



**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA  
FACULTAD DE INGENIERÍA  
PROGRAMA INGENIERÍA EN MULTIMEDIA  
GESTIÓN EMPRESARIAL**

**GESTIÓN EMPRESARIAL  
SEGUNDA ENTREGA**

**Presentado por:** Arauth Daniel Bonilla, Juan José Potes, Gelen Adriana Sastoque

**1. Nombre de la empresa: Hyprisma**

Es la combinación de las palabras “Hype” y “Prisma”, la primera porque las campañas transmedia tienen el objetivo de crear expectativa y entusiasmo por el producto, y la segunda porque estamos “refractando” un producto o idea en diferentes experiencias o medios logrando así un mayor alcance.

**2. Misión:**

Nuestra misión es la creación de experiencias memorables, significativas y cautivadoras en el mercado que dejen huella en las personas e impulsen la marca de nuestros clientes y sus productos aún más allá, a través del diseño, planeación y ejecución de estrategias transmedia.

**3. Visión:**

Redefinir la forma en la que una empresa o marca conecta e interactúa con sus clientes, a través de la transformación y reestructuración de los formatos tradicionales de las campañas de marketing, logrando así ser líderes en innovación y generación de experiencias transmedia.

**4. Slogan: Une piezas, crea memorias.**

A partir de la creación de experiencias multimedia (“piezas”) se genera un todo como campaña, que precisamente logra la recordación de un producto.



**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA**  
**PROGRAMA INGENIERÍA EN MULTIMEDIA**  
**GESTIÓN EMPRESARIAL**

5. Imagen o logo de la empresa



Hypprisma



**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA**  
**PROGRAMA INGENIERÍA EN MULTIMEDIA**  
**GESTIÓN EMPRESARIAL**



**6. Producto y/o servicio**

Servicio de diseño, planeación y ejecución de experiencias transmedia como campañas publicitarias y de expectativa para mejorar la recepción de un producto próximo a ser lanzado.

**7. Objetivos de la empresa**

- Posicionarnos entre las empresas favoritas para la creación de experiencias transmedia, al contar con un alto número de clientes en la industria.
- Generar fidelidad y permanencia entre nuestros clientes, a través de servicios de calidad.



**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA**  
**PROGRAMA INGENIERÍA EN MULTIMEDIA**  
**GESTIÓN EMPRESARIAL**

- Crear experiencias que logren ser impactantes para el público al que están dirigidas, logrando así mayores ventas del producto que ofrecen nuestros clientes.
  - Lograr que el nombre de Hyprisma tenga un reconocimiento y reputación positiva en la sociedad.
  - Tener clientes en una variedad de industrias para así demostrar que nuestras soluciones aplican a cualquier sector del mercado.
  - Superar el margen anual de ventas en un 25%.
  - Establecerse en el mercado internacional, al tener clientes satisfechos y en distintos países.
8. Si el producto o servicio ya existe, cual es el factor diferenciador:

***Empresas con servicios similares:***

- *Performante*: es una agencia de marketing cuyo objetivo es “explorar las posibilidades del mundo digital y adaptarlas a las necesidades de los clientes.” Tiene sedes en Bogotá, Londres y Varsovia, y ha dirigido campañas de marketing para empresas como Rappi, O Boticário, AliExpress y Amazon Prime Video. Ofrecen servicios de investigación, análisis, auditoría, estrategias digitales y de comunicación, Branding, creación de contenido y entre otros.
- *Gravity*: es una empresa experta ecommerce y marketing digital que se enfoca en “potenciar a través de canales digitales el crecimiento de negocio de nuestros clientes”. Sus clientes incluyen marcas como Challenger, Corona y Latam Airlines. Ofrecen servicios de Paid media, desarrollo web y creación contenido para medios digitales que incluye producción de piezas gráficas multiformato y videos de motion graphics.
- *Bluecaribu*: es una empresa que ofrece servicios de consultorías en marketing de Latinoamérica y tiene como clientes a El Tiempo, Caracol televisión, RCN y El Espectador. Ofrece servicios de SEO, estrategias en redes sociales y modernización de páginas web.



**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA**  
**PROGRAMA INGENIERÍA EN MULTIMEDIA**  
**GESTIÓN EMPRESARIAL**

- *Bloom4all*: Es una empresa constructora de estrategias de comunicación y experiencias digitales. Ofrece servicios de planeación de estrategias, marketing digital, desarrollo web, análisis de datos, entre otros.
- *SMdigital*: Es una agencia de marketing digital integral que ofrece una gran variedad de servicios como plan digital, consultoría, desarrollo, ecommerce, producción de contenidos, SEO, entre otros. Ha realizado campañas para empresas como Colcafé, Jet, Chocolisto, Noel, etc.
- *LLYC*: Es una firma global de consultoría de comunicación, marketing digital y asuntos públicos, que ayuda a sus clientes a la toma de decisiones estratégicas empleando la creatividad, innovación y la experiencia. Han trabajado para empresas como Netflix, P&G, Starbucks, etc.

***Factor diferenciador:***

En el mercado actual, existen diversas empresas que brindan servicios de marketing. Estas compañías generalmente se enfocan en remodelar, analizar y estudiar la marca, así como en aumentar la presencia en redes sociales y ejecutar campañas para atraer nuevos clientes. Sin embargo, su enfoque suele basarse en estrategias individualizadas e impersonales. Hyprisma busca implementar una sola campaña que a través de diversos canales y contenidos creando una narrativa que envuelva a los consumidores, con el objetivo de forjar conexiones emocionales que cultivan fidelidad a la marca y un gran impacto.

**9. Estudio de factibilidad**

**a. Descripción de la idea de negocio**

Se propone la constitución de una empresa especializada en la ejecución y creación de experiencias transmedia para campañas publicitarias y de expectativa. De esta forma establecerse en el mercado con una propuesta disruptiva y transformadora que pretende redefinir las campañas de marketing tradicionales y generar conexiones emocionales en los consumidores de las



**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA**  
**PROGRAMA INGENIERÍA EN MULTIMEDIA**  
**GESTIÓN EMPRESARIAL**

marcas de nuestros clientes, procurando así aumentar las compras en sus productos.

**b. Definición del problema**

Los sistemas económicos predominantes en la modernidad junto a la industrialización, globalización e incluso la expansión tecnológica, han generado un incremento en la competitividad de los mercados y cambios en los hábitos de consumo. Por ello, las empresas se afrontan a un gran desafío cuando de establecerse y mantenerse relevantes en el mercado se trata.

Es claro que el terreno del marketing es bastante cambiante debido a las distintas tendencias que se establecen constantemente, cuya duración es cada vez más corta debido al fenómeno de las redes sociales. Así que surge la necesidad de hacerle frente a las nuevas tendencias con propuestas que logren ganar clientes y satisfacer sus expectativas.

A partir de los años 80 se empieza a transformar la visión del marketing tradicional que priorizaba las características funcionales de los productos considerando que estos eran los factores que los clientes priorizaban a la hora de adquirirlos, y se plantea un enfoque que considera a las personas como individuos racionales y emocionales, cuyas decisiones son tomadas por diversas situaciones ligadas a estímulos sensoriales. Se concluye entonces que para lograr conectar a los clientes con la marca esta debe representar una experiencia agradable que aporte valor emocional.

**c. Objetivos**

**i. Objetivo general**

Determinar la viabilidad de establecer la empresa Hyprisma de servicios de diseño, planeación y ejecución de experiencias transmedia, a través de la realización de



**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA**  
**PROGRAMA INGENIERÍA EN MULTIMEDIA**  
**GESTIÓN EMPRESARIAL**

análisis de entorno, mercado, técnico, financieros y de riesgo.

ii. Objetivos específicos

1. Describir la necesidad detrás de la propuesta y concretarla al contexto inicial en el que se desempeñará a través de un análisis del entorno.
2. Identificar la demanda actual de este servicio en el mercado y la opinión de los posibles consumidores usando estrategias cuantitativas.
3. Examinar los aspectos legales y regulatorios para constituir la empresa.
4. Determinar la estructura organizativa y estratégica de la empresa, así como aspectos positivos y negativos de la conformación de la misma.
5. Calcular los costos iniciales de inversión y estimar los ingresos y costos en el primer año, así como los posibles riesgos que afecten la viabilidad de la empresa.

d. Análisis del entorno

Inicialmente se plantea el crecimiento y posicionamiento de la empresa en Colombia, por lo tanto, es indispensable comprender el contexto económico, sociocultural y tecnológico en el que se desempeñará.

