

Plan de Negocios

App Runner Bed

Proyecto de grado para optar al título de Comunicadora Social y Periodista

Carolina Arango Cardona

Asesor

Herbert Martínez Restrepo

Giovany Quintero Castro

Corporación universitaria lasallista

Facultad de Ciencias Sociales y Educación

Comunicación Social y Periodismo

Caldas-Antioquia

2019

Dedicatoria

Esta tesis se la dedico a mi hermano y a mi madre, quienes me han guiado incansablemente, me han dado fuerzas para salir adelante y nunca rendirme, enseñándome afrontar todas las adversidades que se me presentaron en toda mi carrera, sin desfallecer en el intento.

Contenido

Pág.

Resumen Ejecutivo	
Listado de cuadros e imágenes.....	
Introducción	
Investigación de Mercados	29
Análisis del sector	29
Análisis del Mercado.....	34
Mercado objetivo	37
Justificación del mercado Objetivo	39
Segmento del mercado	44
Análisis del Consumidor/Cliente	45
Análisis de la Competencia.....	47
Plataforma Estratégica.....	49
Concepto de Negocio – Función empresarial.....	51
Objetivos del proyecto	52
Análisis DOFA	53
Misión	55
Visión.....	55

Estrategia de Mercado	55
Concepto de producto o servicio	55
Mezcla de Marketing.....	57
Estrategia de Comunicación Externa.....	61
Presentación.....	62
Justificación	63
Objetivo General.....	63
Objetivos Específicos	64
Medios de comunicación: internos y externos	64
Estrategias y Tácticas	65
Recursos.....	69
Análisis Técnico Operativo.....	69
Ficha técnica del producto.....	69
Estado de Desarrollo	71
Innovación	71
Descripción del proceso	72
Distribución interna de la planta de producción y distribución	77
Necesidades y requerimientos.....	77
Presupuesto y Plan de Producción	77

Localización y Tamaño	79
Análisis Administrativo y Organizacional.....	80
Estructura organizacional	80
Organigrama	80
Perfiles de cargo y funciones.....	81
Organismos de apoyo	85
Nómina	86
Constitución de la empresa	86
Impacto del Proyecto	89
Impacto Económico	89
Impacto social.....	89
Impacto ambiental	89
Registros Licencias y Leyes Regulatorias.....	91
Registro y formalización de la empresa.....	91
Normas, reglamentos, codificaciones y guías para productos cosméticos en Colombia.....	91
Financiero	100
Definición de variables que afectan el proyecto.....	100
Información inicial del proyecto.....	100

Presupuesto de Ingresos	101
Presupuesto de Egresos	101
Plan de amortización	101
Presupuesto de inversiones.....	102
Estado de Resultados.....	102
Flujo de Efectivo	102
Balance General	103
Flujo de caja del proyecto.....	103
Punto de Equilibrio.....	103
Costo promedio ponderado de los recursos (WACC).....	103
Indicadores financieros de liquidez y actividad.....	103
Indicadores de Rentabilidad	104
Indicadores financieros de endeudamiento	104
Indicadores de generación de valor	104
Análisis de Sensibilidad	105
Incremento del 10% en los costos variables de producción.....	105
Disminución del precio de venta en un 10%.....	105
Conclusiones	106
Referencias.....	107

Resumen Ejecutivo

Concepto	Características
Nombre comercial	<i>App Runner Bed</i>
Descripción de los productos	<p>Crear una APP para corredores llamada RUNNER BED, que tiene como objetivo construir una comunidad de corredores que puedan compartir hospedaje de manera gratuita a nivel nacional e internacional y que contenga el calendario actualizado de las carreras en las que puedan participar.</p>
Localización/ ubicación de la empresa	<p>Esta es una iniciativa digital que no tendrá necesidad de un punto físico para poder desarrollarse, sin embargo, la idea de negocio se realizará desde el domicilio Calle 8 sur N 51 54 Guayabal - Medellín, Antioquia.</p>
Objetivos del proyecto	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar un estudio de mercado, en el que se determine la factibilidad de la comercialización del servicio APP RUNNER BED en el sector de las TIC's. • Establecer los componentes técnicos y de

