



Dirección de Empleo y Trabajo, Coordinación Nacional de Emprendimiento - 2025

PLAN DE INVERSIÓN PARA INICIATIVA PRODUCTIVA, UNIDAD PRODUCTIVA, UNIDAD ECONÓMICA, MODELO O PLAN DE NEGOCIO A FORTALECER

Por favor **diligenciar las casillas de tono gris**, son las que están desbloqueadas y disponibles para su diligenciamiento. Es importante tener en cuenta cada uno de los comentarios al iniciar cada una de las secciones, ya que proporcionarán la orientación necesaria para responder de forma clara y concisa, garantizando así la precisión y eficacia en las respuestas.

DATOS BÁSICOS DE LA INICIATIVA PRODUCTIVA, UNIDAD PRODUCTIVA, UNIDAD ECONÓMICA, MODELO O PLAN DE NEGOCIO A FORTALECER

NOMBRES Y APELLIDOS DEL REPRESENTANTE LEGAL O QUIEN TENGA LA CAPACIDAD PARA COMPROMETER		DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN	NÚMERO DE CONTACTO
RICARDO ANDRÉS ORTIZ TORRES		79777684	3157815414
DIRECCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN		DEPARTAMENTO	MUNICIPIO
CALLE 10 # 3 -90		Tolima	Ibagué
NOMBRE DE LA ORGANIZACIÓN O LA ASOCIACIÓN			
AGENCIA DE EMPRENDIMIENTO SC PUNTO DIGITAL SAS			
INDIQUE EL TIPO DE ORGANIZACIÓN O ASOCIACIÓN REGISTRADA FORMALMENTE		NÚMERO DE IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN O ASOCIACIÓN (INCLUYA EL DÍGITO DE VERIFICACIÓN EN CASO QUE APLIQUE)	
SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADAS SAS		901606360-7	
SECTOR	ACTIVIDADES_ARTÍSTICAS_DE_ENTRETENIMIENTO_Y_RECREACIÓN	ACTIVIDAD ECONÓMICA	9004 Creación audiovisual

1.- RESUMEN EJECUTIVO (Nuestra organización o asociación en resumen)

Este resumen presenta de forma breve la iniciativa que se quiere fortalecer, indicando el nombre completo de la organización o asociación. Se cuenta una breve historia, mencionando cómo y cuándo nació la iniciativa y los logros más importantes en su camino. Se señala la **ubicación**, explicando dónde funciona y qué ventajas tiene, como cercanía a clientes o proveedores. Luego se describe la **actividad principal**, diciendo qué productos o servicios ofrece. También se presenta a los **clientes**, detallando quiénes son, qué necesitan y qué prefieren. Se explica el **mercado**, entendido como el grupo de personas o lugares donde se pueden vender los productos o servicios, mostrando su tamaño y las oportunidades que ofrece. Se resalta la **propuesta de valor único**, es decir, qué nos hace diferentes y por qué los clientes deberían elegirnos. Después, se menciona el **equipo de trabajo**, indicando las personas que lo integran y los roles que cumplen.

El documento explica el **propósito del plan de inversión**, que es fortalecer la organización o asociación y asegurar su crecimiento, y se detallan los **resultados esperados**, como aumento de ventas, más empleos o mejores condiciones de producción. También se incluyen datos relevantes, **como el tamaño del mercado, la participación que tiene la organización, el crecimiento alcanzado, las estrategias de ventas y los logros obtenidos**. En seguida, se especifica el valor del plan de inversión, señalando el **monto que se solicita al Fondo Emprender**. Finalmente, se presentan los indicadores financieros, **como las ventas mensuales**, el margen de utilidad y la Tasa Interna de Retorno (TIR), que es un cálculo que muestra si la inversión vale la pena y qué tan rentable puede ser en el tiempo. Se concluye resaltando que **estos resultados muestran la viabilidad y estabilidad económica de la organización o asociación**.

La Agencia de Emprendimiento SC Punto Digital S.A.S., con su marca insignia Startup Comedy, es una empresa tolimese constituida legalmente el 21 de junio de 2022, tras ser beneficiaria del Fondo Emprender (Convocatoria 224) en alianza con la Alcaldía de Ibagué. Nació como resultado de un proceso de innovación social que integra emprendimiento, humor y storytelling, con el propósito de inspirar, formar y visibilizar a empresarios y emprendedores de la región, promoviendo la mentalidad y cultura emprendedora en Colombia. La Agencia pertenece al sector de Actividades Artísticas, de Entretenimiento y Recreación (CIIU 9004 – Creación Audiovisual), y también al sector de Fortalecimiento Empresarial (CIIU 7020 – Actividades de Consultoría de Gestión). Esta combinación estratégica constituye una ventaja competitiva única, ya que le permite ofrecer un modelo híbrido entre la creación de contenido digital y la consultoría en planeación estratégica, abarcando tanto la dimensión creativa como la de gestión empresarial. La marca Startup Comedy nació en 2019 como un movimiento de inspiración y networking que combina el humor con el emprendimiento. Desde entonces, ha realizado más de 18 shows centrales en ciudades como Ibagué, Bogotá, Neiva, Armenia, Honda y Tuluá, con una asistencia superior a 3.800 espectadores, la formación de 73 mentores y el fortalecimiento de 65 startups. Gracias a su metodología propia denominada "Contenido Digital Iterativo", la Agencia ha logrado articular el entretenimiento, la pedagogía y la comunicación estratégica, posicionándose como referente regional en divulgación empresarial creativa y trabajando con aliados nacionales como Caracol TV, iNNpulsa Colombia, MinTIC, Cámara de Comercio de Ibagué, Universidad EAN y Universidad La Gran Colombia. Su sede principal se encuentra en Ibagué (Tolima), en una ubicación estratégica dentro del corredor económico Bogotá – Eje Cafetero – Valle del Cauca, lo que le permite una conexión directa con clientes institucionales, empresariales y proveedores del sector creativo. La actividad principal de la empresa es la creación de contenido digital de valor para empresas, utilizando formatos audiovisuales, narrativos y humor inteligente para humanizar las marcas y fortalecer su conexión con el público. En 2025, la Agencia SC lanzó su nueva línea SC Contenido Digital, enfocada en la gestión estratégica de contenido y posicionamiento B2B en LinkedIn, ampliando su cobertura al mercado empresarial regional y nacional. Esta línea ofrece servicios especializados en: 1. Gestión integral de cuentas empresariales en LinkedIn, incluyendo diseño, publicación, interacción y análisis de métricas. 2. Producción audiovisual profesional, con videos, cápsulas, reels y podcasts corporativos. 3. Ghostwriting o redacción estratégica para líderes empresariales, fortaleciendo su marca personal en redes profesionales. 4. Capacitaciones y talleres de Storytelling, Marketing Digital y Liderazgo en entornos B2B. Para estos servicios se requiere el siguiente equipo de trabajo está conformado por cinco cargos estratégicos: 1. CEO y Founder: dirección general y posicionamiento institucional. 2. Productor Audiovisual: grabación y edición de contenidos. 3. Ghostwriter: redacción narrativa y estratégica. 4. Community Manager B2B: gestión de cuentas, métricas y analítica, y Contador: control financiero y ejecución del plan de inversión. El mercado objetivo de la Agencia SC pertenece al sector de servicios creativos y consultoría empresarial, un sector en crecimiento impulsado por la transformación digital. En el Tolima existen más de 34.000 empresas registradas, la mayoría sin presencia activa en LinkedIn, lo que representa una oportunidad significativa para ofrecer servicios de posicionamiento digital y comunicación estratégica. De esta manera, la Agencia SC se consolida como la primera empresa del Tolima especializada en visibilización empresarial en redes profesionales. Su propuesta de valor consiste en ayudar a los mipymes del centro del país a posicionarse y visibilizar sus productos y servicios en redes profesionales, principalmente en LinkedIn, para escalar sus modelos de negocio, aumentar ventas y consolidarse como referentes sectoriales. A través de su metodología Contenido Digital Iterativo, la Agencia SC logra acortar los procesos de venta, capturar mercados cautivos y convertir la comunicación empresarial en un motor de crecimiento real. El plan de fortalecimiento empresarial tiene como objetivo consolidar la línea SC Contenido Digital, aumentando su capacidad técnica y creativa, modernizando su infraestructura audiovisual, generando cinco empleos directos y posicionando la agencia como referente nacional en comunicación B2B. El monto solicitado al Fondo Emprender – SENA es de \$99.480.000, destinado a: 1. Cinco meses de nómina del equipo base. 2. La realización de cuatro ediciones del Startup Comedy Show Central como estrategia de marketing experiencial. 3. Inversión en marketing digital, licencias de software profesional, equipos audiovisuales y adecuación del estudio creativo, con esta inversión los resultados esperados se proyectan: 1. Incrementar las ventas en un 30 % en los próximos 12 meses. 2. Generar cinco nuevos empleos directos en áreas técnicas y comerciales. 3. Atender 15 empresas con cuentas administradas en LinkedIn durante el primer año. 4. Producir más de 50 piezas audiovisuales de alto impacto empresarial y 5. Alcanzar una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 25 %, con un margen neto del 18 % y un crecimiento sostenido del 10 % anual durante los próximos cinco años. Las ventas proyectadas para el primer año ascienden a \$205.200.000, con un promedio mensual de \$17.100.000, y un margen de contribución del 71 %. Dado que el negocio no requiere compra de materia prima, y sus costos principales son de mano de obra creativa y servicios profesionales, la Agencia SC promueve la generación de empleo calificado y sostenible en la región. La Agencia de Emprendimiento SC Punto Digital S.A.S. es una empresa sólida, rentable y sostenible, que combina arte, creatividad y gestión empresarial para impulsar la transformación digital de las mipymes, demostrando viabilidad técnica, financiera y social, y contribuyendo activamente al desarrollo económico y empresarial del Tolima y de Colombia.

