

Proyecto de Emprendimiento

Conecta, Consultora en Relaciones Públicas

Somos Imagen, Somos Innovación

Consultoras

Karin Ninco Morales

Érika Blanco Rincón

María Alejandra Orjuela

Presentado a:

Docente Director: Ivonne Rosio Ortiz Ruiz

Consultora en Relaciones Públicas

Somos Imagen, Somos Innovación

Universidad Santo Tomás de Aquino

Facultad de Comunicación Social para la Paz

2015

Dedicatoria

Este gran esfuerzo quiero dedicárselo a Claudia Rincón quien es mi mamá, mi pilar durante este tiempo de formación brindándome confianza, sabiduría y su esfuerzo gota a gota por hacer posible el sueño de ser su orgullosa profesional. A mi papá Fernando Blanco, quien ha sido mi ejemplo de disciplina, mi héroe en cada momento y él que me enseñó a priorizar mi educación ante todo, no hay día que no agradezca a Dios por haberme dado unos padres como ustedes.

También dedico este logro a mis abuelos paternos y maternos, porque con su experiencia de vida cada día me motivaban a seguir luchando por mi educación y mis proyectos como lo más maravilloso que una persona tiene: La educación.

A mi compañero incondicional en este camino, Faiber Muñoz, que con su amor, sus consejos y su verraquera me brindo el equilibrio que se necesita para lograr las metas y los sueños como lo fue este proyecto.

Con amor y agradecimiento dedico este gran trabajo a ustedes mi familia....

Érika Blanco Rincón

Consultora en Relaciones Públicas
Somos Imagen. Somos Innovación.

Dedico este trabajo de grado a dos personas fundamentales en mi vida, quienes han sido mi mayor motivación para seguir adelante a mi papá Jaime Ninco Cortez que siempre ha sido mi mayor apoyo, quien nunca se cuestionó que quería ser, simplemente me apoyo en este proceso que ha sido un camino largo, por supuesto a mi mamá Luz Stella Morales quien me enseñó a perseguir los sueños, la constancia y la disciplina que hay que tener en todo lo que se emprende en la vida y desde lejos siempre me dio la compañía que necesitaba para poder soportar las circunstancias que vive durante este proceso

A mis hermanos, empezando por mi hermana Leidy Gisseth Ninco Morales quien ha sido mi mejor ejemplo a seguir, a mi hermana Ingrid Ninco quien siempre estuvo pendiente de mí y me demostró su amor desde lejos, a mi hermano Richard Ninco quien me hizo reconocer de que era capaz si me lo proponía.

A mis sobrinos Leidy Viviana Cuyares, Alejandro Aguilar y Juan Esteban Ninco quienes me alegraron las noches en las que me sentía sola, solo con escuchar su voz y porque a pesar de la distancia siempre me tuvieron presente en cada uno de sus vidas y quienes han sido el mejor regalo que Dios me dio.

A todas y a cada una de las personas que vivieron conmigo este proceso, quienes estuvieron pendiente de mi de alguna u otra forma y aportaron su granito de arena para alcanzar este logro, quienes son muchos y no los olvido porque estaré siempre agradecida por darme la mano, darme ánimo y amor cuando lo necesite para seguir en pie en este proceso que me ha permitido crecer como persona e intelectualmente en mi vida profesional que hasta ahora comienza.

Karin Johana Ninco

Quiero dedicar este proyecto que ha logrado sacar tantos esfuerzos, trasnochadas y cansancios a Dios quien ha sido el motivante de mi vida para salir adelante, también quiero dedicárselo a mi maravillosa madre Adriana Suarez quien amo con mi alma y me ha enseñado a valorar y esforzarme por lo que quiero, es mi gran ejemplo de fortaleza y lucha. Así mismo, a mi abuelita Magola quien es mi ángel guardián aquí en la tierra y me ha apoyado desde el primer día de mis estudios Universitarios. A mi hermano Diego quien ha sido mi confidente y amigo de tantas aventuras entre hermanos. A mi princesa Kira, porque ella es el tesoro de mi vida y el motivante de que cada día me levante a cumplir con éxito mis sueños. Y por último a mi papá Alexander Orjuela de quien siempre seré su princesa pequeña.

Gracias por su amor y apoyo incondicional...

María Alejandra Orjuela Suarez

Agradecimientos

La experiencia de realizar un trabajo de emprendimiento, siendo el último de mi formación profesional como comunicadora social no hubiera sido posible sin el apoyo, la dedicación y el compromiso de mis compañeras que trabajaron conmigo hombro a hombro durante este tiempo y claro está sin la influencia de las personas que me rodean y a las que les agradezco profundamente no solo el desarrollo de este gran proyecto sino de toda mi carrera, que son mi padres, mi hermano y mi amado que durante todo el tiempo manifestaron su interés para que obtuviera finalmente esta idea de negocio.

A los docentes de la Universidad Santo Tomás como la profesora Ivonne Rosio Ortiz, impecable profesional que compartió sus conocimientos, acompañándonos con su energía y personalidad magnífica, haciendo posible esta idea de negocio.

Mil gracias por estar siempre a mi lado...

Érika Blanco Rincón

Primero que todo a Dios que me permitió llegar a donde quería llegar, quien me abrió puertas que nadie más podría abrir, que hizo posible mis sueños y quien escucho cada una de mis oraciones, siempre dándome una respuesta, sin su amor y sin su fortaleza no estaría aquí.

A mis padres quienes no solamente me apoyaron en espíritu y alma, si no también económicamente con todo el amor, sé que no fue nada fácil pero estaré eternamente agradecida por su gran amor y apoyo sin condición.

A mi tía María Clemencia Tiria quien me abrió las puertas de su casa y de su corazón y me recibió como otra hija, quien me brindo amor y cariño, y me enseñó a conocer el verdadero amor a Dios, quien me dio fortaleza en mis noches de tristeza y preocupación.

A mi prima Wendy Molina quien me abrió las puertas de su corazón y de su habitación, quien escucho mis preguntas, mis dudas, mis confesiones, fue una excelente compañera de cuarto y por siempre lo será de vida.

En general a la familia Tiria Pedraza quienes me recibieron en su hogar cuando llegue a esta ciudad, hogar en donde pase la mayoría de alegrías en estos años y quienes hicieron mi vida más fácil, más amable y más feliz.

A Andrés Felipe Salcedo Franco quien formo parte fundamental estos últimos años de mi carrera, quien siempre me acompaño, me ayudo, me escucho, vivió conmigo los momentos más estresantes, tristes y victoriosos de mi carrera, de mi vida y siempre estuvo ahí dándome ánimo para que sacara lo mejor de mí, a él muchas gracias por su amor y comprensión.

A mi profesora Ivonne Ortiz Ruiz quien hizo muy ameno este trabajo de grado y quien nos enseñó, nos corrigió con amor y nos alentó a seguir siendo las mejores.

A mis compañeras Erika Blanco y Alejandra Orjuela quienes sin ellas esto no habría sido posible.

A todos mis profesores que durante estos años me formaron como profesional, como persona y sobre todo me hicieron ver en que estaba fallando y que podía seguir conservando para avanzar.

A todas estas personas muchas gracias porque sin ustedes este gran sueño no hubiese sido posible.

Karin Johana Ninco

Quiero dedicar y agradecer este proyecto de emprendimiento a Odair Manjares quien ha sido el motivante de mi alegría y fortaleza en los momentos que una persona más necesita, me ha demostrado que afrontar los obstáculos existentes es la mejor manera para que se cumplan nuestros sueños y que solo hay que intentarlo; le doy gracias por demostrarme que para ser feliz no se necesitan tantas riquezas sino la fe de Dios y las ganas de vivir la vida al máximo...

Gracias por su amor y alegría...

Y quiero dedicar este esfuerzo a Camilo Romero, por su apoyo y aporte de grandes e ingeniosas ideas para este proyecto de emprendimiento al cual le he metido todos mis sueños y entusiasmo...

Gracias por su ayuda y aporte...

María Alejandra Orjuela Suarez

CONECTA
Consultora en Relaciones Públicas
Somos Imagen. Somos Innovación.

ÍNDICE

1. NOMBRE DE LA EMPRESA

2. LOGO

3. INTRODUCCIÓN

4. EL NEGOCIO

4.1 Fundamentación

4.2 Descripción de la Empresa

4.3 Planteamiento estratégico: misión, visión, objetivos, valores corporativos y organigrama.

4.4 Postura ética: competencia, ámbito empresarial, cliente y formación humanista de la universidad.

4.5 Descripción producto o servicio.

4.6 Etapas del proyecto

4.7 La Comunicación y su aporte en la idea de negocio.

4.8 Marco legal

5. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO y/o SERVICIO

5.1 Producto o servicio.

5.2 Plus o ventaja competitiva.

5.3 Características del producto y/o servicio.

5.4 Productos o servicios similares en el mercado.

5.5 Registro de empresas que trabajan en el mismo sector.

5.6 Aporte del modelo de negocio en términos de innovación.

5.7 El producto y/o servicio y su representación como una solución única.

6. EQUIPO DE TRABAJO Y SISTEMA DE NEGOCIO

6.1 Equipo de trabajo

6.2 Red de contactos

6.3 Aliados del negocio

6.4 Ventajas de las alianzas.

6.5 Recursos adicionales.

7. PLAN DE MERCADEO

7.1 El cliente

- * Caracterización de los clientes o grupos potenciales.
- * Necesidades y problemas más significativos del cliente.
- * Razones por las que compra un cliente.
- * Estrategias comunicativas para la persuasión del cliente, tres (3).
- * Medios de comunicación para captar la atención del cliente.

7.2 La competencia

- * Perfil de la competencia.
- * Aliados estratégicos de la competencia.
- * Competidores directos e indirectos.
- * Diferencial del producto o servicio frente a la competencia.
- * Análisis del entorno: ubicación geográfica de la competencia y análisis de ese entorno.

7.2 Precio producto y/o servicio

- * Precio del producto y servicio.
- * Precio del producto y/o servicio de la competencia.
- * Precio que el cliente está dispuesto a pagar (argumentar).
- * Métodos de pago ofrecidos por el modelo de negocio.

7.4 Canales de distribución del producto y/o Servicio, captación de clientes y posicionamiento de la marca

- * Canales de distribución del producto y/o servicio: al por menor, mediante terceros, agentes o vendedores, franquicias, mayorías o establecimiento propio.
- * Canales de comunicación para llegar a los clientes: publicidad tradicional, mercadeo directo, mercadeo digital, tele mercadeo, relaciones públicas, exposiciones y ferias.
- * Estrategia de posicionamiento (una sola).

8. ANÁLISIS DE RIESGOS

- * Relacionar tabla o matriz (riesgo – impacto – líneas de acción) teniendo en cuenta los siguientes aspectos:
- * Financieros: viabilidad en la captación de recursos.
- * Legislativos: requisitos legales.
- * Mercado: incremento de la competencia, daños técnicos, baja productividad, menor y mayor aceptación del producto o servicio.

9. PLAN FINANCIERO

- * Inversión mínima requerida para iniciar operaciones.
- * Tiempo establecido para la recuperación de la inversión.
- * Financiación externa de ser necesaria.
- * Definición de:
 - Costos fijos.
 - Costos Variables.
 - Punto de equilibrio.

10. LIENZO MODELO DE NEGOCIO - CANVAS

- Segmento Del Cliente.
- Propuesta Valor (Plus O Ventaja Competitiva).
- Canal (Contacto Con El Cliente).
- Bloque De Relación Con El Cliente.
- Modelo De Ingresos.
- Actividades Clave Que Debo Desarrollar.
- Recursos Clave.
- Alianzas Clave O Socios Clave.
- Estructura De Costos.

11. BIBLIOGRAFÍA



1. NOMBRE DE LA EMPRESA

Conecta Consultora en Relaciones Públicas
Somos Imagen, Somos Innovación

2. LOGO



Color: Verde azulado

La combinación de estos colores se escogió porque el **verde azulado** se asocia con la fuerza, la estabilidad, la lealtad, la confianza, la sabiduría, la inteligencia, la fe y la verdad. Se le considera un color beneficioso tanto para el cuerpo como para

la mente, resaltando que ***Conecta Consultora en Relaciones Públicas*** es una empresa que fortalece las relaciones empresariales de las organizaciones.

Medidas: 1.980 x 1.080 pixeles.

Esta medida se escogió para proyectar la imagen de ***Conecta Consultora en Relaciones Públicas*** en televisores HD de alta resolución y que no sufra de distorsión.

Tipografía: MicrogrammaDBoLE.

En ***Conecta Consultora en Relaciones Públicas***, queremos resaltar una imagen sobria y elegante, es por esto que se escogió la tipografía MicrogrammaDBoLE con el fin de tener la imagen deseada.



3. INTRODUCCIÓN

El presente documento refleja la idea de negocio que se realizó en correlación a la comunicación y las relaciones públicas en un proyecto de emprendimiento.

Las condiciones que condujeron a crear una consultora en relaciones públicas fueron orientadas a las necesidades del mercado actual de las empresas y las organizaciones en el campo de la comunicación interna y externa.

De esta manera se crea **Conecta, Consultora en Relaciones Públicas** organización que se enfoca a crear o rediseñar estrategias y acciones en pro de las relaciones públicas de una empresa, logrando así la consolidación y/o posicionamiento de la imagen corporativa teniendo en cuenta los métodos comunicativos de la actualidad y el crear vínculos estratégicos entre las organizaciones y los públicos internos y externos.

Cabe señalar que se ha realizado una investigación minuciosa para crear los conceptos, objetivos y servicios que requieren una idea de negocio, claro está teniendo en cuenta cumplir las necesidades de los clientes con las ventajas competitivas que conlleva este proyecto.

4. EL NEGOCIO

a. Fundamentación

Conecta Consultora en Relaciones Públicas se crea con el fin de suplir necesidades de posicionamiento en las empresas colombianas, a partir de servicios como, diagnóstico organizacional con sus diferentes etapas, plan estratégico de comunicación, asesoramiento en la construcción de planes de responsabilidad social empresarial, coaching para posicionar la marca ante los medios de comunicación, protocolo de vocería y eventos sociales.

Por consiguiente, las relaciones públicas en la comunicación, se hacen vitales en las organizaciones para dar a conocer las fortalezas y la viabilidad de las empresas; según *Barquero (2002)*. *“La profesión de las relaciones públicas nace en EE.UU. ante una demanda empresarial, financiera, política e institucional a principios del siglo XX. Todas estas organizaciones necesitan que ante la gran competencia existente entre empresarios, políticos, organizadores, productores e ideológicos, se les asesore sobre las relaciones con el público del que dependen”* (Pág.94).