Según el informe de empresas hecho por la superintendencia de sociedades en el 2022, el PIB ha estado en un proceso de recuperación desde la pandemia del COVID-19 y para el 2021 este reportó un crecimiento del 10,6%. Este comportamiento fue producto de que ciertas ramas de la actividad económica presentaron un especial desarrollo, siendo las más notorias las de entretenimiento y otras actividades de servicios (33%).



**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA**  
**PROGRAMA INGENIERÍA EN MULTIMEDIA**  
**GESTIÓN EMPRESARIAL**

**Gráfica No. 2.**  
**Variación anual del PIB por grandes ramas de actividad económica**  
**2020P / 2021Pr (enero-diciembre)**



Fuente: DANE – Boletín Técnico. PIB a 15/02/2022. \* P: provisional; Pr: preliminar  
Elaboración Grupo de Estudios Empresariales

Así mismo, el 2021 reportó el menor número de pérdidas de los últimos cinco años en la situación financiera de las grandes empresas y estas últimas suelen ubicarse en su mayoría en la ciudad de Bogotá.

En Colombia, las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) constituyen más del 99% de las empresas del país y significan 40% del PIB. Por esto es tan indispensable impulsar el crecimiento de estas y asegurar que se mantengan competitivas en el mercado.

Fue a partir de la pandemia del 2020 que se potenció la transformación de las formas de compra mundialmente debido a que las compras a través de medios digitales se volvieron prácticamente obligatorias, y a pesar de que ninguna de estas restricciones se sigue manteniendo actualmente, las dinámicas sociales parecen haber llegado para quedarse. Así que es indispensable para una marca tener presencia en redes sociales y es de esta forma que puede hacer presencia en el contexto sociocultural colombiano y mundial.





**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA**  
**PROGRAMA INGENIERÍA EN MULTIMEDIA**  
**GESTIÓN EMPRESARIAL**

Según el artículo “Marketing Digital en micro y pequeñas empresas de publicidad de Bogotá”, se evidencia que 52,8% de las empresas usan canales digitales para mostrar el resultado de sus servicios, de los cuales se destaca el uso de redes sociales, página web y correo electrónico, a través de fotografías, videos o infografías. Además, para promover sus servicios se destaca el uso de las siguientes estrategias promocionales: contenido de marca, marketing de contenidos y comunidades, con un gran porcentaje de negativa hacia estrategias de posicionamiento en buscadores. El artículo concluye que estas empresas no aprovechan los recursos de marketing digital y las pequeñas empresas se enfocan únicamente en las redes sociales. Así que se pone en manifiesto el uso expandido del marketing tradicional en las empresas colombianas y el poco aprovechamiento de nuevas alternativas para promocionar productos.

e. Estudio de Mercado

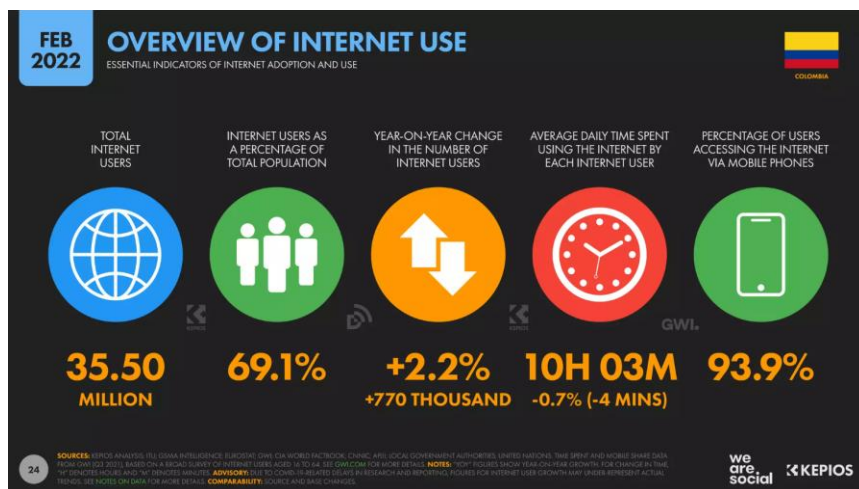
i. Estado actual del sector económico

Al ser una empresa enfocada en campañas de Marketing Digital transmedia, es importante conocer el estado actual del sector económico, si bien nuestros clientes directos son empresas, estas empresas contratarán los servicios en búsqueda de llegar a un mayor público y aumentar sus ventas por lo que es necesario conocer el estado actual del público en general.

Según el estudio “Digital 2022: Colombia”, a fecha de febrero del 2022 Colombia contaba con 35.50 millones de usuarios de internet, lo cual corresponde a un 69.1 % de la población total colombiana (51.39 millones). Y se presentó un aumento del 2.2% en usuarios de internet comparando el inicio del 2021 con el inicio del 2022.

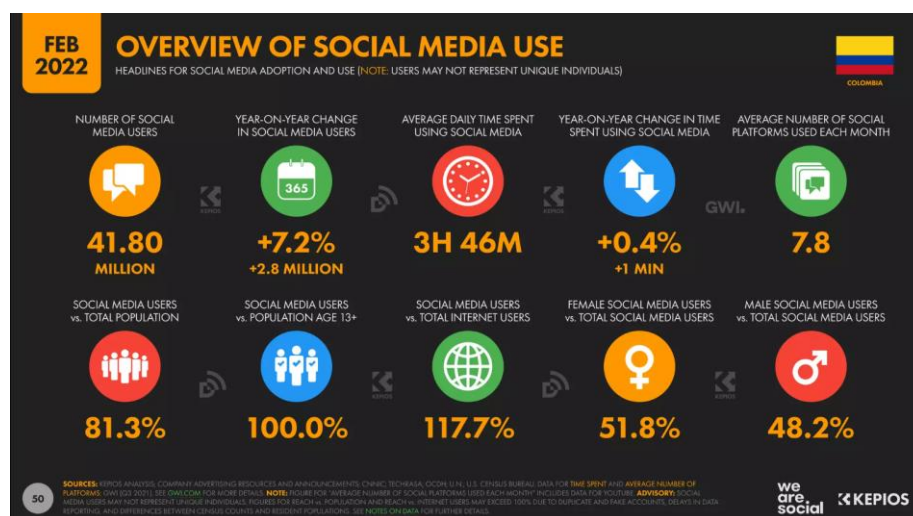


**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA**  
**PROGRAMA INGENIERÍA EN MULTIMEDIA**  
**GESTIÓN EMPRESARIAL**



<https://datareportal.com/reports/digital-2022-colombia>

El estudio también menciona que, en Colombia, a fecha de febrero del 2022, contaba con 41.80 millones de usuarios activos de redes sociales, lo cual equivale al 81.3% de la población colombiana.



<https://datareportal.com/reports/digital-2022-colombia>

En cuanto al Marketing Digital, este estudio brinda varios datos valiosos para analizar la importancia y el estado del marketing digital en Colombia.



**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA**  
**PROGRAMA INGENIERÍA EN MULTIMEDIA**  
**GESTIÓN EMPRESARIAL**

En primer lugar, menciona el porcentaje de usuarios en internet con edades entre 16 y 24 años que descubrieron nuevas marcas y productos gracias a diferentes medios, entre los más significativos están los anuncios de redes sociales con 40.2%, los sitios web de marcas con 35.0%, voz a voz con 34.1%, anuncios de televisión con 33.6%, anuncios en sitios web con 33.2%, etc.

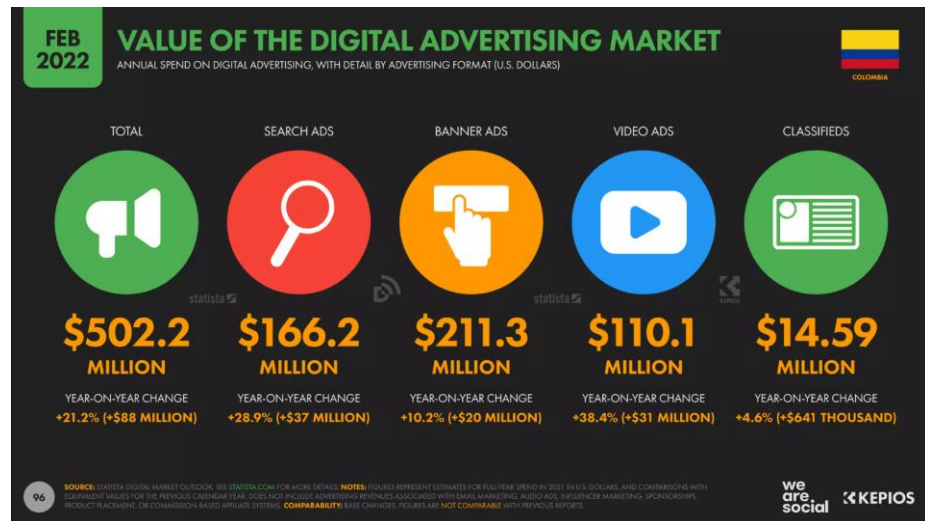
También se menciona que el 59.5% de usuarios de este mismo segmento, realizan búsquedas y revisiones de marcas en internet antes de hacer una compra. El 60.2% ha visitado páginas web de marcas en los 30 días antes de la encuesta. El 13.6% ha hecho clic en un anuncio de páginas web y el 17.4% ha hecho clic en un post de redes sociales patrocinado.