	<p>producción para el desarrollo de la aplicación móvil RUNNER BED que permita competir con altos estándares de calidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consolidar la estructura organizacional y administrativa de la empresa. • Generar los componentes legales para el funcionamiento de la empresa. • Estructurar el modelo de organización administrativa requerida y los aspectos asociados en cuanto a la formalización y legalización de la empresa. • Estudiar la viabilidad económica y financiera, teniendo en cuenta el análisis de riesgos y el análisis de sensibilidad para la creación y comercialización de este servicio. • Poner en marcha estrategias de comunicación para la difusión de la APP RUNNER BED a través de las diferentes redes sociales y las app store.
<p>Equipo emprendedor</p>	<p>Carolina Arango Cardona, estudiante último semestre de Comunicación Social y periodismo, de la Corporación Universitaria Lasallista. Informadora HA, Banco Davivienda, con más de 10 años de</p>

	experiencia en cargos bancarios.
Potencial de mercado en cifras	<p>El consumo de aplicaciones móviles en Colombia es uno de los mayores de América Latina y refleja cómo se mueve la vida económica, política y social del país. En el 2018 Colombia era el cuarto país de Latinoamérica en consumo de apps móviles y va en aumento el consumo.</p>
Ventaja competitiva y propuesta de valor	<p>La propuesta de valor para la creación, desarrollo y comercialización de la APP RUNNER BED es la siguiente:</p> <p>-Valor Intangible:</p> <p>Permite crear una comunidad virtual, aprovechando el uso de los teléfonos inteligentes y del creciente uso de las aplicaciones móviles, incluidas las enfocadas a deportistas; donde los corredores pueden consolidar una comunicación compartida y facilitar el hospedaje colaborativo entre ellos mismos, optimizando costos y desplazamientos.</p> <p>Hoy en día NO EXISTE una aplicación que tenga el calendario de carreras en Colombia o el mundo ni que permita la interacción con el fin específico de</p>

compartir de manera gratuita hospedaje. La mayoría aportan otro tipo de información a los corredores pero no las carreras, las fechas e información para el hospedaje, por lo que es una gran oportunidad de negocio para el medio. Se pueden encontrar páginas o información en redes sobre las carreras en Colombia, como son la Liga de Atletismo de Antioquia, Corre Colombia, Carreras de montaña, entre otras.

-Valor Económico: inicialmente sólo se busca crear la aplicación. A futuro se espera poder desarrollarla y comercializarla. A partir de ese momento tendría un valor económico importante, ya que cada día son más los corredores que usan aplicaciones y que participan en carreras en diferentes regiones del país y del mundo. La app obtendría todas sus ganancias gracias a los patrocinadores, aliados estratégicos y sponsor. Luego, la app será promocionada a través de redes sociales como Instagram y Facebook que son las más usadas por corredores actualmente. Luego se puede ser promocionada en las Play Store o App

	<p>store, se ofrecerá de forma gratuita y su monetización siempre será generada por los patrocinadores, ya que hay carreras durante todo el año, cada fin de semana.</p> <p>Debe ser muy llamativa, práctica, fácil de manejar y útil. Tendrá como valor agregado una página o blog aliado donde se agreguen contenidos importantes para los corredores como alimentación, vida sana, técnicas, etc.</p>
--	--

Listado de tablas e imágenes

1. Imagen 1. Principales empresas de economía colaborativa por sectores
2. Imagen 2. ¿Qué tan popular es el *running* en Colombia?
3. Cuadro 1. Definición del mercado objetivo
4. Imagen 3. Cifras población 2018. Censo Nacional
5. Cuadro 2. Segmento del mercado objetivo
6. Cuadro 3. Análisis DOFA
7. Cuadro 4. Concepto de servicio App Runner Bed
8. Imagen 4. Logo de la aplicación
9. Imagen 5. Ficha Técnica del producto
10. Imagen 6. Pantallazo de la página web en hospedaje
11. Imagen 7. Pantallazo de la página web en estadísticas
12. Imagen 8. Pantallazo de la página web en tips ganadores

13. Imagen 9. Pantallazo de la página web en Te asesoramos.
14. Imagen 10. Distribución interna de la planta de producción y distribución
15. Cuadro 5. Presupuesto de inversiones fijas
16. Imagen 11. Mapa de localización empresa App Runner Bed
17. Imagen 12. Mapa de localización nacional empresa App Runner Bed
18. Imagen 13. Estructura organizacional
19. Cuadro 6. Nómina
20. Cuadro 7. Pasos y requisitos de constitución de la empresa

Introducción

Durante los últimos cinco años la práctica del *running* y del *trail running* ha crecido considerablemente a nivel mundial, práctica que también se ha tomado a Colombia. Ya es común observar que durante cualquier mes del año hay más de 10 carreras en el país y unas 4 ó 5 en Antioquia.

El *running* es la palabra anglosajona para definir la carrera de calle, mientras que el *trail running* o carrera por senderos es un deporte que consiste en correr por senderos de montaña.