Consultora en Relaciones Públicas

Más aún, las relaciones públicas hacen uso de la comunicación estratégica buscando una transformación social, a través de acciones encaminadas a mantener, informar, potenciar y persuadir; teniendo como objetivo fortalecer los vínculos con cada uno de los públicos a los que se quieren llegar, para obtener el éxito en una organización.

Por tanto, como afirma *Barquero (2002)*, “este trabajo consiste en gestionar, difundir, propagar e informar a tiempo y en el momento oportuno, sobre las personas, mercados, situaciones u organizaciones en función de la imagen que desprendamos en la zona de influencia en donde ejercemos nuestra

actividad, para que se nos respete y diferencie del resto, por la calidad y contenidos de nuestros productos y servicios” (Pág. 101).

En consecuencia, **Conecta Consultora en Relaciones Públicas** tiene la función de hacer exitosas las RRPP (internas y externas) en las empresas, ya que existe la necesidad de consolidar esos vínculos con el público de una organización, sea por razones de imagen o por fortalecer la cultura empresarial; en otras palabras como dice Harlow (1976) “las relaciones públicas como la función característica de dirección que ayuda a establecer y mantener unas líneas mutuas de comunicación, aceptación y cooperación entre una organización y sus públicos; implica la gestión de problemas o conflictos, ayuda a la dirección de estar informados de la opinión pública y ser sensible a la misma; y define y enfatiza la responsabilidad de la dirección a estar al corriente del cambio y a utilizarlo de manera eficaz” (Pág. 45).

Por otro lado, las RRPP están orientadas a la sociedad y aún más a la responsabilidad social como un factor de apoyo “*Nos enfrentamos así al fenómeno de la responsabilidad social corporativa (Corporate Social Responsibility)*” que ha sido considerado como el “*complemento inevitable*” en las relaciones públicas” (Solano, 1995. Pág. 29). Desde esta contextualización **Conecta Consultora en Relaciones Públicas** se orienta hacia la responsabilidad social corporativa, eje fundamental para el crecimiento empresarial tanto interno como externo de las empresas, puesto que estas tienen un rol importante en la sociedad y en los negocios.

Por lo anterior, es importante la coacción que existe entre las relaciones públicas y la responsabilidad social como parte de los servicios que brindamos como consultora; pues cada organización contribuye por iniciativa a construir o diseñar, acciones y actividades sobre la responsabilidad social en busca de beneficios para su entorno. En cuanto a

las organizaciones e instituciones “...que establecen programas de responsabilidad social aumentan diariamente, formando parte de su cultura corporativa y convirtiéndose en un área importante de la gestión y dirección empresarial y de cualquier otra organización. La responsabilidad social afecta todos los niveles de las actividades de las organizaciones...por lo tanto, las empresas e instituciones no podrían sobrevivir si no respondiesen ante la sociedad” (Xifra, 2003. Pág. 192).

Por otro lado, los públicos en una empresa son todos aquellos actores sociales que debido a las decisiones de la organización pueden verse directamente afectados, ya sea de una forma positiva o negativa; estos están clasificados por interno y externo.

El público interno, son todos los colaboradores que pertenecen a la organización, o tienen alguna relación de dependencia laboral.

El público externo, son todas aquellas personas que interactúan con la organización pero no pertenecen a ella, clientes, proveedores, prensa, comunidad y gobierno.

En este caso la responsabilidad social empresarial (RSE), suele estar ligada a los valores y actitudes empresariales de cada miembro de la organización. Además la RSE gestionada de forma estratégica, se convierte en una herramienta valiosa y competitiva para que las empresas se sitúen en el camino hacia la excelencia.

Por esto la RSE no solo está ligada a mejorar la imagen de la empresa, sino también que los colaboradores reflejen a la sociedad los valores y características de la organización.

Con base a lo anterior, la comunicación interna y los departamentos de relaciones públicas consideran a los colaboradores un público importante;

estos departamentos a menudo con estrecha colaboración de recursos humanos, deben concentrarse en la comunicación con los trabajadores, como por ejemplo: la distribución de la información sobre condiciones laborales, beneficios de la jubilación, nuevos productos de la compañía, cambios en la dirección y personal de supervisores, y planes de expansión o modificaciones en los procedimientos de las operaciones de la empresa. Cuanto mejor informados estén los empleados, menos probabilidades hay de que divulguen información errónea e incluso perjudicial para la propia empresa.

Por lo tanto, el papel de las RRPP actuales es resolver problemas y necesidades de comunicación pública; es decir que ***Conecta Consultora en Relaciones Públicas*** se encarga de mejorar las relaciones de nuestros clientes, con el objetivo de crear y mantener el vínculo de las organizaciones con sus públicos internos y externos.

b. Descripción de la Empresa

Nombre de la idea de negocio:

Consultora en Relaciones Públicas

Conecta Consultora en Relaciones Públicas se crea con el fin de suplir diferentes necesidades en las empresas colombianas, a partir de servicios como diagnóstico organizacional con sus diferentes etapas, plan estratégico de comunicación, asesoramiento en la construcción de planes de responsabilidad social empresarial, coaching para posicionar la marca ante los medios de comunicación, protocolo de vocería y eventos sociales; finalmente nuestro diferencial ante las demás consultoras: ***redacción, desarrollo y ejecución de un manual en relaciones públicas con el fin de consolidar los públicos, roles y funciones que beneficien a las empresas***; con calidad, igualdad colaborativa, libertad a la hora de tomar decisiones, diálogo, respeto y solidaridad con nuestros clientes.

Razón Social:

Consultora: Conecta en relaciones públicas SAS, es decir una Sociedad por Acciones Simplificadas que es “una sociedad comercial de capital, innovadora en el derecho societario colombiano. Estimula el emprendimiento debido a las facilidades y flexibilidades que posee para su constitución y funcionamiento” (**SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADAS (SAS). S.F. Pág.1**)

Nombre comercial:

Conecta, Consultora en Relaciones Públicas.
“Somos imagen, somos innovación”

c. Planteamiento Estratégico:

Misión

Conecta, Consultora en Relaciones Públicas, brinda soluciones innovadoras y profesionales, a través de la asesoría en diseño, aplicación de diagnósticos, planes estratégicos en comunicación, construcción de programas de responsabilidad social y elaboración de manuales en relaciones públicas acordes con las necesidades corporativas y exigencias del mercado, buscando siempre la excelencia y el éxito en cada uno de sus procesos.

Visión

Para el año 2020, **Conecta, Consultora en Relaciones Públicas** será la consultora líder en la prestación de servicios en relaciones públicas a nivel nacional, siendo reconocidos por nuestra innovación y calidad humana, especializada en lograr la mejor asesoría en diseño, planes estratégicos de comunicación, programas de responsabilidad social y elaboración de manuales en relaciones públicas, ubicándonos como una empresa innovadora y profesional en la prestación de servicios.

Objetivo General

Fomentar un pensamiento estratégico que posibilite el fortalecimiento de identidad y la consolidación de la imagen, creando en cada proyecto un servicio que satisfaga al cliente.

Objetivo Específicos

- Generar planeación estratégica desde la comunicación.
- Establecer vínculos con la comunidad a través de los programas de responsabilidad social.
- Consolidar y proyectar la imagen de la empresa.
- Crear servicios innovadores y diferentes para reconocimiento de marca.

Valores corporativos

- ✓ **Respeto:** Actuamos siempre con respeto, reconociendo siempre los intereses colectivos e individuales.
- ✓ **Responsabilidad:** Somos una empresa comprometida con sus clientes, brindando servicios de calidad.
- ✓ **Responsabilidad social corporativa:** Participamos activamente para el mejoramiento social, económico y ambiental.
- ✓ **Honestidad:** Trabajamos con rectitud e integridad en nuestras actividades diarias

Organigrama

CONECTA

Dirección general

Departamento comercial

Relaciones
clientes

Trabajadores
especializados
en comunidades

Trabajadores
especializados con
las empresas

Departamento de
Arte

Diseñador

Ilustrador

Departamento Financiero

Contabilidad

Administración

d. Postura ética

- Competencia: **Conecta, Consultora en Relaciones Públicas** busca el crecimiento empresarial por medio de buenas decisiones y conductas en el mercado, generando así beneficios éticos que permitan una sana competencia, en pro del desarrollo de la sociedad.
- Ámbito empresarial: En **Conecta, Consultora en Relaciones Públicas** es de gran importancia actuar de acuerdo a nuestros valores como empresa: respeto, responsabilidad social, honestidad, calidad, buena comunicación y así fomentar un excelente trabajo en equipo, con el fin de alcanzar un acercamiento con la sociedad, asumiendo los derechos y valores como parte fundamental de nuestra filosofía.
- Al cliente: En **Conecta Consultora en Relaciones Públicas** brindamos y transmitimos un servicio de calidad, humano, responsable y honesto, en pro del desarrollo de las empresas, con el fin de que el cliente perciba apoyo en el crecimiento de su organización.
- Ética desde la formación individual y profesional: Como comunicadoras sociales para la paz, y como voceras de **Conecta, Consultora en Relaciones Públicas**, proyectamos nuestros conocimientos con honestidad, respeto y tolerancia en pro de mejorar la imagen externa e identidad en las empresas, brindando servicios que favorezcan la responsabilidad social en las organizaciones.

e. Descripción producto o servicio

Conecta, Consultora en Relaciones Públicas, se enfoca en crear o rediseñar estrategias y acciones en pro de la imagen interna y externa de las empresas, a partir de diferentes servicios como diagnóstico organizacional con sus diferentes etapas, plan estratégico de comunicación, asesoramiento en la construcción de planes de responsabilidad social empresarial, protocolo de vocería y eventos sociales, coaching para posicionar la marca ante los medios de comunicación y finalmente el plus que nos diferencia ante nuestras competencias: ***la redacción, desarrollo y ejecución de un manual en relaciones públicas con el fin de consolidar los públicos, roles y funciones que benefician a las empresas.***

- Servicios:

Para construir nuestros servicios desde una mirada estratégica se hizo un recorrido por diferentes empresas y consultoras en las que se indagó sobre los principales servicios en RRPP brindados a los públicos. Allí encontramos las principales necesidades para iniciar este negocio partiendo de un diferencial en el mercado. Teniendo en cuenta lo anterior, ***Conecta, Consultora en Relaciones Públicas*** ofrece lo siguiente:

*Diagnóstico organizacional, en su etapa inicial, intermedia y final.

* Plan estratégico de comunicación (PECO) Identificamos las falencias y generamos soluciones.

*Asesoramiento en la construcción de planes de responsabilidad social empresarial (RSE) en las organizaciones.

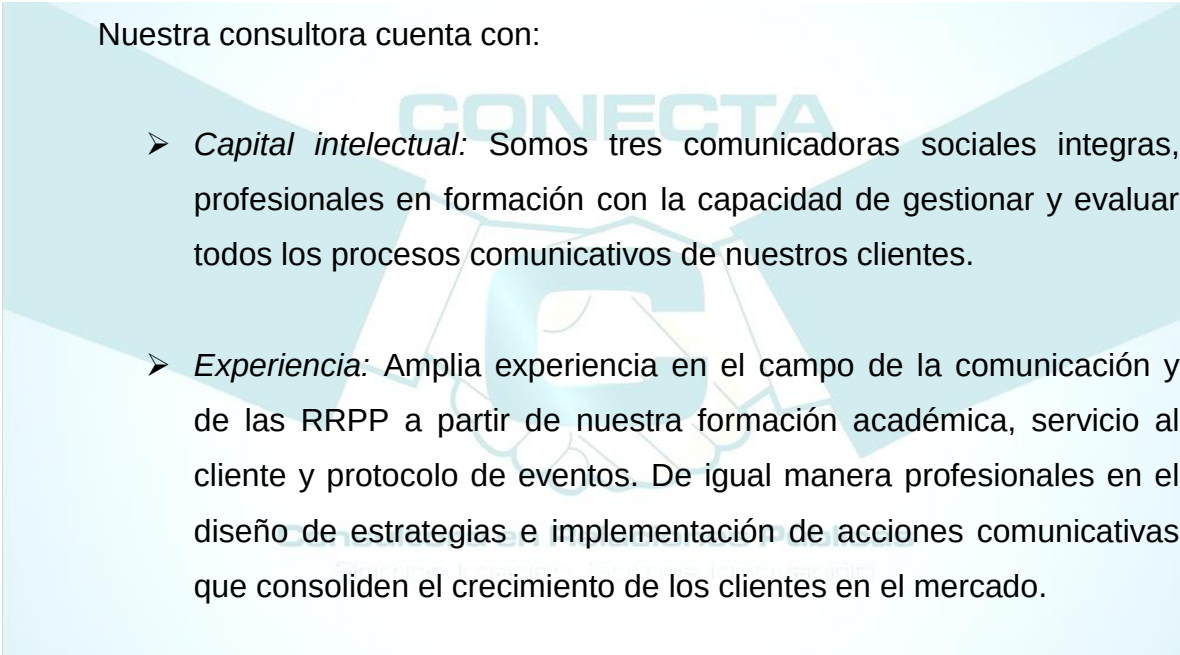
*Proceso de coaching empresarial para posicionar la marca de la organización ante los medios de comunicación.

*Protocolo de vocería y eventos sociales.

*Y finalmente nuestra ventaja competitiva: ***la redacción, desarrollo y ejecución de un manual en relaciones públicas con el fin de consolidar los públicos, roles y funciones que benefician a las empresas.***

f. Etapas del proyecto

Nuestra consultora cuenta con:

- 
- *Capital intelectual:* Somos tres comunicadoras sociales integras, profesionales en formación con la capacidad de gestionar y evaluar todos los procesos comunicativos de nuestros clientes.
 - *Experiencia:* Amplia experiencia en el campo de la comunicación y de las RRPP a partir de nuestra formación académica, servicio al cliente y protocolo de eventos. De igual manera profesionales en el diseño de estrategias e implementación de acciones comunicativas que consoliden el crecimiento de los clientes en el mercado.
 - *Capital Humano:* Directoras en formación con perfil en comunicaciones y relaciones públicas, facilitadoras estratégicas y asesoras corporativas apoyando los distintos objetivos y necesidades de los clientes.
 - *Infraestructura:* En este momento no se cuenta con una estructura física definida, sin embargo adecuamos el espacio institucional para reunirnos y edificar la consultora. La idea a futuro es instalarnos en la

zona Noroccidente de Bogotá en donde se encuentran ubicadas más empresas.