Se menciona algo interesante y es que, de este segmento de población, el 65.1% utiliza las redes sociales como fuente de información primaria al buscar sobre marcas, sobrepasando a los motores de búsqueda que tienen un porcentaje del 57.4%.

Por último, el estudio muestra la inversión total que se ha realizado en Colombia en el mercado del marketing digital, alcanzando un valor total de 502.2 millones de dólares a fecha de febrero del 2022. Este valor tuvo un crecimiento del 21.2% en comparación con el 2021.

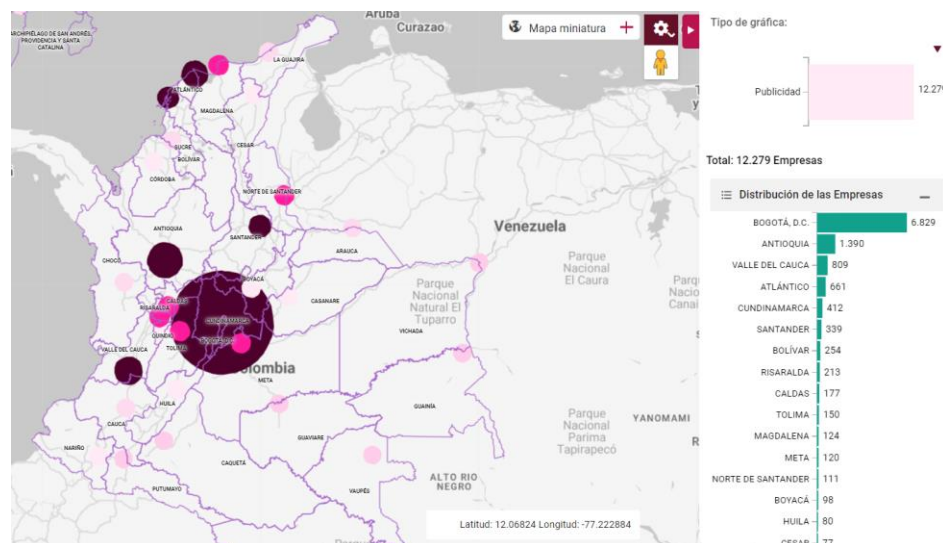


**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA**  
**PROGRAMA INGENIERÍA EN MULTIMEDIA**  
**GESTIÓN EMPRESARIAL**



<https://datareportal.com/reports/digital-2022-colombia>

Según el directorio de empresas 2022-II del DANE, en Colombia existen un total de 12279 empresas catalogadas de “Publicidad”. Es incierto saber cuántas de estas se dedican específicamente al marketing digital pues el DANE no especifica más. De estas empresas, la mayoría se encuentran en Bogotá (6829)



<https://geoportal.dane.gov.co/geovisores/economia/directorio-estadistico-de-empresas/>

ii. Encuestas a público objetivo



**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA**  
**PROGRAMA INGENIERÍA EN MULTIMEDIA**  
**GESTIÓN EMPRESARIAL**

Se realizó una encuesta con el objetivo de identificar, los conocimientos, opiniones y experiencias de posibles clientes, la encuesta estaba dirigida a personas que tienen actualmente, alguna vez tuvieron o quieren tener en un futuro una empresa. Se contó con un total de 18 respuestas y los resultados de esta encuesta fueron los siguientes:

1. ¿Conoce o sabe el significado del término "transmedia"?

[Más detalles](#)

Información

● Sí	14
● No	2
● No estoy seguro	2



La primera pregunta tenía como objetivo identificar que tan familiar era el término “transmedia” para los posibles clientes, de esta se rescata que el 78% de los encuestados si conocían el término, por lo que no es concepto tan alejado a los posibles clientes.

2. En una escala del 1 al 5, ¿Qué tan importante considera que una empresa tenga publicidad en diferentes medios?

[Más detalles](#)

■ 1. Nada importante ■ 2. Poco importante ■ 3. Medio importante ■ 4. Importante ■ 5. Super importante



La segunda pregunta buscaba identificar la opinión de los posibles clientes en la importancia de la publicidad en diferentes medios para una empresa. Los resultados indican que el 44.4% de los encuestados lo considera importante y el 55.6% lo considera super importante. Esto da un panorama inicial de



**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA**  
**PROGRAMA INGENIERÍA EN MULTIMEDIA**  
**GESTIÓN EMPRESARIAL**

la opinión de los clientes respecto al mercado al que se busca adentrarse.

Luego se le preguntó a los encuestados si actualmente tienen o ya tuvieron una empresa y las siguientes preguntas cambiaron acorde a esto.

Para las personas que no han tenido empresa, es decir que son los encuestados que quisieran tener una empresa en el futuro, se les realizaron las siguientes preguntas:

4. En el caso hipotético de que usted tuviera una empresa, ¿qué tan importante considera el marketing digital para esta?

[Más detalles](#)

■ 1. Nada importante ■ 2. Poco importante ■ 3. Medio importante ■ 4. Importante ■ 5. Super importante



Esta pregunta consistía en identificar que tan importante consideraban el marketing digital en el caso de que tuviera una empresa. Aquí se identificó que el 33.3% lo considera importante y el 66.7% lo considera super importante.

5. En el caso hipotético de que usted tuviera una empresa, ¿Qué tan probable es que usted contrate un servicio externo para realizar el marketing?

[Más detalles](#)

■ 1. No es probable ■ 2. Poco probable ■ 3. Probable ■ 4. Muy probable ■ 5. Es seguro



La siguiente pregunta tenía como finalidad identificar que tan probable es que los futuros dueños de empresas contraten un servicio externo para realizar el marketing. Los resultados obtenidos para esta pregunta fueron que el 20% lo considera



**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA**  
**PROGRAMA INGENIERÍA EN MULTIMEDIA**  
**GESTIÓN EMPRESARIAL**

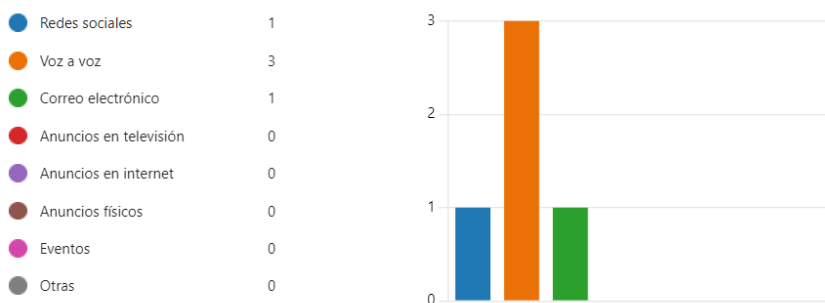
poco probable, el 46.7% lo considera probable, el 20% muy probable, y el 13.3% considera que es seguro.

Posteriormente se realizó la pregunta abierta de que servicio o producto ofrecería su futura empresa, a lo que se presentaron respuestas variadas, pero teniendo una tendencia hacia empresas relacionadas con tecnología y audiovisuales.

En cuanto a las personas que sí tienen actualmente o tuvieron una empresa en el pasado, primero se les preguntó el producto o servicio que ofrecían y el tamaño de la empresa, en esto se obtuvo respuestas de servicios de restaurante, ventas de pijamas y empresa de arquitectura, siendo 2 empresas pequeñas y una mediana.

9. ¿Qué medios utiliza o utilizó para dar a conocer su empresa?

[Más detalles](#)



Luego se les preguntó los medios que utilizaban para dar a conocer su empresa, a lo que se evidencia que la forma más común es la voz a voz, seguido de redes sociales y correo electrónico.