Los deportistas se han diversificado en carreras de calle y de montaña, lo que ha permitido que la gente se adapte a lo que más le gusta o puede hacer. Ya correr no es exclusivo de atletas élites, sino de cualquier ser humano que desee practicar el deporte

más antiguo del mundo. Según el portal especializado en estadísticas Statista.com, en el 2016 en EEUU 64 millones de personas salieron a trotar. Y esto sucede cada vez más en todas partes del mundo.

Frente a este boom del *running* y *trail running*, las redes sociales se han convertido en una agenda deportiva en las que se encuentran todo tipo de opciones: recreativas, competitivas, largas distancias o *trekking*. (*El trekking*, consiste en el desarrollo de caminatas por un entorno natural y abierto con fines recreativos). Los corredores ahora buscan no solo participar en carreras que se desarrollan en sus ciudades o países sino en otros lugares, lo que implica gastos en desplazamientos, hospedaje, alimentación, entre otros.

Adicionalmente a esto, las app se han convertido en las aliadas del deportista. Aplicaciones gratuitas como Strava que indican al corredor información como distancia, tiempo, mejores segmentos, altura, desnivel y si pagas unos pesos, puedes obtener las calorías consumidas, frecuencia cardíaca y más información. **Sin embargo, no se conoce una app que facilite crear y articular una comunidad de corredores que permita interactuar para compartir hospedajes o recibir en sus casas a los demás.**

De ahí surge la oportunidad de negocio al crear una app para practicantes de *running* y *trail running* en la que se tenga como objetivo compartir hospedaje, además que contenga un calendario actualizado de las carreras en Colombia inicialmente y

luego internacionales. *Es como un airbnb pero de atletas.* **App Runner Bed** se dedica a intercambiar datos entre corredores y generar alianzas y contactos para luego compartir hospedaje de manera gratuita y segura entre ellos mismos.

Con base en esta propuesta, no se conoce una en el mismo segmento que haga exactamente lo mismo que **Runner Bed**. En el mercado hay una gran oferta de *apps* que se dedican al corredor, sus tiempos, distancias, cifras, avances, retos, altimetrías, calorías gastadas, km recorridos. Una serie de información que es relevante para el corredor, pero que no comparte lugares de hospedaje con él.

Por otro lado, hay aplicaciones como Airbnb, Booking, UberPool, NightSwapping, entre otras, que permiten contactar personas de todo el mundo, que estén interesadas en viajar y hospedarse de manera económica o gratuita.

Con la **App Runner Bed** se obtienen ambas ventajas de las aplicaciones mencionadas anteriormente, porque es una app pensada en los corredores, en la oferta deportiva tan amplia que existe actualmente, que probablemente va a crecer y en las aplicaciones de hospedaje enfocadas al consumo colaborativo que es la tendencia actual. De esta forma, los corredores podrán acceder a sus carreras deportivas y a su vez, a una oferta de hospedaje en la región de manera gratuita, económica, segura y entre los mismos corredores. **Algunas ventajas de la app son:**

- Consumo colaborativo
- Conocimiento e interacción entre corredores de diferentes ciudades o países.

- Ahorro en los gastos de hospedaje.
- Como el hospedaje es entre corredores, nada mejor que un corredor para conocer las necesidades de ellos mismos.
- Trueque de hospedajes.
- Contenido de valor adicional para los corredores.

Web 2.0

Para la App Runner Bed la web 2.0 hace parte de las nuevas mecánicas de negocios que se usan como plataforma de promoción y mercadeo. La empresa considera importante el uso de la web 2.0 porque su conocimiento, promoción y alcance depende considerablemente de las estrategias implementadas en dicha interface. Ya que la Web 2.0 se configura en tres vértices que son: tecnología, comunicación y negocio (Cobo, 2007) App Runner Bed ha enfocado todos esfuerzos en fortalecer estas tres áreas porque ve oportunidades que generan estabilidad financiera y desarrollo económico de la empresa.

El término Web 2.0 es definido por Tim O'Reilly, el fundador y CEO de O'Reilly Media, como "la revolución de los negocios en la industria informática provocada por el traspaso a Internet como plataforma informática y un intento por comprender las reglas del éxito para esa nueva plataforma"

Dice Vicente (2005) La web 2.0 es el sueño que se ha estado fraguando progresivamente y sin hacer demasiado ruido en las cocinas de la industria de internet durante los últimos dos años. Una profunda reinención de las estrategias y las arquitecturas sobre las que se implementan los servicios online que promete sentar los cimientos de la web de la próxima década. En la que se habrán quedado obsoletos los símiles con la biblioteca de Babel, porque cada vez habrá menos documentos cerrados que almacenar y distribuir.

“La Web 2.0 es una actitud y no precisamente una tecnología. El aspecto medular de ésta, es que evidencia los próximos pasos evolutivos de Internet” (Cobo, 2007).