Etapas a seguir

Constitución de un plan de acciones en donde se evidencia las necesidades para la construcción de **Conecta, Consultora en relaciones públicas:**

Primero: Posicionamiento en el mercado a partir del reconocimiento de nuestros servicios.

Segundo: Localización de una oficina en el Noroccidente de Bogotá para atender a nuestros clientes.

Tercero: Crear un sitio web con un diseñador y ubicarnos en redes sociales para mayor reconocimiento.

Cuarto: Contratar personal: Diseñador y asesor financiero.

Quinto: Plan de publicidad, material POP y postularnos en las ferias de emprenderos del gobierno y Universidades del país.

Consultora en Relaciones Públicas
Somos Imagen. Somos Innovación.

g. La Comunicación y su aporte en la idea de negocio

Fundamentación teórica sobre cómo la Comunicación tiene un papel fundamental en la idea de negocio.

La comunicación cumple un papel importante en la sociedad, ya que esta es una herramienta que se requiere para interpretar, reproducir y transformar el significado de las cosas; cabe resaltar que el proceso de comunicación es bidireccional, es decir, hay dos partes que están involucradas, un emisor y un receptor.

Ahora bien, definiremos ¿qué es la comunicación?, *“la comunicación es el proceso de interacción social, a través de símbolos y sistemas de mensajes que se producen como parte de la actividad humana, actividad que es inherente a la naturaleza humana que implica la interacción y la puesta en común de mensajes significativos a través de diversos canales y medios para influir, de alguna manera, en el comportamiento de los demás, en la organización y el desarrollo de los sistemas sociales”*(SERÍN, 2010. Pág. 10)

Por lo anterior, se puede afirmar que la comunicación es la columna vertebral de la sociedad, debido a que esta ocupa un lugar de importancia en la educación, la política, los negocios, etc. Es por esto que Miller (1968) indica que “la comunicación puede identificarse como un proceso dinámico que se basa en la existencia, progreso, cambios y comportamientos de todos los individuos u organizaciones entendiéndose como la función esencial de las personas y de los grupos sociales por la cual la cual establece una relación consigo mismo y su ambiente”. (MILLER, 1968. Pág. 11)

En este orden de ideas la comunicación cumple un papel fundamental en la vida del ser humano y por supuesto en las empresas u organizaciones en la

sociedad ya que se convierte en un sistema de necesidad para lograr la consecución de los objetivos planteados.

La “comunicación” aplicada a los negocios, es la disciplina que se encarga de comunicar un mensaje determinado a un grupo de personas que son conocidas como “públicos objetivo o target”, con el propósito de presentar a las actividades de una empresa de una forma novedosa y bajo un punto de vista positivo” (S.A, S.F. Pág. 1)

Con lo anterior, existe una relación entre la importancia de la comunicación y **Conecta, Consultora en Relaciones Públicas** porque se logrará un posicionamiento y la facilidad de poder emitir un mensaje con los servicios prestados a un grupo de interés específico, en este caso todas las empresas que requieran de un apoyo en relaciones públicas.

Pero ¿qué necesitamos por parte de la comunicación para construir este proyecto? Necesitamos los recursos comunicativos que a través de los años han sido instrumentos necesarios para la argumentación y el apoyo en trabajos de emprendimiento como “**Mercadotecnia:** *Estudia un mercado determinado y analiza las variables que afectan nuestra estrategia de comunicación. ¿A quién nos interesa venderle?, ¿qué piensa?, ¿qué siente?, ¿quién es nuestra competencia?, ¿cuáles son las condiciones del mercado en el que nos movemos?, ¿cómo está la industria, cuáles son las tendencias?, ¿cuánto vale nuestro producto o servicio?* **Publicidad:** *Se utiliza dentro de la comunicación para desarrollar nuestro mensaje y posicionarlo en la mente de nuestros públicos objetivos. ¿Cómo nos dirigiremos a nuestros consumidores?, ¿qué deseamos que piensen?, ¿qué deseamos que sientan?* **Relaciones Públicas:** *Construyen y mantienen una “reputación”, optimizan los recursos del plan de negocios. ¿Quiénes somos?, ¿qué hacemos?, ¿cómo somos percibidos?, ¿cómo queremos que nos perciban nuestros diferentes públicos objetivos?, ¿cómo podemos ahorrar dinero?”* (S.A, S.F. Pág. 2)

La comunicación es un proceso que se “*lleva a cabo en un lapso de tiempo. Se necesitan varios elementos y de tiempo suficiente para que ella, en efecto, se realice. Con este fin, hay que pasar por varias etapas, que aunque muy cortas es necesario cumplir*”. **(PORTAL DE RELACIONES PÚBLICAS, S.F. Pág. 5)** Por lo anterior se debe tener en cuenta buenos métodos en comunicación puesto que hacer el buen uso de estos procesos efectivos durante el transcurso de este proyecto traerá consigo resultados apropiados para el desarrollo de nuestros objetivos y estrategias.

h. Marco legal (análisis de las normas comerciales para la formalización del negocio).

Análisis de las normas comerciales para la formalización del negocio.

A partir de la asesoría con una abogada y la consulta en la página oficial de *Cámara y Comercio* y *Bogotá Emprende* encontramos las siguientes normas legales y artículos para tener en cuenta a la hora de formalizar nuestra consultora, son:

➤ 333, Capítulo 1 (De las Disposiciones Generales) del Título XII (Del Régimen económico y de la Hacienda Pública)

La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley. La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades. La empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones

➤ **Decreto 410 DE 1971 (Código de Comercio)**

10. COMERCIANTES - CONCEPTO - CALIDAD. Son comerciantes las personas que profesionalmente se ocupan en alguna de las actividades que la ley considera mercantiles. La calidad de comerciante se adquiere aunque la actividad mercantil se ejerza por medio de apoderado, intermediario o interpuesta persona.

13. PRESUNCIÓN DE ESTAR EJERCIENDO EL COMERCIO. Para todos los efectos legales se presume que una persona ejerce el comercio en los siguientes casos:

- 1) Cuando se halle inscrita en el registro mercantil;
- 2) Cuando tenga establecimiento de comercio abierto, y
- 3) Cuando se anuncie al público como comerciante por cualquier medio.

14. PERSONAS INHÁBILES PARA EJERCER EL COMERCIO. Son inhábiles para ejercer el comercio, directamente o por interpuesta persona:

- 1) Los comerciantes declarados en quiebra, mientras no obtengan su rehabilitación.
- 2) Los funcionarios de entidades oficiales y semioficiales respecto de actividades mercantiles que tengan relación con sus funciones, y
- 3) Las demás personas a quienes por ley o sentencia judicial se prohíba el ejercicio de actividades mercantiles. Si el comercio o determinada actividad mercantil se ejerciere por persona inhábil, ésta será sancionada con multas sucesivas hasta de cincuenta mil pesos que impondrá el juez civil del circuito del domicilio del infractor, de oficio o a solicitud de cualquiera persona, sin perjuicio de las penas establecidas por normas especiales.

19. OBLIGACIONES DE LOS COMERCIANTES. Es obligación de todo comerciante:

- 1) Matricularse en el registro mercantil;
- 2) Inscribir en el registro mercantil todos los actos, libros y documentos respecto de los cuales la ley exija.

➤ **Ley 1429 de 2010**

Art. 1°. Tiene por objeto la formalización y la generación de empleo, con el fin de generar incentivos a la formalización en las etapas iniciales de la creación de empresas; de tal manera que aumenten los beneficios y disminuyan los costos de formalizarse.

Crearemos una SAS (Sociedades por Acciones Simplificadas) con **Conecta, Consultora en Relaciones Públicas**. Algunas implicaciones para formalizarla son:

- Este tipo de sociedad ofrece flexibilidad a la hora de formar empresa en temas como: constitución, organización y funcionamiento, convocatorias, reformas estatutarias y reorganización de la sociedad, juntas directivas y acuerdos de accionistas, entre otros.
- Limita la responsabilidad laboral y fiscal de los accionistas frente al desarrollo del objeto social.
- Permite repartir las utilidades de manera flexible.
- No requiere la existencia de Revisor Fiscal o de Junta Directiva, salvo que por las características de la empresa se requiera.
- Presenta un objeto social amplio que le facilita la realización de negocios sin restricciones.
- La sociedad se puede constituir con una sola persona.
- Su manejo administrativo es flexible.

5. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO y/o SERVICIO

5.1 Producto o servicio.

- Diagnóstico Organizacional con sus diferentes etapas
- Plan estratégico de comunicación
- Asesoramiento en la construcción de planes de Responsabilidad Social Empresarial
- Coaching para posicionar la marca ante los medios de comunicación
- Protocolo de vocería y eventos sociales.

5.2 Plus o ventaja competitiva.

Manual en Relaciones Públicas, “De la estrategia a la acción”, redacción, desarrollo y ejecución de un documento, con el fin de consolidar los públicos, roles y funciones que benefician a las empresas, orientado hacia las estrategias de comunicación para suplir las necesidades de nuestros clientes, esto con el fin de generar conciencia sobre la importancia de las relaciones públicas en las empresas, generando así vínculos entre la organización, clientes internos y externos.

Este instrumento será la oportunidad de evitar posibles falencias y ser una guía protocolaria ajustada a las necesidades de la organización, como por ejemplo las relaciones con los públicos y la emisión de la información adecuada y constante.

5.3 Características del producto y/o servicio.

Caracterización de Servicios:

***Diagnóstico organizacional, en su etapa inicial, intermedia y final:** En este servicio se pretende realizar un proceso analítico que permita conocer la situación real de la comunicación interna y externa de la organización, descubriendo falencias para corregirlas; y áreas de oportunidad para aprovecharlas.

Para llevar a cabo las diferentes etapas se dividen de la siguiente manera:

Etapla inicial:

Aplicación de técnicas cualitativas como **la observación** donde uno de los representantes de **Conecta, Consultora en Relaciones Públicas** se involucra en la organización realizando una observación participante y **Entrevistas Individuales** con los miembros de la empresa para lograr evidenciar falencias y áreas de oportunidad (**Pre-diagnóstico de Comunicación**).

Etapla intermedia:

Luego de haber realizado la observación participante y las entrevistas individuales, se realizará el **Diagnóstico** (reconocimiento de la situación actual de la organización), con el objetivo de evaluar la efectividad de los sistemas de comunicación de las empresas.

Etapla final:

Se aplican técnicas cuantitativas como **Encuestas o Cuestionarios**, con el fin de recoger información que logre identificar y conocer la magnitud de las falencias en la organización. Por consiguiente se **Analizan los Documentos**, que necesitan ser interpretados; se realiza **La Tabulación**

de la información recopilada, con el fin de extraer información sobre el clima y la cultura de la organización.

*** Plan estratégico de comunicación (PECO) Identificamos las falencias y generamos soluciones:** Este plan se realiza por medio de datos, objetivos y presupuestos debidamente planificados; estos pasos deben ir de la mano con las políticas institucionales (Misión y Visión) de la organización para no caer en contradicciones; se puede determinar por las siguientes fases:

I FASE

Investigación preliminar: Identificar públicos, obtener información y establecer prioridades.

Análisis de la organización: se realiza análisis y observación del ambiente interno (Misión, desempeño y recursos), percepción del público (Imagen y reputación) y ambiente externo (Competidores, oponentes, aliados, proveedores y contexto).

Consultora en Relaciones Públicas
Somos Imagen. Somos Innovación.

II FASE

Estrategia: Establecer metas y objetivos que sean claros, específicos y medibles para cada público.

Tácticas: se crea el plan de comunicación, donde se consideran las herramientas; luego se desarrolla un presupuesto y un cronograma para todo el programa de comunicación.

III FASE

Investigación evaluativa:

- Funciona como elemento de evaluación para medir la efectividad de cada táctica recomendada.
- Evaluar las estrategias y acciones implantadas permitiendo a la empresa conocer que ha hecho bien o mal y la aceptación e impacto del público objetivo
- Análisis de los resultados y las conclusiones

***Asesoramiento en la construcción de planes de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en las organizaciones:** Una empresa es socialmente responsable en la medida que sus actividades se orienten en satisfacer los objetivos económicos con los impactos sociales y ambientales; ya que la RSE se está convirtiendo en uno de los mayores retos que deben enfrentar las organizaciones **Conecta, Consultora en Relaciones Públicas**, asesora a las empresas de acuerdo a sus necesidades con los siguientes pasos:

- 1) Aumentar la retención y atracción de clientes y consumidores
- 2) Mejorar la eficiencia operacional
- 3) Mejorar la atracción, retención y productividad de los recursos humanos
- 4) Mejorar la gestión de riesgos
- 5) Facilitar la identificación y aprovechamiento de oportunidades
- 6) Incentivar la innovación
- 7) Expandir las posibilidades de financiación
- 8) Mejorar la licencia social para operar
- 9) Mejorar la imagen y reputación

***Proceso de coaching empresarial para posicionar la marca de la organización ante los medios de comunicación:** Para la realización de

este servicio se necesita disponer guías de trabajo para ejecutar un coaching eficaz, por eso hay que definir pasos para alcanzar los resultados esperados:

1. Determinar las necesidades del cliente
2. Establecer confianza y expectativas mutuas
3. Acordar con el cliente los resultados esperados
4. Respaldo los avances (Retroalimentación)
5. Evaluar los procesos que se han llevado con el cliente

***Protocolo de vocería y eventos sociales:** Para la realización del protocolo de vocería y eventos sociales se ejecutan los siguientes pasos a seguir:

- Diseño y cotización: se establecen los objetivos, el mensaje que se debe comunicar al público participante y las expectativas que el organizador del evento tiene con relación a la realización de la reunión.
- Producción: contratación de proveedores para la preparación de los recursos que conforman el evento.
- Montaje
- Ejecución
- Desmontaje
- Evaluación de resultados: se evalúa el grado de cumplimiento de los objetivos establecidos y su eficiencia.
- Por otra parte, dentro de este servicio se pretende **fortalecer y entrenar a los voceros de las empresas para que enfrenten de manera exitosa entrevistas frente a los medios de comunicación**; preparándolos con herramientas de comunicación que les permita construir mensajes creíbles y sustentables.

