <p>Periodismo regional</p> <p>Independencia</p> <p>Trabajo cercano con la ciudadanía</p> <p>Periodismo digital</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | <p><b>¿Qué nos hace diferentes?</b></p> <p>Al portal Las 2 Orillas se le conoce mediáticamente por la pluralidad de voces que acopla en sus publicaciones, a las cuales le denominan "nota ciudadana", así como a la sección "Gente". Igualmente, basan su trabajo en la opinión, el control político y 'fiscalización' de los entes que ejercen poder en Colombia. Por su parte, Carta Blanca le apunta al periodismo netamente investigativo y sin adjetivaciones, no generamos contenidos de opinión, editorial o publicaciones en donde se reflejen, a grandes o y/o pequeños rasgos, apreciaciones personales de los reporteros ni del consejo editorial.</p> |
| <b>Análisis del Entorno</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Las oficinas de Las 2 Orillas está ubicada sobre la calle 98A en el edificio donde queda ubicada la empresa Soenergy Internacional. Es una zona residencial y donde varias pequeñas y medianas empresas y oficinas de abogados tienen sus sedes de atención. Sus vías de acceso son la calle 100 y la troncal de la Avenida Suba por donde circula Transmilenio.</p>                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>La Silla Vacía (lasillavacia.com)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Tipo de competencia</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Directa                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Perfil</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <p>La Silla Vacía es un medio informativo e interactivo para las personas interesadas en la actualidad política colombiana. Más que cubrir la noticia del día y acudir a ruedas de prensa, se centran en aquellas historias que realmente describen cómo se ejerce el poder en Colombia: en los personajes que mueven los hilos del poder, en las estrategias para alcanzarlo y mantenerlo, en las ideas e intereses que subyacen las grandes decisiones del país.</p> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Aliados Estratégicos</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <p>El aliado estratégico o fuente de ingresos es una beca otorgada por Open Society Institute la cual brinda ayuda a diferentes organizaciones orientadas al periodismo y actividades relacionadas.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Competidores Directos e Indirectos</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <p><b>Con La Oreja Roja (Directa):</b> Con la Oreja Roja es un medio de opinión y análisis donde priman los argumentos y la crítica sustentada.</p> <p><b>Pacifista (Indirecto):</b> Pacifista es un proyecto VICE enfocado en contenidos sobre la terminación del conflicto armado y la construcción de paz en Colombia</p>                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Diferencial del Producto o Servicio</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <p>Registro Fotográfico<br/>Material Audiovisual<br/>Investigación exhaustiva<br/>Reportajes<br/>Espacios Publicitarios</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <p><b>¿Qué nos hace diferentes?</b></p> <p>Observando el portal web de La Silla Vacía, se puede concluir que carecen de información gráfica, información más interactiva para los usuarios de Carta Blanca, en este sentido nos hace diferentes que nuestra página cuente con videos de complementan la investigación de una manera más interactiva que solo el texto y que las investigaciones se</p> |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                        |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | basen en evidencias grafica. Finalmente, el uso de espacios publicitarios hace que nuestra página sea de mayor gusto por exclusividad y recordación de marca para el cliente que compre este servicio. |
| <b>Análisis del Entorno</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                        |
| <p>El portal web La Silla Vacía no presenta en su página oficial información alguna de direcciones o ubicación física.</p> <p>Link: <a href="http://www.lasillavacia.com">www.lasillavacia.com</a></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                      |
| <b>El Ecléctico (elelectico.co)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Tipo de competencia</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Directa                                                                                                                                                                                                |
| <b>Perfil</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                        |
| <p>El Ecléctico es un portal web de periodismo y opinión diversa producido exclusivamente por jóvenes. Se enfoca en publicar noticias y actualidad local, nacional e internacional. Asimismo, busca generar contenido periodístico de calidad y contribuir a la opinión pública del país desde una mirada joven y varias perspectivas.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Aliados Estratégicos</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                        |
| <p><b>Contagio Radio:</b> Portal web dedicado a la actualidad de Colombia y el mundo en temas de derechos humanos, paz, política, movimientos sociales. Está direccionado hacia la expresión radial y audiovisual como apuesta comunicativa multimedia que procura la democratización de la información, permitiendo una mayor libertad de expresión a las comunidades rurales y urbanas de diversos sectores sociales.</p> <p>Contagio cree en la comunicación que se organiza desde la comunidad, desde aquellas y aquellos a los que en ocasiones no se les da la palabra para opinar, exigir, denunciar, y es por esta razón que realiza trabajos de comunicación con diferentes comunidades en resistencia de Colombia.</p> <p>La alianza establecida se da por medio de una sección dentro del medio Contagio Radio llamada “Debate en El Ecléctico”, en la cual se toman los temas del medio El Ecléctico y se llevan al formato de programa de radio. Asimismo, en el portal del medio analizado se invita a visitar la página web <a href="http://Contagioradio.com">Contagioradio.com</a>.</p> |                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Competidores Directos e Indirectos</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                        |
| <p><b>Tras la Cola de la Rata (Directa):</b> portal dedicado a la investigación periodística de temas políticos, económicos, sociales, ambientales, culturales, entre otros.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                        |

Creado en el año 2011 como un proyecto de periodismo en el aula universitaria, para luego convertirse en una propuesta de carácter independiente, tanto en su financiamiento como en el tratamiento informativo (no responde a ningún vínculo partidista específico).

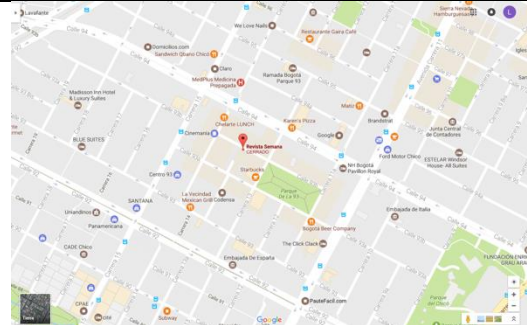
**El Clavo (Indirecta):** medio de comunicación alternativo e independiente conformado por líderes juveniles que buscan generar opinión y pensamiento crítico bajo la filosofía de “Reflexionar y Reír”, enfocado en la construcción social por medio de productos periodísticos multimediáticos en su plataforma virtual (revista, radio, televisión).

| Diferencial del Producto o Servicio                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Investigación periodística<br/>Espacios de opinión periodística<br/>Productos periodísticos: noticia, artículo, crónica<br/>Piezas visuales: fotografía profesional.<br/>Youtubers</p> | <p><b>¿Qué nos hace diferentes?</b></p> <p>Nuestro carácter diferencial frente a El Eléctrico se orienta hacia el periodismo ciudadano, el cual va más allá de la opinión pública y por tanto, toma de acciones en torno al involucramiento de los actores con las problemáticas sociales, lo cual está reflejado en organizaciones con enfoque social como nuestros principales clientes. Asimismo, los periodistas de Carta Blanca tienen contacto directo con los personajes de la vida pública involucrados, es decir exaltamos el testimonio antes que la fuente documental, contrario a lo que se muestra en la mayoría de las publicaciones de El Eléctrico, quienes se basan principalmente en información presentados por entidades gubernamentales. Además, nuestra forma de generar opinión pública se basa en el concepto de participación ciudadana, más no en abrir un espacio de publicación en el portal a quienes quieran escribir acerca de su punto de vista frente a diversas situaciones o temáticas sociales.</p> |
| Análisis del Entorno                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Hasta el momento, el portal El Ecléctico no cuenta con sede física donde pueda ubicárseles.                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Los Irreverentes (losirreverentes.com)                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>Tipo de competencia</b>                                                                                                                                                                | Indirecta                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |

| Perfil                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Los Irreverentes es un grupo de periodistas latinoamericanos que, según ellos, han sido objeto de censura periodística en sus respectivos países. Abogan por defender la libertad de prensa y de expresión como valores supremos de la democracia, asediada por un ambiente de unanimismo, en el que discrepar, criticar y denunciar se ha convertido en motivo de persecución. Abiertamente es un medio de comunicación que defiende ideas derechistas y conservadoras, ya que no matizan su tendencia, ni intentan ocultarla.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Aliados Estratégicos                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <p>A raíz de que es un medio digital nuevo que fue lanzado en abril de 2016, aún no cuenta con alianzas estratégicas ni financiadores, pues para ellos, “para que las personas tengan acceso a la información, basta con que tengan a su disposición un elemento electrónico, sin necesidad de suscripciones a los denominados ‘medios convencionales’”.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Competidores Directos e Indirectos                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <p><b>Periodismo Sin Fronteras (Directa):</b> es un medio de comunicación digital que se dedica, como su eslogan lo dice, al periodismo de opinión en búsqueda de la verdad. Sus publicaciones no solo manejan temas a nivel nacional, sino también internacional. Sus publicaciones se caracterizan por reflejar, desde sus titulares hasta el desarrollo de estos, su postura editorial. No ocultan sus tendencias ultraderechistas ni su rechazo al gobierno de Colombia ni a las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia.</p> <p><b>País Bizarro (Indirecta):</b> es un blog escrito y producido por una sola persona que ha logrado posicionarse en las redes sociales Twitter y YouTube. En sus entradas de texto y vídeo se refleja la línea ideológica y la postura desde la cual se emiten juicios a determinadas personas.</p> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Diferencial del Producto o Servicio                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <p>Opinión<br/>Periodismo sin censura<br/>Periodismo independiente<br/>Periodismo de investigación<br/>Análisis<br/>Ideologías marcadas<br/>Libertad de expresión<br/>Libertad de prensa<br/>Editorial</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | <p><b>¿Qué nos hace diferentes?</b></p> <p>Al portal Los Irreverentes se le conoce mediáticamente solo en los círculos de ciudadanos que son usuarios de redes sociales y que se sienten identificados con las ideas del espectro político de la derecha, así como entre algunos políticos que hacen parte de esa corriente de pensamiento en la política nacional colombiana. Por su parte, en Carta Blanca la opinión de nadie es tomada como noticia o material que amerite hacer una publicación, así como todas las investigaciones y materiales que son emitidos no corresponden a una corriente</p> |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | ideológica de las personas que se vean involucrada en los contenidos divulgados.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Análisis del Entorno</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Hasta el momento, el portal Los Irreverentes no cuenta con sede física donde pueda ubicárseles.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>Semana (semana.com)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>Tipo de competencia</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Indirecta                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>Perfil</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Semana.com es un medio informativo de análisis y opinión más importante del país. Conformado por un equipo de profesionales en cada una de las áreas de conocimiento, se encarga de producir contenidos periodísticos con los más altos estándares de calidad.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>Aliados Estratégicos</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <p><b>Arcadia:</b> Es una revista y portal web de periodismo narrativo para quienes buscan información sobre Novedades Editoriales, Exposiciones, Música, Cine, Arquitectura y Teatro.</p> <p><b>Verdad Abierta:</b> Es un proyecto de investigación periodística de la Fundación Ideas para la Paz y la revista Semana que devela la verdad sobre el conflicto armado en Colombia</p>                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>Competidores Directos e Indirectos</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <p><b>Eltiempo.com (Directo):</b> Principal portal noticioso de Colombia y referente informativo para los hispano parlantes en el mundo. Con información en texto, imágenes, audio y video, eltiempo.com es la más completa y dinámica oferta multimedia de contenido noticioso del país.</p> <p><b>Elcolombiano.com (Indirecto):</b> es una compañía proveedora de contenidos informativos orientada a mejorar la calidad de vida de las personas y la sociedad. Como grupo integral de medios satisfacen las necesidades de información de las diferentes audiencias, en plataformas impresas y digitales, hechas a la medida.</p> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>Diferencial del Producto o Servicio</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <p>Análisis ciudadano</p> <p>Piezas Audiovisuales</p> <p>Investigación selectiva</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <p><b>¿Qué nos hace diferentes?</b></p> <p>La principal diferencia que tiene Carta Blanca es su inmersión y selección en las investigaciones. Semana.com basa sus investigaciones por acontecimientos de gran importancia para el país, Carta Blanca además de realizar este tipo de investigaciones, también se basa su trabajo en historias que son relevantes para un público objetivo seleccionado, no necesariamente tiene que ser masivo.</p> |
| <b>Análisis del Entorno</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |



|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                        |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Las instalaciones de Semana.com se encuentran en la Cl. 93b #13-47 en la ciudad de Bogotá. Se localiza en el Chicó Norte una zona prestigiosa de la ciudad por su nivel socioeconómico y empresarial, está muy cerca del Parque de la 93, uno de los más importantes de Bogotá.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                      |
| <b>El Espectador (elespectador.com)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Tipo de competencia</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Indirecta                                                                                                                                                                                              |
| <b>Perfil</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                        |
| <p>Periódico fundado en el año 1887, lo cual lo convierte en el más antiguo de Colombia. Su línea editorial tiene a ser neutral, pues se autodenomina como un medio de “extremo centro” en cuanto a resaltar la “proposición sobre la oposición”. Asimismo, ha tomado la decisión editorial de no apoyar, en los últimos tiempos, a ningún candidato presidencial, <i>como garantía de imparcialidad y juego limpio para sus lectores y para sus propios periodistas</i>. Sin embargo, desde sus inicios se ha inclinado, ha defendido y apoyado ideas liberales. En cuanto a su portal web, este está dedicado principalmente a la publicación de noticias de información general de actualidad nacional e internacional.</p> |                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Aliados Estratégicos</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                        |
| <p>El diario El Espectador pertenece a uno de los círculos de medios masivos de comunicación del país, este está compuesto por: Blu Radio, caracol Televisión, Noticias Caracol, Caracol Play, Gol Caracol, Revista Cromos y Revista Shock.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Competidores Directos e Indirectos</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                        |
| <p><b>El Tiempo (Directa):</b> empresa de medios de comunicación con más de 103 años de trayectoria, enfocado en la producción de contenidos periodístico de carácter multimedial, pues cuenta con nueve periódicos impresos, dos canales de televisión, más de 15 portales digitales y diez títulos de revistas de prensa y de nicho. Su propietario es el grupo económico liderado por el empresario colombiano Luis Carlos Sarmiento Angulo. Asimismo, el medio ha mostrado su apoyo al gobierno, y especialmente, a los presidentes colombianos de los últimos años.</p>                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                        |
| <p><b>Kien y Ke (Indirecta):</b> revista digital independiente fundada en el año 2010 que busca presentar el lado humano de la información actual por medio de historias, noticias, tendencias, deportes, economía y demás temas de interés general.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Diferencial del Producto o Servicio</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                        |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | <p><b>¿Qué nos hace diferentes?</b><br/> Carta Blanca es una medio independiente a diferencia de El espectador, el cual pertenece al círculo de medios masivos de comunicación del país. Asimismo,</p> |



|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Investigación periodística</p> <p>Productos periodísticos: artículos, noticias, crónicas, blogs, entre otros.</p> <p>Suscripciones impresas</p> <p>Círculo de experiencias</p> <p>Edictos y avisos judiciales</p> <p>Urna Virtual</p>                                                                                                                    | <p>nuestro enfoque tiene un carácter definido: investigación socio-política y contrario a El espectador realizamos un trabajo de profundización en los temas, mantenemos la transparencia y calidad en nuestras investigaciones.</p> <p>La propuesta de periodismo ciudadano de Carta Blanca no se limita a la opinión publica y por esto, definimos nuestros clientes y aliados en línea a nuestra orientación periodística, mientras que El Espectador acepta cualquier tipo de organización para su pauta.</p> <p>Por último, Carta Blanca refleja una mirada crítica en sus contenidos, los cuales están basados en resultados producto de la investigación rigurosa y objetiva, sin la necesidad de recurrir al sensacionalismo y amarillismo en sus publicaciones.</p> |
| <p><b>Análisis del Entorno</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <p>Las oficina de El Espectador está ubicada sobre la Calle 103 y la Carrera 70. Es una zona empresarial, donde medianas y grandes empresas tienen sedes de atención: Toyota, Telefónica Movistar de Colombia, Nissan, Ford, HSB Noticias. Sus vías de accesos son la Carrera 68, en donde circula el Sistema Integrado de Transporte de Bogotá (Sitp).</p> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |

### 7.3 Precio producto y/o servicio

### 7.3.1 Precio del producto y/o servicio

El listado de precios que se presenta a continuación se basa en un estudio de gastos mensuales realizado por un el Contador Público Luis Edgar Cañón, quien

proyectó los gastos y costos que Carta Blanca tendría. Este estudio de gastos y costos se basó en los siguientes aspectos:

- Pago de servicio de luz: uso de computadores, televisores y celulares.
- Pago de transporte: buses y taxis.
- Pago de servicio de internet y celular: navegación y llamadas.
- Alimentación: almuerzos.
- Pago de la nómina: remuneración económica a cada colaborador.
- Depreciación de equipos tecnológicos: computadores, celulares, grabadoras de voz y cámaras.

**Costo mensual:** 2.500.000 (Dos millones quinientos mil pesos)

**Ganancia (paquete Blanco):** 8.86%

**Tabla 6**

| Servicios - Paquetes                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Acciones                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Precio                    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|
| <b>Blanco – 2 meses</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Análisis de la información recopilada (transcripciones de entrevistas, análisis de entrevistas, análisis de noticias, análisis de secuencia de sucesos).</b></li> <li>▪ <b>Documentación (Elaboración de informe – resultado de la investigación, este se puede presentar tipo reportaje, crónica, etc. Dependiendo de la investigación).</b></li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Acceso a documentos probatorios (contratos, querellas, peticiones, licitaciones, etc.).</li> <li>- Elaboración de informe final (crónica, reportaje, informe general, etc.).</li> <li>- Transportes.</li> <li>- Uso de recursos tecnológicos (llamadas, navegación, etc.).</li> <li>- Entrega de toda las pruebas físicas y digitales sobre la investigación.</li> </ul> | <b>\$ 3.950.000 pesos</b> |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                   |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|
| <p><b>A blanco y negro – 4 meses</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Investigación Periodística (antecedentes del suceso, seguimiento de caso, búsqueda de fuentes, entrevistas, búsqueda de noticias).</b></li> <li>▪ <b>Análisis de la información recopilada (transcripciones de entrevistas, análisis de entrevistas, análisis de noticias, análisis de secuencia de sucesos).</b></li> <li>▪ <b>Documentación (Elaboración de informe – resultado de la investigación, este se puede presentar tipo reportaje, crónica, etc. Dependiendo de la investigación).</b></li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Acceso a documentos probatorios (contratos, querellas, peticiones, licitaciones, etc.).</li> <li>- Elaboración de informe final (crónica, reportaje, informe general, etc.).</li> <li>- Transportes.</li> <li>- Uso de recursos tecnológicos (llamadas, navegación, etc.).</li> <li>- Entrega de toda las pruebas físicas y digitales sobre la investigación.</li> <li>- Registro audiovisual de la bitácora de la investigación.</li> <li>- Registro audiovisual de resumen y prólogo de la investigación.</li> </ul> | <p><b>\$ 7.500.000 pesos</b></p>  |
| <p><b>Carta Blanca – 6 meses</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Investigación Periodística (antecedentes del suceso, seguimiento de caso, búsqueda de fuentes, entrevistas, búsqueda de noticias)</b></li> <li>▪ <b>Análisis de la información recopilada (transcripciones de entrevistas, análisis de entrevistas, análisis de noticias, análisis de secuencia de sucesos)</b></li> <li>▪ <b>Documentación (Elaboración de informe –</b></li> </ul>                                                                                                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Acceso a documentos probatorios (contratos, querellas, peticiones, licitaciones, etc.).</li> <li>- Elaboración de informe final (crónica, reportaje, informe general, etc.).</li> <li>- Transportes.</li> <li>- Uso de recursos tecnológicos (llamadas, navegación, etc.).</li> <li>- Entrega de toda las pruebas físicas y digitales sobre la investigación.</li> </ul>                                                                                                                                               | <p><b>\$ 11.000.000 pesos</b></p> |

|                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                        |                           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|
| resultado de la investigación, este se puede presentar tipo reportaje, crónica, etc. Dependiendo de la investigación). | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Registro audiovisual de la bitácora de la investigación.</li> <li>- Registro audiovisual de resumen y prólogo de la investigación.</li> </ul> |                           |
| <b>VALOR MENSUAL AÑADIDO EN EL PAQUETE CARTA BLANCA</b>                                                                | Dado el caso que la investigación se prolongue.                                                                                                                                        | <b>\$ 1.950.000 pesos</b> |
| <b>VALOR MENSUAL AÑADIDO EN EL PAQUETE A BLANCO Y NEGRO Y MULTICOLOR</b>                                               | Dado el caso que la investigación se prolongue.                                                                                                                                        | <b>\$ 2.080.000 pesos</b> |

**Tabla 7**

| <b>Servicios periodísticos</b>                                                                                                                                                | <b>Acciones</b>                                                                                                                                                                                                                          | <b>Precio</b>           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| <b>Investigación Periodística (antecedentes del suceso, seguimiento de caso, búsqueda de fuentes, entrevistas, búsqueda de noticias) – 1 mes.</b>                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Acceso a documentos probatorios (contratos, querellas, peticiones, licitaciones, etc.).</li> <li>- Transporte.</li> <li>- Uso de recursos tecnológicos (llamadas, navegación, etc.).</li> </ul> | <b>\$ 650.000 pesos</b> |
| <b>Análisis de la información recopilada (transcripciones de entrevistas, análisis de entrevistas, análisis de noticias, análisis de secuencia de sucesos) - 1 mes.</b>       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Uso de recursos tecnológicos (llamadas, navegación, etc.).</li> <li>- Interpretación de las entrevistas, encuestas, noticias, etc.</li> </ul>                                                   | <b>\$ 800.000 pesos</b> |
| <b>Documentación (Elaboración de informe – resultado de la investigación, este se puede presentar tipo reportaje, crónica, etc. Dependiendo de la investigación) - 1 mes.</b> | Redacción según tipo de informe requerido.                                                                                                                                                                                               | <b>\$ 450.000 pesos</b> |