Web 2.0 es una forma de entender Internet que, con la ayuda de nuevas herramientas y tecnologías de corte informático, promueve que la organización y el flujo de información dependan del comportamiento de las personas que acceden a ella, permitiéndose no sólo un acceso mucho más fácil y centralizado a los contenidos, sino su propia participación tanto en la clasificación de los mismos como en su propia construcción, mediante herramientas cada vez más fáciles e intuitivas de usar. (De la Torre, 2006).

Comercio Electrónico

App Runner Bed ha enfocado sus estrategias de marca y distribución en el área del comercio electrónico, por lo tanto, es importante que se generen bases teóricas que le den apoyo al momento de ponerlas en práctica. A continuación, haremos un repaso sobre algunas de las definiciones sobre el también conocido como *ecommerce*:

Para la Organización Mundial del Comercio-OMC, se entiende por la expresión "Comercio Electrónico" la producción, distribución, comercialización, venta y entrega de bienes y servicios por medios electrónicos.

“El comercio electrónico es una modalidad de comercio que utiliza medios electrónicos para la transacción de bienes y servicios en un mercado nacional y global, donde las fronteras geográficas pierden su significado”. Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Departamento Nacional de Planeación DIES – STEL, DDE (2009).

Es así como el comercio electrónico se ha convertido en el medio de llevar a cabo cambios en las ventas y aprovisionamiento de las organizaciones dentro de una escala global, permitiendo a las compañías ser más eficientes y flexibles en sus operaciones internas, y así trabajar de una manera más cercana con sus proveedores y estar más pendiente de las necesidades y expectativas de sus clientes (Hu, Yang y Yang, 2012; Jahanshahi, Rezaei, Nawaser, Ranjbar y Pitamber, 2012).

“El comercio electrónico, o *e-commerce*, se puede definir como cualquier forma de transacción o intercambio de información comercial basada en la transmisión de datos sobre redes de comunicación como internet” (Moreda, Teresa, 2013).

También encontramos una definición simple y que recoge altamente el potencial del término: “Comercio Electrónico consiste en la distribución, venta, compra, marketing y

suministro de información de productos o servicios a través de Internet. [...] La red permite acceder a los productos y servicios de las empresas durante las 24 horas del día” (Red de empresarios Visa, 2014).

Se espera que para el 2020 el mercado de las apps genere alrededor de 189 mil millones de dólares en ingresos, repartidos entre las ventas y los ingresos por espacios publicitarios dentro de cada aplicación móvil.

Ventajas Del Comercio Electrónico

El comercio electrónico brinda una gran variedad de ventajas en comparación con el comercio tradicional, estas ventajas se basan en el desarrollo del escenario de la globalización, ayudada en parte por el crecimiento de la red y el uso de dispositivos conectados al internet, además de las dinámicas de la sociedad en la actualidad. A continuación, algunos fundamentos teóricos de dichas ventajas:

La globalización en la red permite la apertura de negocios en todo el mundo de manera continua, dicha situación, aunque presenta un reto también es una gran oportunidad para empresas como Para Ti, Boutique de regalos, ya que aumenta la posibilidad de lograr éxito en la comercialización de la marca. Las plataformas virtuales permiten una respuesta inmediata en tiempo real, que genera cercanía con los clientes. Además, la facilidad en el acceso a las plataformas rompe con las barreras del tiempo y lugar ya que la presencia puede ser incluso global.

Colveé (2013) indica que, para los fabricantes, el comercio electrónico intensifica su poder de venta mediante un nuevo canal de distribución, eliminando intermediarios, dando la facilidad de poder ofrecer mejores precios, agilizar el trámite en los pedidos y desarrollar una estrategia de marketing propia; además, constituye un modo de ahorrar costos y tiempos operativos y administrativos (Nami y Malekpour, 2008).

Existe una ventaja y es que si todas las promesas que se hagan de venta se cumplen entonces se presenta el llamado 'momento de la verdad' (Carlzon, 1987). Papadopoulou, Andreu, Kanellis, & Martakos (2001) establecen un marco de trabajo para desarrollar confianza en el comercio electrónico. Indican que para generar la confianza con los clientes se necesitan interacciones frecuentes con promesas hechas, cumplida y mantenidas por el vendedor o proveedor de servicio.

Los consumidores o usuarios son el cliente final, quien accede a estas webs por elección propia para mirar, comparar y comprar los productos que ellos necesitan. Internet es un canal de compras muy efectivo, cómodo y rápido que les permite tener una serie de ventajas, (Moreda, Teresa, 2010):

- Accesibilidad.
- Menor dificultad.
- Reducción de precios.
- Elección global.
- Multimedia.