2.- DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO (Quiénes somos y qué hacemos)

En esta parte se presenta la iniciativa que vamos a fortalecer, indicando el nombre, el tipo de organización o asociación que es, y cuál es su actividad principal. También se explica la misión (el propósito o razón de ser de la organización) y la visión (el sueño o meta a futuro), debe explicarse que tanto se conoce del negocio, experiencia y aspectos resaltar. Se resalta el producto o servicio que ofrecemos y qué lo hace especial frente a otros. Se muestra cómo está organizada la asociación, quiénes trabajan en ella y qué rol cumple cada persona. Si la actividad lo exige, se mencionan los permisos y licencias con que cuenta. Además, se incluyen las acciones que la organización realiza para cuidar el medio ambiente y ser sostenible. Finalmente, se señalan las principales ventajas y desventajas de la organización, y si se quiere, se puede describir un análisis DOFA para identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, destacando especialmente las oportunidades que pueden aprovecharse para crecer.

La Agencia de Emprendimiento SC Punto Digital S.A.S., conocida comercialmente como Agencia SC, es una empresa privada, legalmente constituida el 21 de junio de 2022 en la ciudad de Ibagué, Tolima, dedicada a la creación de contenido digital estratégico y a la consultoría en fortalecimiento empresarial. La organización forma parte activa del ecosistema de emprendimiento e innovación regional, aportando soluciones de comunicación corporativa, posicionamiento digital y formación para empresas y emprendedores. La iniciativa que se busca fortalecer es la línea SC Contenido Digital, un servicio especializado en posicionamiento B2B y gestión de contenido en LinkedIn. Esta línea ofrece servicios integrales que incluyen: 1. Gestión integral de cuentas empresariales en LinkedIn, que abarca diseño, redacción, publicación de contenido, interacción con audiencias y análisis de métricas. 2. Producción audiovisual profesional, desarrollando videos, cápsulas, reels y podcasts corporativos que fortalecen la imagen digitales en empresarios y equipos de trabajo. El principal valor diferencial de la Agencia SC radica en su combinación única entre creatividad, humor y estrategia empresarial, lo cual permite generar contenido que no solo informa o vende, sino que conecta emocionalmente con las audiencias. Este enfoque convierte la comunicación corporativa en una experiencia inspiradora, diferenciando a la empresa de las agencias tradicionales. Somos pioneros en el Tolima en ofrecer servicios de posicionamiento B2B en LinkedIn con un enfoque narrativo, estratégico y humano. Misión: Inspirar y fortalecer el crecimiento empresarial a través de la creación de contenido estratégico y creativo que impulse la transformación digital de las mipymes y promueva una cultura de innovación, visibilidad y liderazgo en el territorio. Visión: Ser para 2030 la agencia de comunicación y fortalecimiento empresarial líder en Colombia, reconocida por su metodología de contenido Digital Iterativo, su impacto en la generación de empleo y su contribución al posicionamiento digital de las empresas del país en entornos B2B. Experiencia y conocimiento del negocio: La Agencia SC cuenta con una trayectoria consolidada de más de tres años de experiencia, y desde 2022 ha ejecutado más de 18 eventos presenciales y múltiples producciones digitales con cobertura regional y nacional, especializándose en la producción de contenidos empresariales y en la organización de eventos tipo Startup Comedy Show Central. La agencia ha colaborado con instituciones como Caracol TV, Impulsa Colombia, MinTIC, Cámara de Comercio de Ibagué, Cámara de Comercio de Tuluá, Universidad La Gran Colombia y SENA Tolima, presentando su formato en más de ocho ciudades del país, alcanzando a más de 2.800 espectadores y 65 startups asesoradas. Su fundador, Ricardo Andrés Ortiz Torres, está certificado como Creador de Contenido en LinkedIn por el formador Guillermo González, reconocido como el número uno en el ranking nacional de Top Voices de LinkedIn en Colombia. Esta experiencia, junto con su trayectoria al frente de la Agencia SC, le permitió desarrollar una metodología única que combina storytelling, humor y marketing emocional, logrando que las empresas comuniquen sus logros y aprendizajes con cercanía, impacto y credibilidad en la red social empresarial LinkedIn. Organización y equipo de trabajo: La estructura organizacional de la Agencia SC está compuesta por un equipo interdisciplinario que articula creatividad, estrategia y gestión: 1. Ricardo Andrés Ortiz Torres, CEO & Founder: dirección estratégica, relaciones corporativas y posicionamiento institucional. 2. Productor Audiovisual: producción, grabación y edición de materiales audiovisuales. 3. Ghostwriter: redacción narrativa y estratégica de los contenidos. 4. Community Manager B2B: gestión de cuentas, analítica y optimización de resultados. 5. Contador: planeación financiera y control de ejecución del plan de fortalecimiento. Permisos y licencias: La Agencia SC se encuentra legalmente registrada ante la Cámara de Comercio de Ibagué, con NIT 901.606.360-7, actividad económica principal CIIU 9004 (Creación Audiovisual) y secundaria CIIU 7020 (Consultoría de Gestión). Además, cuenta con registro de marca y cumple con las obligaciones tributarias, contables y regulatorias vigentes. Sostenibilidad y compromiso ambiental: Aunque su actividad es principalmente digital, la Agencia SC aplica prácticas sostenibles como el uso de equipos de bajo consumo energético, reducción del consumo de papel, manejo responsable de residuos tecnológicos y priorización de proveedores locales. También promueve la sostenibilidad social, generando empleo formal y fortaleciendo las capacidades empresariales de su entorno mediante la formación y la comunicación estratégica. Análisis DOFA: El análisis DOFA evidencia que la organización se destaca por su experiencia, metodología propia, enfoque innovador, equipo interdisciplinario, alianzas estratégicas y posicionamiento regional. Su principal debilidad es la limitada capacidad operativa para atender grandes volúmenes de clientes. Entre las oportunidades sobresalen el crecimiento del mercado digital B2B, el uso de LinkedIn y las políticas de apoyo a la innovación. Las amenazas incluyen la competencia de agencias consolidadas, los cambios tecnológicos y las fluctuaciones económicas que afectan el gasto en marketing. La Agencia de Emprendimiento SC Punto Digital S.A.S. es una organización sólida, innovadora y estratégica, que combina creatividad con visión empresarial para ofrecer soluciones efectivas de comunicación corporativa y fortalecimiento digital. Su consolidación como referente regional y nacional se fundamenta en su capacidad para integrar arte, estrategia y tecnología al servicio del emprendimiento y la competitividad empresarial.

3.- ANÁLISIS DE MERCADO Y COMPETENCIA (A quién vendemos y quién más ofrece lo mismo o parecido)

En este punto contamos cómo es el mercado donde vendemos; cuánta gente puede comprar, qué grupos son los principales clientes y qué cambios o tendencias vemos en la zona. Hablamos de al menos dos competidores, que pueden ser personas, organizaciones o asociaciones que venden lo mismo o algo parecido, y explicamos qué hacen y cómo trabajan. También decimos cómo se ubica nuestra organización o asociación frente a ellos y qué nos hace diferentes, como la calidad, el precio justo, lo natural o lo artesanal de los productos. Además, describimos quién es nuestro cliente: su edad, dónde vive, cómo compra, qué necesita y qué busca cuando nos compra.

