

Astrades multimedia studio

Edwin Alejandro Sánchez Muñoz

Asesor

Deivid Enrique Triviño Lozada

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD
Escuela de Ciencias Básicas, Tecnología e Ingeniería ECBTI
Ingeniería Multimedia
2025

Nota de aceptación

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Agradecimientos

Quisiera comenzar expresando mi más sincero agradecimiento a todas las personas que de una u otra forma contribuyeron a la realización de esta tesis. Este trabajo no habría sido posible sin su apoyo, orientación y motivación en cada etapa del proceso.

En primer lugar, agradezco profundamente a mi director de tesis, Deivid Enrique Triviño Lozada, por su invaluable guía, paciencia y dedicación. Sus consejos y conocimientos han sido fundamentales para el desarrollo de este proyecto.

A mis tutores y compañeros del programa de Ingeniería Multimedia, gracias por compartir sus experiencias, ideas y críticas constructivas que enriquecieron mi formación académica y personal.

Primeramente, gracias a Dios, a mi familia y a mi pareja, por su apoyo incondicional, comprensión y ánimo durante los momentos desafiantes. Su cariño y aliento fueron mi mayor fortaleza.

A mis mascotas, Andy y Mimi, que siempre me acompañaron, dándome el ánimo necesario para sacar adelante este proyecto de vida.

Finalmente, a todas las personas e instituciones que colaboraron directa o indirectamente en esta investigación, mi más profundo agradecimiento por hacer posible la culminación de este sueño.

Este logro es también suyo.

Resumen

La creación de una empresa multimedia enfocada en productos de exportación de Colombia y Latinoamérica hacia la región Asia-Pacífico no solo responde a una necesidad actual del mercado, también representa una oportunidad para impulsar el crecimiento de las empresas locales en el escenario global. Al combinar creatividad, tecnología y conocimiento del comercio internacional, esta iniciativa se convierte en un aliado estratégico para potenciar la competitividad y el éxito de los productos en Asia. La creciente digitalización de los procesos comerciales y el auge del comercio electrónico a nivel global respaldan la viabilidad de este proyecto. Además, la flexibilidad de la multimedia permite adaptarse a diversos sectores, como agroindustria, como el caso del café colombiano, manufactura, artesanía, turismo y más. Con una estrategia de expansión gradual, la empresa podría posicionarse como un referente en soluciones multimedia para exportadores tanto a nivel nacional como internacional.

Palabras clave: Creatividad, exportación, tecnología, multimedia.

Abstract

The creation of a multimedia company focused on export products from Colombia and Latin America to the Asia–Pacific region not only responds to a current market need, but also represents an opportunity to boost the growth of local companies on the global stage. By combining creativity, technology and knowledge of international trade, this initiative becomes a strategic ally to enhance the competitiveness and success of products in Asia. The growing digitalization of business processes and the rise of e-commerce globally support the viability of this project. In addition, the flexibility of multimedia allows it to adapt to various sectors, such as agroindustry, such as Colombian coffee, manufacturing, crafts, tourism and more. With a gradual-expansion strategy, the company could position itself as a benchmark in multimedia solutions for exporters, both nationally and internationally.

Keywords: Creativity, digitalization, multimedia company, solutions, technology and knowledge.

Tabla de Contenido

Introducción	15
Planteamiento del Problema	18
Contexto y Oportunidad de Mercado.....	18
Ventajas de los Productos Multimedia hacia estos Mercados.....	18
Tendencias Globales que Favorecen la Viabilidad y Proyección	20
Digitalización del Comercio Internacional	20
Crecimiento del E-Commerce.....	20
Mercado Objetivo y Demanda	21
Sectores con Alto Potencial	21
Agroindustria	21
Manufactura	21
Artesanía y Diseño	21
Turismo	21
Empresas de Diversos Tamaños.....	21
Ventajas Competitivas.....	22
Adaptabilidad Cultural.....	22
Tecnologías Innovadoras	22
Proyección de Crecimiento.....	23
Expansión Gradual.....	23
Alianzas Estratégicas	23
Sostenibilidad y Escalabilidad	24
Modelo de Negocio Sostenible	24

Impacto Ambiental Positivo.....	24
Proyección Financiera.....	25
Altos Márgenes de Rentabilidad.....	25
Flujo de Ingresos Recurrentes.....	25
Justificación	26
Crecimiento Económico y Oportunidades Comerciales en Asia Pacífico	26
Demanda de Contenido Multimedia en la Región	26
Objetivos.....	30
Objetivo General.....	30
Objetivos Específicos.....	30
Diseñar y Justificar la Creación de una Empresa Multimedia.....	30
Marco Teórico	31
Potencial del Mercado Asia-Pacífico	31
Demanda de Contenido Multimedia	31
Oportunidades para una Empresa Multimedia.....	33
Servicios Clave	33
Videos Promocionales y Animaciones.....	33
Ventajas Competitivas en Asia-Pacífico	34
Conocimiento Cultural y Lingüístico.....	34
Tecnología Innovadora.....	34
Estrategias para Superar los Desafíos	35
Alta Competencia.....	35
Barreras Culturas y Lingüísticas.....	35

Estrategias	36
Especialización por Sector o País	36
Colaboraciones Locales	36
Proyección de Crecimiento	37
Corto Plazo (1-2 Años)	37
Mediano Plazo (3-5 Años)	37
Análisis estadísticos de fuentes del sector	40
Análisis del mercado de carga y logística de Asia-Pacífico	46
Metodología	47
Desarrollo Conceptual de la Propuesta y Generalidades	47
Definir el Objetivo del Estudio de Mercado	47
Identificación del Mercado Objetivo	49
Sector Exportador	49
Tamaño de las Empresas	49
Análisis de la Demanda	51
Encuestas y Entrevistas	51
Focus Groups	51
Investigación Secundaria	52
Datos de Exportación	52
Metodología de Contacto	52
Empresas Encuestadas en una Segunda Etapa	60
Hg Language Solutions	60
China Trade Commerce Colombia	60

Nombre de la empresa:	60
Encargado:	60
Tipo de empresa	60
Tiene página web	60
Esta en redes sociales.....	60
Esta en redes sociales china	60
Hace e-marketing.....	60
Idiomas.....	60
Utiliza soluciones digitales	60
Informes de Mercado	61
Prototipo de Página Web.....	62
Marco Legal	63
Ley 2069 de 2020.....	63
Regulación de Contenidos Audiovisuales.....	63
Principales Productos Exportados desde Colombia a China, 2019, 2022 y 2023* (millones de dólares FOB).....	68
Exportaciones hacia China por Grupo de Productos	70
Análisis de la Competencia.....	71
Identificación de Competidores	71
Evaluación de la Competencia.....	71
Análisis de Tendencias y Tecnologías.....	73
Tendencias de Marketing Digital	73
Inteligencia Artificial y Automatización.....	73

	10
Análisis de Barreras y Requerimientos.....	76
Barreras Culturales y Lingüísticas.....	76
Diferencias en Prácticas Comerciales.....	76
Diferencias en Valores y Creencias.....	76
Barreras Lingüísticas.....	78
Idioma y Dialectos.....	78
Comunicación No Verbal.....	78
Estrategias para Superar las Barreras para Compartir con Nuestros Clientes.....	79
Investigación y Preparación.....	79
Construcción de Relaciones.....	79
Análisis de Precios y Rentabilidad.....	81
Estructura de Costos.....	81
Precios de Mercado Calculando los Costos Asociados.....	81
Analizar y Optimizar.....	84
Reducción de Costos.....	84
Aumento de Ingresos.....	84
Definición de Estrategias.....	85
Propuesta de Valor.....	85
Estrategias de Marketing.....	85
Posicionamiento de Astrades Multimedia Studio como Empresa de Productos Multimedia en el Nuevo Orden de los Mercados Internacionales.....	87
Atracción de Inversiones y Cooperación Tecnológica.....	87
Reducción de la Dependencia Económica de Estados Unidos.....	88

La Ruta de la Seda y la Visión de Astrades Multimedia Studio al Respecto	90
Cómo se Beneficia Colombia de su Ingreso a la Nueva Ruta de la Seda	90
Inversión en Infraestructura y Desarrollo	90
Atracción de Inversiones Chinas	91
Análisis de riesgos y limitaciones para anticipar desafíos del proyecto	93
Presentación de Resultados	97
Informe Final	97
Consideraciones	99
Conclusiones	102
Referencias Bibliográficas	103
Apéndices	106

Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Comercio bilateral</i>	40
Tabla 2 <i>Clientes contactados</i>	53
Tabla 3 <i>Modelo de la encuesta realizada</i>	53
Tabla 4 <i>Modelo de cuestionario en la encuesta</i>	60
Tabla 5 <i>Cronograma</i>	65
Tabla 6 <i>Recursos</i>	66
Tabla 7 <i>Resultados</i>	67
Tabla 8 <i>Productos exportados</i>	68
Tabla 9 <i>Exportaciones</i>	70
Tabla 10 <i>Riesgos vs acciones claves</i>	95

Lista de Figuras

Figura 1 <i>Paises miembros de la alianza del pacífico</i>	38
Figura 2 <i>Participación en el comercio de Colombia por parte de China (2012-2022)</i>	42
Figura 3 <i>Comercio total entre Colombia y China (2012-2022) Millones USD FOB</i>	42
Figura 4 <i>Mapas de calor para identificar los principales en Asia-Pacífico</i>	43
Figura 5 <i>Dinámica de las exportaciones a China (2012-2022) y comparación ene-ago (2022-2023)</i>	44
Figura 6 <i>Chat de whatsapp</i>	54

Lista de Apéndices

Apéndice A *Planteamiento del problema*..... 106

Apéndice B *Cronograma de actividades*..... 107

Introducción

La propuesta que hago para mi proyecto de grado gira entorno a la creación de un estudio Multimedia, el cual se enfoca a la creación de productos multimedia como aplicaciones, páginas web y marketing digital que pueda beneficiar a potenciales clientes como lo son las empresas que importan y exportan bienes y servicios a la región del Asia Pacífico.

La idea surge después de una investigación que he hecho en diferentes medios digitales acerca del potencial que tienen los mercados asiáticos para con Colombia a la vez que del número exponencial de exportaciones e importaciones que ya en la actualidad se están llevando a cabo y la progresión en años venideros.

La región del sudeste asiático es la solución a los problemas de exportaciones de Colombia y Latinoamérica que como en el caso de Colombia dependen en gran medida de las exportaciones a los Estados Unidos como socio principal con muchísimas desventajas dado a un TLC desequilibrado en opciones hacia el país.

Astrades como empresa de ingeniería Multimedia pretende llegar a este sector. presentando un portafolio de productos novedosos que seguramente pueden llegar a posicionar las marcas y servicios de las empresas colombianas en los mercados de la región Asia Pacífico.

Para la formalización de esta empresa se ha estado haciendo encuestas para lograr identificar estadísticas reales, al igual que detectar las necesidades de las mismas. Desarrollar aplicaciones al igual que marketing digital en los idiomas de estos países, crear páginas web novedosas, video y fotografía de los productos serán el eje central de Astrades como estudio Multimedia dirigida específicamente a esta comunidad.

Recientemente se ha hablado mucho de la ruta de la seda, una estrategia China liderada por este gobierno para establecer rutas comerciales con todo el mundo. Colombia por su parte en

cabeza del presidente Petro ha logrado avances significativos, para hacer de Colombia como parte de estos acuerdos comerciales, que benefician enormemente a la industria colombiana por un lado y por otro el uso de tecnologías como es el caso de la robótica, e constituyen en un paso adelante en las relaciones comerciales entre Colombia y no sólo China, sino la región del Asia Pacífico.

En la actualidad y dados los giros de la política internacional acaecidos por la llegada a la presidencia de los Estados Unidos de Donald Trump, Colombia a la cabeza del presidente actual Gustavo Petro ha venido liderando diferentes iniciativas de nuevos mercados tales como la adhesión de Colombia al grupo de los BRICS, una alianza de comercio poderosa liderada por China.

Mas recientemente el puerto de Buenaventura se ha convertido en el puerto directo de mercancías desde y hacia China teniendo como protagonista China y Colombia a través de la empresa de carga China COSCO, una de las más grandes navieras de carga del mundo. Significa esto que se espera la llegada de mayor tecnología a Colombia y a la vez las exportaciones de Colombia hacia los gigantes asiáticos se incrementaran desde este 2025.

Astrades Multimedia Studio se convertirá en un puente de comunicación intercultural donde de la mano de la Multimedia y de las Inteligencias Artificiales, logra crear portafolios de servicios, aplicaciones, marketing digital y demás eliminando las barreras idiomáticas y acercando más los consumidores finales con los productores locales.

Los secretos de los avances en educación como es el caso chino, donde en muchas partes las aulas de clase ya son aulas multimedia inteligentes, con pantallas interactivas no se escapa al estudio de Astrades Multimedia Studio. Se hace necesario seguir investigando más sobre la

revolución de la Inteligencia Artificial, la robótica y la codificación de algoritmos que le permitan crear aplicaciones efectivas con soluciones innovadoras para las empresas clientes.

En Astrades multimedia studio se pretende romper con los paradigmas establecidos de visión local teniendo en cuenta que vamos a crear productos de más impacto global, siguiendo aquel ejemplo de grandes emprendedores, por ejemplo el caso de Marck Zuckerberg, si él hubiese pensado solo en un Facebook para Estados Unidos no más, probablemente el impacto hubiese sido solo ese, de igual manera si la visión de Larry Page y Serguéi Brin creadores de Google considerado como uno de las primeras IA hubiese sido local, no tendría la trascendencia que ha tenido Google para la Humanidad.

Astrades multimedia studio es un taller de forja de conocimiento, de apropiación de herramientas ya existentes, pero también y aún más importante pretende ser innovadora, emergente y creativa. Factores fundamentales para tener el éxito que la empresa pretende para los negocios de importación y exportación.

Planteamiento del Problema

Haber estudiado Ingeniería Multimedia en la UNAD, abre la mente hacia expectativas laborales en un mundo cada vez más competitivo, dado a que el modelo de trabajo indudablemente es muy diferente al que tuvieron en su época padres y abuelos.

Aprovechar cada uno de los conocimientos adquiridos en el transcurso para sintetizarlos en una empresa: Proyecto Aplicado (Emprendimiento Empresarial), como idea que se ha venido madurando durante los dos últimos años, y que finalmente se refleja en este documento visualizado en el apéndice A.

Contexto y Oportunidad de Mercado

La idea se desprende desde una visión observada del mundo actual. Un mundo globalizado en donde las sociedades puján por abrirse camino en los mercados internacionales. Como ciudadanos colombianos nos hacemos conscientes de las raíces y observamos lo que sucede en el mercado laboral actual que ya está más enfocado a lo global para poder desarrollar una oportunidad de negocio, la cual se plasma con el nombre comercial de Astrades Multimedia Studio.

AMS, es una compañía que presta sus servicios a todas las empresas naturales y jurídicas con negocios de importación y exportación en los mercados de la región Asia pacifico, China como principal protagonista.