| Servicio (paquetes publicidad)                                                                                                                                                                          | Acciones                                                                                                                                                                                                                                                              | Precio                    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|
| <b>Prueba Carta Blanca – 1 mes.</b><br><br><b>Visualización de Investigación.</b><br><b>(La publicación y difusión de la investigación en página web).</b>                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Publicación de la investigación página web.</li> <li>- Apoyo fotográfico para la publicación</li> <li>- Diseño de 2 banners para la página web.</li> </ul>                                                                   | <b>\$ 520.000 pesos</b>   |
| <b>Publica Carta Blanca – 2 meses</b><br><br><b>Visualización de Investigación.</b><br><b>(La publicación y difusión de la investigación en página web).</b>                                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Publicación de la investigación página web.</li> <li>- Apoyo fotográfico para la publicación.</li> <li>- Diseño de 4 banners para la página web.</li> </ul>                                                                  | <b>\$ 850.000 pesos</b>   |
| <b>Ver más Carta Blanca – 4 meses</b><br><br><b>Visualización de Investigación.</b><br><b>(La publicación y difusión de la investigación en nuestra página web y redes sociales Facebook, Twitter).</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Publicación de la investigación página web y redes sociales.</li> <li>- Apoyo fotográfico para la publicación.</li> <li>- Diseño de 6 banners para la página web.</li> <li>- Realización de pautas audiovisuales.</li> </ul> | <b>\$ 1.650.000 pesos</b> |
| <b>Full Carta Blanca – 6 meses</b><br><br><b>Visualización de Investigación.</b><br><b>(La publicación y difusión de la investigación en nuestra página web y redes sociales Facebook, Twitter).</b>    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Publicación de la investigación página web y redes sociales.</li> <li>- Apoyo fotográfico para la publicación.</li> <li>- Diseño de 8 banners para la página web.</li> <li>- Realización de pautas audiovisuales.</li> </ul> | <b>\$ 2.500.000 pesos</b> |
| <b>VALOR MES AÑADIDO AL PAQUETE PUBLICA CARTA BLANCA, VER MÁS CARTA BLANCA Y FULL CARTA BLANCA</b>                                                                                                      | Dado el caso que cliente desee algún mes añadido al plan.                                                                                                                                                                                                             | <b>\$ 400.000 pesos</b>   |

**Tabla 9**

| Servicios publicidad | Precio |
|----------------------|--------|
|----------------------|--------|

|                                                    |                  |
|----------------------------------------------------|------------------|
| <b>Publicación de la investigación página web.</b> | \$ 250.000 pesos |
| <b>Apoyo fotográfico para la publicación.</b>      | \$ 300.000 pesos |
| <b>Diseño de un banner para la página web.</b>     | \$ 80.000 pesos  |
| <b>Realización de pautas audiovisuales.</b>        | \$ 350.000 pesos |

### **7.3.2 Precio del producto y/o servicio de la competencia**

En el funcionamiento de las empresas que son competencia directa de Carta Blanca, hay la particularidad de que a estas (La Silla Vacía, Las 2 Orillas y El Ecléctico) no les pagan por sus servicios, sino que estos medios se mantienen gracias a sus alianzas estratégicas con Organizaciones No Gubernamentales y del patrocinio y financiación que hacen distintas empresas privadas o instituciones educativas.

- La Silla Vacía: tiene financiación económica proveniente de las donaciones que recibe de centro de estudio e instituciones gubernamentales del extranjero. No cobran por acceder a sus productos periodísticos.
- Las 2 Orillas: recibe donaciones de distintos sectores, pues este medio virtual –como consta en su página- mantiene abierta la posibilidad de que cualquier persona natural o jurídica pueda donar recursos.
- El Ecléctico: hasta donde se conoce este medio se mantiene únicamente por el capital económico de sus fundadores y directivas.

### 7.3.3 Precio que el cliente está dispuesto a pagar

Al dar a conocer los productos y servicios ofrecidos por Carta Blanca a nuestros posibles clientes, estos manifestaron las siguientes opiniones en cuanto a la opción de adquirirlos en términos económicos:

En el caso de la Pyme (Tuibos.com), hay un interés de conocimiento y profundización en el trabajo que realiza Carta Blanca, pues las oportunidades de beneficio y crecimiento que representen para ellos nuestros productos y servicios determinan la fijación del precio que pagarían en caso de adquirirlo.

Asimismo, el Centro de Investigación Social (Cider, Universidad de los Andes) considera que el precio al adquirir productos y servicios con las características de los ofrecidos por Carta Blanca puede oscilar entre 1 y 5 millones de pesos; esta suma se fija de acuerdo con el tipo y segmento específico de público al cual van dirigidos, así como el alcance y el reconocimiento que se generará para el Centro por parte de nuestro medio.

### 7.3.4 Métodos de pago preferidos por el cliente

**Tabla 10**

| Preferidos por los clientes |                                                                                                                                                                        |
|-----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Método de pago              | Justificación                                                                                                                                                          |
| Transacción Bancaria        | Método que facilita a nuestros clientes el proceso de pago, realizándolo desde la entidad bancaria de su preferencia.                                                  |
| Tarjeta Débito              | Con esta herramienta el cliente realiza una transacción a nuestra cuenta bancaria. Esta opción les permite adquirir productos y servicios de manera eficaz y oportuna. |

### 7.3.5 Métodos de pago ofrecidos por el modelo de negocio

**Tabla 11**

| Ofrecidos por Carta Blanca  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-----------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Método de pago              | Justificación                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Transferencia Bancaria      | Método que facilita a nuestros clientes el proceso de pago, realizándolo desde la entidad bancaria de su preferencia. A los clientes se les ofrecerá la modalidad de pago por medio de dos avances: el primero de 30 por ciento y el segundo, 70 por ciento.                                                                                      |
| Aplicación para SmartPhones | Herramienta que le permite a nuestros clientes realizar el pago para adquirir nuestros servicios desde cualquier lugar a nivel nacional; un proceso que conlleva poco tiempo y mantiene la seguridad de sus datos y de su dinero. Por este método, los porcentajes ofrecidos serán de tres avances: 30 por ciento, 30 por ciento y 40 por ciento. |
| Tarjeta Débito              | Con esta herramienta el cliente realiza una transacción a nuestra cuenta bancaria. Se le ofrecerá modalidad de pago 50:50, es decir: la mitad del valor total en un primer pago y la mitad restante en un segundo pago.                                                                                                                           |

## 7.4 Canales de distribución del producto y/o servicio

### 7.4.1 Canales de distribución del producto y/o servicio

Debido a que las características de nuestros productos y servicios son muy particulares, al ser intangibles y pertenecer al entorno virtual (Internet), no es posible establecer una ubicación geográfica determinada o un profesional comercial para realizar el proceso de venta y distribución.



Así pues, los representantes y propietarios de Carta Blanca asumimos el papel de canales de distribución directa al llevar a cabo procesos como:

- Proponer, organizar, desarrollar y consolidar la oferta.
- Generar diversas estrategias de venta para asegurar el éxito de las mismas.
- Contactar a nuestros posibles clientes.
- Ofrecer las características y beneficios de los productos y servicios por medio de contacto telefónico, virtual y personal.
- Facilitar métodos de pago seguros y confiables a nuestros clientes.
- Concretar las ventas de manera oportuna y eficiente.

El canal de distribución planteado trae como beneficio el acercamiento de nuestros productos y servicios al cliente de forma eficaz e integral, ya que este obtiene de primera mano la información que necesita para conocerlos y elegirlos, tiene la oportunidad de realizar una negociación sin intermediarios y se garantiza el carácter “calidad” al identificar y atender directamente sus necesidades.

#### **7.4.2 Canales de comunicación para llegar a los clientes**

La promoción del modelo de negocio se generará a partir del internet, de las redes sociales y de los medios de comunicación tradicionales y alternativos con los que la empresa ha construido alianzas o en donde se ha emitido información revelada, en primicia, por Carta Blanca.

### ***Publicidad:***

En este aspecto, el modelo de negocio ya ha hecho ejercicios de publicidad por medio de las ofertas que la red social Facebook brinda para promocionar publicaciones y páginas en general, por cuenta de dos opciones que permitieron, en su momento, que las publicaciones realizadas a través de la fanpage Carta Blanca (<https://www.facebook.com/cartablancacol/>) llegaran a un grupo más amplio y significativo de usuarios de esa red social. Esta estrategia se ha implementado ocho veces en las que se les hizo publicidad a entradas emitidas en la página web <https://www.cartablancacol.com/>, a flyers y vídeos de invitación a foros organizados por Carta Blanca, así como algunas publicaciones que fueron de impacto a nivel nacional.

### ***Marketing:***

En este campo, Carta Blanca tendrá como medio para llegar a sus usuarios la realización de material audiovisual que reproducirán por sus canales de difusión personas reconocidas nacionalmente en los siguientes campos: política, periodismo, investigación y crítica. Para este método se utilizará las herramientas de transmisión en directo con las que hoy cuentan Twitter, Instagram y Facebook.