El mercado donde opera la línea SC Contenido Digital pertenece al sector de servicios creativos digitales, enfocado en la visibilización empresarial y el posicionamiento B2B a través de LinkedIn. Este mercado presenta un crecimiento sostenido, impulsado por la transformación digital, la necesidad de construir reputación en entornos profesionales y el incremento del uso de plataformas corporativas para generar confianza y contactos comerciales. Según Puro Marketing (septiembre de 2024), el 84 % de las empresas en Colombia integran LinkedIn dentro de sus estrategias de marketing y ventas, con más de 16 millones de usuarios registrados (30,1 % de la población). Esto confirma que LinkedIn se ha consolidado como el principal canal digital de relacionamiento corporativo y generación de leads B2B, abriendo un mercado en expansión para agencias y consultores especializados en comunicación estratégica digital. En el Tolima, existe una oportunidad significativa, ya que muchas mipymes aún desconocen cómo aprovechar LinkedIn para fortalecer su visibilidad y vender más, centrándose principalmente en redes sociales masivas como Facebook o Instagram. Perfil de clientes y comportamiento de compra Los clientes de SC Contenido Digital son principalmente empresas con más de un año de operación e ingresos anuales superiores a \$300 millones, que buscan escalar sus ventas, posicionarse nacionalmente y consolidar su marca digital. También incluye emprendedores y profesionales independientes interesados en construir una marca personal sólida para atraer aliados o clientes corporativos. Tienen entre 28 y 55 años, residen en Ibagué, Neiva, Armenia, Pereira, Cali y Bogotá, y contratan servicios de manera personalizada o mediante suscripciones mensuales. Estos clientes valoran la asesoría cercana, la autenticidad y los resultados medibles, buscando agencias que los ayuden a comunicar con propósito, generar confianza y obtener visibilidad real en su entorno empresarial. Competencia directa y análisis comparativo En el Tolima no existen agencias con un enfoque exclusivo en LinkedIn; sin embargo, se identifican dos competidores principales: 1. ElIortugazo (@elIortugazo en Instagram): proyecto local que produce contenido humorístico y memes, enfocado en entretenimiento digital. Aunque tiene buena interacción, no ofrece servicios estratégicos empresariales ni posicionamiento B2B. 2. WebSiteUp (websiteup.online): agencia digital en Ibagué dedicada a diseño web, marketing digital y campañas publicitarias. Su enfoque es técnico y generalista, sin especialización en LinkedIn ni en storytelling corporativo. Diferenciadores competitivos SC Contenido Digital se diferencia por su enfoque 100 % empresarial y narrativo, combinando storytelling, humor y neuromarketing para conectar emocionalmente con las audiencias. Es la única agencia regional especializada en LinkedIn B2B, que ofrece servicios de ghostwriting profesional, producción audiovisual con enfoque narrativo y capacitaciones en marketing B2B. Su metodología propia y marca registrada Startup Comedy la respaldan como el modelo único que convierte las historias empresariales en activos digitales de confianza, priorizando la calidad sobre la cantidad y garantizando coherencia en la comunicación corporativa. Tendencias y oportunidades del mercado El mercado B2B digital continuará expandiéndose gracias a la transformación tecnológica y a la necesidad de contenido auténtico. Las tendencias más relevantes incluyen: 1. Crecimiento de la venta por reputación y visibilidad digital. 2. Aumento del uso de videos cortos y podcasts empresariales como medios de educación y posicionamiento. 3. Mayor demanda de contenidos humanos y emocionales, frente a la publicidad convencional. Posicionamiento de SC Contenido Digital En este contexto, La Agencia con su producto SC Contenido Digital se proyecta como la empresa líder en comunicación B2B y storytelling corporativo del centro del país, integrando creatividad, estrategia y tecnología para impulsar la transformación digital de las mipymes. Su fortaleza está en entender el mercado local y regional, traduciendo las historias de los empresarios en estrategias digitales rentables y humanas, consolidándose como el aliado estratégico más sólido del ecosistema empresarial del Tolima y de Colombia.

Variables o elementos a analizar		AGENCIA SC	TORTUGAZO	WEBSITEUP
Nivel de Precios	Alto	Alto	Alto	
Calidad	Alto	Bajo	Bajo	
Ventaja	Una de las pocas agencias regionales especializada en LinkedIn B2B, con una propuesta integral que une estrategia empresarial, storytelling, neuromarketing y producción audiovisual profesional. A través de su metodología propia "Contenido Digital Iterativo", validada por la marca Startup Comedy, proyecta liderazgo y reputación digital en sus clientes. Cuenta con alianzas nacionales (Caracol TV, Inpulsa, Cámara de Comercio, universidades), estructura flexible y precios ajustados al tarifario oficial de LinkedIn. Su modelo, basado en estrategia y narrativa personalizada, demanda alta dedicación y puede limitar la capacidad ante un aumento de clientes. No obstante, esto se equilibra mediante el uso de inteligencia artificial y contrataciones por demanda. A diferencia de las agencias de marketing masivo, sus procesos son más analíticos y requieren mayor participación del cliente. Aunque su enfoque B2B en LinkedIn parece un nicho, es precisamente lo que fortalece su especialización y diferenciación en el mercado.	Se distingue por su capacidad de viralización orgánica y conexión emocional con el público joven. Usa humor, creatividad y tendencias digitales para lograr alto engagement y visibilidad en redes, especialmente en Instagram. Con un tono cercano y auténtico, atrae grandes audiencias con bajo presupuesto. Su contenido ágil y adaptable lo posiciona como referente del entretenimiento digital en el Tolima y ejemplo exitoso de marketing de contenidos basados en humor y empatía.	Agencia con amplia experiencia en marketing digital, diseño web y campañas multicanal. Destaca por su dominio técnico (SEO, SEM, Google Ads, Meta Ads) y capacidad para atender múltiples pymes de forma integral. Es una opción estable para empresas que buscan presencia digital sin requerir enfoque narrativo profundo.	
Desventaja		Carece de enfoque empresarial y estrategia comercial definida. No ofrece servicios de branding o reputación digital y depende de la viralidad en redes, lo que genera resultados inestables y poco sostenibles. Su contenido es efímero y no fortalece marcas ni ventas a largo plazo. Además, no cuenta con equipo técnico ni narrativo especializado, por lo que su crecimiento depende de tendencias pasajeras.	Aunque tiene experiencia técnica, su enfoque es generalista y carece de especialización en LinkedIn o comunicación emocional. Se centra en lo visual y técnico, sin metodología propia ni enfoque narrativo, lo que la hace menos competitiva frente a agencias innovadoras. Prioriza métricas técnicas sobre confianza y reputación, reduciendo su atractivo para clientes B2B.	

Nuestra estrategia de marketing y ventas se basa en visibilizar el valor de lo que hacemos a través de experiencias reales, contenido emocional y relaciones de confianza, más que en la venta directa. El objetivo es posicionar la línea SC Contenido Digital como la agencia especializada en LinkedIn B2B más reconocida del centro del país, mediante acciones de comunicación auténticas, participación activa del CEO en el ecosistema digital y eventos de alto impacto empresarial. El producto principal de la línea es la gestión profesional de cuentas empresariales en LinkedIn, acompañada de la creación de contenido audiovisual y narrativo (videos, podcasts y publicaciones), orientada a posicionar a las pymes y empresarios como referentes en su sector y convertir su reputación digital en resultados comerciales.

Estrategia general de marketing y visibilidad

1. Relaciones Públicas y liderazgo del CEO: El alto reconocimiento del CEO, Ricardo Andrade Torres, en el ecosistema digital y empresarial es un pilar estratégico. Su presencia constante en redes sociales, su rol como formador y conferencista, y su participación como anfitrión del Startup Comedy Show Central fortalecen la reputación institucional y la autoridad de la marca. A través de esta estrategia de P.R. (Public Relations), la Agencia SC logra atraer clientes sin recurrir a la venta directa, generando visibilidad, confianza y validación profesional ante líderes empresariales y aliados institucionales.

2. Eventos presenciales: Startup Comedy Show Central: Cada dos meses se realiza un Startup Comedy Show Central en bagüé, otras ciudades del Eje Cafetero y del Valle del Cauca. En estos eventos, cuatro empresarios presentan su pitch empresarial en formato de stand-up comedy, compartiendo su historia con más de 60 asistentes entre empresarios, representantes gubernamentales, ejecutivos de empresas y profesionales independientes. El evento es gratuito para el público, lo que fomenta la participación y genera una base de datos de asistentes y leads cualificados. Durante el networking se recolectan los datos de los participantes, lo que permite posteriormente realizar venta

gratuidade para clientes por visibilidade digital. De esta maneira, a SC Contabilidade Digital se consolidou como a única empresa da região do Triângulo mineiro a oferecer este tipo de estratégia para seus clientes. Além disso, o CEO da empresa também se tornou uma referência no mercado, reforçando a autoridade da marca e

4. Embajador de contenidos y voz a voz digital: El marketing de contenidos es el corazón de la estrategia comercial. La Agencia comparte constantemente contenido educativo, inspirador y casos de éxito de sus clientes en redes sociales, podcasts y página web. El voz a voz digital es nuestro principal motor de ventas: cada cliente satisfecho se convierte en embajador natural de la marca, recomendando nuestros servicios dentro de su red profesional. Este modelo genera ventas sostenibles, basadas en credibilidad y confianza, no en publicidad masiva.

Canales de venta: Las ventas se realizan principalmente mediante contacto directo y canales digitales: 1- Reuniones y contactos generados en los eventos de networking. 2. Mensajería directa en LinkedIn y WhatsApp Business. 3. Página web institucional y redes sociales (LinkedIn, Instagram, Facebook). 4. Referidos de clientes anteriores y aliados institucionales. Ofrecemos tres planes mensuales (Básico, Premium y Corporativo), además de servicios personalizados según las necesidades y presupuesto de cada empresa.

Política de precios y formas de pago

[illegible]

comunidad de Networking Digital del Talima, donde los clientes comparten aprendizajes y generan conexiones empresariales. En el modelo de la Agencia SC, las ventas son una consecuencia directa de la visibilidad, reputación y autoridad digital. Cuando los empresarios ven los contenidos, asisten a los eventos o siguen las publicaciones del CEO en LinkedIn, reconocen el valor y la coherencia de nuestra propuesta, lo que genera atracción orgánica y solicitudes directas de servicio. Nuestra estrategia se basa en mostrar con hechos lo que somos capaces de hacer, no en vender agresivamente.