Ventajas de los Productos Multimedia hacia estos Mercados

Diferenciación Competitiva. La multimedia permite destacar en un mercado saturado, ofreciendo una experiencia única al cliente.

Ampliación de Mercados. Facilita la adaptación de los mensajes a diferentes culturas e idiomas, superando barreras geográficas.

Reducción de Costos. Las soluciones digitales reducen la necesidad de materiales impresos y logística física, optimizando los presupuestos de marketing.

Sostenibilidad. Al ser digital, la multimedia contribuye a reducir el impacto ambiental asociado a métodos tradicionales de promoción.

Astrades multimedia studio hace alianzas comerciales con especialistas en lingüística y semiótica, estudio necesario para la presentación de los productos y/o servicios colombianos en estos mercados. Es decir, cada producto tendrá en cuenta además estos factores.

Tendencias Globales que Favorecen la Viabilidad y Proyección

Viabilidad y proyección de Astrades Multimedia Studio para empresas exportadoras de bienes o servicios con la región Asia-Pacífico.

Digitalización del Comercio Internacional

El comercio global está experimentando una transformación digital acelerada. Las empresas exportadoras necesitan herramientas digitales para promocionar sus productos, llegar a clientes internacionales y competir en plataformas de *e-commerce*. Astrades Multimedia Studio puede ofrecer soluciones como videos promocionales, catálogos interactivos y experiencias de realidad aumentada, en los idiomas locales lo cual es un valor agregado muy demandado y atractivo para los futuros clientes.

Crecimiento del E-Commerce

Según estudios recientes, el comercio electrónico sigue creciendo a nivel global, especialmente en mercados emergentes. Las empresas exportadoras requieren contenido multimedia de alta calidad para destacar en plataformas como Amazon, Alibaba o Mercado Libre. Esto representa una oportunidad constante para una empresa especializada en crear contenido digital atractivo y efectivo.

Necesidad de Diferenciación. En un mercado global saturado, las empresas exportadoras buscan diferenciarse de la competencia. La multimedia permite contar historias de marca, mostrar procesos de producción, resaltar atributos únicos de los productos y conectar emocionalmente con los consumidores, lo que es clave para ganar cuota de mercado.

Mercado Objetivo y Demanda

Sectores con Alto Potencial

Astrades Multimedia Studio se dirige a diversos sectores exportadores, como:

Agroindustria

Creación de videos que muestren procesos sostenibles o de alta calidad.

Manufactura

Animaciones 3D para mostrar el funcionamiento de maquinaria o productos técnicos.

Artesanía y Diseño

Catálogos digitales interactivos que resalten la autenticidad y el valor cultural.

Turismo

Experiencias inmersivas (realidad virtual) para promocionar destinos o servicios.

Empresas de Diversos Tamaños

Desde pequeñas y medianas empresas (PYME) que buscan internacionalizarse, hasta grandes corporaciones que necesitan actualizar sus estrategias de marketing digital, existe un amplio espectro de clientes potenciales.

Ventajas Competitivas

Adaptabilidad Cultural

Una empresa multimedia como Astrades Multimedia Studio puede ofrecer contenido localizado, adaptado a los idiomas, costumbres y preferencias de los mercados objetivo. Esto es crucial para las empresas exportadoras que buscan penetrar en diferentes regiones.

Tecnologías Innovadoras

El uso de herramientas como realidad aumentada (AR), realidad virtual (VR), animaciones 3D e inteligencia artificial (IA) permite crear experiencias únicas que captan la atención de los consumidores y generan un impacto duradero.

Reducción de Costos para los Clientes. Al ofrecer soluciones digitales, las empresas exportadoras pueden reducir gastos en materiales impresos, ferias internacionales y logística de promoción física, obteniendo un retorno de inversión (ROI) más rápido.

Proyección de Crecimiento

Expansión Gradual

Astrades Multimedia Studio puede comenzar enfocándose en el mercado local, ofreciendo servicios a empresas nacionales que exportan. Una vez consolidada, puede expandirse a nivel regional y global, aprovechando acuerdos comerciales internacionales y la creciente demanda de contenido digital en mercados emergentes.

Alianzas Estratégicas

Colaborar con cámaras de comercio, asociaciones de exportadores y entidades gubernamentales puede abrir puertas a nuevos clientes y proyectos de gran envergadura.

Diversificación de Servicios. Inicialmente, Astrades Multimedia Studio ofrecerá servicios básicos como videos promocionales y catálogos digitales. Con el tiempo, podemos diversificarnos hacia soluciones más avanzadas, como plataformas de *e-commerce* personalizadas, aplicaciones móviles o consultoría en marketing digital para exportadores.

Sostenibilidad y Escalabilidad

Modelo de Negocio Sostenible

Al ser una empresa basada en servicios digitales, los costos operativos son relativamente bajos en comparación con negocios tradicionales. Además, la escalabilidad es alta, ya que un mismo producto multimedia puede ser adaptado y reutilizado para diferentes mercados.

Impacto Ambiental Positivo

Al reducir la dependencia de materiales impresos y promoción física, Astrades Multimedia Studio contribuye a la sostenibilidad ambiental, un factor cada vez más valorado por las empresas y consumidores.

El contenido multimedia (testimonios, casos de éxito, videos de procesos de producción) puede generar confianza en los compradores asiáticos, lo que reduce la necesidad de viajes o reuniones presenciales para cerrar acuerdos.

En Astrades Multimedia Studio pretendemos que una buena campaña multimedia no solo beneficia a las empresas y consumidores, sino que también contribuye a la protección del medio ambiente al reducir el uso de recursos no renovables, minimizar la huella de carbono y promover prácticas sostenibles. Al adoptar estrategias digitales, las empresas pueden alinear sus objetivos comerciales con la responsabilidad ambiental, creando un impacto positivo a largo plazo.

Proyección Financiera

Altos Márgenes de Rentabilidad

Los servicios multimedia tienen márgenes de ganancia atractivos, especialmente cuando se automatizan procesos y se reutilizan recursos creativos.

Flujo de Ingresos Recurrentes

Las empresas exportadoras suelen necesitar actualizaciones constantes de su contenido multimedia, lo que genera oportunidades de ingresos recurrentes a través de contratos de mantenimiento o renovación de campañas.

La creación de Astrades multimedia studio como estudio multimedia dirigida a empresas exportadoras no solo es viable, sino que también tiene un enorme potencial de crecimiento en un mundo cada vez más digitalizado. Al combinar innovación tecnológica, conocimiento del comercio internacional y creatividad, esta empresa puede convertirse en un aliado estratégico para que las empresas exportadoras alcancen sus objetivos de expansión global. Con una proyección clara y un enfoque en la calidad y adaptabilidad, esta iniciativa está posicionada para ser líder en su sector.

Justificación

La creación de Astrades Multimedia Studio como empresa especializada en ofrecer productos y servicios a empresas exportadoras de bienes y servicios hacia la región Asia-Pacífico está plenamente justificada por las siguientes razones:

Las empresas exportadoras necesitan herramientas efectivas para aprovechar estas oportunidades, y el contenido multimedia es clave para diferenciarse y conectar con los consumidores asiáticos.

Crecimiento Económico y Oportunidades Comerciales en Asia Pacífico

Asia-Pacífico es la región de mayor crecimiento económico a nivel global, con países como China, Japón, Corea del Sur, India y los miembros de la ASEAN (Asociación de Naciones del Sudeste Asiático) liderando la expansión.

Según el Banco Mundial, la región representa más del 60% del crecimiento económico mundial, lo que la convierte en un destino estratégico para las exportaciones.

Acuerdos comerciales como el RCEP (Asociación Económica Integral Regional) facilitan el intercambio de bienes y servicios entre 15 países, creando un mercado integrado y dinámico.

Demanda de Contenido Multimedia en la Región

Los consumidores y empresas en Asia-Pacífico son altamente receptivos al contenido digital. Plataformas como Alibaba, JD.com, Shopee y Lazada dominan el comercio electrónico, y todas requieren contenido multimedia de alta calidad para promocionar productos.

Las redes sociales y plataformas de video, como WeChat, Douyin (TikTok en China), Line y YouTube, son fundamentales para llegar a los consumidores, lo que aumenta la demanda de videos, animaciones y contenido interactivo.

La región es líder en adopción de tecnologías como 5G, realidad aumentada (AR) y realidad virtual (VR), lo que abre oportunidades para soluciones multimedia innovadoras.

Astrades Multimedia Studio puede satisfacer esta demanda creciente, ofreciendo servicios que permitan a las empresas exportadoras destacar en un mercado altamente competitivo.

Necesidad de Diferenciación en un Mercado Globalizado. En un mercado global saturado, las empresas exportadoras necesitan diferenciarse para captar la atención de los consumidores asiáticos. El contenido multimedia permite contar historias de marca, mostrar procesos de producción y resaltar atributos únicos de los productos.

Herramientas como videos promocionales, catálogos digitales interactivos, animaciones 3D y experiencias de realidad aumentada ayudan a generar un impacto emocional y mejorar la percepción de la marca.

Astrades Multimedia Studio puede ofrecer soluciones creativas y personalizadas que permitan a las empresas exportadoras destacar en mercados competitivos como China, Japón o Corea del Sur.

Adaptación Cultural y Lingüística. Asia-Pacífico es una región extremadamente diversa, con múltiples idiomas, culturas y preferencias de consumo. El contenido multimedia debe estar adaptado a estas diferencias para ser efectivo.

Por ejemplo, en China, el uso del color rojo (símbolo de buena suerte) y la inclusión de elementos culturales son clave, mientras que en Japón se valora la precisión y el minimalismo.

Astrades Multimedia Studio con *expertise* en adaptación cultural y lingüística puede ayudar a las empresas exportadoras a evitar errores costosos y conectar de manera efectiva con los consumidores locales.

El contenido multimedia digital reduce la necesidad de materiales impresos y logística física, lo que disminuye los costos de promoción para las empresas exportadoras.

Además, las herramientas digitales permiten medir el impacto de las campañas y ajustarlas en tiempo real, optimizando los recursos de marketing.

Al ofrecer soluciones digitales, Astrades Multimedia Studio no solo ayuda a las empresas exportadoras a reducir costos, sino que también mejora la eficiencia de sus estrategias de promoción.

El uso de contenido multimedia digital contribuye a la sostenibilidad ambiental, al reducir la dependencia de materiales impresos y promoción física.

Esto es especialmente relevante en Asia-Pacífico, donde países como Japón y Corea del Sur están liderando iniciativas de sostenibilidad y responsabilidad social.

Astrades Multimedia Studio puede posicionarse como un aliado estratégico para las empresas exportadoras que buscan alinearse con las tendencias globales de sostenibilidad.

El mercado multimedia en Asia-Pacífico tiene un enorme potencial de crecimiento, impulsado por la digitalización del comercio y el auge del *e-commerce*.

Los servicios multimedia tienen márgenes de ganancia atractivos, especialmente cuando se automatizan procesos y se reutilizan recursos creativos.

Además, las empresas exportadoras suelen necesitar actualizaciones constantes de su contenido multimedia, lo que genera oportunidades de ingresos recurrentes.

La creación de una empresa multimedia no solo es viable, sino que también tiene un alto potencial de rentabilidad y escalabilidad.

La creación de Astrades Multimedia Studio como empresa especializada en ofrecer productos y servicios a empresas exportadoras hacia Asia-Pacífico está plenamente justificada

por el crecimiento económico de la región, la demanda de contenido digital, la necesidad de diferenciación en un mercado globalizado y las oportunidades de adaptación cultural y lingüística. Además, esta iniciativa contribuye a la sostenibilidad y ofrece un modelo de negocio rentable y escalable.

En un mundo cada vez más digitalizado y globalizado, Astrades Multimedia Studio puede convertirse en un aliado estratégico para las empresas exportadoras que buscan expandirse en una de las regiones más dinámicas y prometedoras del mundo.

Objetivos

Objetivo General

Diseñar y justificar la creación de una empresa multimedia especializada en la producción de contenidos digitales innovadores, con el fin de ofrecer soluciones integrales a empresas exportadoras de bienes y servicios, facilitando su posicionamiento y competitividad en mercados internacionales, con un enfoque inicial en la región Asia-Pacífico, mediante el uso de herramientas tecnológicas avanzadas y estrategias de adaptación cultural y lingüística.

Astrades multimedia studio es una empresa desarrolladora de aplicaciones multimedia que presta sus servicios a compañías tanto jurídicas como naturales que exportan e importan bienes y/o servicios a los países del mercado asiático a saber: China, Japón, Corea, Vietnam entre otros. Dentro de los servicios específicos que presta la compañía Astrades Multimedia Studio, podemos definir como producto principal el desarrollo de aplicaciones web los cuales serán usados por nuestras empresas clientes para promocionar y vender sus productos al igual que servicios.

Objetivos Específicos

Diseñar y Justificar la Creación de una Empresa Multimedia

Este aspecto se refiere al desarrollo de mi plan de negocios el cual pretendo que sea sólido empezando por un estudio de mercado, análisis de viabilidad, propuesta de servicios y estrategias de implementación. Además, busco fundamentar por qué Astrades Multimedia Studio es necesaria y cómo puede generar valor en el mercado. La empresa Astrades Multimedia Studio se enfocará en crear productos multimedia de vanguardia, como videos promocionales, animaciones 3D, realidad aumentada (AR), realidad virtual (VR), catálogos digitales interactivos y plataformas de *e-commerce*, que permitan a las empresas exportadoras destacar en un entorno.

Marco Teórico

Potencial de Astrades multimedia studio, como empresa creadora de productos multimedia a empresas exportadoras en la región Asia-Pacífico.

El mercado de Asia-Pacífico es uno de los más dinámicos y de mayor crecimiento en el mundo, lo que representa una oportunidad excepcional para una empresa multimedia que ofrezca servicios especializados a empresas exportadoras que busquen penetrar en esta región. A continuación, analizo el potencial de Astrades Multimedia Studio enfocada en este mercado, destacando las oportunidades, desafíos y estrategias clave.

Potencial del Mercado Asia-Pacífico

Crecimiento Económico y Comercial: Asia-Pacífico es una de las regiones con mayor dinamismo económico a nivel global, con países como China, Japón, Corea del Sur, India, Australia y los países de la ASEAN (Asociación de Naciones del Sudeste Asiático) liderando el crecimiento.

Según datos del Banco Mundial, la región representa más del 60% del crecimiento económico mundial, lo que la convierte en un destino clave para las exportaciones.

El comercio intrarregional en Asia-Pacífico también está en auge, gracias a acuerdos comerciales como el RCEP (Asociación Económica Integral Regional), que facilita el intercambio de bienes y servicios entre 15 países.

Demanda de Contenido Multimedia

Las empresas asiáticas y los consumidores de la región son altamente receptivos al contenido digital y multimedia. Países como China, Corea del Sur y Japón son líderes en adopción tecnológica y consumo de contenido en línea.

Plataformas como Alibaba, JD.com, Shopee y Lazada dominan el comercio electrónico en la región, y todas requieren contenido multimedia de alta calidad para promocionar productos.