➤ Necesidad del cliente a resolver

Para la realización de los servicios de **Conecta, Consultora en Relaciones Públicas** como diagnóstico organizacional con sus diferentes etapas, plan estratégico de comunicación, asesoramiento en la construcción de planes de responsabilidad social empresarial, coaching para posicionar la marca ante los medios de comunicación, protocolo de vocería y eventos sociales, y finalmente nuestro diferencial ante las demás consultoras: **redacción, desarrollo y ejecución de un manual en relaciones públicas con el fin de consolidar los públicos, roles y funciones que beneficien a las empresas**; se tuvo en cuenta un recorrido por diferentes consultoras en RRPP en las que se consultó los principales servicios brindadas a los clientes.

Pregunta	Respuesta	Empresa
¿Cuál es la necesidad que las relaciones públicas no han logrado cumplir aún en la empresa donde trabaja?	<i>Las relaciones públicas no controlan ni contralarán nunca el desempeño organizacional, es decir la eficacia y eficiencia de los empleados al interior de las organizaciones (el desempeño de las demás personas), lo que hace que no todo sea a perfección. La solución es que debería haber una persona encargada netamente para prevenir y resolver problemas específicos”</i>	Juan Carlos Montes, Gerente de cuentas de Axón Comunicación Corporativa.
	<i>Una de las necesidades en las RRPP es el integrar todas las áreas ya que no se ha logrado del todo, aunque en los valores y principios de la compañía está enfocado, esto ha sido un proceso de mejora”</i>	Noreen Ortiz, Jefe de talento y Ambiente Laboral.

Es así, que para suplir las necesidades de nuestros clientes, **Conecta, Consultora en Relaciones Públicas**, brinda diferentes paquetes de servicios completos y oportunos para las falencias de las empresas, además la oportunidad de tener un Manual en relaciones públicas, el cual consta de desarrollar, redactar, y ejecutar un plan de trabajo, que se centrará en las necesidades específicas de la empresa u organización, garantizando efectividad en los tiempos establecidos.

5.4 Productos o servicios similares en el mercado.

Competencia	Servicios similares
2 WAY comm	• Reputación • Manejo de clientes internos • Posicionamiento de marca
Gloriza Comunicaciones	• Eventos especiales • Manejo y seguimientos de medios • Relaciones públicas
RSE Consultores	• Gestión de Responsabilidad Social Empresarial.
Grupo 13	• Comunicación corporativa • Logística de eventos.
Comunika	• Responsabilidad Social Empresarial • Eventos • Relaciones públicas

5.5 Registro de empresas que trabajan en el mismo sector

Conecta, Consultora en Relaciones Públicas está ubicado en el sector de servicios de consultoría en comunicación y relaciones públicas, compitiendo con las siguientes empresas:

- 2 WAY comm
- Gloriza Comunicaciones
- RSE Consultores
- Grupo 13
- Comunika
- Innovarse
- Axisrse
- Burson Marsteller
- Axón Comunicación Corporativa
- MB Comunicaciones – Relaciones Públicas

Plus o Ventaja competitiva frente a servicios del mismo sector

Las empresas mencionadas anteriormente compiten en el medio con **Conecta, Consultora en Relaciones Públicas**, ofreciendo servicios como realización de eventos y preparación de logística, posicionamiento de la marca con el público de interés de la empresa, manejo de las relaciones públicas internas y externas de las empresas. Sin embargo, **Conecta, Consultora en Relaciones Públicas** sobresale en la competencia por prestar servicios como: diagnóstico organizacional con sus diferentes etapas, plan estratégico de comunicación, asesoramiento en la construcción de planes de responsabilidad social empresarial, coaching para posicionar la marca ante los medios de comunicación, protocolo de vocería y eventos sociales y finalmente el diferencial ante las demás consultoras: **redacción, desarrollo y ejecución de un manual en relaciones públicas con el fin de consolidar los públicos, roles y funciones que benefician a las empresas.** Comparando estos servicios

con las demás consultoras se considera que **Conecta, Consultora en Relaciones Públicas** ofrece servicios únicos e innovadores que pueden beneficiar a las organizaciones para seguir creciendo en el ámbito empresarial.

5.6 Aporte del modelo de negocio en términos de innovación

El componente innovador es un **Manual en Relaciones Públicas, “De la estrategia a la acción”**, redacción, desarrollo y ejecución de un documento, con el fin de consolidar los públicos, roles y funciones que benefician a las empresas, orientado hacia las estrategias de comunicación para suplir las necesidades de nuestros clientes, esto con el fin de generar conciencia sobre la importancia de las relaciones públicas en las empresas, generando así vínculos entre la organización, clientes internos y externos.

Este instrumento será la oportunidad de evitar posibles falencias y fortalecer los procesos comunicativos de las empresas, como por ejemplo las relaciones con los públicos y la emisión de la información adecuada y constante.

Consultora en Relaciones Públicas

El “**Manual en Relaciones Públicas, De la estrategia a la acción**”: se desarrolla en diferentes capítulos:

Fase Interna

Primer Capítulo

Fortalecimiento en las relaciones con su público interno y externo.

Fase Externa

Segundo Capítulo

Planificación y organización de eventos sociales a través de:

* Tipos de evento

- * Preparación de voceros
- * ¿Cómo hacer un presupuesto?
- * Realización de cronogramas
- * Planificación de servicios gastronómicos y de logística
- * ¿Cómo realizar una evaluación de resultados?

Tercer Capítulo

Tips orientados a persuadir a los públicos internos y externos de la organización.

5.7 El producto y/o servicio y su representación como una solución única

Los servicios planteados por **Conecta, Consultora en Relaciones Públicas** generan un sello único en el mercado, porque contribuyen al apoyo de las empresas medianas y grandes del país, evitando las situaciones de crisis en las compañías, buscando mejorar los resultados en las metas corporativas. Además, actualizando a las empresas en temas de relaciones públicas y procesos comunicativos dándole posicionamiento y credibilidad en el mercado.

Consultora en Relaciones Públicas
Somos Imagen. Somos Innovación.

6. EQUIPO DE TRABAJO Y SISTEMA DE NEGOCIO

6.1 Equipo de trabajo (nombre de las integrantes, cargo, rol, competencias, experiencia aportada al modelo de negocio, importante cuadro).

Nombre	Cargo	Rol	Competencias	Aporte al Modelo de Negocio
María Alejandra Orjuela Suarez 	Directora de Comunicaciones Públicas externas	Encargada de las relaciones públicas externas de las empresas; además de gestionar los proyectos de Responsabilidad Social Empresarial en las Organizaciones.	A partir de experiencias en diferentes empresas ha logrado adquirir conocimientos en la gestión de relaciones públicas, posicionando altamente a las organizaciones en el mercado. Asimismo, enfocándose en la construcción del desarrollo de la responsabilidad social empresarial para que estas contribuyan a la sociedad. Cumple con habilidades en programas de edición, lo que permite un trabajo con mayor fuerza para la organización.	A partir de sus experiencias logra posicionar altamente a las empresas en el mercado, con la construcción y el diseño de la imagen corporativa y social de estas.

**Érika Julieth
Blanco Rincón**



Directora de
Manual y
protocolo de
Relaciones
Públicas

Encargada de
liderar el desarrollo
del Plus o ventaja
competitiva:
Manual en
Relaciones
Públicas, de la
estrategia a la
acción.

A partir de las experiencias
aprendidas, ha logrado
adquirir habilidades para la
resolución de falencias en
equipos de trabajo, dando
respuestas a situaciones
determinadas en las
organizaciones. La
disposición para tomar
decisiones sobre propuestas
o acciones, facilita que
reaccione de manera
disciplinada durante los
procesos orientándolos al
éxito.

Desarrolla y ejecuta
diagnósticos
organizacionales
para implementar de
la manera más
adecuada un
manual de
Relaciones Públicas
en las
organizaciones.

**Karin Johana
Ninco Morales**



Directora de
Comunicacion
es Públicas
internas

Encargada de las
relaciones internas
de las empresas,
desarrolla y ejecuta
estrategias de
comunicación que
respalden a la
organización en la
solución de
falencias
comunicativas
ofreciendo
recursos efectivos
de coordinación y
el apoyo de los
procesos.

La experiencia en la
planeación, asesoramiento y
ejecución de estrategias
comunicativas, facilita la
toma de decisiones de un
Diagnostico Interno en las
organizaciones.

A través de la
experiencia ha
adquirido destrezas
en la planificación,
diseño y gestión de
estrategias creativas
e innovadoras,
solucionando
problemas
comunicativos que
afectan la
productividad y
competitividad de
las organizaciones.

6.2 Red de contactos (lista clientes, proveedores y aliados estratégicos comerciales)

1. Colegio Nuevo Luis Gonzaga

Perfil: Institución educativa de calidad para el desarrollo integral con énfasis en humanidades, ciencias, matemáticas e inglés, aplicadas a la investigación, proyectadas a la educación superior. Fundado en 1.915 con más de 100 años de experiencia educando.

2. Séptima Parada

Perfil: Séptima Parada es un parqueadero en sociedad familiar, que nace en octubre del año 2014, ofreciendo su servicio a los automóviles en la localidad de Barrios Unidos–Barrio: 7 de Agosto en Bogotá.

3. Claro Colombia

Perfil: Claro Colombia es una compañía que distribuye servicios de telefonía celular, telefonía fija, televisión e Internet. Nació como resultado de la integración de Comunicación Celular S.A. y Telmex Colombia S.A.

4. Universidad Santo Tomás- Facultad de comunicación Social para la paz

Perfil: La Universidad Santo Tomás, inspirada en el pensamiento humanista cristiano de Santo Tomás de Aquino, consiste en promover la formación integral de las personas, en el campo de la educación superior, mediante acciones y procesos de enseñanza-aprendizaje, investigación y proyección social, para que respondan de manera ética, creativa y crítica a las exigencias de la vida humana y estén en condiciones de aportar soluciones a la problemática y necesidades de la sociedad y del país

5. Compensar EPS

Perfil: Compensar es una caja de compensación familiar colombiana, con sede en Bogotá, ofrece servicios de salud a través de su Entidad promotora de salud, al igual que turismo, vivienda, recreación y formación deportiva a través de sus academias de fútbol, natación, baloncesto y tenis. En parte de recreación Compensar cuenta con: Sala de Bolera, 4 piscinas: 2 para niños y 2 Piscinas Olímpicas (1 Subterránea), Salón de juegos electrónicos, gimnasio, cancha de golf, squash, fútbol, baloncesto, tenis y Tenis de mesa. Cuenta también con plaza de eventos, 2 restaurantes y Ciclovía.

6.3 Aliados del negocio (proveedores, compradores, socios e identificar las diferencias de cada uno, en cuanto a su perfil).

Consultoras en Comunicaciones como:

-G-Consultores Un equipo de extranjeros y colombianos expertos en comunicación, manejo de contenidos, técnicas orales y corporales, psicología, actuación, politología, cine y pedagogía. Más Información en: (<http://www.gconsultores.com.co/quienes-somos>)

-Axón Comunicación Corporativa: Es una Compañía especializada en Comunicaciones Integradas de Marketing con experiencia en el desarrollo e implementación de estrategias de Comunicación, Relaciones Públicas, Publicidad y Marketing para los mercados de América Latina y los Estados Unidos. Más información en: (<http://axoncomunicacion.biz/>)

- ADECEC: Es una asociación de empresas consultoras en Relaciones Públicas y Comunicación, con el objetivo de difundir la práctica de la Consultoría de Comunicación y Relaciones Públicas en nuestro

España. Por esta razón la vemos como un aliado estratégico ya que Conecta Consultora en Relaciones publicas puede hacer parte de esta asociación y llegar a otros países. Más información en:

(http://www.adecec.com/que_hacemos/servicios.php)

Aliados del negocio

Nombre	Perfil	Aporte a Conecta, Consultora en relaciones públicas	Ventajas de nuestras alianzas
Wendy Molina	Publicista	Será quien planifique y realice la parte gráfica y visual; además la diseñadora de campañas finales para su divulgación.	Una de las ventajas de esta alianza es que la publicista construirá una identidad única para nuestra organización, teniendo siempre el reconocimiento de nuestros clientes.
Leidy Ninco Morales	Profesional en mercadeo	Gestionará el posicionamiento de la marca e imagen a través de estrategias para la web y analizara las nuevas tendencias en el mercado.	La habilidad para desarrollar planes estratégicos de marketing que generen valor, crecimiento y utilidades, la creatividad e instinto para desarrollar servicios que tengan amplias posibilidades de éxito comercial.
Omar Vega	Diseñador Gráfico de campañas	Complementará a partir de su preparación la estructuración en imagen e identidad de las	Al tener un perfil de diseñador gráfico, garantizamos la creatividad y satisfacción en

	internas	empresas con el diseño de piezas comunicativas como boletines, revistas y campañas empresariales.	cuanto a la imagen y/o campaña que se requiere tener a partir de las necesidades del cliente.
Claudia Rincón	Publicista y especialista en servicio al cliente	Para el enfoque interno de Conecta Consultora en Relaciones Publicas , consolidado así la prestación del servicio adecuado con el fin de garantizar la calidad y las mejoras con los clientes construyendo así un sello diferencial en el mercado por nuestra atención excepcional.	Con la especialista en publicidad y servicio al cliente se tendrá un sello único en la prestación de los servicios de Conecta Consultora en Relaciones Publicas , pues se capacitará en estos temas a cada una de las integrantes, brindando así un servicio excelente y de calidad.

6.4 Ventajas de las alianzas.

Las ventajas de estas alianzas con profesionales en publicidad, mercadeo, diseño gráfico y servicio al cliente, ayudaran en la construcción de una identidad única para nuestra organización, obteniendo siempre el reconocimiento de nuestros clientes. De igual manera, la habilidad para ejecutar planes estratégicos de marketing que generen valor, crecimiento y creatividad para desarrollar amplias posibilidades de éxito comercial, garantizando las soluciones de las necesidades del cliente.

6.4 Recursos adicionales.

Recursos Tecnológicos:

- Tres (3) computadores portátiles, para gestionar el proceso de base de datos de periodistas en medios de comunicación, y así realizar las relaciones públicas externas. Además de facilitar los informes mensuales que se dan a los diferentes clientes.
- Tres (3) Teléfonos fijos y Tres (3) celulares, para realizar las llamadas correspondientes de las relaciones públicas empresariales. Y para poder comunicarnos con nuestros clientes.
- Conexión a Internet, para facilitar la búsqueda de nuestras publicaciones en los diferentes medios de comunicación, además de la realización de video conferencias entre colegas y clientes.
- Creación de sitio web y redes sociales, para posicionar la marca de ***Conecta Consultora en Relaciones Públicas.***

Recursos Físicos:

- Localización de una oficina en el occidente de Bogotá para atender a nuestros clientes.
- Contratación de un Community Manager, para que administre la página web y las redes sociales creadas para ***Conecta Consultora en Relaciones Públicas.***
- Contratación de un auxiliar de servicios administrativos y un coordinador de cuentas para cada cliente.