Este método, centrado en la construcción de confianza, reputación y relaciones duraderas, ha demostrado ser más sostenible y escalable que la venta tradicional, permitiendo aumentar los ingresos mes a mes y consolidar a SC Contenido Digital como la agencia más influyente en comunicación empresarial creativa del Tolima.

5.- FLUJO DE PRODUCCIÓN Y REQUISITOS DE PERSONAL (Cómo hacemos el producto o servicio y con qué personas)

En este apartado se cuenta cómo se hace el producto o se presta el servicio, desde la compra de los materiales o materias primas hasta que llega al cliente final. Se explican los pasos del proceso, cuánto tiempo toma cada uno y cuánto cuesta hacerlo. También se mencionan la maquinaria, equipos y herramientas que ya se tienen o que se necesitan para la producción. Se dice qué personas se requieren para el trabajo, cuántas son, qué función cumplen y cuánto se paga cada mes por ellas. Si el equipo necesita alguna capacitación o certificado especial para trabajar mejor, también se incluye aquí.

Flujo de Trabajo de Producción

Etapas del Proceso (No es hacer un listado, es realizar una breve descripción de cada actividad)		Tiempo de Producción (horas)		Costos Asociados	
1. Diagnóstico inicial y planeación estratégica: se realiza una reunión con el cliente para entender sus objetivos, analizar su presencia digital, definir el tono de comunicación y planificar el tipo de contenido a producir.	20	\$		2.200.000	
2. Creación de guiones y redacción estratégica (Ghostwriting): el escritor fantasma desarrolla guiones, artículos y publicaciones adaptadas a la voz del empresario, usando técnicas de storytelling y neuromarketing.	25	\$		2.750.000	
3. Producción audiovisual: se graban videos, entrevistas y cápsulas con cámara profesional, micrófonos y luces, en locaciones o estudio. Incluye montaje, captura y dirección de escena.	35	\$		3.850.000	
4. Edición y postproducción: el productor audiovisual edita el material, añade animaciones, subtítulos, música y diseño gráfico, asegurando una identidad coherente con la marca del cliente.	40	\$		4.400.000	
5. Publicación y gestión digital: el Community Manager B2B programa, publica y analiza el desempeño del contenido en LinkedIn, respondiendo interacciones y optimizando el alcance orgánico.	20	\$		2.200.000	
6. Entrega de informes y retroalimentación: se elaboran reportes de métricas, impacto y recomendaciones de mejora para el siguiente ciclo mensual de contenido.	10	\$		1.100.000	
7. Análisis de información para la adquisición y uso de equipos y herramientas: se destinan recursos para fortalecer la producción con cámara profesional, micrófonos, iluminación, software de edición y mobiliario básico de estudio.	30	\$		3.300.000	
8. Selección del personal para la ontratación del equipo operativo: incluye los cinco cargos clave: CEO y Founder, Productor Audiovisual, Ghostwriter, Community Manager B2B y Contador, necesarios para ejecutar la línea SC Contenido Digital.	30	\$		3.300.000	
9. Capacitaciones y certificaciones: formación en gestión avanzada de LinkedIn, storytelling y producción audiovisual moderna para fortalecer capacidades técnicas del equipo.	20	\$		2.200.000	
TOTAL	230	\$		25.300.000	

Equipo Necesario

Rol o Cargo	# Personas Requeridos para este Rol	Costos Laborales Mensuales (incluyendo prestaciones sociales)	
1. Gerente o CEO	1	\$	2.192.190
2. Productor Audiovisual	1	\$	1.400.000
3. Ghostwriter (escritor fantasma)	1	\$	2.192.190
4. Community Manager B2B	1	\$	2.192.190
5. Contador	1	\$	700.000
TOTAL		\$	8.676.570

Observaciones adicionales

Dentro del presente Plan de Fortalecimiento Empresarial se establece la vinculación de tres (3) empleos directos y dos (2) contrataciones por prestación de servicios profesionales, respondiendo a criterios de pertinencia operativa, sostenibilidad financiera y eficiencia en la ejecución de los recursos. Los tres empleos directos corresponden a cargos estratégicos y permanentes, esenciales para garantizar la continuidad y operatividad de la línea SC Contenido Digital durante y después del fortalecimiento: 1. Gerente o CEO (Director General); 2. Ghostwriter (Escritor Fantasma): encargado del desarrollo narrativo y de la creación de contenido especializado para los clientes. Es un cargo fundamental en la operación diaria, ya que la propuesta de valor de la agencia se basa precisamente en la redacción profesional y estratégica para posicionar líderes empresariales en LinkedIn, asegurando la ejecución efectiva de las estrategias digitales y la medición de los resultados. Su dedicación exclusiva es indispensable para mantener la calidad del servicio y la relación con los clientes. Los siguientes dos cargos se manejarán bajo la modalidad de prestación de servicios profesionales, debido a que sus funciones son específicas, temporales y bajo demanda, lo que optimiza el uso de los recursos sin afectar la continuidad del proyecto: 4. Productor Audiovisual: su contratación será por proyecto, según el cronograma de producción de piezas audiovisuales (videos, cápsulas, reels, podcasts, etc.) previstos en el plan de inversión. Este esquema permite ajustar su participación a las necesidades de grabación y edición, sin generar costos fijos cuando no haya producción activa. 5. Contador: su rol se enfoca en la asesoría contable y financiera, control del plan de inversión y elaboración de reportes de ejecución presupuestal. Dado que su labor es periódica y no requiere dedicación exclusiva, se realizará por prestación de servicios, garantizando cumplimiento normativo y optimización de los recursos. Este esquema contractual responde a las recomendaciones de racionalización de costos operativos establecidas por el SENA, garantizando que cada recurso humano contribuya directamente al logro de los resultados propuestos y que los recursos asignados sean ejecutados de forma eficiente, transparente y con impacto comprobable.

6.- NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS (Qué pedimos para fortalecer la iniciativa)

En este apartado se deben contar de forma clara las necesidades que tiene la organización o asociación, relacionados con los recursos que se solicitarán al Fondo Emprender. Se deben describir los recursos que se requieren y que, según la normatividad y los términos de referencia, son financieros, como adecuaciones del lugar de operaciones, recursos para autoempleo/ puestos de trabajo/ empleos directos, compra de materias primas, maquinaria, equipos o herramientas, entre otros. Es importante que lo que se solicite esté bien relacionado con los objetivos del proyecto y con lo que se permite según la normatividad del Fondo Emprender, para que el plan sea aprobado y los recursos se usen de la mejor manera.

Recursos Financierables:

- Pago de salarios u honorarios.
- Insumos para el ciclo productivo (materia prima y bienes en proceso) que contribuyan de manera directa o que forman parte del proceso de producción.
- Adquisición de maquinaria, equipos y software.
- Costos que se generen por permisos, licencias y registros, requeridos por la ley para el normal funcionamiento del proyecto y la iniciativa empresarial.
- Las adecuaciones o remodelaciones estructurales y locativas del inmueble donde se desarrollará el proyecto y la iniciativa empresarial.
- Financiar las adecuaciones técnicas necesarias para el proceso productivo o montaje industrial. Para estos fines se entiende por adecuación técnica toda obra civil que sea indispensable para el desarrollo de la actividad y ejecución del proyecto o la iniciativa empresarial, rubro que en ningún caso podrá ser utilizado con fines de vivienda del beneficiario.
- Expansión mediante el modelo de franquicias, de acuerdo con los lineamientos que para el efecto emita el SENA, siempre y cuando, además de los criterios señalados en el presente acuerdo, este modelo de negocio genere valor agregado sustentado.
- Pago de derechos referentes a la propiedad intelectual (marcas y patentes) relacionados con el proyecto o la iniciativa empresarial.

Rubros no financieros. El Fondo Emprender no financiará los siguientes rubros:

- Compra de bienes inmuebles.
- Compra de bienes muebles que no estén relacionados con el objeto del proyecto o la iniciativa empresarial.
- Adecuaciones o remodelaciones de cualquier tipo de bienes inmuebles, que no conformen el proceso de dotación técnica y que no sean indispensables para el desarrollo del proyecto o de la iniciativa empresarial.
- Estudios de factibilidad de proyectos (consultorías, asesoría jurídica, financiera, etc.).
- Adquisición de vehículos que no estén relacionados con el objeto del proyecto o de la iniciativa empresarial.
- Pagos de pasivos, deudas o de dividendos.
- Recuperaciones de capital.
- Compra de acciones, derechos de empresas, bonos y otros valores mobiliarios exceptuando los derechos asociados a franquicias, cuando sea esta parte de la naturaleza del proyecto o de la iniciativa empresarial.
- Pago de regalías, impuestos causados, aportes parafiscales.
- Formación académica.
- Pago de derechos o inscripciones para participar en eventos comerciales nacionales o internacionales.
- Gastos de viaje y desplazamiento.