Además, las redes sociales y plataformas de video como WeChat, Douyin (TikTok en China), Line y YouTube son fundamentales para llegar a los consumidores, lo que aumenta la demanda de videos, animaciones y contenido interactivo.

Asia-Pacífico es una región extremadamente diversa, con múltiples idiomas, culturas y preferencias de consumo. Una empresa multimedia que pueda adaptar su contenido a estas diferencias tendrá una ventaja competitiva significativa.

Por ejemplo, el contenido para China debe considerar aspectos culturales como el uso del color rojo (símbolo de buena suerte) y evitar referencias negativas, mientras que en Japón se valora la precisión y el minimalismo.

Oportunidades para una Empresa Multimedia

Servicios Clave

Traducción y localización de contenido adaptar videos, catálogos y presentaciones a idiomas como chino mandarín, japonés, coreano, tailandés o hindi, respetando las normas culturales de cada mercado.

Videos Promocionales y Animaciones

Crear contenido visual atractivo que muestre las características únicas de los productos, destacando su calidad, innovación o sostenibilidad.

Realidad Aumentada (AR) y Realidad Virtual (VR). Ofrecer experiencias inmersivas que permitan a los compradores interactuar con los productos antes de adquirirlos, algo especialmente útil para sectores como maquinaria, turismo o bienes de lujo.

Catálogos digitales interactivos: Desarrollar plataformas en línea que permitan a los compradores explorar productos de manera intuitiva, con filtros por categorías, especificaciones técnicas y opciones de compra directa.

Marketing digital y redes sociales: Crear campañas personalizadas para plataformas como WeChat, Douyin, Line o Instagram, aprovechando tendencias locales y algoritmos de recomendación.

E-Commerce y Plataformas de Exportación. Diseñar y optimizar tiendas en línea en plataformas como Alibaba, Amazon Japón o Shopee, asegurando que el contenido multimedia sea atractivo y efectivo.

Ventajas Competitivas en Asia-Pacífico

Conocimiento Cultural y Lingüístico

Una empresa multimedia que cuente con expertos en cultura e idiomas asiáticos tendrá una ventaja significativa para crear contenido resonante y evitar errores culturales.

Tecnología Innovadora

Asia-Pacífico es líder en adopción de tecnologías como 5G, inteligencia artificial y comercio electrónico. Una empresa multimedia que integre estas tecnologías en sus servicios será altamente valorada.

Conexiones Comerciales. Establecer alianzas con cámaras de comercio, agencias de promoción de exportaciones y consultoras especializadas en Asia-Pacífico puede abrir puertas a clientes internacionales.

Colombia y la región latinoamericana en especial, tienen en la actualidad profundos lazos comerciales, que se han venido solidificando con el correr de los tiempos. En el caso de Colombia hay dos aspectos sobresalientes, por un lado, está la migración japonesa a Colombia que se viene dando desde el año 1929, familias que supieron del país, por la obra *La María*, de Jorge Isaac, primera novela de la literatura Colombiana, traducida al japonés.

Esta migración se expandió por el occidente colombiano, creando diferentes industrias agrícolas en el país, haciendo de la región del Valle del Cauca un foco de crecimiento para el país y de conocimiento para los mercados de Japón.

Otra exposición al conocimiento del país se dio en la guerra de Corea donde Colombia envía un batallón para que junto con los aliados combatieran en tierras coreanas, desde esa época los lazos comerciales con este país han sido muy fuertes y empresas del sector automotriz, de tecnologías son un referente de los mercados colombianos.

Estrategias para Superar los Desafíos

Alta Competencia

El mercado multimedia en Asia-Pacífico es altamente competitivo, con muchas empresas locales ofreciendo servicios similares.

Barreras Culturales y Lingüísticas

La diversidad de la región puede complicar la creación de contenido efectivo para todos los mercados.

Regulaciones y Normativas. He hecho el ejercicio legal siguiendo los parámetros de constitución legal para empresas en Colombia a saber: Registro ante la cámara de comercio, DIAN, y para el caso de la Multimedia como emprendimiento tecnológico y porque tiene elementos diferenciadores innovadores que pueden ser protegidos bajo derechos de propiedad intelectual, la Dirección Nacional de Derecho de Autor y la Superintendencia de Industria y Comercio también estarían involucradas en este proceso.

Las regulaciones Normativas a las cuales las empresas de Colombia y Latino-América se ven enfrentadas, tienen que ver con las mismas legislaciones de dichos países en materia de salubridad y ambiental en el caso de alimentos y de calidad en el caso de bienes procesados. Por otra parte, por el lado de la minería las referentes a los procesos de extracción de minerales.

Principales productos exportados de Colombia a China Petróleo crudo, Briquetas de carbón, ferroalloys tienen una normativa dentro de la legislación que es muy clara se encuentra en el Acuerdo para la Protección y Promoción Recíproca de Inversiones (2008) firmado entre la república Popular de China y la república de Colombia, citando un ejemplo.

Estrategias

Especialización por Sector o País

Enfocarse en sectores específicos (por ejemplo, agroindustria o tecnología) o en países clave (como China o Japón) para ganar expertise y reputación.

Colaboraciones Locales

Trabajar con agencias o freelancers locales para garantizar que el contenido sea culturalmente apropiado y efectivo.

Innovación Continua. Mantenerse a la vanguardia de las tendencias tecnológicas y de consumo en la región.

Cuando se habla de innovación, se encierran diferentes propuestas de investigación permanente de las cuales Astrades Multimedia Studio como empresa que pretende liderar el sector busca crear una cultura para ser reconocida por sus productos multimedia de alta calidad, que sean capaces de competir, con sus pares en Europa y Norte América.

Un producto de alta calidad que se venda a una empresa o a un cliente y logre el impacto generado, redundará en más clientes para la compañía, pues bien, se sabe que los mejores clientes son los que permiten recomendar a demás del sector un servicio premium de alta calidad.

Con un factor como este, tan relevante, se asegura que Astrades sea reconocida en todos los ámbitos como empresa innovadora, y que cualquier producto o servicio dentro del portafolio tenga una alta demanda.

Proyección de Crecimiento

Corto Plazo (1-2 Años)

Enfocarse en empresas exportadoras locales que busquen entrar en mercados asiáticos, ofreciendo servicios básicos como videos promocionales y catálogos digitales.

Mediano Plazo (3-5 Años)

Expandirse a nivel regional, estableciendo alianzas con empresas asiáticas y ofreciendo servicios más avanzados, como realidad aumentada y plataformas de e-commerce.

Largo Plazo (5+ Años). Convertirse en un referente regional para soluciones multimedia en exportaciones, con presencia física o virtual en países clave como China, Japón y Corea del Sur.

El potencial de Astrades Multimedia Studio enfocada en ayudar a empresas exportadoras a ingresar al mercado Asia-Pacífico es enorme. La combinación de un mercado en crecimiento, la alta demanda de contenido digital y la necesidad de adaptación cultural crea una oportunidad única para ofrecer servicios de valor agregado. Con una estrategia bien definida y un enfoque en la innovación y la calidad, esta empresa puede posicionarse como un aliado estratégico para las empresas que buscan expandirse en una de las regiones más dinámicas del mundo.

Figura 1

Países Miembros de la Alianza del Pacífico



Fuente. Imagen de los principales bloques económicos.

Se trata de uno de los principales bloques económicos, pues tiene como finalidad impulsar el crecimiento, desarrollo y competitividad a nivel económico. Con ello se pretende lograr un mayor bienestar y lograr superar las desigualdades que afectan la gran mayoría de países de Latinoamérica.

Los cuatro países reúnen el 41% del Producto Bruto Interno de América Latina y el Caribe. Además, suman aproximadamente el 50% del comercio exterior de Latam. Otro dato relevante es que juntos conforman la octava potencia económica y exportadora a nivel mundial.

Fuente: INFOBAE 10 de febrero de 2025

Por el lado colombiano ya China cuenta con el Puerto de Buenaventura en ruta directa hacia Colombia. COSCO Shipping Lines, la más grande empresa naviera, ya opera oficialmente desde el Puerto de Buenaventura en ruta directa con los puertos de Shanghái y Hong Kong.

La Sociedad Portuaria Regional de Buenaventura (SPRBUN) y la línea naviera Cosco Shipping oficializaron desde el miércoles 5 de febrero de 2025 la puesta en marcha del primer servicio directo entre Asia y Buenaventura, llamado WSA5. Este nuevo enlace marítimo conectará Buenaventura - Shanghái en tiempo super récord, siendo el más eficaz del mercado, fortaleciendo la conectividad entre Colombia y los principales mercados asiáticos.

De otro lado según la revista Forbes Colombia, este índice de crecimiento debido a la calidad de los productos colombianos y a cierta estabilidad política van a ser siempre atractivas para que Astrades Multimedia Studio, pueda tener un portafolio tanto de servicios como de clientes muy amplio.

Desde el punto de vista de la propia razón social y objetivos que plantea Astrades Multimedia Studio y habiendo hecho una investigación propia de mercados que ha incluido tanto a las empresas que están vigentes como a aquellas que lo han intentado se observa un potencial altísimo de posibles negocios, dado a las características fundamentales de lo que propongo.

La posibilidad de negocio se desprende de esta investigación y de mi visión personal, basado también en mi propia experiencia. Venir de una región cafetera y estudiar Ingeniería Multimedia es una oportunidad de negocios muy importante.

La creación de contenidos Multimedia en diversos sectores busca ser una herramienta necesaria para cada exportador. El desarrollo de productos multimedia requiere un enfoque creativo y técnico.

Cuento con las herramientas técnicas, además del conocimiento adquirido durante mi formación profesional.

He dotado a Astrades Multimedia Studio del equipo de video y fotografía adecuado junto con programas de software sólido. Estamos a la tarea de invertir en software y equipos de calidad para la creación y edición de contenido. Ejemplos incluyen Adobe Creative Suite para diseño gráfico y edición de vídeo.

Análisis Estadísticos de Fuentes del Sector

Recopilación de Datos de fuentes del sector como Procolombia, y DANE que incluye:
Informes anuales, estadísticas de exportación, estudios de mercado.

Tabla 1

Comercio Bilateral

Comercio Bilateral ene-jul (2022 – 2023)	
Importaciones	Exportaciones
Déficit Comercial: 9.658	Déficit Comercial: 6.447
1.233	1.306
10.891	7.753
2022 Ene-Jul	2023 Ene-Jul

Nota. Importaciones y exportaciones del comercio

“El Banco Asiático de Desarrollo (BAD) está ayudando a los países emergentes del Pacífico con sus operaciones de planificación, construcción y mantenimiento de infraestructura de conectividad. Los proyectos de transporte contribuyen con más del 59% del valor total de la cartera del BAD en el Pacífico. El apoyo del BAD al sector del transporte está ayudando a cerrar las brechas en el área del Pacífico, lo que resulta en un crecimiento más rentable, estable y de largo plazo. Se espera que las inversiones del BAD en transporte en el Pacífico alcancen más de 1.600 millones de dólares, incluidos 115 millones de dólares en cofinanciamiento, para 22 proyectos durante el período 2022-2024”.

Source.

Con iniciativas como estas el gobierno colombiano ha logrado crear un primer puente directo de comunicación fortaleciendo el puerto de Buenaventura con sus pares en Shanghái y

Hong Kong en China, la empresa COSCO ya inicio operaciones comerciales directas entre estos puertos facilitando la exportación de las mercancías colombianas.

DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística): Datos de comercio exterior.

Consultadas las bases estadísticas del DANE en lo referente a exportaciones e importaciones, se tiene que la información estadística de comercio exterior que produce la DIAN se reproduce a partir de los datos de los registros administrativos de importaciones y exportaciones (tales como declaraciones de importación y exportación) de los cuales son validados, procesados y analizados sólo a partir de la metodología de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), de la Comunidad Andina de Naciones (CAN) y los criterios de calidad definidos por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE).

Cámara de Comercio: Registros de empresas exportadoras.

Otras fuentes: Informes de mercado internacional, estudios sectoriales.

Variables a Considerar

Número de empresas colombianas que exportan a Asia-Pacífico.

Volumen de exportaciones (en valor y cantidad).

Principales productos y servicios exportados.

Tasa de crecimiento de las exportaciones.

Participación del sector multimedia en las exportaciones totales.

Principales destinos dentro de la región Asia-Pacífico.

Barreras y facilitadores para la exportación.

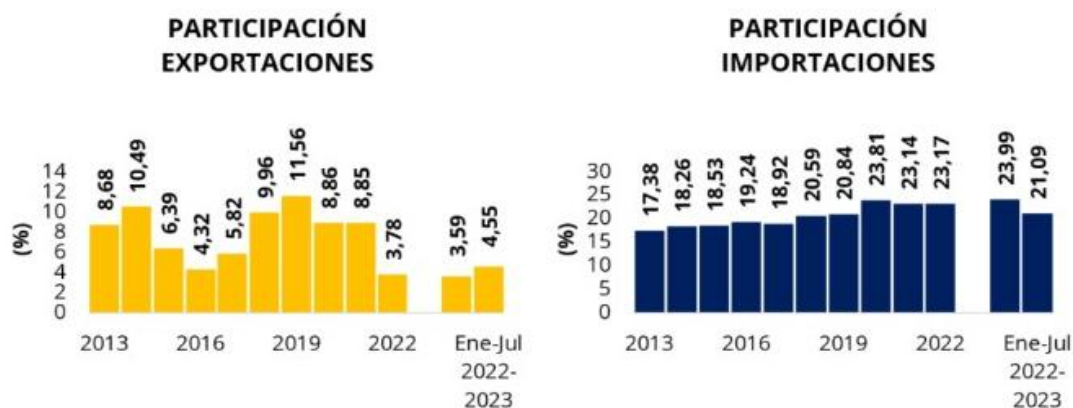
Análisis Descriptivo

Estadísticas Básicas:

Media, mediana, moda, desviación estándar de las exportaciones.

Figura 2

Participación en el Comercio de Colombia por Parte de China (2012-2022)



Fuente. Ministerio de comercio, industria y turismo

Distribución de las exportaciones por tipo de producto/servicio.

Tendencias temporales (anuales, trimestrales).

Visualización de Datos

Gráficos de barras, líneas, y tortas para representar la participación de diferentes sectores.