- Respuesta rápida a las necesidades.
- Productos y servicios personalizados.
- Nuevos productos y servicios.

Beneficio del Comercio Electrónico para las Pymes

Las empresas, viendo el auge de las RSD y aprovechando las herramientas que éstas les ofrecen, su bajo coste de utilización y su popularidad, empezaron a usarlas dentro de sus estrategias de marketing, siendo empleadas principalmente para la promoción de sus productos o servicios, la comunicación con sus clientes, la investigación de mercados, el conocimiento del comportamiento del consumidor o incluso como un canal de ventas. (Harris & Rae, 2009)

En el desarrollo de App Runer Bed como una PYME podemos mencionar desde la teoría algunos de los beneficios que tiene el comercio electrónico: expansión del mercado, productividad e innovación, rentabilidad, incremento en las ventas y competitividad (Albarracín, Erazo y Palacios, 2014; Henderson y Venkatraman, 1993; Hu, Yang y Yang, 2012; Raymond, Bergeron y Croteau, 2013).

Hussain (2013, p. 2) señala que “el comercio electrónico es una herramienta potente para las Pyme que les permite avanzar rápidamente por las fases del desarrollo. Más allá de los mercados locales, nacionales e incluso regionales, posiciona a las Pyme en el mercado mundial. Cabe destacar que la Cámara Colombiana de Comercio

Electrónico cuenta con más de 200 afiliados, de los cuales el 70% corresponde a Pyme. Estas han encontrado en el comercio electrónico un canal alternativo y un valor agregado que fortalece las actividades de las compañías generando competitividad y productividad según Aldana” (2014).

Se resaltan algunas de las ventajas que tiene el uso de Internet y del comercio electrónico para las Pyme, por tal motivo Para Ti, Boutique de regalo ha enfocado los mayores esfuerzos en este tipo de comercio para aumentar su crecimiento y rentabilidad. Estas son las ventajas principales que actualmente aporta el comercio electrónico según (Ronco, 2013):

- Acceso a un mercado global.
- Reducción de costos.
- Creación de nuevas relaciones comerciales.
- Mejoras de la distribución y comunicación comercial.
- Aumento de gama de productos.
- Flexibilidad en los medios de pago.
- Adaptación a la demanda.
- Facilidad para fidelizar clientes.

(Charan y Sánchez, 2004, 27) definen el crecimiento empresarial como “un acto creativo, pero también un proceso social disciplinado, que enlaza las diferentes partes móviles de una organización a fin de conseguir un aumento constante de las ventas”.

Tipos de comercio electrónico según la plataforma

De acuerdo a la plataforma o el canal que se utilice, podemos distinguir entre: el *Social eCommerce* y el *Mobile eCommerce*.

Social eCommerce

Es el comercio electrónico basado en las redes sociales, que incluyen a las más reconocidas: Instagram Commerce, Twitter Commerce, Facebook Commerce, YouTube Commerce, entre otras.

Mobile eCommerce

Incluye las transacciones comerciales que se realizan mediante dispositivos móviles como teléfonos inteligentes y tabletas. Muchas empresas optan por facilitar una aplicación a los usuarios con el fin de facilitar la navegación y la compra

Consumo Colaborativo

El consumo colaborativo es la actividad de compartir o intercambiar bienes y servicios entre particulares, normalmente a cambio de una compensación.

El término titulado “economía colaborativa” fue acuñado por primera vez por Ray Algar, en el artículo Collaborative Consumption publicado en el boletín Leisure Report de abril de 2007. Pero el concepto de consumo colaborativo comenzó a popularizarse

en 2010 con la publicación del libro “What’s Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption” de Rachel Botsman y Roo Rogers. Rachel Botsman ofreció una charla sobre consumo colaborativo⁶ en la que expuso cómo el acceso a bienes y servicios puede ser de relevancia prioritaria sin ser necesaria la propiedad de los mismos. Anteriormente, el consumo colaborativo se limitaba a nuestro ámbito geográfico y círculo más cercano. Sin embargo, gracias a internet, es posible conectar con personas de todo el mundo con intereses comunes. El auge del consumo colaborativo se debe a las TIC’s lo cual permite la creación de plataformas digitales (portales y redes sociales) donde llevar a cabo estas interacciones.

Por tanto, la idea principal de una economía colaborativa es que el acceso vence ante la propiedad, y esta idea supone un cambio tanto en los hábitos de cada persona, como a nivel económico y cultural de la sociedad. Dejamos de lado, por tanto, una cultura basada en el consumo individualizado para pasar a un modelo de consumo basado en intercambios a través de redes sociales o de plataformas peer-to-peer.