### ***Relaciones públicas:***

Para este aspecto, el modelo de negocio ha logrado tener impacto mediático por medio del relacionamiento con líderes de opinión y periodistas que laboran

actualmente en grandes medios tradicionales. Y es por esto que investigaciones propias y primicias de Carta Blanca han llegado a las manos del subdirector de Noticias Uno, Ignacio Gómez; del columnista del diario El Espectador y director de la revista Poder, Yohir Akerman; del conductor del programa Partida W de La W Radio, Juan Pablo Barrientos; del jefe de la unidad investigativa de Noticias Caracol, Jorge González; y del columnista de la revista Semana, Daniel Coronell. De manera que el buen resultado que han tenido algunas de las publicaciones emitidas por Carta Blanca se han debido, en primer lugar, a la rigurosidad de cada una de estas y, en segundo lugar, al contacto personal o digital con personas del medio periodístico que ya cuentan con una trayectoria y reconocimiento.

#### **7.4.3 Estrategia de posicionamiento**

La estrategia de posicionamiento de Carta Blanca en el mercado será basada en su trabajo diferencial: la investigación periodística basada en el periodismo ciudadano, además, este valor diferencial pretende evitar los sesgos informativos que manejan diversos medios de comunicación. Este valor agregado de la empresa se verá reflejado de manera táctica en las redes sociales, es decir, se publicarán en Facebook y Twitter las investigaciones de manera fragmentada y periódica, esto con el fin de ir acostumbrando a los lectores a ver la marca cada 3 días a la semana con información de interés. Además, se implementarán recursos o herramientas como el uso de un hashtag que nos identifique y sea insignia de la organización.

Por otro lado, otra herramienta efectiva para mejorar el número de seguidores y obtener reconocimiento en los medios digitales es el pago de publicidad, este servicio se usará para las publicaciones más controversiales (corrupción que involucre altos cargos del gobierno, denuncias que afecten a personas con cargos públicos y privados, entre otras), esto con el fin de exhibir a Carta Blanca como un medio independiente y serio.

Finalmente, debemos tener en cuenta que nuestra empresa se mueve en una era netamente digital, nuestros seguidores son más ilustrativos que textuales, por esto, se publicará un video cada 15 días donde se entreviste a una persona reconocida; en estas entrevistas se realizarán preguntas irreverentes, preguntas que harán que los videos sean interesantes sin dejar a un lado la seriedad en el tratamiento de la entrevista.

Con el tiempo se espera que diversos medios empiecen a compartir nuestro material y se interesen por realizar alianzas estratégicas para la difusión de la información.

## **8. Análisis de riesgos**

El análisis de riesgos legislativos, de mercado y financieros para Carta Blanca se realizó con base en la asesoría profesional de Camilo Narváez (Abogado, especialista en Derecho Laboral), Diana Gallego (Ingeniera de Mercado) y Luis Edgar Cañón (Contador Público); quienes brindaron orientación en la consolidación

de aspectos que pueden generar, a corto y mediano plazo, un impacto negativo en la gestión administrativa y productiva de la organización.

**Tabla 12**

|                    | Factor de riesgo        | Descripción                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Sustentación                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Líneas de Acción                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|--------------------|-------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Legislativo</b> | <b>Seguridad Social</b> | El Sistema Integral de Seguridad Social fue creado por medio de la Ley 100 de 1993, en este se incluyen los factores de Pensiones, Salud, Riesgos Profesionales y Servicios Sociales Complementarios como elementos fundamentales del mismo. Así pues, la normativa determina que “serían afiliados obligatorios no sólo los trabajadores dependientes y los servidores públicos sino también ‘las personas naturales que presten directamente servicios al Estado o a las entidades o empresas del sector privado, bajo la modalidad de contratos de prestación de servicios, o cualquier otra modalidad que adopten los | Actualmente Carta blanca no cuenta con recursos económicos generados directamente desde su actividad empresarial, por tanto, sus propietarios asumen el sostenimiento de la organización por medio del dinero aportado voluntariamente. Así pues, no ha sido posible determinar ningún tipo de remuneración económica a sus colaboradores. | La empresa Carta Blanca, hasta ahora solo ha contado y cuenta con colaboradores, pero no existe ningún compromiso contractual. Por tanto, para contrarrestar este factor se implementarán contratos por prestación de servicios, aunque con la condición de que el contratista pague su seguridad social. |

|                    |                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|--------------------|----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                    |                                  | trabajadores independientes””. En el caso de Carta Blanca ninguno de los trabajadores cuenta con afiliación al Sistema de Seguridad Social por parte de la organización; esto representa un riesgo legal en el momento en el que alguno de nuestros colaboradores requiera, por ejemplo, atención especial de parte de una entidad prestadora de salud, y no cuente con el cubrimiento personal o de otra empresa para contrarrestar este tipo de situaciones de riesgo. |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>Legislativo</b> | <b>Contrato con trabajadores</b> | De acuerdo con el Artículo 22 del Código Sustantivo del Trabajo el contrato se define como “aquel por el cual una persona natural se obliga a prestar un servicio personal a otra persona natural o jurídica, bajo la continuada dependencia o subordinación de la segunda y a cambio de remuneración. Quien presta el servicio se denomina trabajador; quien lo recibe y remunera, empleador, y la remuneración, cualquiera que sea su forma, salario”.                 | El contrato con trabajadores representa un factor de riesgo para Carta Blanca actualmente debido a que no contamos con ninguna figura contractual, ni acuerdos mutuos en los que se estipulen las condiciones de empleo de nuestros colaboradores durante su labor periodística e investigativa; lo cual constituye una falta ante la ley. | En vista de que no existen contratos con Carta Blanca, la línea de acción será, a largo plazo, brindar incentivos orientados a la dignidad humana, que no sean monetarios, sino que impliquen el reconocimiento y signifiquen el cubrimiento de los gastos de representación de los trabajadores. |
| <b>Legislativo</b> | <b>Remuneración Salarial</b>     | El salario es definido como “la retribución que debe percibir el trabajador por su trabajo, a fin de que                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | En este momento Carta Blanca no realiza ningún tipo de pago por los servicios                                                                                                                                                                                                                                                              | Hasta la fecha, la empresa Carta Blanca no da ninguna clase de remuneración por                                                                                                                                                                                                                   |

|                    |                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|--------------------|------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                    |                                          | <p>pueda conducir una existencia que corresponda a la dignidad de la persona humana, o bien una retribución que asegure al trabajador y a su familia una existencia decorosa” (Artículo 23 del Código Sustantivo del Trabajo - CST). Asimismo, este no solo constituye la “remuneración ordinaria, fija o variable, sino todo lo que recibe el trabajador en dinero o en especie como contraprestación directa del servicio, sea cualquiera la forma o denominación que se adopte, como primas, sobresueldos, bonificaciones habituales, valor del trabajo suplementario o de las horas extras, valor del trabajo en días de descanso obligatorio, porcentajes sobre ventas y comisiones.” (Artículo 127 – CST).</p> | <p>brindados de parte de sus trabajadores, pues todos llevan a cabo sus labores de acuerdo a un trabajo colaborativo no remunerado.</p> <p>Al no contar con ninguna figura de contratación, esto representa un riesgo en el cual se incumplen las disposiciones generales del Código Sustantivo del Trabajo, la Constitución Política de Colombia, la Organización Internacional del Trabajo, entre otras normas legales a nivel nacional e internacional.</p> | <p>el trabajo con ella. Por consiguiente, se establecerá, a largo plazo, pagos a los trabajadores de la compañía por concepto de cancelar lo estipulado en los contratos por prestación de servicios.</p>                                                                                |
| <b>Legislativo</b> | <b>Libertad de expresión y de prensa</b> | <p>En Colombia es la Constitución Política la que determina las bases de los lineamientos legales que se aplican a periodistas y medios de comunicación en torno a la libertad de expresión y de prensa por medio de los siguientes artículos:</p> <p>-Art. 20: Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | <p>La legislación colombiana no es amplia, ni ha profundizado en la construcción de un marco legal claro para quienes ejercen el trabajo periodístico y/o para medios de comunicación, por lo cual la regulación de los mismos se ha reducido a los pocos lineamientos</p>                                                                                                                                                                                     | <p>Por la calidad de contenidos periodísticos que emite Carta Blanca y por su carácter riguroso, el medio puede estar expuesto a demandas, así como a la censura. Ante esto, la empresa tendrá un apoyo legal por parte de los mecanismos de protección jurídica, personal y digital</p> |