Figura 3

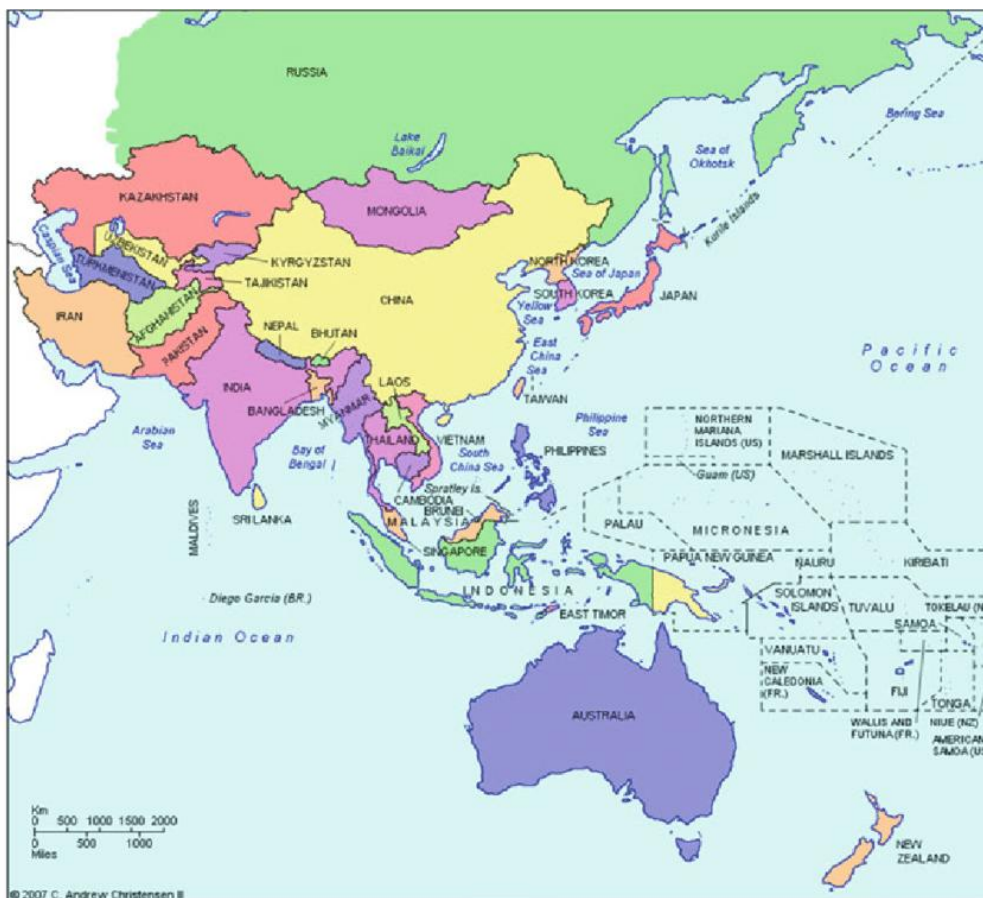
Comercio Total entre Colombia y China (2012-2022) Millones USD FOB



Fuente. Diferentes sectores

Figura 4

Mapas en Color para Identificar los Principales en Asia-Pacífico



Fuente. Destinos más importantes

Análisis Sectorial (Multimedia)

Identificación de Empresas:

Listado de empresas colombianas del sector multimedia que exportan a Asia-Pacífico.

Características de estas empresas (tamaño, antigüedad, especialización).

Volumen de Exportaciones:

Valor total exportado por el sector multimedia.

Comparación con otros sectores.

Tendencias y Crecimiento:

Análisis de la tasa de crecimiento de las exportaciones multimedia.

Identificación de factores que influyen en este crecimiento.

Análisis Competitivo

Benchmarking:

Comparación con otros países que exportan servicios multimedia a Asia-Pacífico.

Identificación de ventajas competitivas de Colombia.

Barreras y Oportunidades:

Análisis de barreras arancelarias y no arancelarias.

Oportunidades de mercado en países específicos de la región.

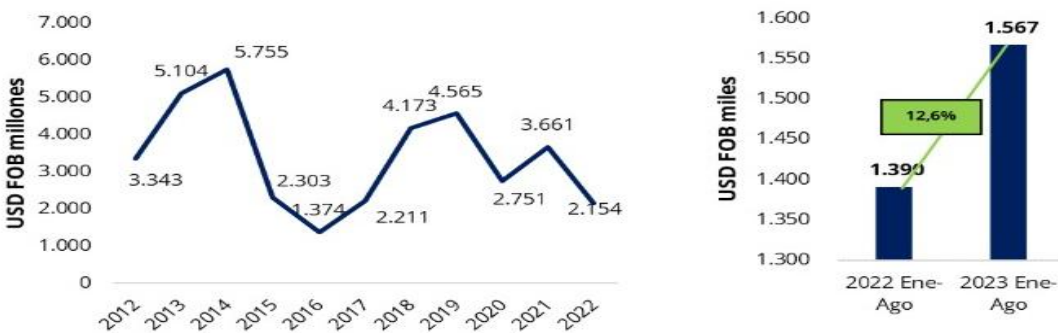
Análisis de Mercado

Demanda en Asia Pacifico

La principal demanda en los mercados de la región Asia pacifico es en productos de la minería, como carbón, piedras preciosas como esmeraldas, níquel y hierro siendo específicos entre otros. Por otra parte, el café y las frutas tropicales gozan de una amplia demanda en estos mercados.

Figura 5

Dinámica de las Exportaciones a China (2012-2022) y Comparación ene-ago. (2022-2023)



Fuente. Datos de marco de las exportaciones

No hay una estadística clara de empresas Multimedia Colombianas, que presten este tipo de servicio, aun consultando en el ministerio de las tecnologías de Colombia, las empresas multimedia del sector están más enfocadas a otros renglones que este en específico, lo cual le abre un nicho de mercado más amplio a Astrades Multimedia Studio.

Estrategia de Astrades Multimedia Studio para ser reconocida en el sector:

Después de haber identificado que los productos más apetecidos para la compra son los minerales y los de la agroindustria, para la compañía es correcto lanzar campañas de promoción dirigidas a esas empresas específicas y que gracias a Proexport y la Cámara de Comercio podremos saber de ellas, para llegarles con nuestra propuesta.

Conclusiones y Recomendaciones

Resumen de Hallazgos:

Principales estadísticas y tendencias identificadas.

Posicionamiento del sector multimedia colombiano en Asia-Pacífico.

Recomendaciones Estratégicas:

Acciones específicas para la empresa multimedia basadas en el análisis.

Sugerencias para ProColombia en términos de apoyo y promoción.

Herramientas de Análisis

Software estadístico

Visualización

Dashboards interactivos

Análisis del Mercado de Carga y Logística de Asia-Pacífico

El tamaño del mercado de carga y logística de Asia Pacífico se estima en 3,55 billones de dólares en 2024, y se espera que alcance los 4,56 billones de dólares en 2029, creciendo a una tasa compuesta anual del 5,13% durante el período previsto (2024-2029).

Source. <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/asia-pacific-freight-logistics-market-study>.

Limitaciones y Consideraciones Futuras

Limitaciones del estudio:

Disponibilidad y calidad de los datos

Cambios en el entorno para identificar tendencias a largo plazo

Este enfoque proporciona una base sólida para realizar un análisis estadístico detallado y ofrecer insights valiosos para una empresa multimedia interesada en expandirse al mercado Asia-Pacífico.

Metodología

Desarrollo Conceptual de la Propuesta y Generalidades

Para la realización de esta primera etapa voy a empezar haciendo un estudio de mercado para implementar una empresa multimedia dirigida al sector exportador como paso fundamental para garantizar el éxito del negocio. Este estudio me permitirá identificar oportunidades, entender las necesidades del mercado, analizar la competencia y definir estrategias efectivas.

Definir el Objetivo del Estudio de Mercado

El objetivo principal es analizar la viabilidad y potencial de Astrades Multimedia Studio que ofrezca servicios a empresas exportadoras, identificando.

Necesidades del Sector Exportador. El sector exportador de productos multimedia, especialmente en el ámbito audiovisual, enfrenta una serie de necesidades y desafíos para consolidarse y expandirse en los mercados internacionales.

El sector requiere profesionales mejor preparados para cumplir con los estándares internacionales. Actualmente, existe una brecha entre la formación académica y las demandas del mercado, lo que limita la capacidad de las empresas para competir globalmente.

Aunque Colombia ofrece incentivos como reembolsos del 40% en gastos de producción y exenciones fiscales, estos beneficios suelen estar más orientados a producciones extranjeras que a empresas locales.

Falta mayor promoción del contenido local en mercados internacionales y un enfoque en la creación de propiedad intelectual propia que permita a Colombia competir con producciones extranjeras

Aunque Colombia cuenta con locaciones diversas y estudios de grabación, se requiere mayor inversión en tecnología de punta para competir en áreas como animación 3D, realidad virtual y formatos 4K/UHD.

Tendencias del Mercado Multimedia. El sector debe adaptarse a las tendencias globales, como el consumo de contenido en plataformas digitales, formatos breves para redes sociales y experiencias de realidad aumentada.

Competencia y oportunidades de diferenciación: Los consumidores globales demandan productos que reflejen valores como la sostenibilidad y la responsabilidad social.

Atraer inversión extranjera en tecnología y establecer alianzas con empresas líderes en el sector para modernizar la infraestructura existente.

Mercados objetivo (Empresas que exportan al Asia-Pacífico): El sector exportador de productos multimedia en Colombia tiene un gran potencial, pero requiere abordar estas necesidades para consolidarse como un líder regional y global en la industria multimedia. La colaboración entre el gobierno, las empresas y la academia será clave para superar estos desafíos y aprovechar las oportunidades que ofrece este gigante en expansión.

Requerimientos técnicos y culturales: Desarrollar estrategias de exportación específicas para cada mercado, incluyendo la adaptación cultural de los contenidos y la colaboración con distribuidores locales.

Identificación del Mercado Objetivo

Sector Exportador

Los renglones del motivo de estudio de preferencia para ofrecer productos multimedia están en la agroindustria, manufactura, textiles, tecnología, siendo relevantes la agroindustria del café, exportación de minerales y productos alimenticios hacia oriente y viceversa tecnología, autos eléctricos, energía solar, telecomunicaciones entre otros.

Tamaño de las Empresas

En la primera etapa, Astrades Multimedia Studio se enfoca en PYME para adquirir la experiencia necesaria y posteriormente acceder a las grandes empresas del sector exportador hacia la región Asia-Pacífico.

Mercados de Destino: Las regiones o países a los que exportan nuestros clientes potenciales son la región Asia-Pacífico, China, Japón, Corea, Vietnam, Singapur, Malasia, Laos, Birmania.

Perfil del Cliente: Empresas naturales y jurídicas con necesidad de contenido multimedia, tales como animaciones, videos, fotografía profesional, catálogos digitales que cumplan con los parámetros tanto visuales como legales en estos países.

¿Cuáles son sus Principales Desafíos de las Empresas Colombianas al Promocionar sus Productos en la Región Asia-Pacífico? Desconocimiento de la cultura y del idioma. Parámetros visuales diferentes, cartas de colores diferentes a las habituales de occidente. Desconocimiento de la legislación aduanera y condiciones ambientales.

¿Qué Presupuesto Suelen Destinar a Marketing y Promoción? Los presupuestos destinados a promoción de productos en los mercados asiáticos, no cuentan con estadísticas

claras, pero se puede deducir de acuerdo a conversaciones adelantadas que la mayoría destina menos del 8%.

Análisis de la Demanda

Encuestas y Entrevistas

En esta etapa de Astrades Multimedia Studio realizamos encuestas a empresas exportadoras para entender sus necesidades, preferencias y expectativas respecto a servicios multimedia.

Focus Groups

Organiza grupos de discusión con representantes del sector exportador para profundizar en sus desafíos y expectativas.

Investigación Secundaria

Datos de Exportación

Al revisar las estadísticas oficiales en diferentes medios como Analdex, Proexport y las cámaras de comercio, notamos que después del carbón, lo que más exporta Colombia es ferroníquel, cobre, oro y esmeraldas. Pero desde la canasta no minero energética, lo que más se exporta es el café, que ha tenido un aumento de 165,7% y deja US\$106 millones.

Astrades Multimedia Studio hace sus primeros encuentros con empresas de estos sectores, creando parámetros más detallados en nuestra investigación.

Metodología de Contacto

Para la consecución de estos primeros clientes, fije mi atención en las empresas exportadoras de café del departamento del Huila en específico, por ser mi región y porque por ser de origen de campesinos caficultores se me facilita el tema.

Mediante búsquedas avanzadas de Google

Comunicación telefónica y vía WhatsApp

Correos electrónicos y páginas web

Mediante el modelo de encuesta

Datos Recopilados.

Tabla 2*Clientes Contactados*

Nombre de la empresa	Ubicación	Productos que exporta	Países a los cuales exporta	Representante legal
Cafehuila	Pitalito (Huila)	Café premium	China/Japón	Pedro Sánchez
Surcafe	Pitalito (Huila)	Café premium	Japón	Mireya Rodríguez
HS Farm	Isnos (Huila)	Café de origen	China	Rafael Cuenca
Finca bella vista	Pitalito	Café de origen	Japón/Hong Kong	Lucero Márquez
Grupo café 22	Garzón	Café premium	Vietnam/Japón	Rafael Murcia
Artesanos	La Jagua	Tallas en piedra	China	Nancy Poveda

Nota. Empresas contactadas vía telefónica.

Modelo de Encuesta Llevada a Cabo.**Tabla 3***Modelo de la Encuesta Realizada*

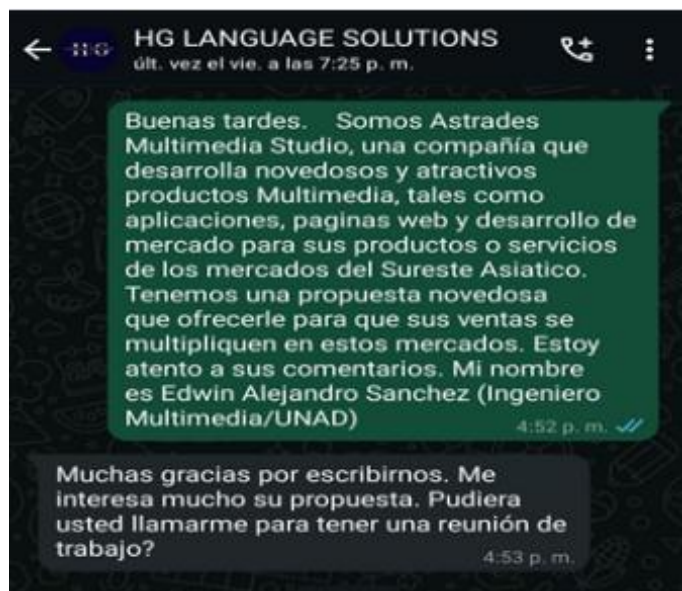
Empresa	Tiene página web	Video o institucional	Utiliza servicios de fotografía profesional	Usa aplicaciones	Idioma
Cadefihuila	Si	Si (En español)	No	No	Español

Nota. Respuestas de los clientes.

Esta encuesta se desarrolló vía WhatsApp con los encargados de negocios o CEO de las anteriores empresas:

Figura 6

Chat de Whatsapp



Fuente. Modelo WhatsApp empresarial de contacto.

Encuestas llevadas a cabo por Astrades Multimedia Studio hacia el sector de productos minero-energéticos con negocios de exportación hacia la región Asia Pacifico

Encuesta 1: Soluciones Multimedia para la Exportación Minera (Asia-Pacífico)

Objetivo: Conocer las necesidades de comunicación y marketing digital de empresas mineras colombianas que desean fortalecer su presencia en mercados asiáticos mediante herramientas multimedia.