Posteriormente se realizó la pregunta de si alguna vez habían contratado un servicio de marketing digital para su empresa, a lo que todos los encuestados con empresa respondieron que no.





**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA**  
**PROGRAMA INGENIERÍA EN MULTIMEDIA**  
**GESTIÓN EMPRESARIAL**

14. ¿Qué tan probable es que usted en un futuro contrate un servicio externo para realizar el marketing de su empresa? (En el caso de que la empresa ya no exista, responda de manera hipotética)

[Más detalles](#)



Por último, se preguntó a los empresarios el grado de probabilidad de que contraten un servicio de marketing en el futuro. A lo cual el 66.7% respondió que es probable y el 33.3% respondió que es seguro.

Si bien no se logró obtener la cantidad de datos ideal en la encuesta, se pueden identificar ciertos patrones e información valiosa para tener en cuenta, como por ejemplo que la mayoría de encuestados conoce el termino transmedia y reconocen la importancia del marketing digital y de la promoción en diferentes medios, así como tipos de empresa que desean crear y como, si bien los empresarios actuales no habían contratado servicios de marketing, si valoran su importancia y consideran probable contratar este tipo de servicios en un futuro.

### iii. Análisis de la competencia .

Como ya se mencionó en la sección de factor diferenciador, algunas de las empresas que ofrecen servicios similares a Hyprisma y los servicios que ofrecen son los siguientes:

- *Performante*: es una agencia de marketing cuyo objetivo es “explorar las posibilidades del mundo digital y adaptarlas a las necesidades de los clientes. Ofrecen servicios de investigación, análisis, auditoría, estrategias digitales y de comunicación, Branding, creación de contenido y entre otros.





**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA**  
**PROGRAMA INGENIERÍA EN MULTIMEDIA**  
**GESTIÓN EMPRESARIAL**

- *Gravity*: es una empresa experta ecommerce y marketing digital que se enfoca en “potenciar a través de canales digitales el crecimiento de negocio de nuestros clientes”. Ofrecen servicios de Paid media, desarrollo web y creación contenido para medios digitales que incluye producción de piezas gráficas multiformato y videos de motion graphics.
- *Bluecaribu*: es una empresa que ofrece servicios de consultorías en marketing de Latinoamérica. Ofrece servicios de SEO, estrategias en redes sociales y modernización de páginas web.
- *Bloom4all*: Es una empresa constructora de estrategias de comunicación y experiencias digitales. Ofrece servicios de planeación de estrategias, marketing digital, desarrollo web, análisis de datos, entre otros.
- *SMdigital*: Es una agencia de marketing digital integral que ofrece una gran variedad de servicios como plan digital, consultoría, desarrollo, ecommerce, producción de contenidos, SEO, entre otros.
- *LLYC*: Es una firma global de consultoría de comunicación, marketing digital y asuntos públicos, que ayuda a sus clientes a la toma de decisiones estratégicas empleando la creatividad, innovación y la experiencia.

iv. Segmentación de clientes y nicho (factor diferenciador).

Teniendo en cuenta todo lo anterior, nuestra empresa estará dirigida a medianas y grandes empresas, pues estas son las que tienen mayor probabilidad de comprar servicios de Marketing digital y que estén ubicadas en la ciudad de Bogotá.



**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA**  
**PROGRAMA INGENIERÍA EN MULTIMEDIA**  
**GESTIÓN EMPRESARIAL**

Como ya se ha mencionado anteriormente, nuestro nicho o factor diferenciador es brindar campañas transmedia, que a través de diversos canales y contenidos cree una narrativa que envuelva a los consumidores y los motive a interactuar con la marca, esto es lo que las empresas de marketing actuales usualmente no realizan, pues se basan en procesos individualizados y no en un todo.

v. Definición de servicios

- Estudio y planeación de campaña transmedia.
- Producción de video
- Animación 2D
- Animación 3D
- Modelos 3D
- Comics
- Billboards
- Juegos de realidad aumentada
- Juegos de realidad alternativa
- Publicación e implementación de piezas de campaña.

vi. Conclusión.

El sector económico digital en Colombia sigue en constante crecimiento, cada vez más las empresas necesitarán nuevas formas de llegar a sus clientes de manera significativa. Teniendo en cuenta, que el 69.1% de personas en Colombia son usuarios activos de internet y que el 81.3% son usuarios de redes sociales, se puede concluir que las empresas a las que Hyprisma le vendería sus servicios si tienen razones para interesarse e invertir en campañas de marketing que le permitan llegar a más usuarios en el mundo digital. Este interés por parte de las empresas se puede evidenciar en la inversión que hubo en Marketing digital en Colombia a febrero del 2022 que fueron 502.2 millones de dólares y ha ido en crecimiento en comparación con años anteriores.



**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA**  
**PROGRAMA INGENIERÍA EN MULTIMEDIA**  
**GESTIÓN EMPRESARIAL**

Con la encuesta realizada, se puede concluir que los empresarios potenciales si tienen conocimiento y consideran importante el marketing digital para el éxito de una empresa, también de esta se puede concluir que es más viable dirigirnos a empresas medianas y grandes (especialmente en temas de tecnología, pero no necesariamente), pues son las que tienen los recursos para contratar estos servicios.

Por todo esto se concluye que en el mercado actual si es posible crear una nueva empresa de Marketing digital con el diferencial de campañas transmedia unificadas, lo cual la diferencia de la alta competencia.

f. Análisis técnico

i. Ficha técnica del servicio

<b>FICHA TÉCNICA SERVICIO DE DISEÑO Y COTIZACIÓN DE CAMPAÑA</b>	
Mercado objetivo	Empresas medianas y grandes ubicadas en la ciudad de Bogotá.
Tipo	Estudio, diseño y cotización de campaña de marketing transmedia.
Entregables	Documento digital con todas las especificaciones del estudio, el diseño de campaña y los precios respectivos.
Composición del servicio	Este servicio está compuesto de lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"><li>- Estudio de mercado</li><li>- Diseño y planeación de campaña.</li><li>- Análisis de costos</li></ul>
Especificaciones	Nombre del servicio: Diseño y cotización de campaña.  Duración: 1 mes.



**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA**  
**PROGRAMA INGENIERÍA EN MULTIMEDIA**  
**GESTIÓN EMPRESARIAL**

	Precio: \$14.000.000
Recurso humano	Investigador de mercado y diseñador de campaña.

<b>FICHA TÉCNICA SERVICIO DE PRODUCCIÓN DE PIEZAS DE CAMPAÑA</b>	
Mercado objetivo	Empresas medianas y grandes ubicadas en la ciudad de Bogotá a las que se les haya hecho previamente el diseño de la campaña
Entregables	Piezas de campaña finalizadas y listas para su implementación o publicación.
Composición del servicio	Este servicio está compuesto de lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Diseño y preproducción de piezas</li> <li>- Producción de piezas.</li> <li>- Postproducción de piezas.</li> </ul>
Especificaciones	La duración del proceso para cada pieza variará dependiendo del caso y de lo que requieran los clientes, por lo que no hay tiempos fijos, sino que se evalúa en el servicio de diseño y cotización. Los tipos de piezas que Hyprisma ofrece producir para las campañas transmedia son los siguientes: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Videos.</li> <li>- Animación 2D.</li> <li>- Modelos 3D.</li> <li>- Animación 3D.</li> <li>- Comics.</li> <li>- Billboards.</li> <li>- Juegos de realidad aumentada.</li> <li>- Juegos de realidad alternativa.</li> </ul>
Recurso humano	Diseñadores, productores multimedia, editores de video.