- Contratación de un diseñador gráfico para la entrega de POP, mailings entre otras necesidades del cliente.

Recursos Económicos:

- Ampliación de presupuesto para instalaciones de una oficina (rentar un propiedad)
- Ampliación del presupuesto para publicidad y material POP de **Conecta Consultora en Relaciones Publicas.**
- Incremento del presupuesto para postulaciones en las ferias de emprenderos del gobierno y Universidades del país.

7. PLAN DE MERCADEO

7.1 El cliente

- Caracterización de los clientes o grupos potenciales.

Los clientes fueron escogidos por tener un contacto directo con estas empresas, además por ser potenciales en el mercado y estar ubicadas en diferentes sectores comerciales; asimismo se realizaron entrevistas a los colaboradores manifestando inconformidades en sus trabajos, logrando concluir que estas tienen problemas de comunicación similares que como consultora podemos solucionar.

1. Colegio Nuevo Luis Gonzaga

Perfil: Institución educativa de calidad para el desarrollo integral con énfasis en humanidades, ciencias, matemáticas e inglés, aplicadas a la investigación, proyectadas a la educación superior. Fundado en 1.915 con más de 100 años de experiencia educando.

Sector: Servicios, Categoría: Educación

Análisis Demográfico: Tiene 150 empleados y 700 estudiantes de Pre-escolar, Primaria y Bachillerato. Sus empleados oscilan entre las edades

2. Séptima Parada



Sector: Servicios, **Categoría:** Transporte

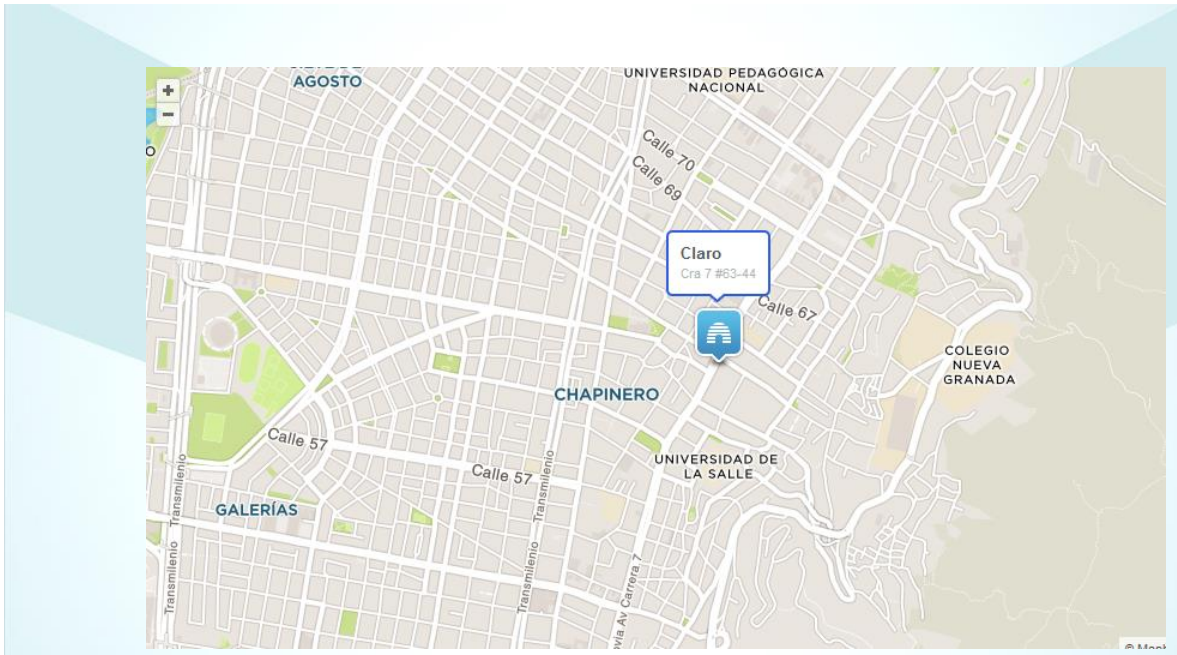
Análisis Psicográfica: Prevalece la honestidad, la calidad y el optimismo en el servicio que prestan como empresa.

Perfil: Claro Colombia es una compañía que distribuye servicios de telefonía celular, telefonía fija, televisión e Internet. Nació como resultado de la integración de Comunicación Celular S.A. y Telmex Colombia S.A.

Es una empresa constituida en 1994 bajo el nombre de Comcel, pero que en 2012 cambió su nombre debido a la compra de sus operaciones por el gigante de las telecomunicaciones mexicana, América Móvil. La compañía ofrece cobertura de telefonía móvil y de línea fija a las regiones costeras, este, y oeste del país, manteniendo presencia en Barranquilla, Candelaria, Malambo, Puerto Colombia, Polo Nuevo y Santa Lucía, entre otras localidades.

Sector: Servicios, Categoría: Comunicaciones

Análisis Geográfico: La sede administrativa de Claro Colombia está ubicado en la localidad de Chapinero, dirección: Cr. 7 # 63-44. A sus alrededores se encuentra la Universidad de la Salle y Colegio Nueva Granada.



Perfil: La Universidad Santo Tomás, inspirada en el pensamiento humanista cristiano de Santo Tomás de Aquino, consiste en promover la formación integral de las personas, en el campo de la educación superior, mediante acciones y procesos de enseñanza-aprendizaje, investigación y proyección social, para que respondan de manera ética,

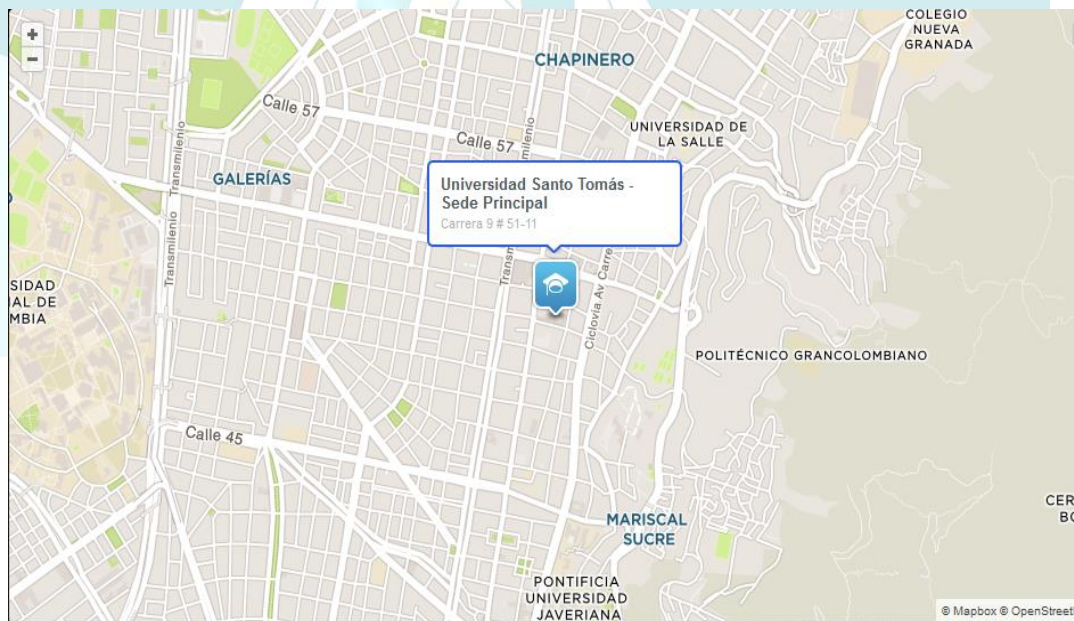
creativa y crítica a las exigencias de la vida humana y estén en condiciones de aportar soluciones a la problemática y necesidades de la sociedad y del país

Sector: Servicios, Categoría: Educación

Análisis Psicográfico: Los valores a los cuales se centra la facultad de comunicación social son: Yo me formo para la paz, Yo educo para la paz, Yo investigo para la paz, Yo trabajo para la paz, Yo soy para la paz.

Análisis Demográfico: En la facultad de comunicación social se encuentran un promedio de 25 colaboradores, entre docentes y administrativos.

Análisis Geográfico: La Universidad Santo Tomás se encuentra ubicada en la localidad de chapinero, dirección: Cr. 9 # 51-11. A su alrededor se encuentra la Universidad Católica, Universidad Piloto de Colombia, La clínica Marly, Cafam.



4. Compensar EPS

Perfil: Compensar es una caja de compensación familiar colombiana, con sede en Bogotá, ofrece servicios de salud a través de su Entidad promotora de salud, al igual que turismo, vivienda, recreación y formación deportiva a través de sus academias de fútbol, natación, baloncesto y tenis. En parte de recreación Compensar cuenta con: Sala de Bolera, 4 piscinas: 2 para niños y 2 Piscinas Olímpicas (1 Subterránea), Salón de juegos electrónicos, gimnasio, cancha de golf, squash, fútbol, baloncesto, tenis y Tenis de mesa. Cuenta también con plaza de eventos, 2 restaurantes y Ciclovía.

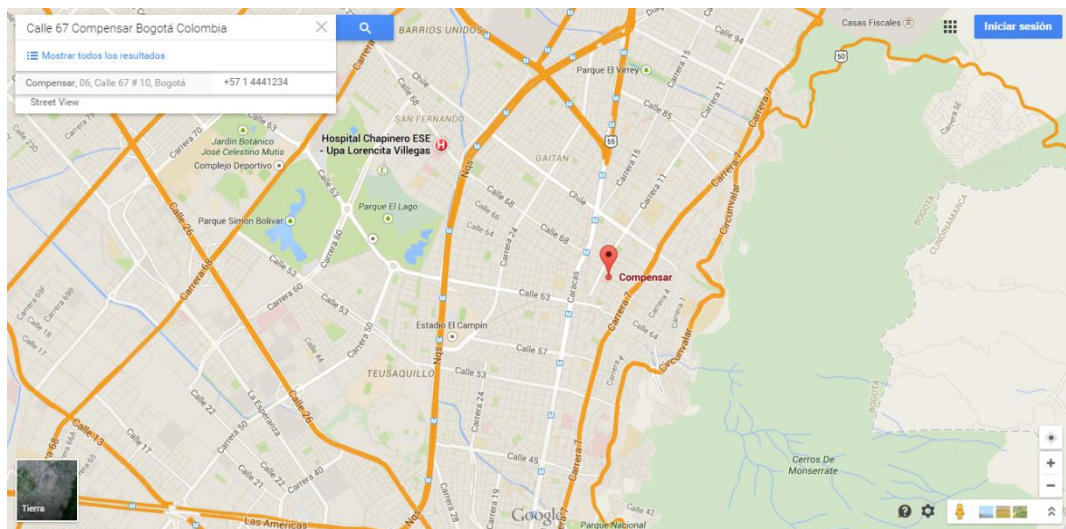
Sector: Servicios, Categoría: Salud

Análisis Psicográfica: Comprometidos con la calidad, respeto e integridad de cada uno de los colaboradores y usuarios de Compensar.

Análisis Demográfico: Compensar emplea obligatoriamente a personas estudiadas, honestas, cumplidas y humanitarias entre los 20 y 58 años de edad.

Análisis Geográfico: Compensar y su EPS Cuenta con más de 2.400 colaboradores que se distribuyen en sus 23 sucursales: Álamos, Av. Primero de Mayo, Avenida 68, Calle 13, Calle 125, Calle 127, Calle 134, Calle 145, Calle 26, Calle 42, Calle 67, Calle 94, Carrera 30, Chía, Ciudad Bolívar, Facatativá, Fontibón, Kennedy, Kennedy II, Kennedy III, Soacha, Suba y Zipaquirá.

Sede Calle 67 # 10, sus alrededores son la Circunvalar, carrera séptima, estadio El Campin, centro de alto rendimiento Coldeportes, parques el Virrey y El Lago.



- Necesidades y problemas más significativos del cliente.
Después de seleccionar un muestreo representativo (entrevista a las personas encargadas del área de comunicaciones) entre los clientes potenciales de la consultora y establecer un análisis de documentos, se identificaron las siguientes necesidades comunicativas:

1. Colegio Nuevo Luis Gonzaga

-Necesidades Internas:

*Los padres de familia se quejan de la falta de comunicación con los docentes por la plataforma *Cibercolegios*, con respecto a trabajos, reclamos o asesorías.

*Los docentes manifiestan que no tienen el suficiente tiempo para realizar y responder temas sobre las tareas correspondientes por la plataforma *Cibercolegios*.

2. Séptima Parada

-Necesidad Interna

*Construir una identidad corporativa: misión, visión, logo y eslogan.

-Necesidades externas:

*Posicionar en el mercado a Séptima Parada, con el fin de obtener nuevos usuarios y aliados estratégicos

3. Claro telefonía

-Necesidades Internas

Falta de relación: problema de una comunicación deficiente. Los malos flujos comunicativos generan conflictos y situaciones que dañan la eficiencia, la productividad y el clima laboral.

-Necesidades Externas

*En Claro hay satisfacción en el servicio, pero la comunicación y la información no es adecuada para los usuarios, ya que existe cierta incomodidad cuando se adquiere un producto o servicio y esto puede generar que el cliente elija otro operador.

4. Universidad Santo Tomás-Facultad de comunicación Social para la paz

-Necesidades Internas:

*Se crean subgrupos dentro de la facultad de acuerdo a las capacidades y conocimientos de cada docente, perdiéndose el sentido de pertenencia de la universidad. Se necesita fortalecer el clima laboral.

*No hay personal específico para algunas funciones, lo que retrasa procesos académicos en especial de sistematización de información. Crear un organigrama de funciones y roles.

*No hay intranet comunicativo, el trato es por mailing: Hay una falta de alternativas de comunicación pues todo se maneja únicamente por mailing. Reforzar los canales de comunicación internos.

5. Compensar EPS

-Necesidad Externa

*No tienen suficiente información en los medios de comunicación sobre los beneficios de salud, caja de compensación, descuentos, promociones que ofrece la entidad. Es decir, los usuarios saben que compensar brinda un buen servicio, pero no los conocen en su totalidad, hasta que se acercan a un punto de información.

- Razones por las que compra un cliente.