Datos de la Empresa Minera

Nombre de la empresa: _____ GLM trading Corp _____

Sector minero principal: () Oro (X) Carbón () Níquel () Esmeraldas () Otro: _____

¿Exporta actualmente a Asia-Pacífico?: (X) Sí (países: __ China, Japón _____) / () No,

pero planea hacerlo.

Necesidades de Comunicación y Marketing

¿Qué tipo de contenido multimedia ha utilizado para promocionar sus productos?

(Múltiple opción)

Videos corporativos o promocionales (X)

Animaciones 3D de procesos mineros (X)

Catálogos digitales interactivos (X)

Realidad aumentada/virtual para demostraciones (X)

Otro: _____

¿Qué desafíos enfrenta al comunicar el valor de sus productos a compradores asiáticos?

Barrera idiomática (X)

Diferencias culturales en la negociación (X)

Falta de material visual atractivo (X)

Desconocimiento de estándares de calidad en Asia

Otro: _____

¿Qué tipo de producto multimedia le interesaría desarrollar para apoyar sus exportaciones?

Videos técnicos (procesos de extracción, certificaciones)

Videos promocionales (impacto social)

Plataforma interactiva con datos de producción y logística (X)

Contenido para redes sociales (LinkedIn, WeChat) (X)

Otro: _____

Preferencias y Presupuesto

¿Cuál es el principal objetivo de invertir en multimedia para Asia-Pacífico?

Atraer nuevos compradores (X)

Educar sobre sus estándares de calidad

Diferenciarse de competidores (X)

Cumplir requisitos de marketing de clientes asiáticos

¿Cuál es su rango de presupuesto para proyectos multimedia?

Entre 1.000 USD y 5.000 USD

Entre 5.000 USD y 10.000 USD (X)

Entre 10.000 y 20.000 USD

Más de 20.000 USD

Otros

Depende del proyecto (X)

¿Prefiere contenido en español, inglés, o idiomas asiáticos (mandarín, japonés, etc.)?

Español + subtítulos en inglés/asiático (X)

Inglés (para alcance global)

Idiomas asiáticos específicos: _____Chino Mandarín_____

Contacto y Seguimiento

¿Le gustaría recibir una propuesta personalizada? (X) Sí / () No

Nombre del contacto: Ingeniero Roberto Paredes

Correo electrónico: info@glmtrading.com.co

Teléfono: +57 3210076135

Notas adicionales para la empresa multimedia: Empresa con una gran necesidad de nuevos productos multimedia, hacer un seguimiento constante.

Encuesta 2: Soluciones Multimedia para la Exportación Minera (Asia-Pacífico)

Objetivo: Conocer las necesidades de comunicación y marketing digital de empresas mineras colombianas que desean fortalecer su presencia en mercados asiáticos mediante herramientas multimedia.

Datos de la Empresa Minera

Nombre de la empresa: _____ Esmeralda World Co_____

Sector minero principal: () Oro (X) Carbón () Níquel (X) Esmeraldas () Otro:

¿Exporta actualmente a Asia-Pacífico?: (X) Sí (países: __, Japón, Hong Kong_) / () No, pero planea hacerlo.

Necesidades de Comunicación y Marketing

¿Qué tipo de contenido multimedia ha utilizado para promocionar sus productos?

(Múltiple opción)

Videos corporativos o promocionales (X)

Animaciones 3D de procesos mineros (X)

Catálogos digitales interactivos (X)

Realidad aumentada/virtual para demostraciones (X)

Otro: _____

¿Qué desafíos enfrenta al comunicar el valor de sus productos a compradores asiáticos?

Barrera idiomática (X)

Diferencias culturales en la negociación

Falta de material visual atractivo (X)

Desconocimiento de estándares de calidad en Asia

Otro: _____

¿Qué tipo de producto multimedia le interesaría desarrollar para apoyar sus exportaciones?

Videos técnicos (procesos de extracción, certificaciones)

Videos promocionales (impacto social)

Plataforma interactiva con datos de producción y logística (X)

Contenido para redes sociales (LinkedIn, WeChat,) (X)

Otro: _____

Preferencias y Presupuesto

¿Cuál es el principal objetivo de invertir en multimedia para Asia-Pacífico?

Atraer nuevos compradores (X)

Educar sobre sus estándares de calidad

Diferenciarse de competidores (X)

Cumplir requisitos de marketing de clientes asiáticos

¿Cuál es su rango de presupuesto para proyectos multimedia?

Entre 1.000 USD y 5.000 USD

Entre 5.000 USD y 10.000 USD

Entre 10.000 y 20.000 USD (X)

Más de 20.000 USD

Otros

Depende del proyecto (X)

¿Prefiere contenido en español, inglés, o idiomas asiáticos (mandarín, japonés,)?

Español + subtítulos en inglés/asiático (X)

Inglés (para alcance global)

Idiomas asiáticos específicos: _____ Chino Mandarín y Japonés _____

Contacto y Seguimiento

¿Le gustaría recibir una propuesta personalizada? (X) Sí / () No

Nombre del contacto: Mizuo Ogasawara

Correo electrónico: info@ogasawaraemerald.jp

Teléfono: +81 14798265392

Notas adicionales para la empresa multimedia: Empresa con una gran necesidad de nuevos productos multimedia, hacer un seguimiento constante, promover videos de esmeraldas ya terminadas en joyas.

Notas de las encuestas

Enfoque en Asia-Pacífico: Para destacar casos de éxito previos (ejemplo: videos para empresas mineras en mercados como China o Corea). El cliente final busca saber el origen de sus productos

Preguntas estratégicas: La pregunta 6 ayuda a priorizar servicios, mientras que la 8 segmenta clientes por capacidad de inversión.

Idiomas: Se sugiere paquetes con traducción/traducción para mercados clave como el caso de Chino Mandarín a Español y viceversa.

Empresas Encuestadas en una Segunda Etapa

Hg Language Solutions

Empresa Multinacional que ofrece servicios de interprete en lenguas orientales, traducción oficial de documentos y enseñanza de idiomas orientales.

China Trade Commerce Colombia

Empresa importadora a Colombia de productos de consumo masivo para el hogar.

Dron Ex Vietnam. Líder en la fabricación de drones para la fumigación en la industria del Agro con sede en Vietnam y representación de sus productos para Latinoamérica.

Café Bruselas: Cooperativa de exportadores de cafés suaves a los mercados del Sudeste Asiático, Japón y china.

Hanzi Qian: Empresa con presencia en el área de las energías renovables en Asia y productos novedosos en energía solar para Latinoamérica.

Modelo de Cuestionario Utilizado Durante la Encuesta.

Tabla 4

Modelo de Cuestionario en la Encuesta

Nombre de la empresa:				Encargado:		
Tipo de empresa	Tiene página web	Esta en redes sociales	Esta en redes sociales chinas	Hace e-marketing	Idiomas	Utiliza soluciones digitales
Comercial						
Industrial						
Servicios						

Agro

Otros

Nota. Autoría propia.

Informes de Mercado

Consultados los estudios sobre tendencias de marketing digital, comercio internacional y consumo de contenido multimedia en los mercados objetivo.

Empezamos por China, los cambios en la matriz exportadora de Colombia hacia la China muestran, una alta participación de bienes ME como petróleo, hullas térmicas, además de otros minerales.

La interacción que haga Astrades Multimedia Studio con los mercados asiáticos traerá para la misma seguramente nuevas tecnologías al país que allá estén en expansión y que en Colombia apenas si se están conociendo. China como gigante asiático de la tecnología nos ofrecerán seguramente gran variedad al respecto.

Prototipo de Página Web

Para este documento presento mi portafolio dentro de la siguiente página web que ya ha sido estructurada y se encuentra en pleno funcionamiento:

<https://www.astradesmultimediastudio.com>

Marco Legal

Para empezar el funcionamiento de Astrades Multimedia Studio como empresa legal en la legislación colombiana se adelanta los tramites respectivos ante Cámara de Comercio y demás parámetros que exige la ley colombiana.

El marco legal para la creación de empresas multimedia en Colombia abarca diversas leyes y regulaciones que facilitan el emprendimiento, protegen los derechos de autor y establecen normas para la comunicación y el comercio electrónico. Al incursionar en este sector Astrades Multimedia Studio debe considerar estos aspectos.

La creación de una empresa multimedia en Colombia está regulada por un conjunto de normativas que abordan aspectos generales relacionados con la creación de empresas y regulaciones específicas que afectan los sectores de comunicaciones y contenido audiovisual.

Ley 2069 de 2020

La Ley 2069 de 2020 tiene como fin establecer un marco regulatorio que promueva el emprendimiento y el crecimiento de las empresas en Colombia, incluyendo las empresas multimedia. Esta ley fomenta la creación y sostenibilidad de firmas, buscando además aumentar el bienestar social generando equidad. Incluye medidas que facilitan el registro otorgando tarifas diferenciadas para pequeñas y medianas empresas, lo cual puede ser beneficioso para las empresas multimedia como Astrades Multimedia Studio.

Regulación de Contenidos Audiovisuales

La regulación más específica para empresas multimedia está a cargo de la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC), que actúa como la autoridad regulatoria en el sector audiovisual. Esta entidad se encarga de proteger los derechos de los usuarios y de establecer normas que regulen la prestación de servicios multimedia, garantizando la pluralidad y la

participación ciudadana en la comunicación. La ley que sienta las bases para estas regulaciones es la Ley 1978 de 2019, que modificó la Ley 1341 de 2009 y otorgó a la CRC funciones adicionales en la regulación de contenidos.

Normativas y Leyes de Propiedad Intelectual. La creación de obras multimedia, que incluyen elementos como texto, sonido e imagen, está sujeta a la protección del Derecho de Autor en Colombia. La Ley 23 de 1982 es la norma fundamental que establece la protección para las producciones artísticas y científicas, garantizando derechos a los creadores. La protección se aplica a la obra en su conjunto y a los componentes que la integran, por lo que es esencial que las empresas multimedia aseguren sus derechos de autor para evitar conflictos legales.

Ley de Comercio Electrónico. En el entorno digital que caracteriza las empresas multimedia, la Ley 527 de 1999 regula el uso de mensajes de datos y el comercio electrónico. Esta ley proporciona un marco para las transacciones electrónicas y establece normas sobre la validez legal de los contratos y comunicaciones realizadas en línea, lo cual es crucial para el funcionamiento de las empresas multimedia. La interpretación de esta ley requiere un enfoque que contemple los principios generales del comercio electrónico y la adaptación a los avances tecnológicos.

Para mi propuesta además de venir desarrollando aplicaciones multimedia enfocadas a productos y/o servicios, mediante mi página web Astrades Multimedia Studio busca seguir a la vanguardia en la investigación de nuevas herramientas de diseño digital al igual que ahondar más en la inteligencia Artificial, el Chat GTP, así como buscar un mayor dominio de las herramientas que ya tenemos en la actualidad y que día a día vienen mejorando en sus diferentes funciones. Unity como software completo para multimedia.

Este entre otros además de las propias de diseño digital a saber:

Software empleado inicial como Unity, Canva, Visual Studio, Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, InDesign, Corel Draw, Gravit designer.

Tabla 5

Cronograma

10. Cronograma de Actividades

Actividad

Para llevar a cabo el cronograma de actividades, se utiliza la plataforma Trello, donde podemos dividir el proyecto en tareas y facilitar su seguimiento.

Se crearon tres listas, de la siguiente manera:

1. Por Hacer: En esta lista se describen todas las etapas del proceso con sus respectivas subactividades.
2. En Proceso: Aquí se detallan nuevamente las etapas y sus subactividades, pero con una fecha de inicio, la cual marca el comienzo de la ejecución de cada tarea.
3. Completado: En esta lista se evidencian todas las etapas ya finalizadas, con sus subactividades correspondientes y las pruebas o evidencias de cada proceso, además de la fecha de finalización.

Nota. Se muestra el desarrollo del cronograma en todas las etapas, en el apéndice B.

Tabla 6*Recursos*

Recurso Necesario		
Recurso	Descripción	Presupuesto
Equipo Humano	Edwin Alejandro Sánchez Muñoz	4.000.000
Equipos y Software	Computador Apple Procesador M1 256GB Cámara GoPro 12	1.700.000
Viajes y Salidas de Campo	Visita Física a empresas con Sede en Bogotá	400.000
Materiales y Suministros	Stand para Ferias/Promocionales	1.900.000
Bibliografía		8.000.000
Total		

Nota. Autoría propia.

Tabla 7*Resultados*

Resultados o Productos Esperados		
Resultado/Producto Esperado	Indicador	Beneficiario
Presentación de la empresa mediante su propia página web de dominio propio.	Tasa de exportaciones de Colombia hacia el Asia Pacifico.	Empresas que exporten productos o servicios al Asia Pacifico.
Presentación multimedia a empresas.	Porcentaje de impacto de las páginas web en las empresas que exporten bienes y servicios teniendo en cuenta el valor agregado del idioma local.	Empresarios /empresas/importadores.
Astrades Multimedia Studio: Empresa líder en el suministro de productos multimedia.	Indicador de efecto: Para lograr que la empresa sea reconocida como medio de ayuda en las exportaciones e importaciones con la región del Asia pacifico, por su creatividad y los valores agregados que ofrece.	Empresas de diferente razón comercial con vínculos en la importación o exportación hacia la región Asia pacifico.

Nota. Autoría propia.

Principales Productos Exportados desde Colombia a China, 2019, 2022 y 2023* (millones de dólares FOB)

Tabla 8*Productos Exportados*

Código de Partida	Partida Arancelaria	2019	2022	2023*	
		FOB USD Millones	FOB US Millones	FOB US Millones	Participación (%)
2709000000	Aceites crudos de petróleo o de bituminoso.	3.581	1.051	534	40,88
7202600000	Ferroníquel.	398	406	207	15,83
2701120010	Hullas térmicas.	87	-	146	11,20
7404000010	Desperdicios y desechos, de cobre, con contenido en peso igual o superior a 94% de cobre.	3	165	82	6,26
2701120090	Las demás hullas bituminosas.	1	59	61	4,70
2713110000	Coque de petróleo sin calcinar.	26	105	58	4,44
0901119000	Cafés sin tostar, sin descafeinar.	17	78	40	3,06

1507909000	Aceites de soja (soya) y sus fracciones, incluso refinados, pero sin modificar químicamente.	-	46	33	2,55
2603000000	Minerales de oro y sus concentrados.	2	31	29	2,19
2616901000	Minerales de oro y sus concentrados.	2	31	29	2,19
7404000090	Los demás desperdicios y desechos, de cobre.	3	38	20	1,50
1511900000	Los demás aceites de palma y sus fracciones, incluso refinados, pero sin modificar químicamente.	-	10	14	1,04

Nota. Principales productos Colombia y China

Exportaciones hacia China por Grupo de Productos

Tabla 9

Exportaciones

Grupo	Millones de USD FOB			Variación %	Participación %
	Ene-Jun 2022	Ene-Jun 2023			
	Total	1.233	1.306		
Minero-energéticos	988	1.076	8,9	82,4	
No minero – energéticos	244	229	-5,9	17,6	
Agrícolas	39,8	42,1	5,7	3,2	
Agroindustriales	55	58,1	5,6	4,4	
Industriales	148,2	123,9	16,4	9,4	
Maquinaria y Equipo	1	5	400	0,4	

Nota. Exportaciones hacia China

Análisis de la Competencia

Identificación de Competidores

Empresas multimedia locales que ya ofrecen servicios a exportadores.