|                 |                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-----------------|---------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                 |                           | <p>pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación. Estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura.</p> <p>-Art. 73: La actividad periodística gozará de protección para garantizar su libertad e independencia profesional.</p>                                                                                        | <p>estipulados dentro de las leyes de libertad de expresión y de prensa.</p> <p>Por la naturaleza investigativa y de contenido de Carta Blanca estamos expuestos a demandas legales y acusaciones con respecto a situaciones de "injuria y calumnia" e incluso a la censura por parte de personas y/u organizaciones de las que se publique nombre en nuestro medio.</p>                                                 | <p>para periodistas que la Fundación para la Libertad de Prensa brinda a todos los periodistas de Colombia, mediante publicaciones de manuales prácticas y apoyo presencial.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <b>Mercadeo</b> | <b>Producto sustituto</b> | <p>Los productos sustitutos son todos aquellos bienes o servicios que en un futuro reemplazarán los productos titulares o los productos que se usan en la actualidad. Estos se caracterizan por tener beneficios adicionales o mejor calidad para el usuario final.</p> <p>Una variable importante de estos productos es el precio, ya que, además de brindar mejores beneficios su precio es menor, en muchos casos gracias a los avances tecnológicos se reducen gastos para las empresas.</p> | <p>En Carta Blanca la inexistencia de un producto sustituto hace que la empresa sea vulnerable al futuro. Las tendencias en la era digital van cambiando de manera rápida y esto hace que nuestros usuarios cambien de la misma manera. En un futuro, cabe la posibilidad que las nuevas generaciones (con características que los hacen particulares en sus formas de comprender las dinámicas sociales, laborales,</p> | <p>Como Carta Blanca, no tiene planes alternativos a las maneras en que son consumidos sus productos periodísticos, la empresa usará la herramienta de transmisión en vivo de Twitter, Instagram y Facebook para brindar a sus lectores otra alternativa distinta a la lectura de textos. También intentará estar a la vanguardia de las novedades en tecnología y actualizaciones de las principales plataformas de comunicación, con el fin de estar al</p> |



|                 |                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                         |
|-----------------|--------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                 |                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | educativas, culturales y políticas, como por ejemplo los denominados “millennials”) no tengan la necesidad de leer una noticia, quizá esta actividad sea más interactiva o se cree una nueva plataforma que revolucione la manera de informar tales como redes sociales, aplicativos personalizados y telefonía celular mediática.                                                                               | tanto de los gustos y dinámicas que tanto lectores como clientes tengan.                                                                                                                                                                |
| <b>Mercadeo</b> | <b>Competencia tecnológica</b> | <p>Los rápidos avances tecnológicos han permitido con el paso del tiempo cambiar la forma de informar, por ejemplo, la creación de las transmisiones en vivo ha permitido crear noticias en segundo y permite mostrarles a muchas personas lo que sucede alrededor del mundo.</p> <p>Sin embargo, la realización de estas ideas requiere de diversas herramientas tecnológicas y es allí donde marca la diferencia la empresa que las posea.</p> | La carencia de recursos tecnológicos idóneos para realizar diversas actividades hace que Carta Blanca no esté a la vanguardia con respecto a los recursos técnicos de producción de contenidos que utilizan en el otros medios que se dedican al periodismo independiente. Por esto, la realización de diversas producciones puede que no sean suficientes para llamar la atención de nuestros usuarios finales. | Se gestionarán convenios de ayuda con centros de medios audiovisuales de instituciones universitarias para que Carta Blanca pueda contar con herramientas y espacios con los que pueda llevar a cabo sus propuestas de trabajo digital. |
| <b>Mercadeo</b> | <b>Falta de visualización</b>  | La competencia en el periodismo independiente ha                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Carta blanca corre el riesgo de realizar los                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Ante la sobreoferta de portales periodísticos de                                                                                                                                                                                        |

|                   |                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-------------------|----------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                   | <b>del factor diferencial</b>                            | crecido gracias a las facilidades de diversas plataformas para enviar información de manera masiva, por esto, las diferencias que tienen un medio u otro no se ven a simple vista. La mayoría de los medios de comunicación ahora realizan formatos sin diferencias relevantes dado que ahorrar tiempo y dinero, en vez, de la creación de alguna nueva idea. | mismos formatos que son explotados por muchos medios de comunicación. Las entrevistas audiovisuales, la carga de audio a plataformas como SoundCloud solo son un ejemplo de la mediocridad de los medios.                                                                                                                                                          | circulación virtual, Carta Blanca se mantendrá en periodicidad por medio de las transmisiones en vivo y de las entrevistas en por las redes sociales.                                                                                                                                                                                                            |
| <b>Financiero</b> | <b>Falta de presentación de los impuestos nacionales</b> | En Colombia, las empresas dependiendo de su razón social deben cumplir con ciertas obligaciones con el Estado para poder ejercer su actividad económica. Dentro de estas obligaciones se conoce el IVA, la Retención en la Fuente, entre otras.                                                                                                               | Para generar un modelo de negocio auto sostenible se deben tener en cuenta diversos factores, entre ellos, el pago de los impuestos, dado que, la ausencia del pago de estos impuestos tienen diversas implicaciones. Por esto, si este modelo de negocio no genera el suficiente dinero para pagar esta obligación se podría estar enfrentado a una dura sanción. | Ante las dificultades de constitución de empresas en las modalidades Sociedad Anónima, Sociedad por Acciones Simplificadas y Limitada, Carta Blanca hará su registro ante Cámara de Comercio mediante la modalidad Entidad sin Ánimo de Lucro (cumpliendo los estatutos de esa entidad para funcionar como tal) para evitar, por ahora, pago de altos impuestos. |

|                   |                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-------------------|--------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Financiero</b> | <b>Bancarrota</b>                    | De acuerdo con el Código de Comercio Colombiano, esta es una situación judicial, que consiste en el cese de actividades de una empresa por presentar un déficit entre sus ingresos y gastos. También, se puede presentar esta situación cuando las deudas y obligaciones superan el patrimonio.                        | Esta es un riesgo que toda empresa siempre va tener latente y Carta Blanca no es la excepción. La mala administración de los recursos económicos obtenido a través de la actividad económica de la empresa puede llevar a la organización a este estado, esta y otras razones pueden ser del cese de actividades de la empresa.                                                                                                            | La empresa pedirá el asesoramiento que brindan varias entidades del Estado para mantenimiento de pequeñas y medianas empresas, con la finalidad de no tomar decisiones de inversiones, egresos y negociaciones sin estar asesorados por expertos en asuntos bancarios, económicas y de mercado. |
| <b>Financiero</b> | <b>Negación de préstamo bancario</b> | Un préstamo es una operación bancaria que consiste en prestar un dinero con la condición de devolverla en un tiempo establecido y con un interés que puede mantenerse con el tiempo o aumentar. Estas operaciones son solicitadas por las empresas generalmente para lograr una expansión o crecimiento de las mismas. | Para lograr este tipo de préstamos, las entidades bancarias solicitan a las empresas diversos documentos que demuestren que están en la capacidad económica de efectuar la devolución del dinero que se da en préstamo, dado el caso, Carta Blanca solicite un préstamo de los mencionados y no cuente con un buen sustento económico por falta de clientes fidelizados será rechazado automáticamente y no podrá hacer uso de ese dinero. | Con el capital generado por medio de los patrocinios, de acuerdo con el desarrollo productivo de la organización, la empresa podrá presentar una solicitud de préstamo ante entidades bancarias.                                                                                                |

## **9. Plan financiero**

### **9.1 Inversión mínima requerida para iniciar operaciones**

Para establecer los gastos y costos que Carta Blanca comenzaría a generar desde su inicio, se tienen en cuenta los siguientes conceptos:

- Arrendamiento de oficina: 450.000 Cop.
- Suite de diseño: 500.000 Cop.
- Transportes: 300.000 Cop.
- Alimentación: 400.000 Cop.
- Honorarios: 600.000 Cop.
- Papelería: 450.000 Cop
- Plan de minutos, datos móviles e internet: 450.000
- Muebles: 450.000 Cop.