**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA**  
**PROGRAMA INGENIERÍA EN MULTIMEDIA**  
**GESTIÓN EMPRESARIAL**

<b>FICHA TÉCNICA SERVICIO DE IMPLEMENTACIÓN DE CAMPAÑA</b>	
Mercado objetivo	Empresas medianas y grandes ubicadas en la ciudad de Bogotá a las que se les haya hecho previamente el diseño de la campaña y/o piezas para la campaña
Entregables	Evidencias de implementación y publicación de las piezas de la campaña transmedia.
Composición del servicio	Este servicio está compuesto de lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Publicación en redes sociales</li> <li>- Organización de espacios</li> <li>- Monitoreo</li> </ul>
Especificaciones	La duración de la implementación variará dependiendo de la planeación de campaña y la cantidad y tipo de piezas.
Recurso humano	Equipo de ejecución de campaña

ii. Precios de desarrollos y servicios

<b>Precios de servicios</b>			
Servicio	Costo base	Ganancia	Costo total
Estudio y planeación de campaña transmedia	\$10.000.000	\$4.000.000	\$14.000.000
Producción de video / minuto	\$3.500.000	\$700.000	\$4.200.000
Animación 2D / segundo	\$700.000	\$140.000	\$840.000
Animación 3D / segundo	\$600.000	\$120.000	\$720.000
Modelos 3D	\$400.000	\$80.000	\$480.000
Comics	\$8.000.000	\$3.200.000	\$11.200.000
Billboards	\$1.000.000	\$400.000	\$1.400.000

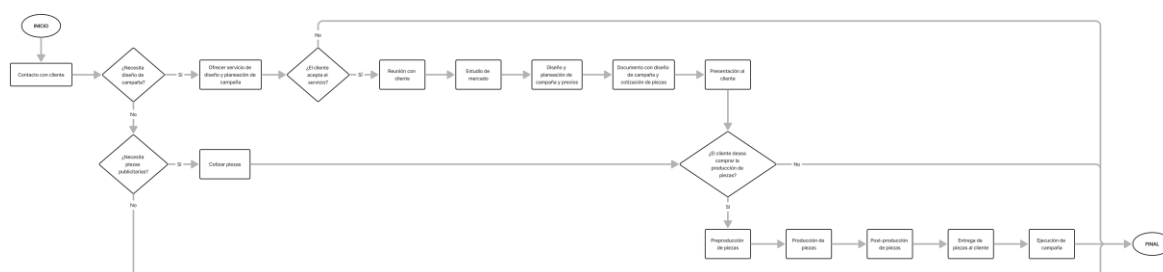


**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA**  
**PROGRAMA INGENIERÍA EN MULTIMEDIA**  
**GESTIÓN EMPRESARIAL**

Juegos de realidad aumentada	\$190.000.000	\$38.000.000	\$228.000.000
Juegos de realidad alternativa	\$200.000.000	\$40.000.000	\$240.000.000
Publicación e implementación de piezas de campaña	\$10.000.000	\$4.000.000	\$14.000.000

iii. Análisis o flujo de prestación del servicio

El siguiente diagrama de flujo muestra el proceso que se llevará a cabo en la prestación del servicio de Hyprisma.



<https://www.figma.com/file/lvGjZHSF7ONKm2Zm9h0FZr/Flujograma-Hyprisma?type=whiteboard&node-id=0%3A1&t=2ARx6IN81OYNmc9v-1>

g. Análisis legal

i. Tipo de sociedad a constituir

Para determinar la figura jurídica de Hyprisma, se tuvieron en cuenta las características y aspectos diferenciadores entre las figuras contempladas en la legislación colombiana.

La sociedad anónima que se encuentra reglamentada a partir del artículo 373 del código de comercio colombiano, es una de las figuras jurídicas más usadas en medianas y grandes empresas. En esta sociedad capital, el capital se divide en



**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA**  
**PROGRAMA INGENIERÍA EN MULTIMEDIA**  
**GESTIÓN EMPRESARIAL**

acciones de igual valor por accionistas responsables hasta el monto de sus respectivos aportes, que se representan en títulos negociables, es decir, la propiedad de una o más acciones de la empresa pueden comprarse, venderse o transferirse a otra persona.

Este capital se compone por autorizado, suscrito y pagado. El capital autorizado es la cantidad máxima de capital que la empresa puede emitir y vender como acciones, el capital suscrito es la parte del capital autorizado que los accionistas han acordado comprar suscribiendo una parte del capital, aunque estas pueden no ser pagadas en totalidad, así que el capital pagado es aquel suscrito que, si se ha pagado efectivamente, es decir, el dinero real que la empresa ha adquirido de sus accionistas.

Además, las acciones son indivisibles, así que por cada acción debe haber un único representante. Este representante tendrá los derechos mencionados a continuación:

- Voto y participación en la asamblea general de accionistas.
- Recibir una parte de los beneficios sociales.
- Negociar libremente las acciones.
- Inspeccionar libros y papeles sociales.
- Recibir una parte de los activos sociales en el momento de liquidación.

En esta sociedad la asamblea de socios es el máximo órgano administrativo y está constituida por los accionistas como se mencionó anteriormente. Esta se reúne las veces necesarias por reuniones ordinarias o extraordinarias, en las que se decide por la mayoría (50%+1).



**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA**  
**PROGRAMA INGENIERÍA EN MULTIMEDIA**  
**GESTIÓN EMPRESARIAL**

Así que una sociedad anónima tiene la ventaja de brindarle libertad a los accionistas para negociar sus acciones y, además, los protege al darles la opción de ser responsables solo hasta el límite de sus aportes. Por esta razón y porque al ser de las sociedades más desempeñadas en Colombia existe confianza para su constitución, se eligió la sociedad anónima como forma jurídica para Hyprisma.

**1. Requerimientos para la constitución de la empresa**

Para constituir una empresa como Sociedad Anónima es necesario realizar una escritura pública que se inscribe al registro mercantil de la cámara de comercio. Esta constitución necesita al menos de cinco socios o accionistas para llevarse a cabo, aunque no hay un máximo establecido.

Además, la razón social de la empresa debe estar acompañada por “sociedad anónima” o las letras “S.A.” y elegir un representante legal.

En el momento de constituir la empresa se debe suscribir al menos el 50% del capital autorizado y pagarse como mínimo la tercera parte del capital suscrito.

Ya constituida la empresa, es necesario que la asamblea elija la junta directiva con al menos 3 miembros, cada uno con un suplente. Luego la junta directiva debe elegir un representante legal de la sociedad anónima.

**2. Costos de formalización de la empresa**

- Derechos de matrícula: \$38.000





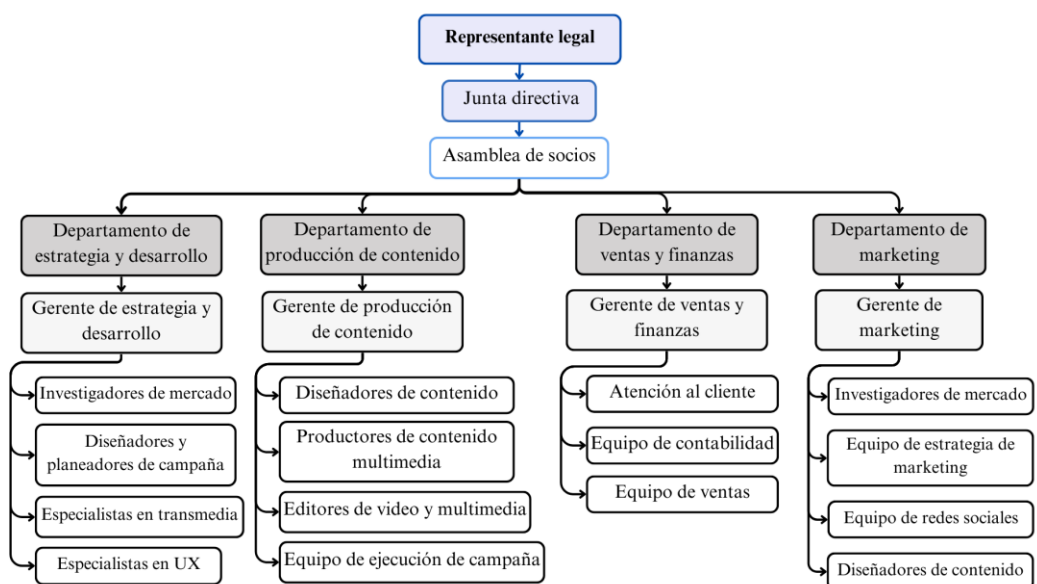
**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA**  
**PROGRAMA INGENIERÍA EN MULTIMEDIA**  
**GESTIÓN EMPRESARIAL**

- Formulario RUES diligenciado y firmado por representante legal: \$6.500
- Pago del impuesto de registro: 0,6% sobre el capital suscrito
- Derechos de inscripción del documento de constitución: \$48.000

**h. Análisis operativo**

**i. Estructura organizacional de la empresa**

Para representar la estructura organizacional planteada para la empresa se realizó un organigrama que reúne todas las dependencias necesarias teniendo en cuenta los servicios que se ofrecerán:



**ii. Plataforma estratégica de la empresa**

**1. Misión**

Nuestra misión es la creación de experiencias memorables, significativas y cautivadoras en el



**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA**  
**PROGRAMA INGENIERÍA EN MULTIMEDIA**  
**GESTIÓN EMPRESARIAL**

mercado que dejen huella en las personas e impulsen la marca de nuestros clientes y sus productos aún más allá, a través del diseño, planeación y ejecución de estrategias transmedia.