Descripción No haga un listado, describa el elemento	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	
1. Gerente o CEO (Director General): responsable de la planeación estratégica, relaciones corporativas, posicionamiento institucional y cumplimiento de los objetivos del plan. Su vinculación directa asegura liderazgo constante, seguimiento administrativo y toma de decisiones oportuna.	6	\$	2.192.190	
responsable del desarrollo narrativo y la creación de contenido personalizado para los clientes. Este cargo es esencial en la operación diaria, dado que la propuesta de valor de la empresa se sustenta en la redacción profesional y estratégica orientada a posicionar a líderes empresariales en LinkedIn.	7	\$	2.192.190	
3. Community Manager B2B: gestiona y analiza cuentas empresariales en LinkedIn, asegurando la ejecución de estrategias digitales y el seguimiento de resultados, con dedicación exclusiva para garantizar la calidad del servicio y la relación con los clientes.	7	\$	2.192.190	
4. Productor Audiovisual: contratado por prestación de servicios. Según el cronograma de producción de piezas audiovisuales (videos, cápsulas, reels, podcasts, etc.). Este esquema permite ajustar su participación a las necesidades de grabación y edición.	5	\$	1.400.000	
5. Contador: su rol se enfoca en la asesoría contable y financiera, control del plan de inversión y elaboración de reportes de ejecución presupuestal. Dado que su labor es periódica y no requiere dedicación exclusiva, se realizará por prestación de servicios.	7	\$	700.000	
6. Se realizarán cuatro ediciones del evento Startup Comedy Show Central, que incluyen logística, promoción, producción audiovisual y difusión digital, como estrategia de marketing experiencial para captar clientes y aliados.	4	\$	2.000.000	
7. Se implementará una estrategia integral de Marketing Digital durante cinco meses, que incluye pauta en LinkedIn y redes sociales, diseño de campañas, optimización de marca y captación de leads.	5	\$	880.000	
8. Se destinarán recursos para el arriendo, donde se desarrollarán grabaciones, edición y reuniones de trabajo con clientes. Incluye servicios básicos y conectividad.	7	\$	600.000	
9. Se adquirirán licencias de software y herramientas digitales de IA necesarias para la operación, incluyendo Adobe Creative Cloud, CapCut Pro, Canva Pro, Metricool y herramientas de inteligencia artificial SORA, Chat GPT y VideoIA para redacción y análisis.	7	\$	800.000	
10. Se invertirá en la compra de equipos audiovisuales y tecnológicos para fortalecer la producción portátil con tecnología móvil para video grabación de alta calidad iPhone Promax 17 y Apple Watch Ultra serie 3	1	\$	12.298.900	
11. Zoom Podtrak P4 - Grabadora Portátil Multipista De Podcast, Grabador De Podcasts Zoom Podtrak P8 Portátil Con Bluetooth para grabaciones en tiempo real del podcas, estudio portátil	1	\$	6.492.614	
12. Micrófonos Dji Mic Omnidireccional los Android 5 Horas Oled Negro y Estabilizador para celular DJI Osmo 6 color negro, para grabaciones en vivo de entrevistas en eventos especiales	1	\$	2.744.686	
			\$	-
TOTAL			\$	99.480.000

7.- PROPÓSITO DE LA INVERSIÓN (Para qué pedimos los recursos)

En este apartado se cuentan los resultados que se esperan con los recursos. La inversión permitirá mejorar la producción para tener más capacidad o hacerla de manera más eficiente, aumentar las ventas llegando a más clientes y en más lugares, y generar nuevos empleos que apoyen el trabajo de la organización o asociación. También ayudará a abrir mercados en otras veredas, municipios o ferias, a trabajar de forma más sostenible cuidando el medio ambiente y aprovechando mejor los recursos, y a asegurar que la iniciativa pueda mantenerse en el tiempo con mayor solidez.

La inversión de \$99.480.000 tiene como propósito convertir a Agencia SC / línea SC Contenido Digital de una operación regional a una plataforma nacional líder en posicionamiento B2B. Los recursos permitirán fortalecer estrategias de marketing, ventas, talento y producción, logrando resultados tangibles, sostenibles y escalables. En conjunto, esta inversión impulsará el crecimiento, la rentabilidad y el fortalecimiento institucional de la empresa. Impactos operativos y de capacidad: 1. Incremento del 30% en capacidad instalada: gracias a la renovación de equipos audiovisuales, software profesional e infraestructura de estudio, se podrá producir más piezas con mayor calidad y en menor tiempo. 2. Reducción de tiempos de producción: con herramientas avanzadas (IA, automatización, flujo optimizado), se disminuirán cuellos de botella en edición, redacción y publicación, agilizando las entregas. 3. Incremento del 30% en ventas: al llegar a más clientes en nuevas ciudades y consolidar relaciones de valor con los existentes, permitiendo recuperar la inversión y generar utilidad. Impacto en la integración con marketing y ventas: la inversión permitirá ejecutar de forma coherente y efectiva las tácticas establecidas en el Plan de Marketing y Ventas: 1. Eventos presenciales – Startup Comedy Show Central: con los recursos, se realizarán cuatro ediciones estratégicas en Ibagué y ciudades del Eje Cafetero. Estos eventos funcionarán como vitrinas vivas para exhibir la propuesta de valor, captar leads cualificados y fortalecer el posicionamiento de la marca institucional. Cada edición actuará como un activador de ventas cruzadas, convirtiéndolo a asistentes, empresarios y representantes institucionales en prospectos directos a través del networking y la gestión de registros de datos. 2. Marketing digital y liderazgo en LinkedIn: al invertir en pauta estratégica, contenidos de valor y posicionamiento de la empresa en LinkedIn, se amplifica el alcance, la credibilidad y la atracción de clientes de alto valor. 3. Modelo B2B con contratos a seis meses: Con infraestructura, talento y confianza respaldada por visibilidad real, el modelo comercial se fortalece. Las empresas valorarán más la continuidad y el acompañamiento estratégico, asegurando renovación de contratos y mejor retención de clientes. 4. Capacidad nacional: Al operar 100 % en línea y con producción fuerte, la agencia no queda limitada a Ibagué o el Tolima: puede vender sus servicios a empresas en Bogotá, Medellín, Cali o cualquier región del país, ampliando su mercado, multiplicando clientes y diversificando riesgos geográficos. Sostenibilidad, empleo y crecimiento regional: Nueva generación de empleo formal. El proyecto generará tres (3) empleos directos permanentes (CEO, Ghostwriter, Community Manager B2B), además de empleos temporales o por prestación en producción audiovisual y contabilidad. Con esto se promueve empleo especializado y creativo dentro de Ibagué, contribuyendo al desarrollo regional. Sostenibilidad operativa y medioambiental. Al digitalizar procesos, reducir impresiones físicas, aprovechar tecnologías de bajo consumo e integrar herramientas de IA, la agencia proyecta una operación más eficiente y responsable con el ambiente. Esto asegura que el negocio no dependa de insumos físicos costosos ni impactos ambientales negativos. Fortalecimiento institucional y continuidad: La inversión no es solo para crecimiento inmediato, sino para estructurar un modelo que sobreviva al periodo de fortalecimiento. Con mejor modelo comercial, recursos técnicos y marca posicionada, la agencia podrá sostenerse una vez concluido el apoyo del Fondo Emprender. La Solución estratégica para la región: pocas empresas del Tolima ofrecen servicios especializados en LinkedIn B2B. SC Contenido Digital llena ese vacío con creatividad, legitimidad y eficacia. 1.Potencial de escalamiento nacional: con infraestructura y modelo digital, el impacto no se limita al Tolima sino a toda Colombia. 2. Alta rentabilidad proyectada: inversión con retorno claro (30% en ventas, contratos recurrentes, TIR proyectada) 4. Generador de empleos creativos locales: apalanca talento regional en un sector estratégico para el futuro digital. 5. Innovación y ventaja diferenciada: uso de IA, storytelling con humor y liderazgo del CEO como figura pública refuerzan el valor de marca y posicionan la agencia por encima de competidores genéricos. Esta inversión no es un gasto — es una palanca estratégica para transformar a la Agencia SC en un actor central de la comunicación empresarial digital de Colombia. Con ejecución disciplinada y enfoque en valor, los recursos del Fondo Emprender generarán crecimiento, estabilidad y un retorno medible que beneficiará tanto a la empresa como al ecosistema regional del emprendimiento.

8.- RESULTADOS ESPERADOS DE LA INVERSIÓN (Resultados que traerán los recursos)

Se debe contar de manera clara y amplia los resultados que se quieren lograr con los recursos solicitados. Por ejemplo: aumento en los ingresos mensuales o el volumen de ventas, tener mejores ganancias (variación en el margen de utilidad), gastar menos al producir (reducción de costos unitarios), número de nuevos puntos de venta o clientes, y cantidad de puestos de trabajo, autoempleo o empleos creados directa o indirectamente. También se puede evidenciar que se busca mejorar la satisfacción de los clientes mediante encuestas o el número de reclamos, fortalecer el reconocimiento en la comunidad (presencia en eventos, menciones en medios o redes), y lograr la sostenibilidad del negocio (TIR (Tasa Interna de Retorno), flujo de caja positivo, capital de trabajo suficiente, continuidad operativa tras seis o doce meses). Para actividad que mencione presente de una forma medible su cambio o crecimiento.