**Total: 3.600.000 Cop**

### **9.2 Tiempo establecido para la recuperación de la inversión**

Para evaluar el tiempo de recuperación se deben analizar dos factores, el primero son los combos o paquetes que ofrece Carta Blanca y el segundo, la cantidad de clientes que puede tener la empresa inicialmente. Por esto, este se trata de un análisis aproximado para establecerlo.

Al detallar los paquetes que ofrece la organización, se puede observar que el valor de cada uno de ellos es de cuantías altas, este es un indicador favorable pero de este depende el segundo factor. Se debe tener cuenta que el capital humano de

Carta Blanca es de 4 personas, por esto, se puede afirmar que 3 investigaciones en simultaneo es la capacidad máxima de la empresa inicialmente.

Asimismo, al realizar un planteamiento en el que estos 3 clientes escojan el paquete “Blanco”, se puede afirmar que el tiempo de recuperación de la inversión es de 8 meses, este se estima al comparar los flujos de efectivo operativo contra la inversión neta; luego se calculan las ganancias y se estiman los posibles nuevos negocios y sus respectivas ganancias.

### 9.3 Financiación externa de ser necesaria

Para la realización de este proyecto se tiene planeado hacer parte del programa Fondo Emprender del SENA. La iniciativa se basará en el prestamos de 5.000.000 de pesos para iniciar con la operación de Carta Blanca.

Este dinero sería reembolsado en un plazo máximo de 24 meses con una tasa de interés DTF+2.5.

**Tabla 13**

| Valor a reembolsar          | Tasa de interés (i) | Plazo máximo de crédito |
|-----------------------------|---------------------|-------------------------|
| Hasta \$10.000.000          | DTF+2,5             | 3 años                  |
| \$10.000.000 - \$20.000.000 | DTF+2,8             |                         |
| \$20.000.000 - \$30.000.000 | DTF+3               |                         |
| \$30.000.000 - \$40.000.000 | DTF+3,5             |                         |
| Más de \$40.000.000         | DTF+4               |                         |

### 9.4 Definición de:

#### Costos fijos (mensuales)

- Arrendamiento de oficina \$450.000
- Suite de diseño \$400.000
- Transportes \$300.000

- Alimentación \$400.000
- Honorarios \$600.000
- Plan de minutos, datos móviles e interne \$ 350.000

### **Costos Variables**

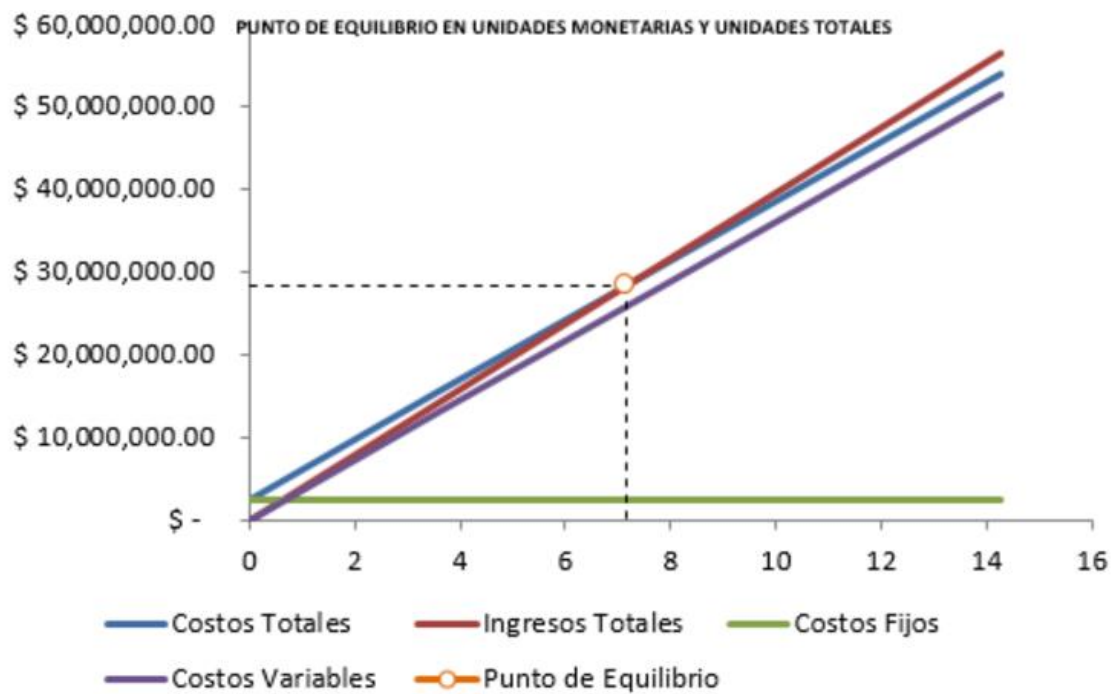
- Papelería.
- Hoteles.
- Viajes fuera de la ciudad.
- Baterías.

### **Punto de equilibrio**

Para el análisis del punto de equilibrio se analizó con un paquete que tiene el valor de \$3.950.000, además, se tuvo en cuenta los gastos mensuales de la empresa.

**Tabla 14**

| <b>Análisis del Punto de Equilibrio</b>                              |                  |
|----------------------------------------------------------------------|------------------|
| Precio de Venta                                                      | \$ 3,950,000.00  |
| Costo Variable Unitario                                              | \$ 3,600,000.00  |
| Margen de Contribución                                               | \$ 350,000.00    |
| Costos Fijos del Período                                             | \$ 2,500,000.00  |
| Punto de Equilibrio Unidades por Período                             | 7.142857143      |
| Utilidad Esperada                                                    | \$ 1,000,000.00  |
| Punto de Equilibrio en unidades monetarias                           | \$ 28,214,285.71 |
| Nivel de producción para alcanzar la utilidad                        | 10               |
| Nivel de producción para alcanzar la utilidad en unidades monetarias | \$ 39,500,000.00 |



Teniendo en cuenta los resultados, Carta Blanca debe realizar 7 investigaciones para lograr un punto de equilibrio.