## **2. *Visión***

Redefinir la forma en la que una empresa o marca conecta e interactúa con sus clientes, a través de la transformación y reestructuración de los formatos tradicionales de las campañas de marketing, logrando así ser líderes en innovación y generación de experiencias transmedia.

## **3. *Objetivos***

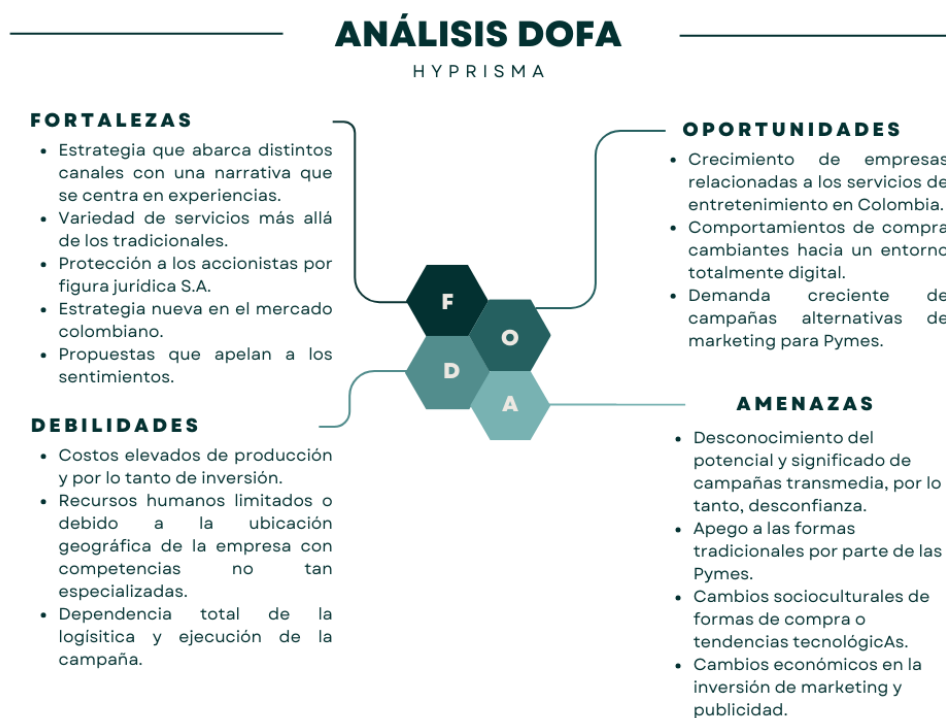
- Posicionarnos entre las empresas favoritas para la creación de experiencias transmedia, al contar con un alto número de clientes en la industria.
- Generar fidelidad y permanencia entre nuestros clientes, a través de servicios de calidad.
- Crear experiencias que logren ser impactantes para el público al que están dirigidas, logrando así mayores ventas del producto que ofrecen nuestros clientes.
- Lograr que el nombre de Hyprisma tenga un reconocimiento y reputación positiva en la sociedad.
- Tener clientes en una variedad de industrias para así demostrar que nuestras soluciones aplican a cualquier sector del mercado.
- Superar el margen anual de ventas en un 25%.
- Establecerse en el mercado internacional, al tener clientes satisfechos y en distintos países.

### **iii. Matriz DOFA**



**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA**  
**PROGRAMA INGENIERÍA EN MULTIMEDIA**  
**GESTIÓN EMPRESARIAL**

A partir de los análisis realizados anteriormente, se conformó una matriz DOFA que brinda una perspectiva general de la factibilidad de Hyprisma:



i. Análisis financiero

i. Costos iniciales de inversión

Se hizo un estimado de los costos iniciales para la constitución de la empresa, teniendo en cuenta los costos fijos que reúnen los costos para la infraestructura y funcionamiento de la oficina, los costos mensuales que reúnen costos de software, servicios, arriendo y salario de los empleados, y, por último, los costos legales de constitución de la empresa:

Costos fijos
--------------



**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA**  
**PROGRAMA INGENIERÍA EN MULTIMEDIA**  
**GESTIÓN EMPRESARIAL**

Descripción	Costo	Cantidad	Costo total
Computadores	\$3.000.000	10	\$30.000.000
Escritorios de oficina	\$500.000	10	\$5.000.000
Escritorio para juntas	\$5.000.000	1	\$5.000.000
Sillas de oficina	\$1.000.000	10	\$10.000.000
Sillas	\$400.000	50	\$20.000.000
Canecas de basura	\$150.000	3	\$450.000
Módulo de recepción	\$1.500.000	1	\$1.500.000
Archivador	\$400.000	2	\$800.000
Refrigerador	\$2.000.000	1	\$2.000.000
Cafetera	\$300.000	1	\$300.000
Horno microondas	\$500.000	1	\$500.000
Suplementos de papelería	\$100.000	1	\$100.000
Tableta grafica	\$200.000	1	\$200.000
<b>Total</b>			<b>\$75.850.000</b>

Para la estimación de los costos de salario mensual por empleado, se consideraron 45 empleados inicialmente repartidos así:

<b>Costos de personal</b>			
Cargo	Salario mensual	Cantidad	Costo total
Investigador de mercado	\$2.350.000	3	\$7.050.000
Diseñador de campaña	\$2.000.000	2	\$4.000.000
Especialista transmedia	\$2.750.000	1	\$2.750.000
Diseñador UX	\$3.450.000	2	\$6.900.000
Diseñador gráfico	\$1.600.000	5	\$8.000.000
Guionista	\$2.625.000	2	\$5.250.000
Camarógrafo	\$1.700.000	1	\$1.700.000
Ingeniero en multimedia	\$3.200.000	3	\$9.600.000
Editor de video	\$1.825.000	2	\$3.650.000
Logística	\$1.500.000	4	\$6.000.000
Contador	\$2.300.000	1	\$2.300.000
Vendedor	\$1.350.000	2	\$2.700.000
Auxiliar administrativo	\$1.200.000	1	\$1.200.000



**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA**  
**PROGRAMA INGENIERÍA EN MULTIMEDIA**  
**GESTIÓN EMPRESARIAL**

Publicista	\$1.600.000	3	\$4.800.000
Social media designer	\$1.700.000	2	\$3.400.000
Gerente de estrategia y desarrollo	\$4.000.000	1	\$4.000.000
Gerente de producción de contenido	\$4.000.000	1	\$4.000.000
Gerente de ventas y finanzas	\$4.000.000	1	\$4.000.000
Gerente de marketing	\$4.000.000	1	\$4.000.000
Animador 2D	\$1.200.000	2	\$2.400.000
Animador 3D	\$1.400.000	3	\$4.200.000
Modelador 3D	\$2.000.000	2	\$4.000.000
<b>Total</b>			<b>\$95.900.000</b>

Teniendo en cuenta la anterior tabla se realizó el estimado de gastos mensuales Hyprisma:

<b>Costos mensuales</b>			
Descripción	Costo	Cantidad	Costo total
Microsoft 365 estándar	\$54.200	45	\$2.439.000
Suite de adobe	\$253.400	20	\$5.068.000
Servicios públicos (Internet)	\$96.900	1	\$96.900
Servicios públicos (Luz)	\$90.000	1	\$90.000
Servicios públicos (Agua)	\$100.000	1	\$100.000
Arrendamiento	\$3.000.000	1	\$3.000.000
Aseo y cafeteria	\$200.000	1	\$200.000
Salarios empleados	\$95.900.000	1	\$95.900.000
<b>Total</b>			<b>\$106.893.900</b>

Finalmente, los gastos legales teniendo en cuenta que se suscriba un valor de \$200.000.000, serían:

<b>Costos legales</b>	
Descripción	Costo total



**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA**  
**PROGRAMA INGENIERÍA EN MULTIMEDIA**  
**GESTIÓN EMPRESARIAL**

Derechos de matrícula	\$38.000
Formulario RUES	\$6.500
Pago del impuesto de registro	\$1.200.000
Derechos de inscripción	\$48.000
<b>Total</b>	<b>\$1.292.500</b>

Entonces, se necesita un total de \$77.142500 COP para constituir la empresa y cubrir los gastos iniciales.

ii. Proyección de ingresos en un año

Para considerar la proyección de ingresos a un año, se realizaron estimados hipotéticos de campañas transmedia estándar, con 2 duraciones de producción, la primera tiene una duración de producción de 6 meses y los costos se aprecian en la siguiente tabla:

Servicio	Valor
Estudio y planeación de campaña transmedia	\$14.000.000
Producción de video 4 minutos	\$16.800.000
Animación 3D de 30 segundos	\$21.600.000
Comics (5 hojas)	\$11.200.000
Billboards	\$2.800.000
Juegos de realidad aumentada	\$228.000.000
Publicación e implementación de piezas de campaña	\$14.000.000
6 meses - 1 campaña	\$308.400.000
1 mes - 1 campaña	\$51.400.000
1 mes - 3 campañas	\$154.200.000
Ganancia Mensual	<b>\$47.306.100</b>

Teniendo en cuenta el valor de \$308.400.000 que se reciben por la campaña en los 6 meses, se deben trabajar como mínimo en 3 campañas en simultaneo para alcanzar a cubrir los gastos mensuales y obtener una ganancia de \$47.306.100 pesos.