Sistemas dentro del consumo colaborativo

Dentro del término “consumo colaborativo” podemos diferenciar varias ramas, en las cuales las acciones que se llevan a cabo abarcan desde iniciativas de cooperación desinteresada (no remunerada) hasta otras con ánimo de lucro:

Sistemas basados en producto: Se trata de la fomentar la idea de pagar por utilizar un producto pero sin la necesidad de poseerlo. «Bicing» es un buen ejemplo de

ello ya que permite la utilización de bicicletas públicas por las ciudades pagando una cuota anual, y sin tener que adquirirlas.

Mercados de redistribución: Basados en reutilizar los productos que nosotros ya no necesitamos entregándolos a alguien que sí los puede necesitar. Hay mercados donde los productos se pueden adquirir de manera gratuita, otros donde se intercambian por otros productos y en otros se venden por dinero (como el caso de eBay).

Estilos de vida colaborativos: Es la idea de compartir bienes menos tangibles que los materiales, como tiempo, espacio, habilidades, conocimiento o dinero. Algunas de estas iniciativas tienen lugar a nivel local, como «Coworking» (compartir espacios de trabajo) o como el alquiler de habitaciones de pisos a viajeros (airbnb) o aquellas iniciativas que comparten conocimiento (Wikipedia, por ejemplo) o incluso música (Spotify).

Ventajas del consumo colaborativo

El consumo colaborativo tiene varias ventajas:

Optimización de recursos: **Podemos dar salida a bienes que antes no se utilizaban o que no tenían un uso al 100%**

Mayor oferta para el consumidor final: El consumidor se encuentra con una oferta más amplia entre lo que ofrecen los comercios tradicionales y lo que ofrece la

economía colaborativa. Puede hacer una comparativa más amplia en calidades y precios.

Ahorros: Gracias a la oferta de bienes y servicios de segunda mano, los consumidores acceden a unos precios inferiores que los del mercado, lo que les permite ahorrar. En tiempos de crisis económica, esta ventaja fue clave para la proliferación del consumo colaborativo.

Generar un ecosistema basado en el compromiso, la solidaridad y la generación de ideas: Estas ideas van de la mano de emprendedores con nuevos negocios, generando empleo, riqueza e innovación en nuestro tejido empresarial.

Inconvenientes del consumo colaborativo

Al tratarse de una economía pactada entre particulares, tiene una serie de inconvenientes:

Falta de regulación legislativa y competencia desleal: Nos encontramos ante un sector sin regulación que da lugar a quejas y protestas de los sectores afectados, ya que consideran que se puede incurrir en competencia desleal porque no se puede ofrecer los servicios en las mismas condiciones.

Desprotección del consumidor: El consumidor final no cuenta con garantías de la calidad del producto, o de que las personas con las que se está compartiendo, sean de

confianza y no generen problemas. Son riesgos que se corren a cambio de un precio más bajo.

Qué es una app

El término “app” es la abreviatura de la palabra inglesa Application. La app, es una aplicación de software diseñada para ejecutarse en los smartphones (teléfonos inteligentes), tabletas y otros dispositivos móviles. Su origen más popular se remonta a 2008, cuando empezó a dar los primeros coletazos. En 2010, el término “app” fue designada palabra del año según la Sociedad Americana de Dialecto.

Imagen 1. Principales empresas de economía colaborativa por sectores

Tabla 2: Principales empresas de economía colaborativa distribuidas por sectores

SECTOR Y RAMAS DE ACTIVIDAD EN LOS QUE OPERAN						
	ESPACIO	FINANZAS	BIENES	ALIMENTACIÓN	SERVICIOS	TRANSPORTE
RAZÓN SOCIAL DE LAS EMPRESAS	ESPACIOS DE TRABAJO <ul style="list-style-type: none"> ShareDesk 52M Breather Pivotdesk LiquidSpace Desk near me 	PRÉSTAMO <ul style="list-style-type: none"> Kiva Prosper Lending Club Zopa Green Note 	BIENES USADOS <ul style="list-style-type: none"> Yerdle Kijiji Craigslist Ebay Threadflip 	COMIDA COMPARTIDA <ul style="list-style-type: none"> Cookening LettoverSwap Meal Sharing EatWith Feastly 	SERVICIOS PERSONALES <ul style="list-style-type: none"> Deliv Shyp Popexpert TaskAngel TaskRabbit Instacart 	SERVICIO DE TRANSPORTE <ul style="list-style-type: none"> Uber BlaBlaCar Hail Side-Car Lyft
	VIVIENDAS COMPARTIDAS <ul style="list-style-type: none"> Couchsurfing Onefinestay HomeExchange Home Away Airbnb 	CROWDFUNDING <ul style="list-style-type: none"> Pave Indiegogo Crowdfunder Kickstarter Our Crowd Go Fund Me Circle Up 	BIENES A MEDIDA <ul style="list-style-type: none"> Custom Made Quirky Shapeways Etsy The Grommet 	COMIDA PREPARADA <ul style="list-style-type: none"> Munchery Blue Apron Kitchit Kitchen Surfing 	SERVICIOS PROFESIONALES <ul style="list-style-type: none"> Desk Freelancer Elance CrowdSpring BidWilly 	VEHÍCULOS EN PRÉSTAMO <ul style="list-style-type: none"> Scout DriveNow Car2Go GetAround Boatbound
		MONEDAS CRYPTO <ul style="list-style-type: none"> Bitcoin Dogecoin Litocoin Namecoin Peercoin 	PRODUCTOS EN PRÉSTAMO <ul style="list-style-type: none"> Pley Rent the Runway Bag Borrow Rocks Box Shop to me 			