Agencias internacionales que operan en los mercados objetivo.

Evaluación de la Competencia

¿Qué servicios ofrecen?

La competencia de empresas Multimedias en Colombia y en mi región, difiere de la propuesta de Astrades Multimedia Studio, pues ninguna identificada ofrece servicios al sector exportador. Los productos multimedia actuales están en áreas de la moda, el entretenimiento, el cine y la televisión.

¿Cuáles son sus Fortalezas y Debilidades? Son fuertes en creación de fotografía y video publicitario, pero poco productivas en creación de aplicaciones multimedia o catálogos interactivos. Las páginas web que diseñan carecen de links para acceso a otros idiomas.

¿Cómo se Diferencian en Términos de Calidad, Precio y Adaptación Cultural?

Astrades Multimedia Studio, es una empresa innovadora al explorar un nicho de mercado diferente al tradicional, sus productos multimedia favorecen su venta en los mercados asiáticos. Cada negocio exitoso requerirá mayor presencia online, para ser conocido dentro del consumidor final y es aquí donde nuestra empresa, busca estar a la vanguardia.

¿Qué oportunidades hay para diferenciarse?

La diferencia fundamental de Astrades Multimedia Studio comparado con empresas del sector, radica en que sus servicios se presentan mediante un conjunto de valores agregados, que van desde el conocimiento de los idiomas locales, como de costumbres y valores culturales de

los mismos a la hora de apoyar a nuestros clientes asociados para que estos a su vez logren negocios exitosos.

Benchmarking:

Analizando casos de éxito de empresas multimedia que trabajan con exportadores como Benchmarking genérico, Astrades Multimedia Studio nota de primera mano que no existe una empresa Multimedia en el mercado colombiano con el trasfondo de ofrecer productos Multimedia a empresas exportadoras hacia la región del Asia Pacífico.

Esporádicamente algunas empresas de café o de esmeraldas realizan algunos videos institucionales o fotografía de sus productos más que todo en inglés, con poco trasfondo de impacto de esos productos hacia esos mercados.

Análisis de Tendencias y Tecnologías

Tendencias de Marketing Digital

Para no quedar atrás de las tendencias en marketing digital Astrades Multimedia Studio busca estar a la vanguardia en contenido multimedia, como realidad aumentada (AR), realidad virtual (VR), videos 360°, animaciones 3D y personalización de contenido.

Inteligencia Artificial y Automatización

La inteligencia artificial (IA) sigue transformando el marketing digital. Desde chatbots más inteligentes hasta anuncios hiper personalizados, las marcas usan IA para automatizar procesos y mejorar la experiencia del usuario. Implementar IA para analizar datos de usuarios en tiempo real y ofrecer recomendaciones automáticas puede mejorar la conversión.

Marketing Conversacional y Búsqueda por Voz. Con la popularidad de dispositivos como Alexa, Siri y Google Assistant, la búsqueda por voz se ha vuelto clave. Las marcas asociadas a Astrades Multimedia Studio deben optimizar sus contenidos pues se les recomienda para responder preguntas en lenguaje natural. Los chatbots y asistentes virtuales permiten una atención al cliente más rápida y efectiva.

Realidad Aumentada (AR) y Realidad Virtual (VR). En Astrades Multimedia Studio sabemos que las marcas están utilizando AR y VR para mejorar la experiencia de compra. Desde probar maquillaje virtualmente hasta recorrer tiendas en 3D, estas tecnologías hacen que la interacción con los productos sea más realista y atractiva.

Video Marketing Corto y Streaming en Vivo:

El contenido breve y visual, como TikTok, Instagram Reels y YouTube Shorts, sigue creciendo en el mercado occidental, pero para el caso específico de China Astrades Multimedia Studio, se especializa en las propias redes sociales Chinas como WeChat, Alibaba, y otras que

cuentan con millones de usuarios y por donde llega la información real de los productos como el caso del café colombiano. El streaming en vivo permite a las marcas conectar con sus audiencias en tiempo real, lanzando productos y respondiendo preguntas al instante.

Influencers y Micro-Influencers:

El marketing de influencers sigue en auge, pero con un giro hacia los micro-influencers. Estos tienen comunidades más pequeñas, pero más comprometidas, lo que genera mayor confianza y autenticidad en las recomendaciones de productos.

Astrades Multimedia Studio, pretende hacer Alianzas comerciales con influencers de los países asiáticos, los cuales mueven flujos astronómicos de vistas en sus redes sociales, caso muy específico de Japón, y Corea donde la publicidad mueve millones de dólares a través de esta estrategia, nueva en los mercados mundiales.

Personalización Extrema:

Las marcas usan datos en tiempo real para ofrecer experiencias ultra personalizadas. Desde recomendaciones de productos hasta anuncios hechos a la medida de cada usuario, la clave está en anticiparse a sus necesidades y deseos.

Colaboraciones Inesperadas:

Las colaboraciones entre marcas de diferentes sectores generan atención mediática significativa y permiten a las marcas expandirse hacia nuevos territorios y audiencias. Estas alianzas poco convencionales pueden fortalecer el vínculo con los consumidores.

Eventos Creativos:

Los eventos presenciales, como tiendas pop-up y clases exclusivas, están ganando protagonismo por su capacidad para generar contenido viral y crear un sentido de exclusividad. Estos eventos permiten una conexión genuina con los consumidores.

Estas tendencias pueden ayudarte a que Astrades Multimedia Studio adapte estrategias de marketing digital y alcanzar audiencias internacionales de manera más efectiva.

Tecnologías Emergentes:

Si analizamos cómo herramientas como inteligencia artificial (IA) y machine learning pueden mejorar la creación y distribución de contenido multimedia, es indudable que Astrades Multimedia Studio debe estar a la vanguardia en el uso de estas herramientas, caso específico actual de DeepSeek que viene revolucionando el mercado de las Inteligencias artificiales, ya que ofrece parámetros modernos, con estadísticas de código abierto para poder ser utilizadas al minuto, con las últimas tendencias del mercado.

Plataformas de Distribución:

El uso de redes sociales, el comercio digital con Alibaba y Amazon puede ser un factor valioso a la hora de asesorar a todas aquellas que con el mercado asiático hacen dropshipping hacia América Latina y viceversa.

Análisis de Barreras y Requerimientos

Barreras Culturales y Lingüísticas

Exportar a China puede ser una oportunidad lucrativa, pero también presenta desafíos significativos debido a las barreras culturales y lingüísticas. A continuación, paso a detallar mi investigación acerca los principales obstáculos que una empresa puede enfrentar y algunas estrategias para superarlos.

Diferencias en Prácticas Comerciales

Concepto Guanxi (relaciones personales): En China, las relaciones personales y la confianza son fundamentales antes de iniciar negociaciones comerciales. Los empresarios chinos valoran el tiempo invertido en construir relaciones a través de reuniones informales, eventos sociales y regalos.

Jerarquía y Toma de Decisiones:

La estructura organizacional en China y en general en los negocios tiende a ser más vertical y formal. Es fundamental identificar y respetar a las figuras de autoridad, ya que las decisiones suelen ser centralizadas.

Mianzi (Cara):

El respeto junto con la dignidad es altamente valorado en la cultura china. Evitar la confrontación directa y mantener la armonía son aspectos clave en las negociaciones.

Diferencias en Valores y Creencias

Enfoque Colectivista:

A diferencia de muchas culturas occidentales, en China se prioriza el bien colectivo sobre el individual. Las negociaciones suelen ser más lentas y requieren paciencia, ya que se busca consenso.

Percepción del Tiempo:

Los plazos y horarios pueden ser más flexibles en comparación con las expectativas occidentales. Es importante ser paciente y adaptarse a este ritmo.

Costumbres y Etiqueta. Regalos y Cortesía: Dar regalos es una práctica común en los negocios chinos, pero debe hacerse con cuidado para evitar malentendidos. Por ejemplo, evitar regalos de relojes, ya que pueden asociarse con la muerte.

Protocolo en Reuniones:

El intercambio de tarjetas de presentación con ambas manos y el respeto por los títulos y cargos son esenciales para generar una buena impresión.

Barreras Lingüísticas

Idioma y Dialectos

Mandarín y Dialectos Regionales: Aunque el mandarín es el idioma oficial, existen cientos de dialectos en China. Incluso dentro del mandarín, las diferencias regionales pueden complicar la comunicación.

Dominio Limitado del Inglés: Aunque algunos empresarios chinos hablan inglés, la fluidez puede variar, lo que puede llevar a malentendidos o retrasos en las negociaciones.

Comunicación No Verbal

Gestos y posturas: Los gestos y el lenguaje corporal tienen significados específicos en la cultura china. Por ejemplo, el silencio puede interpretarse como respeto o desacuerdo, dependiendo del contexto.

Indirectas y sutilezas: La comunicación en China tiende a ser más indirecta, lo que puede dificultar la interpretación de mensajes claros.

Estrategias para Superar las Barreras para Compartir con Nuestros Clientes

Investigación y Preparación

Estudiar la Cultura y el Mercado: Antes de exportar, Astrades Multimedia Studio hará saber a los exportadores es fundamental investigar las preferencias del consumidor, las normas regulatorias y las prácticas comerciales locales.

Capacitación Intercultural: Invertir en formación para el equipo se considerará fundamental en Astrades Multimedia Studio en aspectos culturales y lingüísticos puede mejorar la comunicación y evitar malentendidos.

Construcción de Relaciones

Establecer Guanxi: Dedicar tiempo a construir relaciones personales con socios y distribuidores locales es clave para ganar confianza y facilitar las negociaciones.

Contratar intermediarios locales: Los socios o agentes locales pueden actuar como puentes culturales y lingüísticos, ayudando a navegar las complejidades del mercado chino.

Uso de Tecnología y Herramientas. Traductores profesionales: Contar con intérpretes o herramientas de traducción en tiempo real puede garantizar una comunicación clara y precisa.

Plataformas de comunicación: Utilizar aplicaciones como WeChat, que integran funciones de traducción, puede facilitar la interacción con proveedores y clientes.

Adaptación al Mercado. Personalización de Productos: Adaptar el diseño, empaquetado y marketing a las preferencias locales puede aumentar las posibilidades de éxito.

Cumplimiento Normativo: Asegurarse de cumplir con las regulaciones chinas, como licencias y certificaciones, es esencial para evitar problemas legales.

Exportar a China requiere una comprensión profunda de las diferencias culturales y lingüísticas, así como una estrategia adaptada al mercado local. Al invertir en relaciones,

capacitación y herramientas adecuadas, las empresas pueden superar estas barreras y aprovechar las oportunidades que ofrece el mercado chino.

Requerimientos Técnicos: Identifica las herramientas y software necesarios para producir contenido multimedia de alta calidad.

Evalúa la necesidad de infraestructura tecnológica (por ejemplo, servidores, plataformas de e-commerce).

Análisis de Precios y Rentabilidad

Estructura de Costos

Calcular la rentabilidad de los servicios de Astrades Multimedia Studio es esencial para tomar decisiones informadas y garantizar la sostenibilidad del negocio. Utilizaré las fórmulas y métricas mencionadas para evaluar el desempeño financiero y buscar oportunidades de mejora. Si necesito herramientas adicionales, considero usar software de contabilidad o gestión de proyectos para automatizar estos cálculos.

Astrades Multimedia Studio hace un cálculo de los costos de producción de contenido multimedia, incluyendo equipos, software, personal y marketing.

Sumamos los ingresos generados por cada servicio durante un período específico (mensual, trimestral o anual). Esto incluye:

Ingresos por Proyectos: Cobros por proyectos completados.

Ingresos Recurrentes: Suscripciones o contratos de mantenimiento.

Otros Ingresos: Venta de licencias, derechos de uso, etc.

Fórmula:

Ingresos totales = \sum (Ingresos por servicio)

Precios de Mercado Calculando los Costos Asociados

Esto basado en una investigación previa de los precios que cobran los competidores por servicios similares. Estos pueden incluir:

Costos Directos:

Mano de obra (salarios de diseñadores, editores, animadores, etc.).

Software y herramientas (licencias de Adobe, Autodesk, etc.).

Hardware (equipos de computación, cámaras, micrófonos, etc.).

Materiales (*stock* de imágenes, música, efectos de sonido, etc.).

Costos Indirectos:

Alquiler de oficina o estudio.

Servicios públicos (electricidad, internet, etc.).

Gastos administrativos (contabilidad, marketing, etc.).

Mantenimiento de equipos.

Formula:

$$\text{Costos totales} = \sum (\text{Costos directos} + \text{Costos indirectos})$$

Rentabilidad. Calcular la rentabilidad de los servicios de Astrades Multimedia Studio implica analizar los ingresos generados por los servicios ofrecidos y compararlos con los costos asociados.

Calculando la Utilidad Bruta. La utilidad bruta es la diferencia entre los ingresos totales y los costos directos. Este indicador nos ayuda a entender cuánto ganamos después de cubrir los costos directamente relacionados con la producción.

Fórmula:

$$\text{Utilidad bruta} = \text{Ingresos totales} - \text{Costos directos}$$

Calculo la utilidad neta:

La utilidad neta es el beneficio final después de restar todos los costos (directos e indirectos) a los ingresos totales.

Fórmula:

$$\text{Utilidad neta} = \text{Ingresos totales} - \text{Costos totales}$$

Calcular la Rentabilidad:

La rentabilidad se expresa como un porcentaje y muestra cuánto beneficio obtienes en relación con los ingresos. Existen dos métricas comunes:

Margen de Utilidad Bruta:

Mide la rentabilidad después de cubrir los costos directos.

Fórmula:

$$\text{Margen de utilidad bruta (\%)} = \left(\frac{\text{Utilidad bruta}}{\text{Ingresos totales}} \right) \times 100$$

Margen de Utilidad Neta:

Para medir la rentabilidad después de cubrir todos los costos (directos e indirectos) de los productos multimedia vendidos.

Fórmula:

$$\text{Margen de utilidad neta (\%)} = \left(\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ingresos totales}} \right) \times 100$$

Analizar y Optimizar

Una vez calculada la rentabilidad, analiza los resultados para identificar áreas de mejora:

Reducción de Costos

Negociar mejores precios con proveedores u optimizar el uso de recursos.

Aumento de Ingresos

Ofrecer servicios adicionales, ajustar precios o mejorar la eficiencia en la producción.

Inversión en Tecnología. Adquirir nuevos computadores, y cámaras de alta definición, al igual que software de diseño que reduzcan tiempos de producción o mejoren la calidad.

Ejemplo de costos de operación en un mes de Astrades Multimedia Studio calculado en dólares:

Ingresos totales: \$50,000.

Costos directos: \$20,000 (mano de obra, software, materiales).

Costos indirectos: \$10,000 (alquiler, servicios públicos, gastos administrativos).