**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA**  
**PROGRAMA INGENIERÍA EN MULTIMEDIA**  
**GESTIÓN EMPRESARIAL**

La segunda campaña estimada tiene una duración de dos meses y los valores se aprecian en la siguiente tabla:

Servicio	Valor
Estudio y planeación de campaña transmedia	\$14.000.000
Producción de video / minuto	\$16.800.000
Animación 3D / segundo	\$21.600.000
Comics (5 hojas)	\$11.200.000
Billboards	\$2.800.000
Publicación e implementación de piezas de campaña	\$14.000.000
2 meses - 1 campaña	\$80.400.000
1 mes - 1 campaña	\$40.200.000
1 mes - 3 campañas	\$120.600.000
Ganancia Mensual	<b>\$13.706.100</b>

Para este caso, teniendo en cuenta el valor de \$80.400.000 que se reciben por la campaña en los 2 meses, también se debe trabajar como mínimo en 3 campañas en simultaneo para alcanzar a cubrir los gastos mensuales y obtener una ganancia de \$13.706.100 pesos.

De ambas estimaciones se saca que se debe estar trabajando en 3 campañas en simultaneo. Si esto se cumple y tomamos el menor valor de ganancia estimada para la proyección, se obtiene una proyección de ganancia a un año de \$164.473.200 pesos.

Ganancia mensual	Meses	Ganancia anual
\$13.706.100	12	<b>\$164.473.200</b>

j. Análisis de riesgos



**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA**  
**PROGRAMA INGENIERÍA EN MULTIMEDIA**  
**GESTIÓN EMPRESARIAL**

La ejecución y constitución de Hyprisma como empresa inevitablemente tiene ciertos riesgos, cuya identificación permite ejercer un especial cuidado y prevención, factor fundamental para asegurar la factibilidad de la empresa. Estos riesgos se dividen en operativos, financieros, de mercado y legales.

- Riesgos operativos:
  - Menor demanda de la esperada: este riesgo implicaría no cubrir los costos mensuales de la empresa con las ganancias, ya que, como se evidenció en el análisis financiero, se necesita estar desarrollando 3 campañas por mes y en caso de que no existan clientes interesados en realizarla, la empresa no podría seguir a flote.
  - Deficiencia o daños técnicos: en caso de que existan fallos de hardware o software la mayoría de los servicios se verían interrumpidos, por lo que las fechas de entrega podrían verse retrasadas.
  - Inconvenientes con recursos humanos: este riesgo implica que no se logre retener o se disminuyan la cantidad de empleados con cargos claves para el desarrollo, también el hecho de no contar con la capacidad de contratar talento adecuado generaría retrasos en las entregas o baja calidad de las mismas.
  - Cambios en la tecnología: en caso de que se necesite implementar o actualizar nuevo software y/o hardware, los costos estimados pueden superar los esperados.
- Riesgos financieros:
  - Fluctuaciones económicas: en caso de que alguna situación económica cause cambios en el valor de la





**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA**  
**PROGRAMA INGENIERÍA EN MULTIMEDIA**  
**GESTIÓN EMPRESARIAL**

moneda, o existan cambios en el costo de servicios, los ingresos pueden ser irregulares y no cubrir los costos.

- *Inversión inicial insuficiente:* como se evidenció en el análisis financiero, se necesita una inversión inicial de al menos 185 millones de pesos para constituir la empresa y cubrir los gastos del primer mes de trabajo.
- Riesgos de mercado:
  - *Competencia y clientes:* existe el riesgo de que los clientes potenciales para la empresa tengan servicios contratados con la competencia, poniendo en riesgo la adquisición y retención de clientes.
  - *Cambios en las tendencias:* en caso de que las tendencias de marketing cambien a un plano menos digital, la idea de negocio sería insuficiente en esta dinámica.
  - *Percepción de los consumidores:* la efectividad de los productos de Hyprisma, dependen de la percepción de los consumidores de los clientes, si esta no es positiva, la reputación y éxito de la empresa se pone en riesgo.
- Riesgos legales:
  - *Conflictos de propiedad intelectual:* en la producción de contenido se puede incurrir en situaciones legales relacionadas a la propiedad intelectual y en caso de que no se tenga especial cuidado, la empresa puede verse involucrada en altos gastos legales.
  - *Cumplimiento tributario:* es necesaria tener una adecuada gestión de la contabilidad, así como del pago de impuestos para que la empresa no se vea implicada en sanciones financieras.



**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA**  
**PROGRAMA INGENIERÍA EN MULTIMEDIA**  
**GESTIÓN EMPRESARIAL**

k. Conclusión

Resulta factible la constitución de Hyprisma ya que como se evidenció en el análisis de entorno y de mercado, las campañas de marketing transmedia es un servicio que tiene cabida en el mercado colombiano y es necesario para aumentar la competitividad de las MiPyME. Además, su inversión de constitución, con la adecuada demanda del servicio y un manejo controlado de riesgos, se puede recuperar según el análisis financiero.

10. Tipo de empresa

**Del sector terciario:** Al ser una empresa que brinda servicios de diseño y ejecución de experiencias transmedia, esta hace parte del sector terciario de la economía.

**Privada:** Hyprisma no dependerá ni será financiada por el estado, ya que nace de personas particulares.

**Jurídica S.A:** esta es una de las figuras más utilizadas en la constitución de empresas y se considera una opción bastante viable para Hyprisma por la responsabilidad limitada que les brinda a los socios, una ventaja que procura protección a los inversores. Además, esta figura facilita la inversión y la expansión internacional, debido a que tiene un número de socios ilimitado, permite emitir acciones en mercados públicos o privados, y por su mismo uso frecuente, genera confianza y credibilidad.

**Pequeña empresa:** Hyprisma comenzará como una empresa pequeña pues se buscará contratar 45 empleados, sin embargo, se buscará lograr un crecimiento constante de la empresa.

**Cubrimiento local:** Hyprisma iniciara con un cubrimiento territorial local en la ciudad de Bogotá, pues para brindar experiencias transmedia se necesita en ocasiones interacción de manera presencial. Sin embargo,



**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA**  
**PROGRAMA INGENIERÍA EN MULTIMEDIA**  
**GESTIÓN EMPRESARIAL**

se espera que a medida que la empresa crezca se alcance un cubrimiento territorial regional o nacional.

**Tecnología media:** Hyprisma será una empresa con grado de tecnología media, pues se basa en tecnología, como computadores, tabletas, y diferentes programas para crear distintos tipos de contenido transmedia. Es decir, se utilizan herramientas tecnológicas durante todo el proceso de producción y servicio de la empresa, sin embargo, no necesita de maquinaria de punta ni utiliza procesos de manufactura completamente automatizados, por lo que no llega al grado de tecnología alta.

**Esquema laboral mixto:** se considera la mejor opción para el trabajo desempeñado en Hyprisma debido a que la mayor parte de la producción de contenido para las campañas pueden realizarse de forma remota al requerir recursos que se integran en un equipo de cómputo. Sin embargo, como la idea es a partir de las campañas generar experiencias, se cree necesario un equipo que trabaje presencial en ciertos momentos para hacer estudios de usuario.

## Bibliografía

Terreros, D. (s/f). *23 ejemplos inspiradores de misión, visión y valores de empresas*. HubSpot.

