

UNIVERSIDAD DE LA SABANA
INSTITUTO DE POSTGRADOS- FORUM
RESUMEN ANALÍTICO DE INVESTIGACIÓN (R.A.I)

No.	VARIABLES	DESCRIPCIÓN DE LA VARIABLE
1	NOMBRE DEL POSTGRADO	Especialización en Gerencia Estratégica
2	TÍTULO DEL PROYECTO	Estudio de factabilidad para la creación de una empresa de servicios integrales en comunicación para pymes en la ciudad de Villavicencio.
3	AUTOR(es)	Blanco Rodríguez Yuri Marcela ; Rivera González Dayana
4	AÑO Y MES	Enero de 2015
5	NOMBRE DEL ASESOR(a)	Luis Enrique Beltrán Chavarro
6	DESCRIPCIÓN O ABSTRACT	<p>1+ COMUNICACIONES S.A.S es una idea de negocio que surge como respuesta a la necesidad de ofrecer a las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Villavicencio, servicios de asesoría en comunicación organizacional, comunicación publicitaria y comunicación digital. La propuesta de valor se resume en brindar un servicio único y diferenciador de acuerdo a las conductas y necesidades de cada uno de los clientes.</p> <p>Dada la importancia de la pymes en el desarrollo de la región y del país, es oportuna y atractiva la inversión en esta clase de negocios, el cual está dirigido a atender la demanda creciente de servicios, que como los relacionados con la comunicación estratégica, presentan importantes oportunidades de negocio y avizoran su viabilidad financiera.</p> <p>1+ COMMUNICATIONS S.A.S is a business idea that arises like answer to the necessity to offer to the small and medium companies of the city of Villavicencio, services of consultant's office in organizational communication, advertising communication and digital communication. The value proposal is transformed in offering a unique and differentiating service according to the conducts and necessities of each one of the clients.</p> <p>Given the importance of pymes in the development of the region and the country, is opportune and attractive the investment in this class of businesses, which is directed to take care of the demand increasing of services, that like the related ones to the strategic communication, presents/displays important opportunities of business and watches his financial viability.</p>
7	PALABRAS CLAVES	Pymes, comunicación, organizacional, publicidad, digital.
8	SECTOR ECONÓMICO AL QUE PERTENECE EL PROYECTO	Servicios de comunicación.
9	TIPO DE ESTUDIO	Plan de negocios.
10	OBJETIVO GENERAL	Elaborar un plan de negocios para la creación de una organización que ofrezca a las pymes de la ciudad de Villavicencio asesoría en comunicación organizacional, comunicación publicitaria y comunicación digital.
11	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desarrollar la idea de negocio. 2. Definir el mercado meta que atenderá la organización prestadora de servicios en comunicación. 3. Elaborar el estudio técnico del proyecto. 4. Realizar el análisis financiero-económico del plan de negocio. 5. Definir la estructura organizacional y administrativa del proyecto.

