

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

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

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.

Objetivos

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

◆ 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.

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%).



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.

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.

Análisis técnico

◆ Ficha técnica del servicio

FICHA TÉCNICA SERVICIO DE DISEÑO Y COTIZACIÓN DE CAMPAÑA	
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	<p>Este servicio está compuesto de lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estudio de mercado • Diseño y planeación de campaña. • Análisis de costos
Especificaciones	<p>Nombre del servicio: Diseño y cotización de campaña.</p> <p>Duración: 1 mes.</p> <p>Precio: \$14.000.000</p>
Recurso humano	Investigador de mercado y diseñador de campaña.

FICHA TÉCNICA SERVICIO DE PRODUCCIÓN DE PIEZAS DE CAMPAÑA

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	<p>Este servicio está compuesto de lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseño y preproducción de piezas • Producción de piezas. • Postproducción de piezas.
Especificaciones	<p>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:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Videos. • Animación 2D. • Modelos 3D. • Animación 3D. • Comics. • Billboards. • Juegos de realidad aumentada. • Juegos de realidad alternativa.
Recurso humano	Diseñadores, productores multimedia, editores de video.

FICHA TÉCNICA SERVICIO DE IMPLEMENTACIÓN DE CAMPAÑA

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"> • Publicación en redes sociales • Organización de espacios • Monitoreo
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

◆ Precios de desarrollos y servicios

Precios de servicios			
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

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 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).

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.

1.1 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.

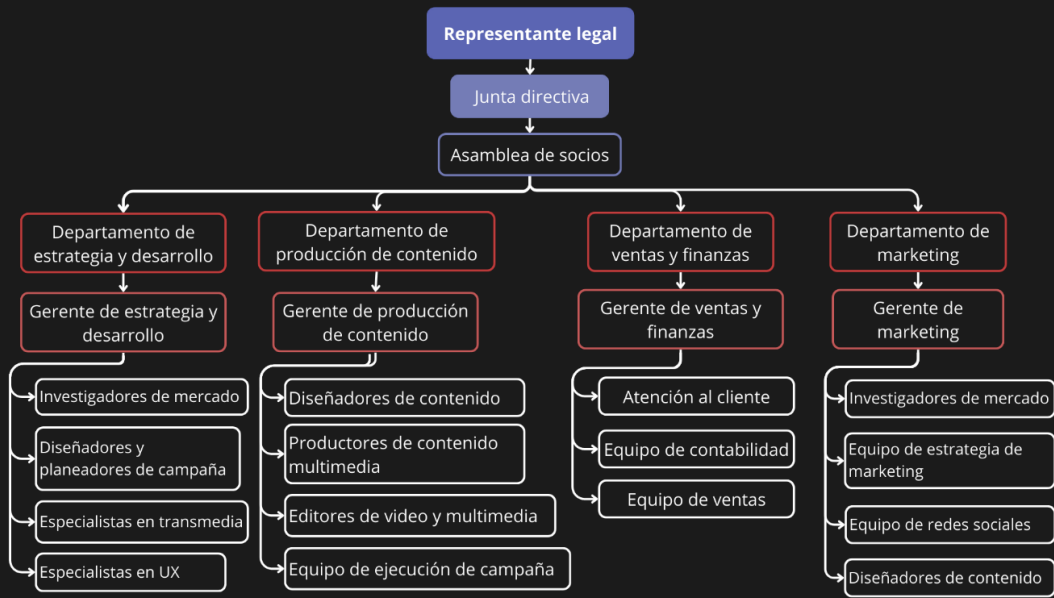
1.2 Costos de formalización de la empresa

- Derechos de matrícula: \$38.000
- 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

◆ Análisis operativo

1. 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:



2. Plataforma estratégica de la empresa

• **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.

• **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.

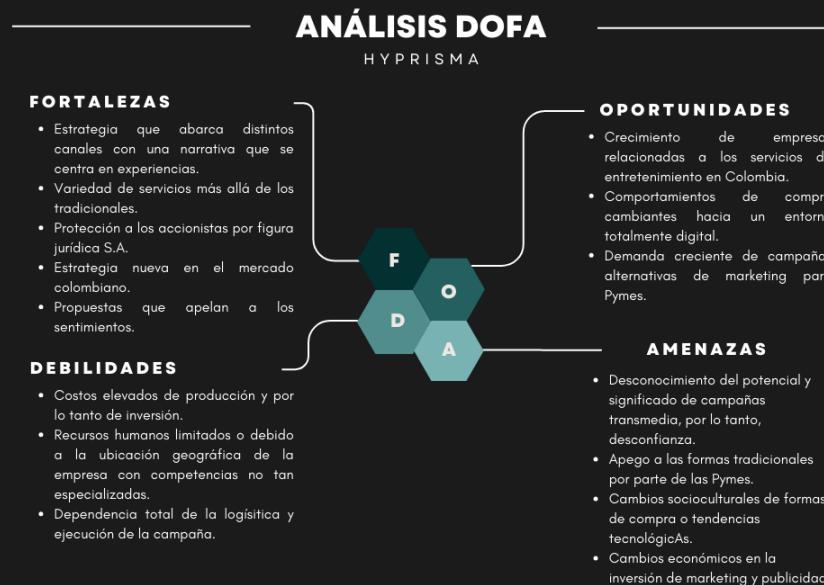
• **Objetivos**

- 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.

3. Matriz DOFA

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



◆ Análisis financiero

1. 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

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
Total			\$75.850.000

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

Costos de personal			
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
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
Total			\$95.900.000

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

Costos mensuales			
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
Total			\$106.893.900

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

Costos legales	
Descripción	Costo total
Derechos de matrícula	\$38.000
Formulario RUES	\$6.500

Pago del impuesto de registro	\$1.200.000
Derechos de inscripción	\$48.000
Total	\$1.292.500

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

2. 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	\$47.306.100

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.

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	\$13.706.100

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	\$164.473.200

◆ Análisis de riesgos

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.

1. 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.

2. Riesgos financieros:

- Fluctuaciones económicas: en caso de que alguna situación económica cause cambios en el valor de la 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.

3. 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.

◆ 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.