<https://blog.hubspot.es/marketing/mision-vision-valores-ejemplos>

Equipo editorial, Étece. (2017, febrero 2). *Objetivos de una empresa*. Enciclopedia de ejemplos. <https://www.ejemplos.co/20-ejemplos-de-objetivos-de-una-empresa/>

*Objetivos de una empresa: ¿cómo definirlos y cuáles son los mejores métodos para hacerlo?* (4 de agosto 2023). Sydle. <https://www.sydle.com/es/blog/objetivos-de-una-empresa-mejores-metodos-617303753885651fa20ef5e9>



**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA**  
**PROGRAMA INGENIERÍA EN MULTIMEDIA**  
**GESTIÓN EMPRESARIAL**

[Performante – Una agencia digital integrada \(performanteagency.com\)](http://performanteagency.com)  
[Gravity | Marketing Digital | Content Power Plant](#)  
[BlueCaribu: marketing y tecnología - Socios Premier de Google](#)  
[LLYC - Anticípate. Embrace Disruption \(llorenteycuenca.com\)](http://llorenteycuenca.com)  
[Agencia de Marketing Digital | SM Digital](#)  
[▷ Agencia Bloom 4 All - Especialistas en Experiencias Digitales](#)

Ayala, A., Ayala, A. (2020). ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL MONTAJE Y PUESTA EN MARCHA DE UNA EMPRESA DE ASESORÍAS Y CONSULTORÍAS EN PROYECTOS EN EL MUNICIPIO DE CAUCASIA. Universidad de Antioquia.  
[https://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/16716/1/AyalaAdrian\\_2020\\_EstudioFactibilidadAsesorias.pdf](https://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/16716/1/AyalaAdrian_2020_EstudioFactibilidadAsesorias.pdf)

Duque, M. (2018). Estudio de factibilidad para crear una empresa de planificación de eventos en el barrio Ciudadela Colsubsidio ubicado en la ciudad de Bogotá, D.C. Universidad Santo Tomás.  
<https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/38367/Trabajo%20de%20Grado%20duquemaria2018.pdf?sequence=1>

*Referencias estudio de factibilidad*

Moral, M., & Fernández, M. (2012). Nuevas tendencias del marketing: El marketing experiencial. *Entelequia*, 237–251.  
[https://www.researchgate.net/publication/243963003\\_Nuevas\\_tendencias\\_del\\_marketing\\_El\\_marketing\\_experiencial](https://www.researchgate.net/publication/243963003_Nuevas_tendencias_del_marketing_El_marketing_experiencial)

Rodríguez, M., Pineda, D., & Castro, C. (2020, julio 7). Tendencias del marketing moderno, una revisión teórica. *Revista Espacios*, 306–322.  
<https://www.revistaespacios.com/a20v41n27/a20v41n27p26.pdf>



**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA**  
**PROGRAMA INGENIERÍA EN MULTIMEDIA**  
**GESTIÓN EMPRESARIAL**

- Hoyos-Estrada, S., & Sastoque-Gómez, J. (2020).  
Marketing Digital como oportunidad de digitalización de las PY  
-MES en Colombia en tiempo del Covid – 19. Revista Científica  
Anfibios, 3(1), 39-46. <https://doi.org/10.37979/afb.2020v3n1.60>
- Pitre Redondo, R. C., Builes Zapata, S. E., & Hernández Palma, H. G.  
(2021). Impacto del marketing digital a las empresas colombianas  
emergentes. Revista Universidad & Empresa, 23(40), 1-20.  
[https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.  
Edu.co/empresa/a.9114](https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.Edu.co/empresa/a.9114)
- Uribe Beltrán, C. I., & Sabogal Neira, D. F. (2021). Marketing digital en  
micro y pequeñas empresas de publicidad de Bogotá. Revista  
Universidad & Empresa, 23(40), 1-22.  
[https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.87  
30](https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.8730)
- Delegatura de Asuntos Económicos y Societarios (AES), Dirección de  
Información Empresarial, Estudios Económicos y Contables  
(DIEEC), & Grupo de Estudios Empresariales. (2022).  
*Comportamiento de las del sector real, por ingresos  
operacionales.*  
[https://www.supersociedades.gov.co/documents/80312/271270  
2/Informe-1000-empresas.pdf/bc060cd5-3fed-5f18-3030-  
51fb350d3b21?t=1665171061694](https://www.supersociedades.gov.co/documents/80312/2712702/Informe-1000-empresas.pdf/bc060cd5-3fed-5f18-3030-51fb350d3b21?t=1665171061694)
- Equipo de investigación de ANIF bajo la dirección de Mauricio Santa  
María Salamanca. (2021, diciembre 9). *Retos y oportunidades de  
las Pymes*. Centro de Estudios Económicos.



**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA  
FACULTAD DE INGENIERÍA  
PROGRAMA INGENIERÍA EN MULTIMEDIA  
GESTIÓN EMPRESARIAL**

<https://www.anif.com.co/comentarios-economicos-del-dia/retos-y-oportunidades-de-las-pymes/>

Gobierno de Colombia. (1971). *Código de comercio de Colombia. Decreto 410 de 1971*. <https://www.camarabaq.org.co/wp-content/uploads/2021/03/CodigodeComercio-2.pdf>

Gerencie.com. (2021, octubre 21). *Sociedad anónima*. Gerencie.com. <https://www.gerencie.com/sociedad-anonima.html>

Acosta, C. (2022, febrero 1). *Conozca los trámites y costos para crear una empresa ante una cámara de comercio*. Asuntos legales. <https://www.asuntoslegales.com.co/actualidad/conozca-los-tramites-y-costos-para-crear-una-empresa-ante-una-camara-de-comercio-3295128>

*Referencias Estudio de Mercado*

Kemp, S. (2022). DIGITAL 2022: COLOMBIA. DATAREPORTAL. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-colombia>

DANE. (2022). Geovisor Directorio de Empresas 2022-II. Geoportal. <https://geoportal.dane.gov.co/geovisores/economia/directorio-estadistico-de-empresas/>

*Referencias costos*



**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA**  
**PROGRAMA INGENIERÍA EN MULTIMEDIA**  
**GESTIÓN EMPRESARIAL**

Computrabajo. (2023). Salario de analista de investigación de mercados. Computrabajo.

<https://co.computrabajo.com/salarios/analista-de-investigacion-de-mercados>

Computrabajo. (2023). Salario de marketing digital. Computrabajo.

<https://co.talent.com/salary?job=marketing+digital>

Computrabajo. (2023). Salario de especialista en marketing.

Computrabajo.

<https://co.talent.com/salary?job=especialista+en+marketing>

Computrabajo. (2023). Salario de diseñador ux. Computrabajo.

<https://co.talent.com/salary?job=dise%C3%B1ador+ux>

Computrabajo. (2023). Salario de diseñador grafico. Computrabajo.

<https://co.talent.com/salary?job=dise%C3%B1ador+grafico>

Computrabajo. (2023). Salario de guionista. Computrabajo.

<https://co.talent.com/salary?job=guionista>

Computrabajo. (2023). Salario de camarografo. Computrabajo.

<https://co.talent.com/salary?job=camarografo>

Computrabajo. (2023). Salario de ingeniero multimedia.

Computrabajo.

<https://co.talent.com/salary?job=ingeniero+multimedia>

Computrabajo. (2023). Salario de editor de video. Computrabajo.

<https://co.talent.com/salary?job=editor+de+video>

Computrabajo. (2023). Salario de logistica. Computrabajo.

<https://co.talent.com/salary?job=logistica>



**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA**  
**PROGRAMA INGENIERÍA EN MULTIMEDIA**  
**GESTIÓN EMPRESARIAL**

Computrabajo. (2023). Salario de contador. Computrabajo.  
<https://co.talent.com/salary?job=contador>

Computrabajo. (2023). Salario de vendedor. Computrabajo.  
<https://co.talent.com/salary?job=vendedor>

Computrabajo. (2023). Salario de auxiliar administrativo.  
Computrabajo.  
<https://co.talent.com/salary?job=auxiliar+administrativo>

Computrabajo. (2023). Salario de publicista. Computrabajo.  
<https://co.talent.com/salary?job=publicista>

Computrabajo. (2023). Salario de diseñador de redes sociales.  
Computrabajo.  
<https://co.talent.com/salary?job=dise%C3%B1ador+redes+sociales>

Computrabajo. (2023). Salario de animador 2d. Computrabajo.  
<https://co.talent.com/salary?job=animador+2d>

Computrabajo. (2023). Salario de animador 3d. Computrabajo.  
<https://co.talent.com/salary?job=animador+3d>