**Fórmula:**

Punto de equilibrio (UNIDADES) : Costo fijo total / (Precio unitario) – ( Costo variable unitario)

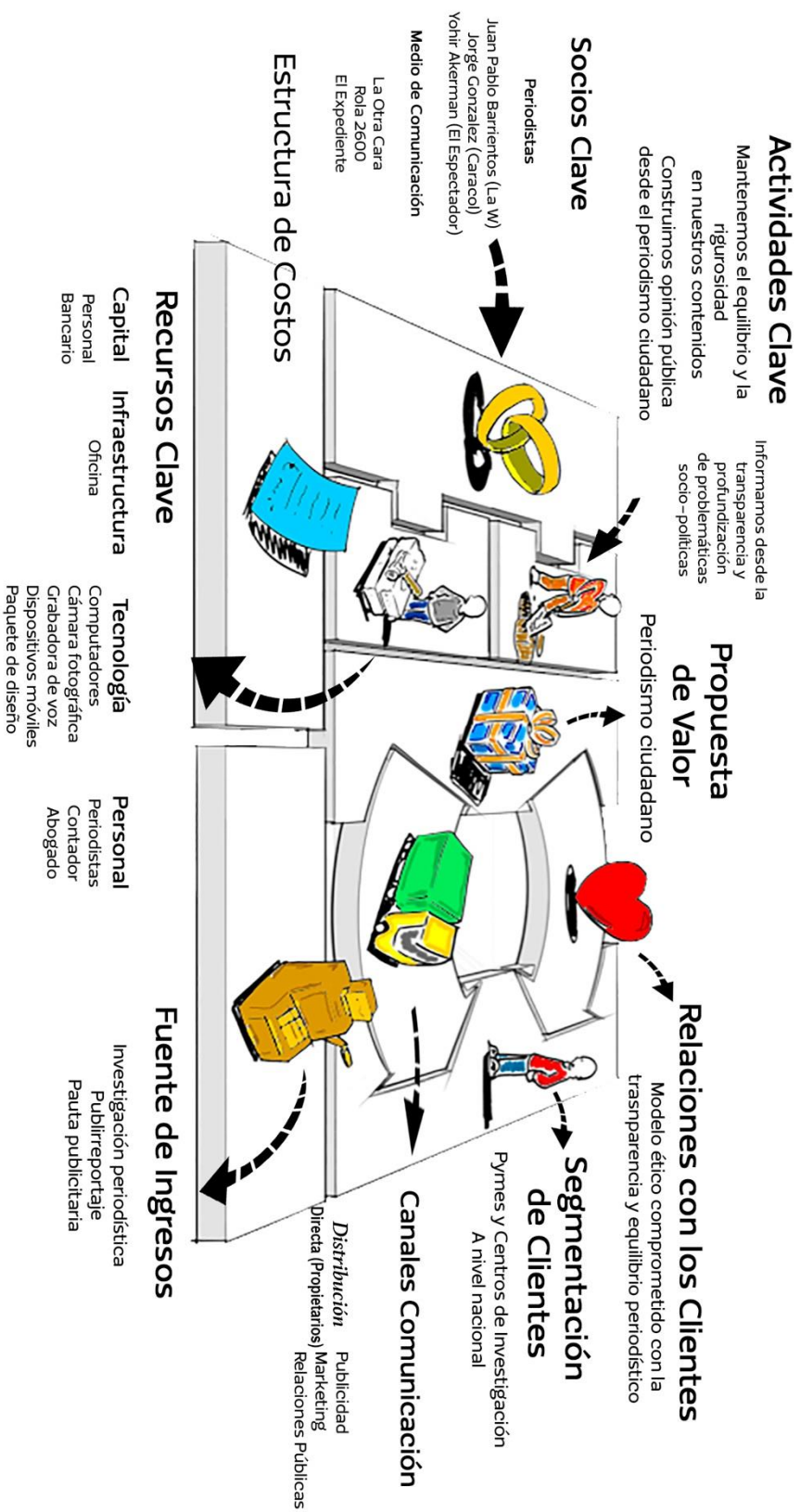
Paquete Blanco:

$$2.500.000 / 3.950.000 - 3.600.000)$$

$$2.500.000/350.000$$

Punto de equilibrio: 7,1428

## 10. Lienzo modelo de negocio - CANVAS





## 11. Bibliografía

- Kiyosaki, R. (1997). Padre Rico, Padre Pobre. País: Estados Unidos Time & Money Network Editions.
- Kiyosaki, R. (2015). Ocho lecciones de liderazgo militar para emprendedores. País: Estados Unidos Penguin Random House.

## 12. Cibergrafía

- Belfort, J. (s.f.). 10 Razones por las que la mayoría de la gente no tiene éxito. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=cn0xICIWj4E>
- Encolombia. (s.f.). Alianzas Estratégicas: Una Alternativa Competitiva. Recuperado de <https://encolombia.com/economia/empresas/alianzasestrategicasunaalternativacompetitiva-2/>
- Entrepreneur. (2006). ¿Qué son las alianzas estratégicas? Recuperado de <https://www.entrepreneur.com/article/257300>
- Jódar, J. (s.f.). La era digital: nuevos medios, nuevos usuarios y nuevos profesionales. *Razón y Palabra*, volumen (71), p.6. Recuperado de [http://www.razonypalabra.org.mx/N/N71/VARIA/29%20JODAR\\_REVISADO.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/N/N71/VARIA/29%20JODAR_REVISADO.pdf)
- Panampost. (2016). Colombia: el país donde las empresas más pagan impuesto a la renta en Latinoamérica. Recuperado de <http://es.panampost.com/julian-villabona/2016/07/15/colombia-impuesto-renta/>

- RESTREPO, J. (2016). Crítica y fiscalización, objetivos del periodista. Recuperado de [http://www.fnpi.org/consultorio-etico/consultorio/?tx\\_wecdiscussion%5Bsingle%5D=40347](http://www.fnpi.org/consultorio-etico/consultorio/?tx_wecdiscussion%5Bsingle%5D=40347)
- RESTREPO, J. (2016). El equilibrio informativo. Recuperado de [http://www.fnpi.org/consultorio-etico/consultorio/?tx\\_wecdiscussion%5Bsingle%5D=40345](http://www.fnpi.org/consultorio-etico/consultorio/?tx_wecdiscussion%5Bsingle%5D=40345)
- RESTREPO, J. (2016). ¿Para quién trabaja el periodista? Recuperado de [http://www.fnpi.org/consultorio-etico/consultorio/?tx\\_wecdiscussion%5Bsingle%5D=40336](http://www.fnpi.org/consultorio-etico/consultorio/?tx_wecdiscussion%5Bsingle%5D=40336)[http://www.fnpi.org/consultorio-etico/consultorio/?tx\\_wecdiscussion%5Bsingle%5D=40336](http://www.fnpi.org/consultorio-etico/consultorio/?tx_wecdiscussion%5Bsingle%5D=40336)[http://www.fnpi.org/consultorio-etico/consultorio/?tx\\_wecdiscussion%5Bsingle%5D=40336](http://www.fnpi.org/consultorio-etico/consultorio/?tx_wecdiscussion%5Bsingle%5D=40336)
- Rujas, S. (2013). 26 claves para crear alianzas y vender más. *Bloguismo*. Recuperado de: <http://www.bloguismo.com/26-claves-para-crear-alianzas-y-vender-mas/>
- Schmookler, J. (1966). Modelo “Demand Pull” o enlaces de cadena. *Lupa Empresarial*. Recuperado de <http://www.ceipa.edu.co/lupa/index.php/lupa/article/view/94/182>
- Stevenson, H. (1980). Mentalidad emprendedora y el concepto de innovación. *Pyme Activa*. Recuperado de <https://pymeactiva.info/2012/03/02/que-es-innovacion/>

*“Los hombres en traje se ven exitosos, hasta que te das cuenta de que trabajan  
para el hombre en pijama”*

**Anónimo**

**CARTA BLANCA, PERIODISMO INVESTIGATIVO**



**UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS**  
**PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA**

**AUTORES**

**CAMILO ACOSTA VILLADA**

**LUIS CAMILO CAÑÓN QUIROGA**

**JINETH ALEXANDRA GÁMEZ MORENO**

**Presentado para optar al título de: Comunicador Social**

**TUTORA**

**IVONNE ROSIO ORTIZ RUIZ**

**UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS**

**DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES**

**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA LA PAZ**

**Bogotá D.C.**

**2017**