Fuente: Elaboración propia a partir de la información de Crowdcompanies. Disponible en: <http://crowdcompanies.com/blog/framework-collaborative-economy-honeycomb/>

- Se refieren sobre todo a aplicaciones destinadas a tablets (como el iPad o equipos Android) o a teléfonos del tipo smartphone (como el iPhone o el Samsung Galaxy). También las hay en Windows 8.
- Suelen ser más dinámicas que los programas tradicionales. Algunas dependen de Internet para funcionar. Por ejemplo las asociadas a Facebook o Twitter. O las de noticias o el estado del tiempo.
- La instalación es instantánea. Basta hacer un par de clics para que se descarguen y empezar a usarlas.
- Son más pequeñas y específicas. Es raro que ocupen más de unos pocos MB. Y su uso suele limitarse a algo muy concreto.
- Pueden ser juegos, herramientas para redes sociales o recogida de noticias e información de todo tipo, utilidades para fotos, vídeos o música, etc.

Están disponibles principalmente en tiendas virtuales. Los teléfonos y tablets suelen incluir una opción que da acceso directo a ellas. Algunas tiendas puedes visitarlas también escribiendo su dirección URL en el navegador del dispositivo.

En las tiendas se separan de forma clara las aplicaciones gratis y de pago. Están agrupadas en categorías para que resulte más fácil buscar las que prefieras. También incluyen listas con las más populares. O buscadores con los que localizar aplicaciones concretas.

La mayoría de las apps de Google Play son gratis y se añaden continuamente otras nuevas.

Tipos de apps

Hay dos fundamentales:

Nativas

Están creadas para un sistema operativo (SO). El dispositivo debe tener ese SO para que puedas instalarlas en él. Las aplicaciones nativas destinadas por ejemplo al sistema iOS del iPhone no funcionan en Android, y al revés.

También debes tener en cuenta la versión del SO. Una aplicación diseñada para una versión moderna de Android, por ejemplo, puede no funcionar en un dispositivo que tenga una más antigua. Igual que hay programas para XP que no funcionan en Windows 7.

Web

Las web apps se instalan y/o ejecutan en el navegador de Internet, a veces como un plugin. Su ventaja es poder usarlas en cualquier dispositivo con navegador, sin importar el SO que utilice.

Investigación de mercados

Análisis del Sector

El consumo de aplicaciones móviles en Colombia es uno de los mayores de América Latina y refleja cómo se mueve la vida económica, política y social del país. De hecho, eMarketer publicó un estudio sobre el liderazgo de Brasil en el uso de *apps* en la región, en el cual se especifica que Colombia es el cuarto país de Latinoamérica en consumo de *apps* móviles. ¿Cuáles aplicaciones ha descargado en su dispositivo móvil? ¿Cuáles utiliza usted con mayor frecuencia? Recordemos cómo ha sido la evolución de las aplicaciones y cómo se han manejado en nuestro país y el mundo.

Con el desarrollo de la tecnología EDGE y el uso de Internet en los teléfonos móviles también mejoraron las aplicaciones, pero solamente estaban disponibles las que ofrecía cada fabricante de telefonía celular. El verdadero impulso surgió en 2007, cuando Apple lanzó el primer iPhone de la historia, cuyo App Store permitía la descarga de aplicaciones desarrolladas por empresas externas. Android no se

quedó atrás y al año siguiente puso a disposición su primera tienda de aplicaciones, llamada inicialmente "Android Market" y en 2012 cambió a "Google Play".