1. Colegio Nuevo Luis Gonzaga

Nos elegiría porque:

- Ofrecemos un diagnóstico en comunicación para evidenciar falencias dentro de la institución.
- Desarrollamos el Plan Estratégico de Comunicación Organizacional con todas sus etapas, para así suplir las necesidades de comunicación encontradas.
- Brindamos nuestros servicios al mejor precio.

2. Séptima Parada

Nos elegiría porque:

- Diseñamos la imagen corporativa.
- Ofrecemos un Plan Estratégico de comunicación Organizacional orientado a la parte externa, para así posicionar la marca ante los medios y a persuadir nuevos clientes.
- Brindamos nuestros servicios al mejor precio.

3. Claro Colombia

Nos elegiría porque:

- Conecta es una consultora que trabaja con respeto, reconociendo siempre los intereses colectivos de la empresa, además se compromete con sus clientes buscando entregar siempre un buen servicio.
- Un diagnóstico organizacional en sus tres etapas: inicial, intermedia y final.
- Un plan estratégico de comunicación
- Protocolo de vocería.

Consultora en Relaciones Públicas

Siempre Innovación, Siempre Innovación

4. Universidad Santo Tomás- Facultad de comunicación Socia para la paz

Nos elegiría porque:

- Conecta cuenta con un servicio de diagnóstico organizacional en sus tres etapas: inicial, intermedia y final.
- Plan Estratégico de Comunicación Organizacional

5. Compensar EPS

Nos elegiría porque:

- Ofrecemos un diagnóstico en comunicación para evidenciar falencias dentro de la empresa.
- Plan Estratégico de Comunicación Organizacional
- Ejecutamos un acompañamiento de Coaching para mejorar las relaciones de los colaboradores, potencializando las habilidades de cada uno de ellos.
- Realizamos protocolo de vocería
- Obtienen nuestros servicios al mejor precio.

- Estrategias comunicativas para la persuasión del cliente.

1. Por medio de atención al cliente, brindando información clara y veraz.
2. Ofreciendo seguridad y flexibilidad en los servicios, según las necesidades del cliente.
3. Conecta Consultora en Relaciones Públicas, realizará su propio frees press en los medios de comunicación, haciéndonos conocer por posibles clientes.

Consultora en Relaciones Públicas

Somus Imagen. Somos Innovación

- Medios de comunicación para captar la atención del cliente.

*Redes Sociales: Se publicaran post en las diferentes redes sociales y la página web ofreciendo información sobre **Conecta, Consultora en Relaciones Públicas**.

*Contacto directo-Marketing relacional: Planificación de reuniones con posibles clientes.

*Puntos de información en las ferias de emprendimiento del país.

7.2 La competencia

- Perfil de la competencia.

1. **2 WAY comm:** Agencia en comunicaciones y relaciones públicas.

Su propósito es influenciar y persuadirá cada uno de los Stakeholders de los clientes con herramientas de alto impacto como: Comunicación Estratégica, Free Press, Relaciones Públicas, cabildeo, manejo de crisis, publicidad.

Página web: www.2waycomm.com/

2. **Gloriza Comunicaciones:** Es una compañía líder en estrategia de comunicación política y corporativa, así como en manejo de crisis, tanto en Colombia como en otros países de Latinoamérica. La firma hace parte de MS&L Worldwide, un conglomerado de empresas de comunicación y consultoría con 54 oficinas en Estados Unidos, América Latina, Europa, Medio Oriente, África y Asia, y una extensa red de afiliados alrededor del planeta. MS&L Worldwide es miembro del Grupo Publicis, el cuarto grupo de comunicaciones del mundo.

Página Web: www.glorizacomunicaciones.com

3. **RSE Consultores:** Son un equipo de profesionales trabajando por el desarrollo sostenible de América Latina y el Caribe; ofrecen servicios especializados de consultoría y capacitación en Responsabilidad Social Empresarial, ejecutando Proyectos de Desarrollo. Sus acciones están orientadas a apoyar el sector empresarial en la definición e implementación de su estrategia de responsabilidad social para lograr mejoras desde la perspectiva económica, ambiental y social. Asimismo promueve proyectos de desarrollo para el beneficio de la región a través de fondos de cooperación internacional y fondos locales; apoyar a organizaciones sin

finés de lucro para su fortalecimiento institucional y mejorar su posicionamiento ante beneficiarios y donantes.

Operan en Latinoamérica, con proyectos en Costa Rica, Honduras, Nicaragua, Guatemala, Belice, El Salvador, Panamá, México, Argentina y República Dominicana.

Página Web: www.rseconsultores.com

- 4. Grupo 13:** Son un equipo de profesionales expertos en comunicación y pensamiento estratégico que trabaja para construir, gestionar y proteger la reputación corporativa como un activo que genera valor económico y social a las empresas. Están presentes en ocho países de Latinoamérica y hacen parte de la Red Global de Relaciones Públicas EUROCOM y de la red Latam PR.

Ofrecen servicios de comunicación corporativa, comunicación en crisis, contenidos editoriales, comunicación Online, eventos y logística.

Página Web: ww.grupo13.com.co

- 5. Comunika:** Ofrecen herramientas para la comunicación, relaciones públicas y mercadeo de las empresas y sus productos. Gestionan eventos de alto impacto, comunicaciones internas y externas, Free Press, activaciones de marca e investigación de mercados y credenciales.

Página Web: www.comunika.com.co

- Aliados estratégicos de la competencia.
1. WAY comm: Por ahora 2 WAY no tiene ninguna alianza estratégica con otras empresas.
 2. Gloriza Comunicaciones: Gloriza cuenta con un alianza internacional de la empresa MS & L es una empresa líder mundial en comunicaciones y

una red de comunicaciones de marcas y consultoría con 54 oficinas en América del Norte, América Latina, EMEA y Asia, así como una extensa red de afiliados. La agencia se especializa en el uso de la investigación, conocimientos y tecnología para crear y ejecutar estrategias de comunicación de gran alcance que son críticos para el éxito del cliente.

- 3. RSE Consultores:** RSE Consultores cuenta con una alianza estratégica, Programa de Aliados Cambio Climático, tienen alianza con organizaciones de base y comunitarias, asociaciones, cooperativas, empresas, gremiales, ONG's, gobiernos locales y otros. Participan sus aliados en la postulación de proyectos a entes de cooperación, entidades financieras y otras fuentes de financiamiento de carácter internacional y local.

Algunas de las áreas de desarrollo son:

- Desarrollo sostenible.
- Turismo sostenible.
- Desarrollo empresarial.
- Desarrollo local comunitario.
- Encadenamientos productivos.
- Responsabilidad Social Empresarial

4. Grupo 13

Grupo 13 cuenta con alianzas estratégicas de consultores externos: Jorge Alfredo Vargas: Presentador de noticias del Canal Caracol y director de varios proyectos estratégicos del mismo canal. Entrena a altos ejecutivos del país en manejo de medios.

Marta Lucia Fernández: Es una comunicadora con alto sentido de sensibilidad social, militante del anti-sensacionalismo y defensora de la ecuanimidad.

Adyel Quintero: Asesor y tallerista de recursos escénicos para comunicaciones de alto impacto (tanto en presentaciones públicas como en Medios). Ha trabajado con personajes del clientes como: la ex senadora y candidata a la Alcaldía de Bogotá Gina Parody, el Vicealmirante Guillermo Barrera, el Dr. Rafael Pardo, el Dr. Frank Pearl, durante su período como Alto Comisionado Presidencial para la Paz y la Reintegración, la senadora Marta Lucía Ramírez, el ex Ministro de Defensa y Presidente de la República Juan Manuel Santos, el ex Vicepresidente de la República Francisco Santos, Academia Diplomática de San Carlos.

5. Comunika

Comunika tiene alianzas estratégicas con empresas de consumo masivo y agencias de publicidad, estas empresas son peruanas.

Algunos de sus aliados son:

- Bodytech PerúUnilever Perú
- Banco del crédito de Perú
- Akm s.a. Consultora en Relaciones Públicas
- Ambev Perú
- Ideart publicidad
- Goma eventos
- M2 comunicaciones
- Industrias alimenticias cusco S.A

- Competidores directos e indirectos.

Directos (Consultoras en relaciones publicas y comunicaciones)

- WAY comm
- Gloriza Comunicaciones
- RSE Consultores
- Grupo 13
- Comunika

Indirectos

Docente Miguel Ángel Ibarra: Experto en Comunicación Organizacional con 14 años de experiencia profesional. Líder en análisis, diagnóstico, diseño, implementación y evaluación de proyectos en los que las estrategias de comunicación y marketing son utilizadas para el logro de propósitos en proyectos empresariales de cambio y construcción de cultura organizacional.

Consultora en Relaciones Públicas
Somos Imagen. Somos Innovación.

- Diferencial del producto o servicio frente a la competencia.

Competencia	Plus	Diferencial con Conecta
2 WAY comm	Persuasión e influencia en los Stakeholders	Manual en Relaciones Públicas
Gloriza Comunicaciones:	Manejo de crisis y Consultoría política	Desarrollo de Plan Estratégico de Comunicación y Manual en Relaciones Públicas.
RSE Consultores	Apoyo a organizaciones sin fines de lucro para su fortalecimiento institucional y con el fin de mejorar su posicionamiento ante beneficiarios y donantes.	Coaching para posicionar la marca ante los medios de comunicación
Grupo 13	Ofrecen comunicación Online	Manual en Relaciones Públicas
Comunika	Ofrecen activaciones de marca e investigación de mercados y credenciales.	Coaching para posicionar la marca ante los medios de comunicación

- Análisis del entorno: ubicación geográfica de la competencia y análisis de ese entorno.

De acuerdo al análisis realizado anteriormente con los clientes, Conecta **Consultora en Relaciones Públicas** se ubicara en el Noroccidente de la ciudad en la localidad de Engativá.

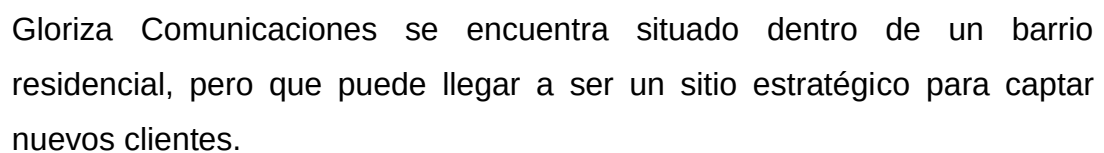
Esta zona limita al norte con el río Juan Amarillo, el cual la separa de la localidad de Suba donde se encuentra uno de nuestros clientes el Colegio Nuevo San Luis Gonzaga, al Oriente está bordeada por la Avenida del Congreso Eucarístico o Avenida 68, límite con la localidad de Barrios Unidos donde se encuentran nuestros clientes Compensar EPS, Universidad Santo Tomás de Aquino, parqueadero Séptima Parada y telefonía Claro; al sur con la Avenida Jorge Eliécer Gaitán o Autopista El Dorado y el antiguo camino a Engativá, el que la separa de Fontibón y al occidente limita con el río Bogotá.

Tiene una extensión de 3.612 hectáreas, que corresponde a 4,18% del área del Distrito Capital; por su extensión es la décima localidad del Distrito Capital. Según fuente del DANE se estima que la localidad cuenta con 1.300.000 habitantes.

Algunas consultoras similares ubicadas en este lugar son:

- 2 WAY comm
- Gloriza Comunicaciones

Localidad: Chapinero



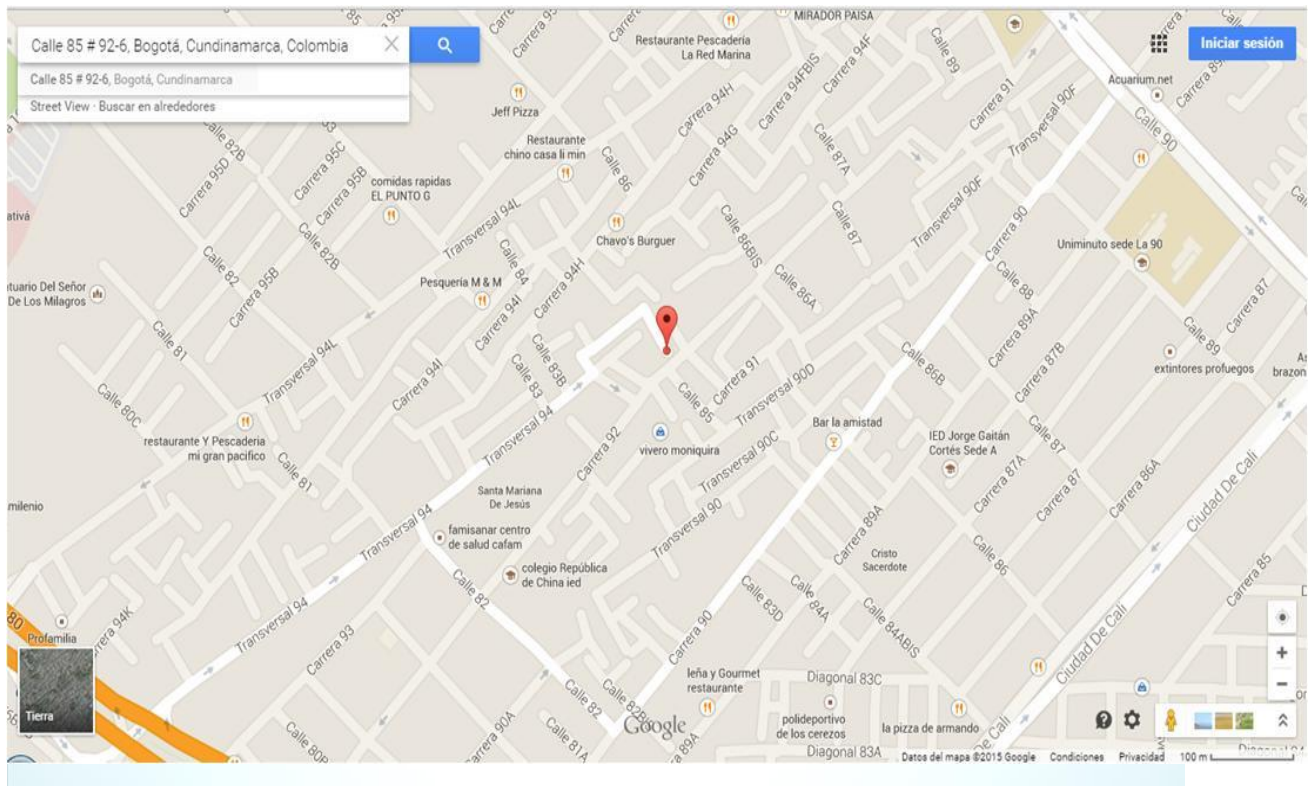
3. RSE Consultores:

País: Colombia

Ciudad: Bogotá

Zona: Calle 85 #92- 6

Localidad: Barrios Unidos



Localidad: Barrios Unidos

La oficina de RSE Consultores se encuentra localizada dentro de la localidad Barrios Unidos, sus alrededores son restaurantes Chavos Burguer, Pesquería M&M, comidas rápidas El Punto G, Jeff Piza, Chino Casa Li Min y La Red Marina; también el centro de salud Cafam - Famisanar y el colegio República de China Led.