Cálculos:

Utilidad bruta:

$$50,000 - 50,000 - 20,000 = \$30,000.$$

Utilidad neta:

$$50,000 - (20,000 + 10,000) = 20,000.$$

Margen de utilidad bruta:

$$(30.000 / 50.000) \times 100 = 60\%$$

Margen de utilidad neta:

$$(20.000 / 50.000) \times 100 = 40\%$$

Definición de Estrategias

Propuesta de Valor

Lo que marca la diferencia en Astrades Multimedia Studio, son sus servicios, ya que más allá, de la creación y el diseño de aplicaciones Multimedia enfocadas a los productos o servicios a exportar ofrecemos muchísimos valores agregados, tal es el caso de la presentación de los mismos en los propios idiomas locales más allá del inglés, como Chino Mandarín, japones, Coreano o Vietnamita entre otros.

Para esto hemos venido haciendo alianzas estratégicas con especialistas en lingüística y empresas con presencia en los mercados asiáticos capaces de hacer servicios de interpretación, semiótica y traducción profesional.

Otro elemento destacable es la investigación previa, en lo referente a aspectos culturales, formas de negociación que nuestros clientes en Latinoamérica deban saber. Astrades Multimedia Studio ofrece además la posibilidad de hacer consultoría en investigación de mercados que permita al momento del diseño de la propuesta multimedia, hacer presentaciones teniendo en cuenta por ejemplo tablas de colores, etc. Como se presenta al público un producto en Asia, difiere en mucha medida de cómo se presenta en occidente.

Las propuestas multimedia de Astrades Multimedia Studio, deben valerse además de tecnologías innovadoras en software de especialistas en diversas áreas como fotografía profesional, video y semiótica sin descuidar tipografías e idiomas.

Estrategias de Marketing

El primer eje motor, para promocionar los servicios de Astrades Multimedia Studio hacia empresas exportadoras a la región Asia pacifico, es la investigación a priori de mercados en cámaras de comercio utilizando bancos de datos de entidades como Procolombia y Analdex, con

dicha información e identificando este mercado se procede a hacerlas presentaciones respectivas en foros, participación de ferias internacionales.

Todo lo anterior de la mano de un marketing digital sólido, empezando por Facebook Ads y demás redes sociales, pero muy importantes campañas pagas en Google Ads para ser conocidos a nivel internacional.

Canales de Distribución. Para llegar a más clientes; Astrades Multimedia Studio no solo se atiende a las publicaciones y anuncios pagos en redes sociales y Google Ads, sino que va más allá, haciendo alianzas estratégicas con consultorías de exportación, presentación de la empresa en Foros y participación de Ferias locales e internacionales.

Posicionamiento de Astrades Multimedia Studio como Empresa de Productos Multimedia en el Nuevo Orden de los Mercados Internacionales

La Inserción de Colombia a los BRICS:

El ingreso de Colombia al grupo BRICS (Brasil, Rusia, India, China y Sudáfrica) podría traer una serie de beneficios para las empresas colombianas entre las cuales se encuentra Astrades Multimedia Studio, tanto en términos económicos como políticos y estratégicos. A continuación, paso a detallar los principales beneficios.

Acceso a Nuevos Mercados y Diversificación Comercial:

El BRICS agrupa a algunas de las economías emergentes más grandes del mundo, lo que abriría oportunidades para que Astrades Multimedia Studio a futuro expanda su portafolio de servicios en consultoría a empresas que exportan al Sudeste Asiático.

Colombia podría fortalecer sus relaciones comerciales con países como China, India y Rusia, que actualmente representan mercados importantes, pero aún subexplotados.

En 2023, las exportaciones no minero energéticas de Colombia a los países del BRICS alcanzaron los US\$642 millones, con Brasil como principal socio comercial dentro del bloque.

Atracción de Inversiones y Cooperación Tecnológica

El BRICS promueve la cooperación en áreas como tecnología, energía limpia y desarrollo sostenible. Astrades Multimedia Studio podrían beneficiarse si presta sus servicios multimedia a todas esas empresas cuyas inversiones y transferencias están enfocadas a tecnologías, especialmente en sectores como energías renovables, minería y agricultura.

Un ejemplo destacado es la propuesta de alianza estratégica entre Ecopetrol (Colombia) y Petrobras (Brasil) para producir hidrógeno verde, lo que posicionaría a Colombia como líder en energías limpias en América Latina.

Acceso al Banco de los BRICS:

El Nuevo Banco de Desarrollo (NDB) del BRICS ofrece financiamiento para proyectos de infraestructura y desarrollo sostenible. Las empresas colombianas podrían acceder a recursos para proyectos de gran escala, como construcción de carreteras, puertos y energías renovables ya que China tiene grandes inversiones en Colombia al respecto.

Este acceso a financiamiento internacional podría reducir la dependencia de instituciones tradicionales como el FMI o el Banco Mundial haciendo que no sólo las exportaciones sean un fuerte pero también por el lado de las importaciones.

Fortalecimiento de la Posición Geopolítica:

Al formar parte del BRICS, Colombia podría fortalecer su posición en el escenario internacional, especialmente en temas como cambio climático, comercio global y cooperación sur-sur.

Esto podría traducirse en una mayor influencia en la toma de decisiones globales y en la capacidad de negociar acuerdos comerciales más favorables.

Reducción de la Dependencia Económica de Estados Unidos

Aunque Estados Unidos sigue siendo el principal socio comercial de Colombia, el ingreso al BRICS permitiría diversificar las relaciones económicas y reducir la dependencia de un solo mercado.

Esto es particularmente relevante en un contexto de tensiones comerciales globales y cambios en las cadenas de suministro.

Oportunidades en Sectores Estratégicos. Sectores como la agricultura, la minería y la manufactura de las cuales Astrades Multimedia Studio ya ha hecho sus primeros contactos podrían beneficiarse de la demanda creciente de los países del BRICS, especialmente China e India, que son grandes consumidores de materias primas.

Además, la cooperación en tecnología y energía limpia también podrían impulsar la innovación en sectores como la industria de las 4.0 y las energías renovables.

Mejora de la Competitividad Empresarial. La integración al BRICS podría incentivar a las empresas colombianas lo cual es absolutamente relevante para Astrades Multimedia Studio en términos de mejorar su competitividad para aprovechar las oportunidades en mercados más grandes y dinámicos.

Esto incluiría aprender más acerca de la adopción de estándares internacionales, la mejora de la calidad de los productos multimedia y la inversión en innovación.

Consideraciones Adicionales:

Aunque el ingreso al BRICS no implica beneficios económicos directos como reducción de aranceles, las empresas que ya miran al Sudeste Asiático se beneficiaran de una plataforma para fortalecer vínculos comerciales con economías emergentes.

Es importante evaluar el impacto en las relaciones con Estados Unidos, ya que Colombia tradicionalmente ha mantenido una alianza cercana con este país.

En resumen, el ingreso de Colombia al BRICS representaría una oportunidad estratégica para las empresas colombianas y de los productos multimedia que puedan recibir de Astrades Multimedia Studio, permitiéndoles acceder a nuevos mercados, atraer inversiones y fortalecer su posición en el escenario global. Sin embargo, es crucial que el gobierno y el sector privado trabajen juntos para maximizar estos beneficios y mitigar posibles riesgos.

La Ruta de la Seda y la Visión de Astrades Multimedia Studio al Respecto

La Nueva Ruta de la Seda, también conocida como la Iniciativa de la Franja y la Ruta “Belt and Road Initiative” (BRI, por sus siglas en inglés), es un megaproyecto global impulsado por China desde 2013. Su objetivo es mejorar la conectividad y cooperación entre países de Asia, Europa, África y América Latina mediante inversiones en infraestructura, comercio y desarrollo sostenible. Esta propuesta China busca crear rutas terrestres y marítimas estables para facilitar el comercio internacional y fortalecer los lazos políticos y económicos entre los países participantes.

Cómo se Beneficia Colombia de su Ingreso a la Nueva Ruta de la Seda

Acceso a nuevos mercados y diversificación comercial.

Colombia podrá fortalecer sus exportaciones hacia China, su segundo socio comercial más importante. En 2024, las exportaciones colombianas a China aumentaron un 23%, destacándose productos como el café, que creció un 165.7%, y el carbón, con un incremento superior al 200%.

La iniciativa también abre oportunidades para exportar productos no minero-energéticos, como el aguacate Hass y el limón Tahití, que han ganado aceptación en el mercado chino.

Inversión en Infraestructura y Desarrollo

La Franja y la Ruta promueve inversiones en infraestructura, como carreteras, puertos y ferrocarriles. Colombia podría modernizar su infraestructura vial y portuaria, reduciendo costos de transporte y mejorando su competitividad global.

Un ejemplo destacado es la nueva ruta marítima directa entre Shanghái y Buenaventura, que reduce el tiempo de tránsito a solo 25 días, facilitando el comercio bilateral.

Atracción de Inversiones Chinas

China ha incrementado su inversión en Colombia, con proyectos como la primera línea del metro de Bogotá, adjudicada a un consorcio chino. En el primer semestre de 2024, la inversión extranjera directa (IED) de china en Colombia alcanzó los US\$104.5 millones, un 15.4% más que en 2023.

Además, se espera que la iniciativa atraiga inversiones en energías renovables no convencionales, como la producción de hidrógeno verde.

Fortalecimiento de la Posición Geopolítica. Al unirse a la Nueva Ruta de la Seda, Colombia diversifica sus relaciones internacionales, reduciendo su dependencia de Estados Unidos y posicionándose como un actor clave en la región.

Este movimiento también refuerza la multipolaridad en el escenario global, permitiendo a Colombia equilibrar sus alianzas estratégicas.

Cooperación en Tecnología y Desarrollo Sostenible. La iniciativa promueve la transferencia de tecnología y conocimientos, lo que podría impulsar la innovación en sectores como la agricultura, la industria 4.0 y las energías limpias.

Esto es crucial para que Colombia avance en su agenda de desarrollo sostenible y mejore la calidad de vida de sus ciudadanos.

Desafíos y Consideraciones:

Aunque la adhesión a la Nueva Ruta de la Seda ofrece múltiples beneficios, también presenta desafíos. Por ejemplo, existe el riesgo de una mayor dependencia económica de China, especialmente en sectores como la infraestructura y los recursos naturales. Además, Colombia debe manejar hábilmente sus relaciones con Estados Unidos, su principal socio comercial, para evitar tensiones geopolíticas.

En resumen, el ingreso de Colombia a la Nueva Ruta de la Seda representa una oportunidad estratégica para impulsar su desarrollo económico, mejorar su infraestructura y fortalecer su posición en el escenario global. Sin embargo, es crucial que el gobierno y el sector privado trabajen juntos para maximizar estos beneficios y mitigar posibles riesgos.

Por otro lado, el análisis del comportamiento exportador de Colombia con respecto a China a lo largo de la última década específicamente revela que en promedio las empresas colombianas, posibles clientes de Astrades Multimedia Studio exportan USD FOB 3.400 millones, al año. Desde el año 2012 hasta el 2022, se deduce un comportamiento irregular en el valor FOB de las exportaciones, dado principalmente a los precios internacionales de los productos ME. En 2019, las exportaciones tuvieron una caída del 60% respecto al 2014 alcanzando un valor de USD FOB 2.303 millones, que se redujo aún más en 2016 donde se obtuvo el menor registró de la década con USD FOB 1.374 millones, pero posteriormente experimentó un aumento, llegando a USD FOB 2.211 millones en 2017 y para 2022 volvió a caer en este caso a USD FOB 2.154 millones. Después de la pandemia del COVID y específicamente los años 2022, 2023 y 2024, las exportaciones no solo a China sino a los demás países asiáticos se han disparado vertiginosamente.

Análisis de Riesgos y Limitaciones para Anticipar Desafíos del Proyecto

1. Riesgos Técnicos y Operativos

Calidad del contenido:

Riesgo: Animaciones/videos mal renderizados o con errores técnicos (ejemplo: formatos incompatibles en China por restricciones a plataformas como YouTube).

Mitigación: Pruebas en entornos locales (ejemplo: servidores chinos, apps como YouKu o WeChat)

Compatibilidad Tecnológica:

Riesgo: Fallos en AR/VR por diferencias en hardware (ejemplo: baja adopción de headsets en India vs. baja adopción de headsets en Corea del Sur).

Mitigación: Diseñar para dispositivos móviles (prioridad en smartphones) y estándares asiáticos.

Barreras Culturales y Lingüísticas

Interpretaciones erróneas:

Riesgo: Símbolos o colores ofensivos (ejemplo: blanco = luto en China; gestos inadecuados en animaciones).

Mitigación: Validar contenido con consultores nativos antes del lanzamiento.

Idiomas y Dialectos:

Riesgo: Traducciones literales que pierden significado (ejemplo: términos mineros técnicos en Chino Mandarín).

Mitigación: Usar traductores especializados en minería y pruebas con focus groups locales.

Limitaciones Logísticas y Legales

Restricciones digitales:

Riesgo: Censura en plataformas (ejemplo: Google bloqueado en China, necesidad de usar Baidu/Weibo).

Mitigación: Alojamiento de contenido en servidores locales y cumplimiento de regulaciones (ejemplo: leyes de ciberseguridad china).

Propiedad Intelectual

Riesgo: Copia no autorizada de contenido multimedia en mercados con piratería alta (ejemplo: Vietnam).

Mitigación: Registro de *copyright* y uso de marcas de agua digitales, caso de Colombia ante las MinTIC.

Desafíos de Presupuesto y Tiempo

Sobre costos:

Riesgo: Localización compleja (ejemplo: doblaje a 5 idiomas asiáticos) que excede el presupuesto.

Mitigación: Paquetes escalables (ejemplo: empezar con subtítulos y luego doblaje).

Plazos ajustados:

Riesgo: Retrasos por festivales asiáticos no contemplados (ejemplo: Año Nuevo Lunar paraliza negocios por semanas).

Mitigación: Planificar cronogramas con calendarios locales y buffers de tiempo.

Limitaciones del Cliente de Astrades Multimedia Studio

Falta de expertise digital:

Riesgo: Resistencia a adoptar herramientas multimedia por desconocimiento.

Mitigación: Capacitaciones demostrativas y casos de éxito tangibles (ejemplo: ROI en ventas).

Prioridades Contradictorias

Riesgo: Enfoque del cliente solo en precio, no en valor estratégico del contenido.

Mitigación: Vincular multimedia a KPI concretos (ejemplo: reducción de objeciones en negociaciones).

Tabla 10

Riesgos vs Acciones Claves

Categoría	Riesgo Principal	Acción Preventiva
Técnica	Formatos incompatibles en China	Usar códecs estándar (H.264) y plataformas locales (YOUKU).
Cultural	Mensajes malinterpretados	Validar con consultores nativos en etapa de storyboard.
Legal	Bloqueo de contenido	Alojar videos en servidores chinos (ejemplo. Alibaba cloud).
Financiera	Sobre costos en localización	Ofrecer paquetes básicos (subtítulos) antes que doblaje.
Cliente	Escepticismo sobre ROI	Crear pilotos gratuitos (ej. Video corto subtulado).