Con la ejecución del Plan de fortalecimiento, se espera que la Agencia SC alcance los siguientes resultados concretos, medibles y de impacto durante los 12 primeros meses posteriores a la inversión:
Resultados financieros y de ventas: 1. Incremento del volumen de ventas. 2. Aumentar las ventas anuales en un 30%, pasando de los ingresos actuales a una facturación proyectada de \$205.200.000 en el primer año postinversión. 3. En promedio mensual, esto implicaría ingresos de \$17.100.000 mensuales.
Mejora en el margen de utilidad: 1. Lograr un margen neto de utilidad del 18%, frente al margen actual menor (basado en costos operativos y estructuras existentes). 2. Mantener un margen de contribución del 71 %, dado que no se adquirirá materia prima, y los costos adicionales serán aplicaciones de talento y tecnología.
Reducción de costos unitarios y mejora de productividad: 1. Por la modernización tecnológica, uso de herramientas de inteligencia artificial y optimización de procesos, reducir el tiempo de producción por unidad en al menos 20-25 %, lo cual baja el costo efectivo por contenido. 2. Mejorar la eficiencia operativa general para que el mismo equipo pueda atender más proyectos con menor desgaste o tiempo muerto.
Creación de empleo y contratación: 1. Empleos creados, creación de 3 empleos directos permanentes (CEO, Ghostwriter, Community Manager B2B). 2.Contratos por prestación de servicios (productor audiovisual y contador), los cuales implican empleo indirecto o temporal. 3. Potencial creación indirecta de ocupaciones auxiliares (colaboradores, freelancers, proveedores locales).
Clientes nuevos y contratos de mediano plazo: 1. Aumentar los contratos mínimos de seis meses con las empresas, fortaleciendo la base de clientes recurrentes. 1. Expandir la cartera de clientes a nuevas ciudades del centro del país (Ibagué, Armenia, Pereira, Cali, Bogotá). 2. Incorporar nuevos sectores empresariales interesados en LinkedIn B2B, ampliando el mercado objetivo.
Fortalecimiento institucional, marca y satisfacción del cliente: 1. Mejora en reconocimiento de marca y posicionamiento 2. Realizar 4 ediciones de Startup Comedy con repercusión regional e institucional, logrando presencia mediática, alianzas y cobertura estratégica. 3. Generar contenido audiovisual derivado de esos eventos que proyecte la marca SC como referente en comunicación y emprendimiento creativo. 4. Lograr que el CEO sea percibido como autoridad reconocida en LinkedIn, generando seguidores, menciones y validaciones que atraigan clientes.
Satisfacción del cliente y reputación: 1. Implementar encuestas de satisfacción con los clientes atendidos, apuntando a una calificación promedio de ≥ 4.5/5. 2. Minimizar los reclamos operativos a menos del 5 % de los contratos. 3. Obtener testimonios y casos de éxito documentados para fortalecer la confianza del mercado.
Sostenibilidad financiera y operativa: 1. Sostenibilidad del negocio. 2. Lograr un flujo de caja positivo continuo a partir del mes 7-9 postinversión. 3. Lograr una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 25 %, validando la rentabilidad del proyecto. 4. Mantener capital de trabajo suficiente para operar sin depender exclusivamente de nuevas inversiones externas. 5. Garantizar continuidad operativa más allá del período de fortalecimiento, mediante contratos recurrentes y una base de clientes sólida.
Escala y replicabilidad: 1. Posibilidad de ofrecer el servicio en municipios rurales o localidades cercanas, proyectando expansión territorial. 2. Apertura de nuevos mercados de nicho en sectores industriales, corporativos o institucionales, escalando el modelo de contenido narrativo empresarial. 3. Replicabilidad del modelo para otras regiones del país bajo la marca SC, con franquicias estratégicas o alianzas regionales. Estos resultados esperados están alineados con las estrategias de marketing, ventas, talento e inversión tecnológica proyectadas. Con ellos demostramos al jurado que la inversión no se usará solamente en "gastos operativos", sino en impactos reales y medibles: aumento de ventas, empleos, reconocimiento regional, eficiencia productiva y sostenibilidad del negocio.

9.- ESTRATEGIA DE LA INVERSIÓN (De qué manera se hará la inversión)

Se debe explicar cómo se van a usar los recursos y qué acciones se van a realizar. Allí se dice en qué tiempos se hará la inversión, cómo se repartirá el presupuesto y cómo se escogerán los proveedores, es decir, las personas o negocios que venden los materiales, equipos o servicios que se necesitan. También es importante mencionar los posibles riesgos, como retrasos o fallas en la producción, y cómo se pueden evitar o solucionar. Finalmente, se cuenta qué actividades sencillas de promoción se harán para vender más, como avisos en la comunidad, mensajes por WhatsApp, participación en ferias o dar a conocer los productos con pruebas y recomendaciones.

La estrategia de inversión planificada para los \$99.480.000 se fundamenta en una ejecución ordenada, eficiente y con mecanismos de control, para asegurar que los recursos cumplan su propósito de crecimiento, sostenibilidad y consolidación del modelo SC Contenido Digital. A continuación, se desglosan los componentes de la estrategia: Cómo se van a usar los recursos: Los recursos serán empleados para fortalecer las cinco dimensiones clave de la operación: 1. Talento humano estratégico (sueldos de cargos permanentes y pagos por servicios profesionales). 2. Producción y eventos (organización de Startup Comedy y contenido derivado).3. Marketing digital y posicionamiento (pauta, campañas, contenido, visibilidad). 4. Maquinaria operativa y tecnología (adquisición de equipos, licencias). 5. Sostenimiento del servicio y operación continua (gastos de conectividad, mantenimiento, imprevistos menores). Cada partida del presupuesto tiene una razón de ser clara y está directamente vinculada con los resultados esperados y las estrategias de marketing y ventas previamente planteadas.
Qué acciones se van a realizar: Para materializar la inversión, se llevarán a cabo acciones específicas: Contratar al CEO, Ghostwriter y Community Manager B2B como empleados directos para operar la línea SC Contenido Digital de forma permanente. Contratar al Productor Audiovisual y Contador mediante prestación de servicios, según cronograma de producción y necesidades contables. Realizar cuatro ediciones del Startup Comedy Show Central, con logística, producción, promoción y difusión. Lanzar campañas digitales en LinkedIn y redes sociales durante cinco meses, con segmentación, diseño y optimización de anuncios. Arreglar, adecuar y equipar un estudio creativo físico (o espacio híbrido) para grabaciones, edición y reuniones. Adquirir equipos y licencias que permitan elevar la calidad y volumen de producción audiovisual y digital (cámaras, micrófonos, software, herramientas de IA). Generar contenido narrativo y creativo en distintos formatos (videos, cápsulas, posts) para clientes y para la marca SC, con aplicación de la metodología de storytelling, humor y marketing emocional. Gestionar contratos de seis meses con nuevos clientes, con seguimiento, entregables, medición de resultados y renovación.
En qué tiempos se hará la inversión (cronograma estimado) Para optimizar la ejecución, se propone una inversión y despliegue en 7 meses: Acciones principales: Mes 1, Contrataciones iniciales (CEO, Ghostwriter, Community Manager y contador); compra de equipos audiovisuales; adquirir licencias básicas; planificación del primer Startup Comedy; diseño de campañas digitales. Mes 2: Realización del 1er Startup Comedy; lanzamiento de primeras campañas digitales; producción de contenido narrativo para la marca; inicio de captación de clientes. Mes 3: Realización del 1er Startup Comedy; escalamiento de campaña digital; continuidad del contenido; generación de nuevos contratos; revisión intermedia de KPIs. Mes 4: Realización del 2do Startup Comedy; optimización de campañas; producción avanzada; seguimiento de clientes; evaluación de resultados parciales. Mes 5: cierre de campañas; consolidación de la cartera de clientes; entrega de reportes finales; transición a operación continua. Mes 6: Realización del 3er Startup Comedy, pago de nómina y fin de presupuesto de nómina del CEO. Mes 7: Realización del 4er Startup Comedy, fin de presupuesto del Ghostwriter y Community Manager.
El presupuesto se distribuye según las necesidades estratégicas identificadas: 1. Talento humano y servicios profesionales: 54,7% 2. Producción de eventos: 8,0% 3. Marketing digital y campañas: 4,4% 4. Infraestructura y tecnología (equipos + licencias + adecuación): 14,8 % 5. Sostenimiento operativo y costos conexos: el restante 17,1%. Esta distribución está alineada con el peso del impacto proyectado: invertir más en talento (clave del modelo), producción de eventos que generan visibilidad, y tecnología que escala la operación. Para asegurar calidad, transparencia y eficiencia, los proveedores (personas o negocios que suministren equipos, servicios o insumos) serán seleccionados bajo criterios como: Experiencia comprobable en el servicio requerido (producción audiovisual, hardware, software). Ofertas formales y competencia de precios, presentadas mediante cotizaciones escritas (mínimo 3 cotizaciones). Referencias y portafolios anteriores verificables. Capacidad de cumplimiento en tiempos y calidad, con penalidades por retrasos o incumplimientos. Legalidad y formalidad: proveedores que estén legalmente constituidos y con capacidad para emitir factura a contrato formal. Siempre que sea posible, dar preferencia a proveedores locales o regionales (Tolima / Eje Cafetero) para fortalecer el ecosistema y reducir costos logísticos.