Es una zona concurrida por empresarios y puede ser estratégico para realizar alianzas y futuros clientes.

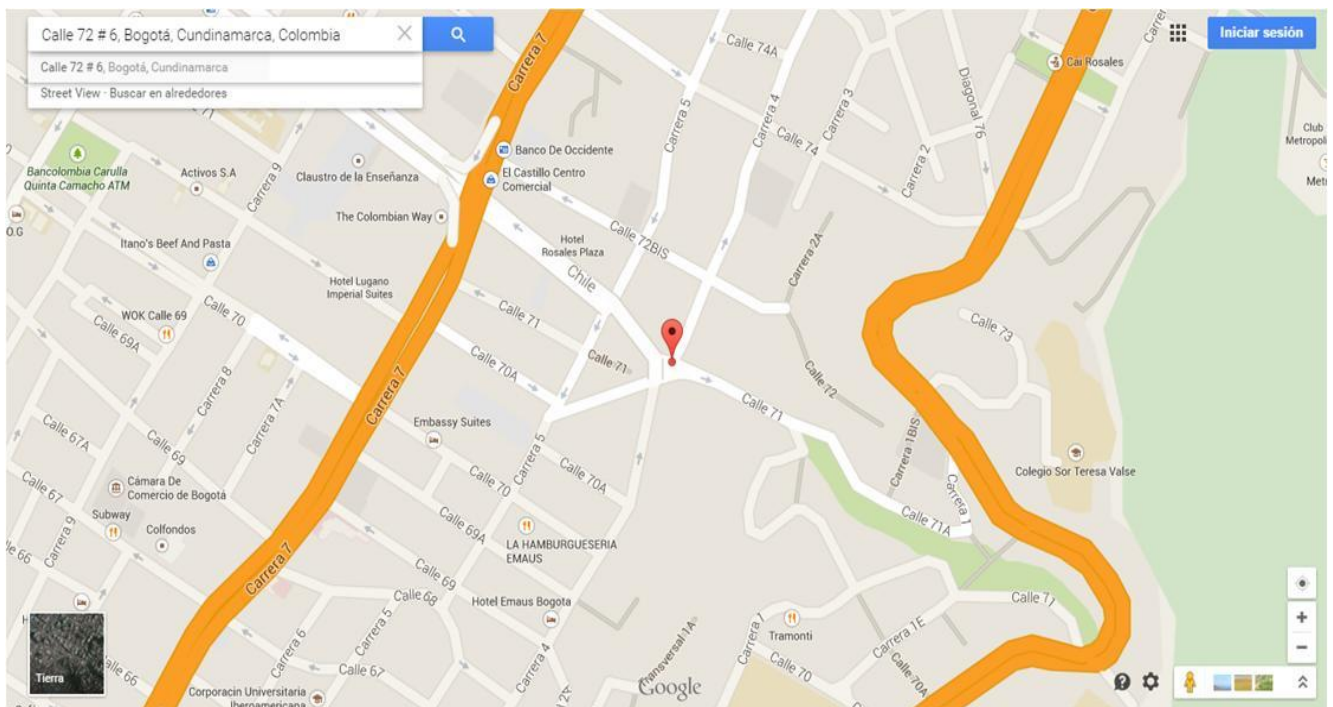
4. Grupo 13:

País: Colombia

Ciudad: Bogotá

Zona: Calle 72 # 6-44 Edificio APA Oficina 1102

Localidad: Barrios Unidos



La oficina de Grupo 13 está localizada en la localidad de Barrios Unidos, cuenta en sus alrededores con hoteles como Rosales Plaza, Embassy Suites, Emaus Bogotá, la corporación Universitaria Iberoamericana, la Cámara de Comercio de Bogotá, y restaurantes como La Hamburguesería, centro comercial El Castillo y el Banco de Occidente.

Es una zona adecuada para realizar negocios con nuevos clientes, por las empresas que se encuentran cerca.

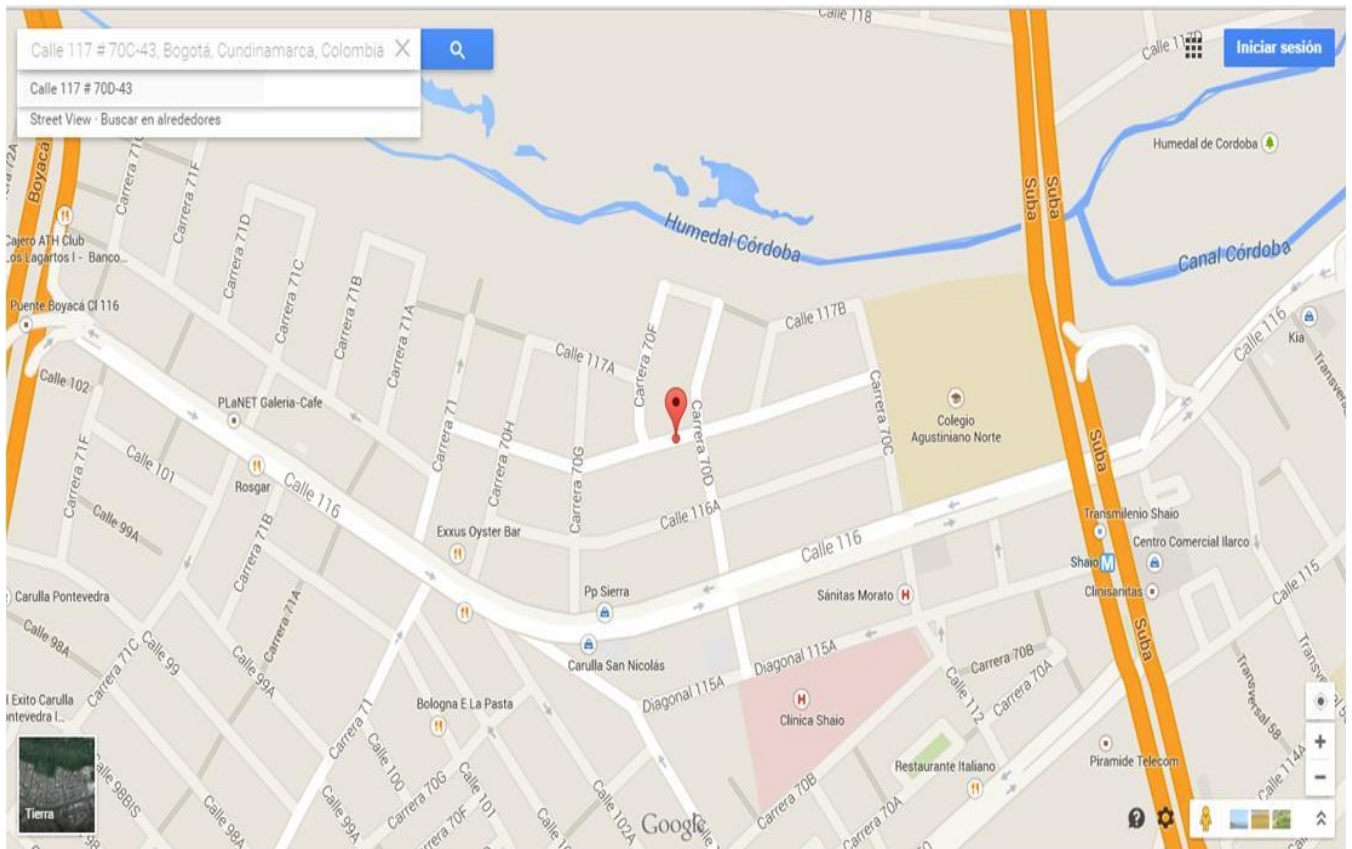
5. Komunika:

País: Colombia

Ciudad: Bogotá

Zona: Calle 117 # 70C-43

Localidad: Suba



Comunika se encuentra localizada en un barrio residencial, sus alrededores son el Humedal Córdoba, la avenida Suba y la calle 116, el colegio Agustiniانو Norte, la clínica Shaio, Pirámide Telecom, y restaurante Italiano y Bologna E La Pasta.

Se encuentra dentro del barrio Puente Largo y no es una zona altamente estratégica para adquirir nuevos clientes, debido a que no es concurrida.

7.3 Precio producto y/o servicio

Paquetes	Contenido	Precio	Tiempo
Paquetes individuales	* Asesoramiento en la construcción de planes de Responsabilidad Social Empresarial	Diez millones de pesos (10.000.000)	10 meses
	Coaching para posicionar la marca ante los medios de comunicación	Tres Millones quinientos mil pesos (3.500.000)	3 meses
	Protocolo eventos sociales Tres estrellas	Dos millones quinientos mil pesos (2.500.000)	Depende de la solicitud del cliente.
	Protocolo eventos sociales Cuatro estrellas	Cuatro millones de pesos. (4.000.000)	
	Protocolo eventos sociales Cinco estrellas	Seis millones de pesos (6.000.000)	
	Protocolo de vocería	Dos millones de pesos (2.000.000)	Una semana
Plan No. 1: Plan completo relaciones públicas internas	Diagnóstico Organizacional con sus diferentes etapas Inicial, intermedia y final, y Plan Estratégico de Comunicación Organizacional	Diez millones de pesos (10.000.000.00)	8 meses
Paquete No. 2: Plan completo – Relaciones Públicas Externas	Dos (2) notas mensuales con un Tier (Clasificación) de medios seleccionado por el cliente.	Once millones de pesos (11.000.000)	De 6 a 8 meses
	* Dos (2) entrevistas. . Dos (2) columnas de opinión · Informes mensuales. · Reuniones quincenales.		

	· Protocolo de eventos sociales. · Protocolo de vocería . Asesoramiento en la construcción de planes de Responsabilidad Social Empresarial.		
Paquete No. 3 Mixto-Relaciones Públicas internas y externas	Diagnóstico Organizacional con sus diferentes etapas Inicial, intermedia y final, y Plan Estratégico de Comunicación Organizacional	Veintiún millones de pesos (21.000.000)	De 8 a 12 meses
	Dos (2) notas mensuales con un Tier (Clasificación) de medios seleccionado por el cliente.		
	* Dos (2) entrevistas. . Dos (2) columnas de opinión · Informes mensuales. · Reuniones quincenales. · Protocolo de eventos sociales. · Protocolo de vocería . Asesoramiento en la construcción de planes de Responsabilidad Social Empresarial.		

LOS PAQUETES COMPLETOS INCLUYEN:

Manual de Relaciones Públicas “De la estrategia a la acción” redacción, desarrollo y ejecución de un documento, con el fin de consolidar los públicos, roles y funciones que benefician a las empresas, orientado hacia las estrategias de comunicación para suplir las necesidades de nuestros clientes, esto con el fin de generar conciencia sobre la importancia de las relaciones públicas en las empresas, generando así vínculos entre la organización, clientes internos y externos.

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

Consultora	Contenido	Precio	Tiempo
2 WAY COM	Posicionamiento de marca	Diez y ocho millones de pesos (18.000.000)	6 meses
	Manejo de crisis		
	Reputación		
GRUPO 13	Comunicación corporativa	Diez millones de pesos (10.000.000)	De 3 a 4 meses
	Comunicación Online		
	Eventos y logísticas		
COMUNIKA	Activaciones de marca	Siete millones de pesos (7.000.000)	3 meses
	Free Press		
	Eventos		

- Precio que el cliente está dispuesto a pagar

Luego de las de entrevistas realizadas a los posibles clientes, sobre el costo que estarían dispuestos a pagar en servicios para solucionar sus problemas comunicativos, especificaron que pagarían los precios establecidos por **Conecta, Consultora en Relaciones Públicas**, ya que los paquetes brindan los beneficios para sobresalir como organización, calidad, precio asequible, orientación en los procesos de responsabilidad social empresarial y acompañamiento constante durante el proceso.

En la actualidad los clientes más que un precio cómodo, buscan la mejor consultora que responda a sus expectativas en atención al cliente y acompañamiento constante durante el proceso que requieren; donde se les

ofrezca experiencia profesional y un conocimiento pleno del problema a solucionar.

- Métodos de pago ofrecidos por el modelo de negocio.

Opciones de pago:

- Efectivo
- Datafono
- Consignación a la cuenta bancaria de la Consultora

7.4 Canales de distribución del producto y/o Servicio, captación de clientes y posicionamiento de la marca

Conecta, Consultora en Relaciones Públicas tendrá tres canales de distribución:

- Establecimiento propio: Punto estratégico y de referencia para los clientes en momentos de una consulta directa.
- Asesores de cuentas: Serán los encargados de contactar los posibles clientes a través de call center y reuniones, con el fin de obtener nuevos contratos.
- Terceros: Familiares, amigos, colegas y comunicadores sociales, harán parte de la estrategia del voz a voz, ya que están vinculados en diferentes empresas que pueden llegar a ser clientes potenciales.
- **Relaciones Públicas**

Free Press: ***Conecta, Consultora en Relaciones Públicas*** publicará en los medios masivos de comunicación (Radio, TV, Web y Prensa) la

información de boletines de prensa sobre temas de interés general, como responsabilidad social empresarial, coaching y relaciones públicas.

Participación de eventos: **Conecta, Consultora en Relaciones Públicas** estará en diferentes eventos empresariales como, *La Feria de Jóvenes Empresarios*, que se realiza una vez al año en Corferias, con el fin de lograr contactos directos e indirectos que nos lleve a nuevas oportunidades de negocios.

- **Publicidad**

Anuncios publicitarios: Realizar un convenio con dos aerolíneas Avianca y Viva Colombia debido a que son las más frecuentadas por los empresarios del país. Este convenio consiste en que estas aerolíneas emitan un publirreportaje (pieza audiovisual) en las pantallas de los aviones a cambio de que la consultora les realice Free Press durante el tiempo negociado.