Nota. Riesgos principales

Conceptos de prevención en riesgos de Astrades Multimedia Studio

Pruebas Piloto: Lanzar proyectos pequeños (ejemplo: un video traducido) antes de escalar.

Red de Expertos: Colaborar con traductores nativos y abogados de propiedad intelectual en Asia.

Flexibilidad: Ajustar estrategias por país (ejemplo: TikTok para Vietnam, LinkedIn para India).

Presentación de Resultados

Informe Final

La globalización y el crecimiento del comercio internacional han impulsado a las empresas exportadoras a buscar estrategias innovadoras para posicionarse en mercados competitivos, como la región Asia-Pacífico. Esta región, que incluye economías clave como China, Japón, Corea del Sur, India y los países del Sudeste Asiático, representa una de las zonas de mayor crecimiento económico y consumo a nivel mundial. Sin embargo, para acceder a estos mercados, es fundamental contar con una comunicación efectiva, adaptada a las particularidades culturales, idiomáticas y comerciales de la región y es en este ámbito donde Astrades Multimedia Studio, encuentra un nicho importante de mercado.

En este contexto, la creación de Astrades Multimedia Studio como empresa especializada en brindar servicios a empresas exportadoras hacia Asia-Pacífico se presenta como una oportunidad estratégica. Este informe resume las conclusiones derivadas del análisis de viabilidad, desafíos y oportunidades de este proyecto.

Colombia tiene de sobra las condiciones para aumentar las exportaciones de productos agroindustriales a China como, cafés especiales, flores, cacao, banano, aguacate y limón Tahití. En cuanto a los productos cárnicos según las federaciones Colombianas de ganaderos se espera aumentar la cantidad exportada al país asiático ya que el mes pasado se aprobó el protocolo de exportación de carne bovina. De acuerdo con ProColombia, según consulta llevada a cabo por Astrades Multimedia Studio, el país también cuenta con potenciales en producto como circuitos electrónicos integrados, desechos de cobre y aleaciones a base de cobre-cinc.

Por otro lado, de persistir las tensiones entre Estados Unidos y China se aumentaría el apetito de los productos nacionales por parte de los Estados Unidos, más específicamente en los sectores agropecuario, de perlas finas y en los productos de betunes y asfaltos naturales.

También, China le ofrece a Colombia la posibilidad oportunidades de desarrollo en el marco de la iniciativa de La Franja y la Ruta, en la que ya han mostrado interés países de América Latina como Chile, Costa Rica, Cuba, Ecuador, Venezuela y Uruguay dado a que ya se encuentran dentro del programa. Si bien puede traer beneficios, deben realizarse análisis concienzudos sobre los pros y los contras que conllevaría insertarse en esta iniciativa; para Astrades Multimedia Studio es una oportunidad única.

Para concluir, Colombia seguramente ha de encontrar el potencial de sus reservas de minerales importantes en el marco de la transición energética, ya que esto puede aumentar la participación de las exportaciones del país hacia China o podría ser seguramente una fuente de inversión extranjera importante para Colombia. De este lado, las políticas de reindustrialización y comercio exterior estarían materializando una oportunidad, al atraer inversión y empresas que se ubiquen en algún eslabón productivo con alto valor agregado en las cadenas globales de valor.

Consideraciones

Oportunidad de Mercado:

La región Asia-Pacífico es un mercado en constante expansión, con un creciente consumo de bienes y servicios internacionales. Las empresas exportadoras necesitan herramientas multimedia (videos, animaciones, contenido digital, etc.) para promocionar sus productos y servicios de manera efectiva.

Existe una demanda creciente de contenido multimedia localizado, que respete las diferencias culturales y lingüísticas de cada país de la región.

Las pequeñas y medianas empresas (PYME) exportadoras suelen carecer de los recursos internos para desarrollar estrategias multimedia de alta calidad, lo que abre una ventana de oportunidad para una empresa especializada.

Servicios Clave:

Diseño de Contenido Multimedia: Creación de videos promocionales, animaciones 3D, presentaciones interactivas y material gráfico adaptado a las preferencias culturales de cada mercado.

Localización y Traducción: Adaptación de contenido a idiomas como mandarín, japonés, coreano e hindi, considerando aspectos culturales y normativos.

Marketing Digital: Desarrollo de estrategias de posicionamiento en plataformas digitales populares en la región, como WeChat, Line, Naver y redes sociales locales.

Realidad Aumentada (AR) y Realidad Virtual (VR): Implementación de tecnologías innovadoras para experiencias inmersivas que permitan a los clientes interactuar con los productos antes de comprarlos.

Ventajas Competitivas:

Especialización en Asia-Pacífico: Un enfoque centrado en esta región permite ofrecer un servicio más personalizado y efectivo que agencias multimedia generalistas.

Conocimiento Cultural: Contar con un equipo multicultural y expertos en las particularidades de cada mercado garantiza que el contenido sea bien recibido y evita errores culturales. En Astrades Multimedia Studio más allá de los conocimientos Multimedia desarrollados en la UNAD, creamos alianzas con otros expertos que nos ayudan a desarrollar productos multimedia integrales.

Tecnología de Vanguardia: En Astrades Multimedia Studio invertimos en herramientas de última generación para la creación de contenido multimedia que permitan ofrecer productos de alta calidad y diferenciados.

Desafíos:

Barreras Culturales y Lingüísticas: La diversidad cultural y lingüística de la región requiere un profundo entendimiento de cada mercado para evitar malentendidos o mensajes inapropiados.

Competencia: Existen agencias multimedia internacionales que ya operan en la región, por lo que es crucial diferenciarse mediante la especialización y la calidad del servicio, sin embargo, a la fecha hay un nicho grande de mercado que favorece los intereses y las propuestas de Astrades Multimedia Studio, derivado de la nueva geopolítica mundial, que ha hecho que Colombia afiance más lazos comerciales con esta región para desprenderse del mercado de las exportaciones hacia Estados Unidos.

Inversión Inicial: La creación de Astrades Multimedia Studio ha requerido una inversión significativa en tecnología, talento humano y marketing.

Viabilidad Económica

El mercado objetivo (empresas exportadoras hacia Asia-Pacífico) tiene un alto potencial de crecimiento, lo que garantiza una demanda sostenida de servicios multimedia.

Los márgenes de rentabilidad son atractivos, especialmente si se logra posicionar la empresa como un referente en el sector.

Estamos listos y en plena operación con un portafolio básico de servicios que nos permita expandirnos gradualmente, en función de la demanda y la capacidad de inversión.

Puntos clave que he venido teniendo en cuenta.

Formación de Alianzas Estratégicas: Colaborar con cámaras de comercio, asociaciones de exportadores y consultoras especializadas en Asia-Pacífico para captar clientes.

Inversión en Talento: Contratar profesionales con experiencia en mercados asiáticos y en la creación de contenido multimedia de alta calidad.

Estrategia de Marketing: Hemos venido desarrollando diferentes campañas de marketing digital para que Astrades Multimedia Studio se posicione como líder en servicios multimedia para exportadores hacia Asia-Pacífico.

Dichas campañas han incluido Google Ads, de posicionamiento de nuestra página web: <https://www.astradesmultimedistudio.com>, redes sociales Facebook e Instagram Ads entre otras haciendo campañas de muestreo, las cuales han redundado en beneficios que ya la posicionan en el mercado.

Innovación Continua: Mantenerse actualizado con las últimas tendencias tecnológicas y de consumo en la región para ofrecer servicios relevantes y competitivos.

Conclusiones

La creación de Astrades Multimedia Studio como empresa especializada en servicios para empresas exportadoras hacia la región Asia-Pacífico es un proyecto viable y con un alto potencial de crecimiento. La combinación de un mercado en expansión, la necesidad de contenido multimedia localizado y la posibilidad de ofrecer servicios diferenciados posicionan esta iniciativa como una oportunidad estratégica. Sin embargo, es fundamental abordar los desafíos culturales, lingüísticos y competitivos con un enfoque profesional y especializado. Con una planificación adecuada y una ejecución eficiente, esta empresa puede convertirse en un aliado clave para las empresas exportadoras que buscan consolidarse en uno de los mercados más dinámicos del mundo.

Al realizar un análisis de mercado y proyecciones financieras para Astrades Multimedia Studio como empresa multimedia que ayuda a exportadores hacia la región Asia-Pacífico implica evaluar el entorno competitivo, las tendencias del mercado, los clientes potenciales y las oportunidades de crecimiento. A continuación, se presenta un esquema detallado para este análisis:

Demanda de servicios multimedia: La creciente digitalización de los negocios y la necesidad de las empresas exportadoras de llegar a mercados internacionales como Asia-Pacífico impulsan la demanda de servicios multimedia (videos, contenido interactivo, campañas digitales, etc.).

Según datos de organizaciones como la OMC y el Banco Mundial, Asia-Pacífico es una de las regiones con mayor crecimiento económico y comercial, lo que aumenta la necesidad de servicios de marketing y comunicación adaptados.

Referencias Bibliográficas

- Analdex. (2024, Abril). Informe de Exportaciones Febrero 2024. <https://www.analdex.org/wp-content/uploads/2024/04/202402-Informe-de-Exportaciones-Febrero-2024.pdf>
- Analdex. (2023, 9 de octubre). Relaciones comerciales entre Colombia y China. <https://analdex.org/2023/10/09/relaciones-comerciales-entre-colombia-y-china/>
- Campos, J. (2018, 8 de mayo). La importancia del EPA con Japón. Portafolio. <https://www.portafolio.co/opinion/juan-pablo-campos/la-importancia-del-epacon-japon-516945>
- Colombia Trade. (s.f.). Oportunidad de exportación de café colombiano a Europa y Asia. Colombia Trade. <https://www.colombiatrader.com.co/noticias/oportunidad-exportacion-de-cafe-colombiano-a-europa-y-asia>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2008). Oportunidades de comercio e inversión entre América Latina y Asia Pacífico: el vínculo con APEC. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/2915-oportunidades-comercio-inversion-america-latina-asia-pacifico-vinculo-apec>
- Forbes. (s.f.). Las siete empresas colombianas que se abren paso para llegar a China. Forbes. <https://forbes.co/2020/11/10/negocios/las-siete-empresas-colombianas-que-se-abren-paso-para-llegar-a-china>
- IDAT. (s.f.). 8 herramientas para diseño gráfico digital. Edu. <https://www.idat.edu.pe/blog/8-herramientas-dise%C3%B1o-grafico-digital>
- KOBAL. (s.f.). Contacto con Japón. Edu. <https://revistas.uniandes.edu.co/index.php/kobal/article/view/7763/8349>
- Kurios Café. (s.f.). Café Huila, Colombia. <https://kurioscafe.com/producto/cafe-huila-colombia/>

Ministerio de Relaciones Exteriores de Nueva Zelanda. (s.f.). Acuerdo del TPP: Texto completo.

Govt.nz. <https://www.tpp.mfat.govt.nz/text>

Mollá, P. (2016, 12 de febrero). Asia-Pacífico: la mayor zona de libre comercio del mundo.

KPMG Tendencias. <https://www.tendencias.kpmg.es/2016/02/asia-pacifico-la-mayor-zona-de-libre-comercio-del-mundo/>

Mordor Intelligence. (s.f.). Transporte y logística de Asia Pacífico: Volumen del mercado.

Mordor Intelligence. <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/asia-pacific-freight-logistics-market-study>

ProColombia. (2024). Conferencia ProColombia Time to Talk. ProColombia, Bogotá, Colombia.

<https://www.youtube.com/watch?v=zEo7Z3ORNzQ>

Procolombia. (s.f.). Página de inicio Sala de Prensa. Procolombia.

<https://procolombia.co/archivo/colombia-articula-su-estrategia-comercial-en-asia>

Procolombia. (s.f.). ABC de la Alianza. Procolombia. [https://procolombia.co/vii-cumbre-alianza-](https://procolombia.co/vii-cumbre-alianza-del-pacifico/abc-de-la-alianza)

[del-pacifico/abc-de-la-alianza](https://procolombia.co/vii-cumbre-alianza-del-pacifico/abc-de-la-alianza)

Libros:

Aguilar, J. (2020). Innovación tecnológica en empresas de ingeniería multimedia: Casos de estudio en Latinoamérica. Editorial Tecnológica.

Fernández, A., & López, P. (2018). La expansión de las empresas latinoamericanas en el mercado Asia-Pacífico. Editorial Negocios Internacionales.

Pérez, R. (2018). Tecnología y globalización: El rol de las empresas de ingeniería multimedia. Editorial Innovación y Desarrollo.

Artículos científicos:

Analdex. (2024, abril). Informe de exportaciones febrero 2024. <https://www.analdex.org/wp-content/uploads/2024/04/202402-Informe-de-Exportaciones-Febrero-2024.pdf>

Analdex. (2023, octubre 9). Relaciones comerciales entre Colombia y China.

<https://analdex.org/2023/10/09/relaciones-comerciales-entre-colombia-y-china/>

Bustamante, R., & González, L. (2019). Comercio internacional y tecnología: Oportunidades para exportadores latinoamericanos. *Revista de Negocios Globales*, 15(3), 45-60.

Colombia Trade. (s.f.). Oportunidad de exportación de café colombiano a Europa y Asia.

<https://www.colombiatrader.com.co/noticias/oportunidad-exportacion-de-cafe-colombiano-a-europa-y-asia>

Castro, M. (2021). Estrategias de marketing digital para empresas de ingeniería multimedia.

Journal of Digital Business, 8(2), 112-125.

Hernández, T. (2019). Desafíos y oportunidades para exportadores latinoamericanos en la región

Asia-Pacífico. *Revista de Economía Internacional*, 22(4), 78-92.

Páginas web y documentos en línea:

Organización Mundial del Comercio (OMC). (2021). Informe sobre el comercio mundial 2021:

Tendencias y perspectivas. <https://www.wto.org/informes>

United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). (2022). Digital economy

report 2022: Cross-border data flows and development. <https://unctad.org/digital-economy-report>

Apéndices

Apéndice A

Planteamiento del problema

https://docs.google.com/document/d/1PhxBxy3qfnw7_9NVe0VkEHcMQnVAmRaj/edit?usp=sharing&oid=110186520363385326888&rtpof=true&sd=true

Apéndice B*Cronograma de actividades*

<https://trello.com/invite/b/673b930f154d3f47b0734e12/ATTIe772c61d0cbfa4afa16172c3b31b0d8e6B7B2217/cronograma-de-actividades-astrades-multimedia-studio>

Declaración de Derechos de Propiedad Intelectual

Yo, Edwin Alejandro Sánchez Muñoz identificado con la Cedula de ciudadanía Nro. de Pitalito (Huila) manifiesto que conozco el contenido del Acuerdo 06 de 2008, Estatuto de Propiedad Intelectual de la UNAD, Artículo 39 referente a la cesión voluntaria y libre de los derechos de propiedad intelectual de los productos generados a partir de la presente propuesta. Asimismo, conocemos el contenido del Artículo 40 del mismo Acuerdo, relacionado con la autorización de uso del trabajo para fines de consulta y mención en los catálogos bibliográficos de la UNAD.