12	RESUMEN GENERAL	<p>En este trabajo se adelantó un análisis de mercado en las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Villavicencio, con el fin de identificar la necesidad de estas en cuanto a servicios de asesoría en comunicación organizacional, comunicación publicitaria y comunicación digital. A partir de la información recopilada, se evaluó la oportunidad de construir un plan de negocios, denominado 1+ COMUNICACIONES S.A.S, cuya iniciativa surge del interés del equipo de trabajo de poner en práctica los conocimientos adquiridos durante el proceso de aprendizaje a lo largo de la Especialización en Gerencia Estratégica.</p> <p>Inicialmente se muestra el análisis del macro y microentorno del proyecto, teniendo en cuenta el entorno demográfico, económico, tecnológico, político y legal, adicionalmente se tuvieron en cuenta factores como la demanda de los servicios, la oferta y la competencia, los cuales inciden en la creación, funcionamiento y rentabilidad del negocio.</p> <p>El resultado de la investigación exploratoria, permitió establecer el interés y la necesidad de las pymes de la ciudad por una propuesta como la 1+ COMUNICACIONES S.A.S., información que nos permitió diseñar un portafolio de servicios, los cuales se convierten en la base productiva de la empresa. Adicionalmente, el documento contiene los estudios de mercado, técnico, organizacional y legal, económico y financiero que evidencian la información necesaria para justificar el objetivo y la implementación del negocio. Dada la importancia de la pymes en el desarrollo de la región y del país en general, se hace atractiva la inversión en este tipo de negocios, mediante el cual se podrían obtener importantes utilidades, debido principalmente a la demanda creciente de este tipo de servicios que aún se encuentran pendiente de atender. Se logra establecer la viabilidad del negocio.</p>
13	CONCLUSIONES	<p>De acuerdo al estudio realizado, se obtienen las siguientes conclusiones:</p> <p>Al analizar los diferentes aspectos del entorno, se puede establecer que dadas las actuales condiciones del país, favorecerían la creación de una organización que preste servicios en comunicación organizacional, comunicación publicitaria y comunicación digital para pymes. Adicionalmente, dado los beneficios fiscales y el apoyo estatal a la creación de empresa generan interés en los sectores en desarrollo, por lo cual, iniciativas empresariales como esta, tienen mayores probabilidades de éxito.</p> <p>El desarrollo del presente plan de negocios permitió establecer, a través del estudio de mercado, el interés de las pymes de la ciudad por el portafolio de servicios ofrecido por 1+ COMUNICACIONES S.A.S. afianzado en la demanda creciente de este tipo de servicios que se encuentran pendiente aún por atender.</p> <p>Los servicios que 1+ COMUNICACIONES S.A.S propone surgen de ejercicio de indagación y análisis del sector, se afianzan a través del desarrollo del trabajo, y están diseñados para garantizar un trabajo de calidad el cual cumpla con la promesa de valor de convertirse en un aliado estratégico para cada negocio.</p> <p>Con respecto a los análisis financieros y económicos del negocio, se puede resaltar el bajo monto de inversión, debido a que el proyecto será apalancado a través de un préstamo bancario. De acuerdo a los resultados obtenidos, se establece que el proyecto es atractivo, conforme a los resultados significativamente altos de los indicadores utilizados para la evaluación del proyecto.</p> <p>La evaluación financiera permite conocer el Valor Presente Neto (VPN) de la empresa por un valor de \$ 64.255.622 con una Tasa Interna de Retorno para el proyecto de 76 % anual y un período de recuperación en el transcurso del tercer año.</p> <p>De acuerdo a los resultados obtenidos en cada uno de los estudios se evidencia que la creación de una empresa de asesorías en servicios comunicación organizacional, comunicación publicitaria y comunicación digital en la ciudad de Villavicencio, se muestra como una buena opción de negocio y atractiva para los inversionistas.</p>

14	FUENTES BIBLIOGRÁFICAS	<p>Creación de empresas. { en línea} 2012 [Consulta 12 de septiembre de 2014] Disponible en : (http://www.ccv.org.co/index.php?option=com_content&view=article&id=24&Itemid=33)</p> <p>BANCO DE LA REPUBLICA: Publicaciones. { en línea} 2013[Consulta 12 de octubre de 2014] Disponible en : (http://www.banrep.gov.co/es/publicaciones)</p> <p>DEPARTAMENTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA: {en línea} 2014 [Consulta 14 de octubre de 2014] Disponible en: (http://www.dane.gov.co/)</p> <p>PORTER, Michael E. Estrategia Competitiva: Técnicas para el análisis de la empresa y sus competidores. México: Pirámide.2009.456p.</p> <p>FIERRO PATIÑO. Manuel. Factores que afectan la empresarialidad en el municipio de Villavicencio en el periodo comprendido entre los años 1994 -2004.Medellín, 2007, 127p. Trabajo de grado (magister en gestión del desarrollo con énfasis en desarrollo local y regional). Universidad Pontificia Bolivariana de Medellín. Tesis de Magíster en Gestión del Desarrollo con énfasis en Desarrollo Local y Regional.</p> <p>CARRILLO. Gladys. Fundamentos de Contabilidad para Profesionales no contadores. Decima séptima edición. Bogotá: Corcas, 2010. 429 p.</p> <p>MOKATE, Karen Marie. Evaluación Financiera de Proyectos de Inversión. Segunda edición. Bogotá: Alfaomega, 2004. 296 p.</p> <p>KOTLER. Philip. El marketing según Kotler: Cómo crear, ganar y dominar los mercados. Barcelona: Paidós ibérica,1999. 312 p.</p>
----	-------------------------------	--