Ferias y campañas publicitarias: Instalar un stand en los diferentes eventos empresariales y ferias nacionales, como *La Feria de Jóvenes Empresarios*, *Colombia Responsable*, *Encuentro de Responsabilidad y Desarrollo Social* y *ExpoLogística Colombia*, estos eventos se llevan cabo una vez al año en Corferias Bogotá, Centro Internacional de Negocios y Exposiciones.

- **Marketing**

Redes Sociales: Crear una FanPage en Facebook, un perfil en Twitter, uno en LinkedIn y un canal de YouTube, buscando posibles clientes, invitando e incentivando a la comunidad interesada a obtener los servicios de **Conecta, Consultora en Relaciones Públicas**.

Página Web: Diseñar una página web con el fin de promocionar nuestros servicios, enlazar el link de nuestro sitio web en los buscadores como Google, en blogs de amigos y socios, para atraer más visitas y posibles clientes.

- Estrategia de posicionamiento

Conecta, Consultora en Relaciones Públicas se posicionará por medio de **Beneficio**, donde se resaltan los atributos que hacen parte de la consultora, como por ejemplo, el plus **Manual en Relaciones Públicas**, “**De la estrategia a la acción**” y el posicionamiento por **Solución de Problemas**, donde la consultora resolverá de manera eficaz las falencias de comunicación encontradas, evitando que el cliente incurra nuevamente en problemas comunicativos.

Asimismo se desarrollarán las siguientes tácticas para ejecutar la estrategia:

- Desarrollo de un plan táctico para ejecutar la estrategia de posicionamiento con el diseño de un plan de comunicación, con el objetivo de fijar la consultora en la memoria de los posibles clientes.
 - Se preverá una evolución de posicionamiento a mediano y a largo plazo (de 4 a 5 años), por medio de un programa de monitoreo para así conocer el avance de la consultora en el mercado.
-
- **Conecta** a través del posicionamiento de sus servicios y beneficios, llevará a los clientes a ser líderes en el mercado.

8. ANÁLISIS DE RIESGOS

	Descripción del riesgo	Impacto del riesgo	Línea de acción
Financiero	Conecta Consultora en Relaciones Públicas no cuenta con el total de los recursos de inversión para suplir los egresos generales. Por falta de conocimiento en este aspecto no existe una planificación financiera, que permita cuantificar, proyectar los usos y necesidades de los recursos de la consultora.	La empresa incurriría en gastos, que podría llevar a la quiebra, si no hay planificación del dinero, existirá inconvenientes por falta de organización financiera.	Según la distribución administrativa de la Consultora Conecta en Relaciones Públicas se requiere un experto en finanzas, con el fin de construir un modelo de planificación financiero, que se ajuste a las necesidades de la empresa.
Legislativo	Conecta Consultora en Relaciones Públicas se apoya en la Ley 1258 del 05 de Diciembre de 2008 por la cual se crea SAS (<i>Sociedades por Acciones Simplificadas</i>) y en el ARTÍCULO 16. CAMBIO DE CONTROL EN LA SOCIEDAD ACCIONISTA. El	La empresa será afectada económicamente, debido a que los titulares restantes deben suplir la inversión dada por el titular retirado y legalmente en trámites de acciones y capital	Conecta Consultora en Relaciones Públicas estipulará acuerdos que se deben llevar a cabo por las tres titulares, si la representante retirada no cumple los compromisos estipulados en la constitución de la

	cual dice: “En los estatutos podrá establecerse la obligación a cargo de las sociedades accionistas en el sentido de informarle al representante legal de la respectiva sociedad por acciones simplificada acerca de cualquier operación que implique un cambio de control respecto de aquellas, según lo previsto en el artículo 260 del Código de Comercio”. Según esta Ley y artículo, un posible riesgo es que alguna de las titulares se retire de la consultora y conlleve a inconvenientes que afecten a la empresa.	de la Consultora.	empresa, basados en el Artículo 39 de la Ley 1258 del 2008, podrá dar lugar a una sanción del 20% del valor invertido.
--	--	-------------------	---

			Conecta Consultora en Relaciones Públicas contará con estrategias para visibilizar la marca como:
--	--	--	---

	clientes.	vínculo y contacto directo con el cliente.	mensualmente jornadas de interacción con el cliente (visitas, llamadas, reuniones, videoconferencias e informes), con el propósito de que se sienta acompañado en el proceso.
--	-----------	--	---



9. PLAN FINANCIERO

- Inversión mínima requerida para iniciar operaciones.

A partir de una consulta a fuentes financieras en la web como Gerencie.com y Procolombia-Impuestos en Colombia, la asesoría de dos especialistas financieros: Claudia Rincón, Gerente Comercial- Brillo Institucional, experiencia de 15 años en el área financiera en Banco Caja Social, Gregorio Rincón, Administrados de empresas-Inteleca, Eileen Jara contadora pública de Distribuciones Palcampo S.AS y Alexander Orjuela, Administrador de empresa, se determinó el siguiente esquema:

Costos Fijos	
Actividad	Valor
Ingreso \$ 21.000.000	
Impuesto Sobre la Renta para la Equidad CREE: 9% sobre el ingreso	\$ 1.890.000
ICA El ingreso mensual x el 6.9 / en 1.000, el total de esto se multiplica por el 15%	Ingreso \$ 21.000.000 \$ 2.173.500
Impuesto de Renta : 25% sobre el ingreso	Ingreso \$ 21.000.000 - \$ 5.250.000 anual - \$ 437.500 Mensual
Servicios públicos mensuales (luz, teléfono, internet y agua)	\$200.000
Servicio de Cafetería mensual (Vasos desechables, servilletas, aromáticas, tinto y agua).	\$100.000
TOTAL	\$4.801.000

- Anexo nómina

Actividad	Valor
Inscripción en Cámara y Comercio	\$40.000
Medios magnéticos para la facturación y la resolución para la impresión de la papelería del RUT	\$100.000
Libro de actas de los socios para el registro en la Cámara de Comercio	\$ 25.000
Anualmente - papelería membretada, catálogos y folletos (incluye facturas, tarjetas de presentación, útiles de oficina (esferos, lápices, Post-it, USB)	\$500.000
Mantenimiento de Equipos	\$240.000
Total	\$905.000

Costos Variables

Total de inversión mínima requerida para iniciar operaciones: \$14.948.268

- Tiempo establecido para la recuperación de la inversión.

El tiempo de recuperación de la inversión hecha es aproximadamente 6 a 12 a meses.

- Financiación externa de ser necesaria

Conecta, Consultora en Relaciones Públicas cree que si es necesario un préstamo a mediano plazo, ya que este nuevo proyecto requiere una inversión rápida, para esto la consultora ya tiene unas proyecciones de gastos. La consultora tendría dos opciones para una financiación externa:



Tasa Fija

Préstamo \$ 5.000.000

Tasa de interés 2.12 %

Cuota: \$476.289

12 meses



Tasa Fija

Préstamo \$ 5.000.000

Tasa de interés 3,8 %

Cuota: \$528.200

36 meses

- Definición de:

Costos	Definición	Total
Fijos	*Nomina, Seguro social, salud, pensiones, riesgos profesionales, cajas de compensación, prestaciones sociales, aportes parafiscales e impuestos.	\$4.801.000
Variables	*Inscripción Cámara y Comercio, RUT en la DIAN, Libro de actas de los socios para el registro en la Cámara de Comercio, Anualmente - papelería membretada, catálogos y folletos (incluye facturas, tarjetas de presentación, útiles de oficina (esferos, lápices, Post-it, USB) y Mantenimiento de Equipos	\$905.000

- **Análisis del Punto de equilibrio:** Teniendo en cuenta el capital inicial de la empresa, los costos fijos más los costos variables no deben superar este, dando como resultado un punto de equilibrio positivo.

Capital Inicial por las tres titulares: \$15.000.000

Total Costos Fijos: **\$14.043.268**

Total Costos Variables: **\$905.000**

PE (Punto de Equilibrio) = Ingresos (\$ 21.000.000) – (Costos Fijos + Costos Variables (\$ 14.948.268) =
PE = \$ 6.051.732

PE= Ingresos (\$ 21.000.000) - (**\$14.043.268 + \$905.000 = 14.948.268**) =
PE

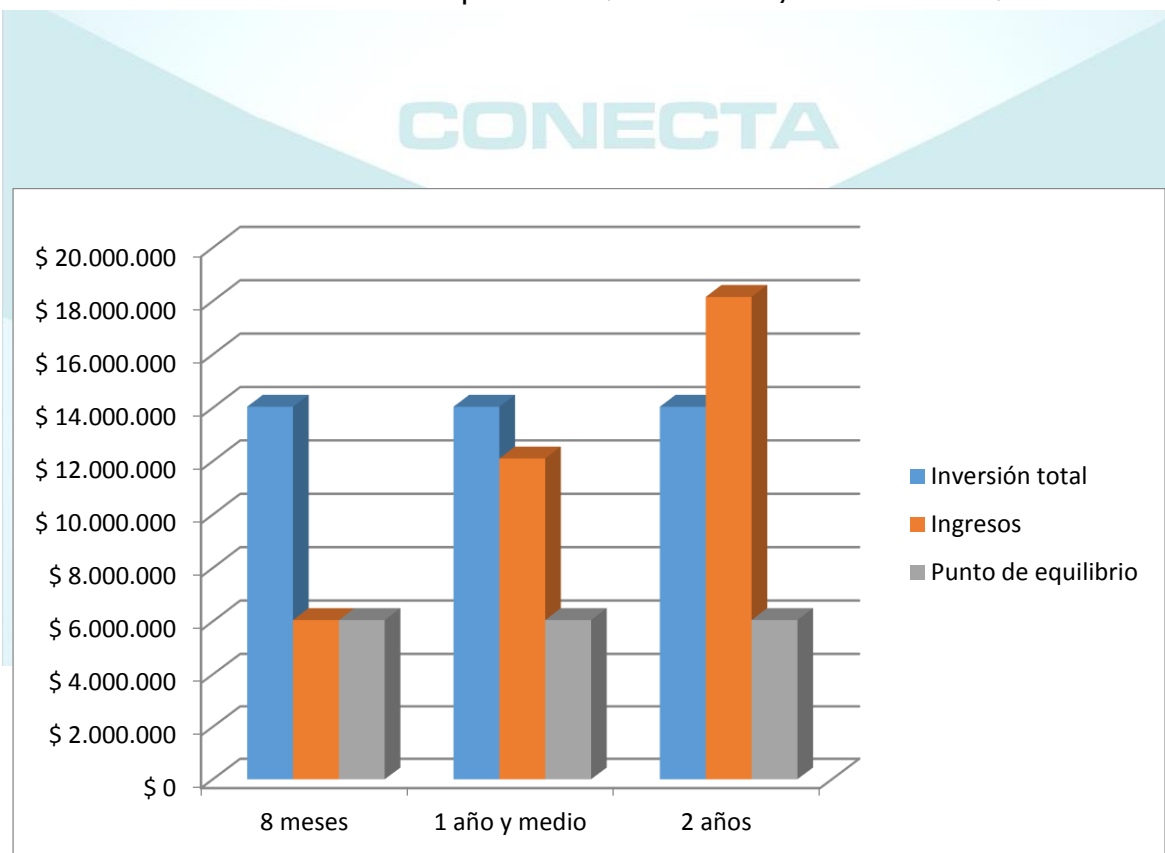
PE = \$ 6.051.732 / \$21.000.000 = 0.28 x 100 = 28.8%

PE= 28.8%

El plan financiero de **Conecta, Consultores en Relaciones Públicas** cuenta con un punto de equilibrio positivo en el **28.8%**, es decir que los gastos están cubiertos con los ingresos.

Recuperación de la totalidad del capital	
Primeros 8 meses de ganancias	\$ 6.051.732
Un año y seis meses de ganancias	\$ 6.051.732
Dos años de ganancias	\$ 6.051.732
TOTAL	\$ 18.155.196

Ofreciendo en los dos años de trabajo, 3 veces el ***Paquete Mixto de Relaciones Públicas Internas y Externas*** que tiene un valor de **\$21.000.000**, se recupera a los dos años la inversión inicial que es de **\$15.000.000**, sobrándonos **\$ 3.155.196**.



La grafica demuestra que el punto de equilibrio (gris) que es de \$ 6.051.732 se mantiene estable durante los dos primeros años de vender el paquete Mixto Relaciones Públicas Internas y Externas, los ingresos (naranja) que al sumarlos dan \$ 18.155.196, logran cumplir la inversión inicial en su totalidad (azul) que es de **\$ 15.000.000**.

10. Anexo Modelo CANVAS

“No hay secretos para el éxito. Este se alcanza preparándose, trabajando arduamente y aprendiendo del fracaso”

Colin Powell.



11. BIBLIOGRAFÍA

- REX F. Harlow.1976, Public Relations Review.
- XIFRA, Jordi. 2003. Teoría y estructura de las RRPP.
- ARANGUREN, Elisa. 2012, Públicos y clasificaciones. Disponible en: <http://elisagaranguren.blogspot.com/2012/07/publicos-y-clasificacion.html>, Consultado e 06 de Septiembre, 2014.
- BARQUERO, José Daniel. 2002. Comunicación y Relaciones Públicas, pág. 58 y 86. Editorial Mc. Graw. Hill.
- Dennis L. Wilcox, Philips H. Autt, Warren K. Agee y Glen T. -Cameron. Relaciones Públicas Estrategias y Tácticas. Sexta Edición, Addison Wesley.
- Reseñas bibliográficas, Responsabilidad Social; Empresarial Metodología para aplicar la Responsabilidad Social Empresarial en las pymes. Tomado de: <http://cepymearagon.blogspot.com/2009/12/metodologia-para-aplicar-la.html>
- Emprendices, Comunidad de Emprendedores; Los 5 Pasos Clave del Coaching; Tomado de: <http://www.emprendices.co/los-5-pasos-clave-del-coaching/>
- Wolf, Mauro: La Investigación de la Comunicación de Masas. Editorial Félix Varela. La Habana, 2005.
- S.A. S.F. RRPPnet. Portal de relaciones públicas. Relaciones Públicas, el proceso de la comunicación. Disponible en: <http://www.rrppnet.com.ar/relacionespublicas96.htm>. Consultado el 29 de septiembre de 2014
- SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADAS (SAS). S.F. P.1. Disponible en: <http://www.eafit.edu.co/escuelas/administracion/consultorio-contable/documents/nota%20de%20clase%2018%20sas.pdf> Consultada el 29 de septiembre de 2014
- IDEAS PARA PYMES, S.F. P. 1. Disponible en: <http://www.ideasparapymes.com> Consultado el 29 de septiembre de 2014