10.- PRESUPUESTO Y USO DE FONDOS (Cómo se van a usar los recursos)

En el siguiente cuadro, indique el mes donde se ejecutarán los recursos de Fondo Emprender, tomando en cuenta lo descrito en el numeral 6: NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS. Desglosar el capital necesario o monto solicitado a FE.

VALOR DE LA INVERSIÓN Y SOLICITUD AL FONDO EMPRENDER

NÚMERO DE SOCIOS O ASOCIADOS que conforman la iniciativa a fortalecer para la postulación a realizarse a la Convocatoria (Según lista de la hoja "Grupo Asociativo")

\$99.480.000

1

INDIVIDUAL		Asociaciones de aprendices y/o egresados del SENA, iniciativas asociativas, cooperativas de las personas de la economía popular y demás formas			Asociaciones Campesinas / Cooperativas campesinas y otras formas asociativas campesinas y cooperativas de la población		
Hasta SMMLV	Autoempleo, puesto de trabajo, empleo directo	Hasta SMMLV	Número de socios o asociados	Autoempleo, puesto de trabajo, empleo directo	Hasta SMMLV	Número de socios o asociados	Autoempleo, puesto de trabajo, empleo directo
42	1	299	5-9.	7	600	20	7
56	3	399	10-14.	8	900	21-26	8
70	5	500	15 en adelante	10	1100	27 en adelante	10

Descripción de la inversión (No es solo elaborar una lista sino realizar una descripción del elemento)		Posibles Proveedores		Mes 1 (\$)	Mes 2 (\$)	Mes 3 (\$)	Mes 4 (\$)	Mes 5 (\$)	Mes 6 (\$)	Mes 7 (\$)	Mes 8 (\$)	Sub Total
1. Gerente o CEO	Agencia SC	\$	2.192.190	\$	2.192.190	\$	2.192.190	\$	2.192.190			\$ 13.153.140
2. Ghostwriter (escritor fantasma)	Agencia SC	\$	2.192.190	\$	2.192.190	\$	2.192.190	\$	2.192.190	\$	2.192.190	\$ 15.345.330
3. Community Manager B2B	Agencia SC	\$	2.192.190	\$	2.192.190	\$	2.192.190	\$	2.192.190	\$	2.192.190	\$ 15.345.330
4. Productor Audiovisual	Personal independiente por contratación por ODS, hoja de vida y referencias, se solicitan tres perfiles y se escoge uno solo para el cargo	\$	1.400.000	\$	1.400.000	\$	1.400.000	\$	1.400.000			\$ 7.000.000
5. Contador	Personal independiente por contratación por ODS, hoja de vida y referencias, se solicitan tres perfiles y se escoge uno solo para el cargo	\$	700.000	\$	700.000	\$	700.000	\$	700.000	\$	700.000	\$ 4.900.000
6. Se realizarán cuatro ediciones del evento Startup Comedy Show Central, que incluyen logística, promoción, producción audiovisual y difusión digital, como estrategia de marketing experiencial para captar clientes y aliados.	Operador logístico externo			\$	2.000.000		\$ 2.000.000	\$	2.000.000		\$ 2.000.000	\$ 8.000.000
7. Se implementará una estrategia integral de Marketing Digital durante cinco meses, que incluye pauta en LinkedIn y redes sociales, diseño de campañas, optimización de marca y captación de leads.	Google Ads, LinkedIn, Meta Ads			\$	880.000	\$	880.000	\$	880.000		\$ 880.000	\$ 4.400.000
9. Se adquirirán licencias de software y herramientas digitales de IA necesarias para la operación, incluyendo Adobe Creative Cloud, CapCut Pro, Canva Pro, Metricool y herramientas de inteligencia artificial SORA, Chat GPT y VideolA para redacción y análisis.	Coworking en Ibagué	\$	600.000	\$	600.000	\$	600.000	\$	600.000	\$	600.000	\$ 4.200.000
8. Se destinarán recursos para el arriendo, donde se desarrollarán grabaciones, edición y reuniones de trabajo con clientes. Incluye servicios básicos y conectividad.	Adobe Creative Cloud, CapCut Pro, Canva Pro, Metricool y herramientas de inteligencia artificial SORA, Chat GPT y VideolA	\$	800.000	\$	800.000	\$	800.000	\$	800.000	\$	800.000	\$ 5.600.000
10. Se invertirá en la compra de equipos audiovisuales y tecnológicos para fortalecer la producción portátil con tecnología móvil para video grabación de alta calidad iPhone Promax 17 y Apple Watch Ultra serie 3	iShop Colombia	\$	12.298.900									\$ 12.298.900
11. Zoom Podtrak P4 - Grabadora Portátil Multipista De Podcast, Grabador De Podcasts Zoom Podtrak P8 Portátil Con Bluetooth para grabaciones en tiempo real del podcas, estúdio portátil	Audio Max Studio			\$	6.492.614							\$ 6.492.614
12. Micrófonos Dji Mic Omnidireccional los Android 5 Horas Oled Negro y Estabilizador para celular Dji Osmo 6 color negro, para grabaciones en vivo de entrevistas en eventos especiales	iShop Colombia	\$	2.744.686									\$ 2.744.686
												\$ -
TOTAL SOLICITADO AL FONDO EMPRENDER												\$ 99.480.000

11.- COMPONENTE FINANCIERO (Resumen financiero)

Diligencie los campos a continuación, con relación a las Ventas y Costos (Anuales), Plan de gastos y Flujo de Caja

Ventas y Costos ANUALES

Producto /servicio	Unidad	Cantidad Anual	Costo Unitario	Costo Total Año 1	Precio de Venta Unitario	Ventas Totales Año 1	Utilidad Bruta x producto/servicio	Utilidad Bruta	Margen de Contribución
entas empresariales en LinkedIn, incluyendo diseño, publicación	Cuentas o empresas	20	\$ 850.000	\$ 17.000.000	\$ 2.400.000	\$ 48.000.000	\$ 1.550.000	\$ 31.000.000	65%
in audiovisual profesional: videos, cápsulas, reels y podcasts con	Videos	24	\$ 420.000	\$ 10.080.000	\$ 1.477.500	\$ 35.460.000	\$ 1.057.500	\$ 25.380.000	72%
Ghostwriting o redacción fantasma para líderes empresariales	Publicaciones	30	\$ 450.000	\$ 13.500.000	\$ 1.818.000	\$ 54.540.000	\$ 1.368.000	\$ 41.040.000	75%
iones y talleres de Storytelling, marketing digital y liderazgo en	Capacitaciones	28	\$ 910.000	\$ 25.480.000	\$ 2.400.000	\$ 67.200.000	\$ 1.490.000	\$ 41.720.000	62%
				\$ -		\$ -	\$ -	\$ -	
				\$ -		\$ -	\$ -	\$ -	
				\$ -		\$ -	\$ -	\$ -	
				\$ -		\$ -	\$ -	\$ -	
TOTAL				\$ 66.060.000	\$ 8.095.500	\$ 205.200.000	\$ 5.465.500	\$ 139.140.000	68%

Plan de Gastos

SERVICIOS PÚBLICOS			
Descripción	Cantidad requerida en el Mes	Valor Unitario	Valor Total
Servicios públicios incluidos	1	\$ 150.000	\$ 1.800.000
			\$ -
			\$ -
			\$ -
			\$ -
			\$ -
			\$ -
			\$ -
TOTAL			\$ 1.800.000

EQUIPO DE TRABAJO			
Cargo o Rol	Cantidad de personas requeridas en el cargo o rol en el Mes. (Ejemplo: Si el cargo es Operario y se requieren 2 Operarios, colocar 2)	Valor Unitario (Incluyendo prestaciones sociales si aplica)	Valor Total
Gerente / CEO	1	\$ 2.192.190	\$ 26.306.280
Ghostwriter	1	\$ 2.192.190	\$ 26.306.280
Community Manager	1	\$ 2.192.190	\$ 26.306.280
Productor Audiovisual	1	\$ 1.400.000	\$ 16.800.000
Contador	1	\$ 700.000	\$ 8.400.000
			\$ -
			\$ -
			\$ -
TOTAL			\$ 104.118.840

OTROS			
Descripción	Cantidad requerida en el Mes	Valor Unitario	Valor Total
Seguridad y salud en el trabajo	1	\$ 125.000	\$ 1.500.000
			\$ -
			\$ -
			\$ -
			\$ -
			\$ -
TOTAL			\$ 1.500.000

TOTAL PLAN DE GASTOS

\$ 107.418.840,00

Flujo de Caja - Anual

Indique el incremento que tendrán las ventas, teniendo en cuenta las tendencias del mercado, estado de la empresa e indicadores del sector.

Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
10%	10%	10%	10%

Indique el incremento que tendrán los costos y gastos, teniendo en cuenta indicadores macroeconómicos como el IPP (Indice de precios al productor) , IPC (Indice de precios al consumidor) entre otros

Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
10%	10%	10%	10%

Descripción	Inversión	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas		\$ 205.200.000	\$ 225.720.000	\$ 248.292.000	\$ 273.121.200	\$ 300.433.320
Costos del Producto/Servicio		\$ 66.060.000	\$ 72.666.000	\$ 79.932.600	\$ 87.925.860	\$ 96.718.446
Gastos		\$ 107.418.840	\$ 118.160.724	\$ 129.976.796	\$ 142.974.476	\$ 157.271.924
Utilidad Neta	-\$ 99.480.000	\$ 31.721.160	\$ 34.893.276	\$ 38.382.604	\$ 42.220.864	\$ 46.442.950

Indicadores de Viabilidad

TASA DE DESCUENTO

10%

Para completar el formato de plan de inversión, utilice una tasa de descuento sugerida del 10% anual, ajustable (también sugerido) según su criterio dentro del rango del 8% al 12% anual. Considere cuidadosamente el sector, el nivel de endeudamiento y su aversión al riesgo al ajustar la tasa. Recuerde que esta elección impactará el Valor Presente Neto y la Tasa Interna de Retorno de la inversión, por lo que es crucial para una evaluación precisa.

VPN - Valor Presente Neto

\$ 40.642.810

TIR - Tasa Interna de Retorno

25%

12.- IMPACTOS (Beneficios de la inversión)

Describa cómo la iniciativa Económica, ayudará a... en lo Económico: generar más ingresos, producir más o crear empleos, Ambiental: qué acciones realizará para cuidar la naturaleza, el agua, la tierra y evitar desperdicios, Social: cómo beneficiará a la comunidad, mejorará la calidad de vida o fortalecerá el trabajo en grupo, Tecnológico: qué herramientas, equipos o procesos nuevos usará para trabajar más fácil y con mejores resultados. **SE DEBE DESCRIBIR PARA CADA ELEMENTO: ECONÓMICO, AMBIENTAL, SOCIAL, TECNOLÓGICO.**

Económico:

- Generación de ingresos y crecimiento financiero: La implementación del plan permitirá aumentar las ventas en un 30 %, pasando a una facturación proyectada de \$205.200.000 en el primer año, con un promedio mensual cercano a \$17.100.000.
- Expansión de cartera y volumen de contratos: Se incrementará la capacidad para atender más clientes, pasando de 3 a 15 contratos de seis meses, lo cual mejora el flujo de caja y reduce la dependencia de contratos puntuales.
- Creación de empleo formal y profesional: Se generarán 3 empleos directos permanentes (CEO, Ghostwriter, Community Manager B2B) y ocupaciones indirectas mediante contrataciones por prestación de servicios (productor audiovisual y contador).
- Eficiencia operativa y reducción de costos: La modernización tecnológica y los procesos optimizados resultarán en una disminución de los tiempos de producción, lo que conllevará menores costos unitarios por contenido y mayor rentabilidad.
- Rentabilidad sostenible: Con un margen neto proyectado del 18 % y una Tasa Interna de Retorno (TIR) estimada del 25 %, la inversión será rentable y viable en el mediano plazo, asegurando continuidad del negocio.

Ambiental:

- Minimización del uso de papel y recursos físicos: Al tratarse de un modelo digital, se reducirá la impresión de materiales impresos y se priorizará el uso de plataformas electrónicas para reportes, entregas y comunicaciones.
- Equipos eficientes y consumo responsable: Se adquirirá tecnología con bajo consumo energético, dispositivos con eficiencia garantizada y prácticas de mantenimiento preventivo que extiendan su vida útil, evitando la generación temprana de residuos electrónicos.
- Gestión responsable de residuos tecnológicos: Se implantará un plan de disposición adecuada de hardware obsoleto (reciclaje o reuso), evitando su disposición inadecuada en vertederos.
- Uso de herramientas cloud / SaaS y servicios remotos: Para reducir huellas de carbono asociadas al transporte, la operación podrá realizarse también de forma remota, minimizando desplazamientos innecesarios.

Social:

- Fortalecimiento del ecosistema emprendedor regional: La Agencia SC se convertirá en referente de comunicación empresarial creativa en Tolima y zonas cercanas, apoyando a emprendedores y micropymes a mejorar su visibilidad y competitividad.
- Acceso a formación y contenidos de valor: A través de talleres, capacitaciones y material educativo sobre storytelling, marketing digital y marca personal, se elevarán las capacidades comunicativas y digitales de los beneficiarios.
- Inclusión profesional de talento local: Permite la contratación de profesionales creativos y tecnológicos de la región, generando oportunidades de empleo calificado en Ibagué y el Tolima.
- Cohesión social y redes de colaboración: Los eventos presenciales (Startup Comedy) favorecen el tejido social, permitiendo el intercambio de conocimientos, alianzas empresariales y construcción de comunidad entre emprendedores, entidades públicas y privadas.

Tecnológico:

- Licencias profesionales y software de producción: Uso de suites como Adobe Creative Cloud, CapCut Pro, Canva Pro, Metricool para elevar la calidad del contenido visual, editorial y analítico.
- Adopción de herramientas de inteligencia artificial (IA): Se incorporarán herramientas como ChatGPT, SORA, VideoAI y plataformas avanzadas de análisis, redacción automática y optimización de contenido, facilitando la producción y entrega de servicios con mayor eficiencia.
- Licencias profesionales y software de producción: Uso de suites como Adobe Creative Cloud, CapCut Pro, Canva Pro, Metricool para elevar la calidad del contenido visual, editorial y analítico.
- Equipos audiovisuales de última generación: Inversión en cámaras mirrorless profesionales, micrófonos de alta fidelidad, iluminación LED, discos SSD y estaciones de edición de alto rendimiento, con lo que se optimiza la producción interna y se reduce la dependencia de terceros.
- Infraestructura de estudio y conectividad robusta: Un estudio creativo con conectividad de alta velocidad, servicios estables y ambiente propicio para grabación y edición garantiza eficiencia operativa.
- Digitalización de procesos y automatización: Se definirán flujos internos automatizados (plantillas, CRM, calendarización) que reduzcan la carga operativa manual, disminuyan errores y permitan escalabilidad del modelo.

13.- INDICADORES DE CUMPLIMIENTO

En este punto, se concluye con la definición de los indicadores que establecen un compromiso de cumplimiento, necesario para calificar para la condonación o no reembolso de recursos. El no diligenciar esta información lo descalifica para el proceso de evaluación.

Indicador (Según el Acuerdo 003 de 2024)	Valor (Colocar únicamente número)	Descripción
Generación de Empleo (Indique el número de Autoempleo, Puesto de trabajo o Empleos directos a Crear, en la descripción defina el cargo)	4	Se generaran 4 empleos nuevos: Contratar a Ghostwriter, Community Manager, Productor Audiovisual y Contador
Retención de Empleo (Indique el número de Autoempleo, Puesto de trabajo o Empleos directos a retener en la descripción defina el cargo)	1	Se retendra el empleo del Gerente de la empresa.
Contrapartidas	11	Debe darse cumplimiento a la realización de eventos de transferencia de experiencia los cuales se programarán de manera concertada con el SENA
Sostenimiento empresarial (Para ser sostenible debe ser mayor a 0)	2,10626703	La empresa debe ser sostenible demostrando que sus ventas son superiores a sus costos

14.- MAPA DE ACTORES

Mencione qué actores de otras instituciones, ya sean del sector público, privado u otros, podrían colaborar para impulsar el desarrollo de su iniciativa empresarial.

Nombre	Actor	Localización	Qué desea del actor clave
Cámara de Coemrcio de Ibagué	Privado,	Ibagué, Tolima	Facilitar el acceso a empresarios y MiPymes del departamento mediante su red de afiliados y programas de competitividad, participando en ferias, ruedas de negocio y procesos de formación.
Innpulsa – Colombia Productiva	Público	BOOGTÁ, COLOMBIA	Que la empresa pueda acceder a convocatorias, mentorías y procesos de aceleración que potencien nuestro crecimiento y visibilidad como un referente creativo colombiano.
Fenalco Tolima	Público	Ibagué, Tolima	Participar en sus eventos y capacitaciones para ofrecer herramientas de comunicación estratégica y fortalecer la relación con el sector productivo.
Secretaría de Desarrollo Económico del Tolima	Público	Ibagué, Tolima	Impulsar la expansión territorial, la participación en programas de innovación y la integración en estrategias de desarrollo económico del departamento.
Secretaría TIC de Ibagué	Público	Ibagué, Tolima	Ser un aliado institucional en la transformación digital de las mipymes locales, integrando a la Agencia SC en los programas de formación, digitalización y visibilización empresarial del municipio.
Ministerio de las TIC	Público, Nacional	Edificio Murillo Toro, Cra. 8 #Entre Calles 12 y 13, Bogotá	Mentoría y aceleración para emprendimientos digitales y creativos con componente tecnológico.