La "guerra de apps" entre Android y Apple ocurre en diferentes campos: según cifras oficiales de Androidsis, las descargas crecen en la Google Play Store, pero la App Store gana en beneficios. Este sitio web señala que, hoy en día, se calcula que se han descargado 64.000.000.000 aplicaciones por Android y unas 28.000.000.000 por iOS. Esta diferencia abrumadora se debe, en gran medida, a que Android tiene mayor presencia en los llamados mercados emergentes con gran población, como Brasil e India. Sin embargo, la Apple Store ha generado mayores ganancias económicas: más USD\$ 38.000.000.000 versus USD\$ 20.000.000.000 que dejó Google Play el año pasado. La razón es que generalmente los iPhones son más costosos que los Android y tienen marcada presencia en los países más prósperos, por lo tanto, sus usuarios (con alto poder adquisitivo) están dispuestos a pagar por aplicaciones. En cambio, Android ofrece un amplio abanico de aplicaciones gratuitas especialmente dirigidas a público de estratos económicos variados.

Partiendo de este contexto, el consumo de aplicaciones móviles en Colombia repite la tendencia mundial ya explicada. De acuerdo con la agencia de investigación de mercado digital BrandStart y Nestquest, el 88 % de los colombianos usa con frecuencia las apps de redes sociales en sus dispositivos móviles, invirtiendo 9,3 horas mensuales (unos 20 minutos diarios) en visitar dichas redes.

La empresa especialista en mediciones SensorTower presenta las 10 aplicaciones más descargadas en Colombia en 2017, tanto para Google Play como App Store:

Google play

Aplicaciones gratuitas

1. WhatsApp
2. Messenger
3. Facebook
4. Facebook Lite
5. Instagram
6. SuperB Cleaner
7. Wish
8. Uber
9. Subway Suffers
10. Snapchat

Aplicaciones pagadas

1. Minecraft
2. Hitman Sniper
3. Geometry Dash
4. Grand Theft Auto
5. Nova Launcher Prime
6. Football Manager Mobile 2018

7. Carcassonne
8. Ultimate Guitar Tabs & Chords
9. Bloons TD 5
10. Torque Pro

Apple store

Aplicaciones gratuitas

1. WhatsApp
2. YouTube
3. Facebook
4. Instagram
5. Messenger Facebook
6. Uber
7. Wish
8. Stack Jump
9. McDonald's App
10. Snapchat

Aplicaciones pagadas

1. Kirakira+
2. Cam ToPlan PRO
3. Plague Inc.
4. Monkey Pro
5. Pixomatic Photo Editor

6. Minecraft
7. ProCam 5
8. ThemeZone
9. Facetune Classic
10. Grand Theft Auto

En efecto, el 62 % de los usuarios colombianos es consumidor de aplicaciones dedicadas al entretenimiento y el ocio, según la firma analítica Sinnetic, y se les considera "*apps dependientes*". De este grupo, la gran mayoría utilizan las aplicaciones para hacer citas personales, espiar a otros, jugar y seguir a artistas favoritos. En el otro lado, se encuentran los "*appscompetentes*", quienes usan las aplicaciones como herramientas para ser más productivos o hacer negocios, pero este grupo apenas alcanza el 38 % de los usuarios. En este segundo segmento, la gran mayoría usa aplicaciones de noticias, asuntos sociales y consultas educativas.

Sobre este patrón de consumo de aplicaciones móviles en Colombia, el CEO de Sinnetic, Gabriel Contreras, alertó que las redes sociales impactan la productividad de los colombianos, ya que por cada hora que los "*apps dependientes*" (que son la gran mayoría) emplean en dichas redes, se pierde alrededor del 13 % de su productividad diaria, ubicando al país en desventaja frente a otras naciones cuyos ciudadanos emplean las aplicaciones principalmente como herramientas de trabajo y crecimiento profesional. Exhorta a que se implementen políticas estatales que conduzcan a la población colombiana a hacer mejor uso de las aplicaciones.

El Consumo de Aplicaciones Móviles en Colombia es muy positivo en el mundo de los negocios

IAB Colombia y Mercado Libre señalan que tres de cada 10 compras en línea en el país son hechas por dispositivos móviles a través de aplicaciones, de los cuales el 78 % asegura que la experiencia de compra fue muy positiva y seis de cada 10 usuarios planean seguir haciendo compras a través de sus dispositivos móviles en los próximos seis meses.

El mercado de las *apps* en nuestro país tiene tanto potencial que se han implementado estrategias gubernamentales para fortalecerlo e impulsar el emprendimiento. Una de estas iniciativas es Apps.co, un espacio diseñado por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y su plan Vive Digital que promueve la creación de negocios a través de aplicaciones móviles, software y contenidos. Según El Tiempo, alrededor de 122 aplicaciones hechas en Colombia se han descargado en todo el mundo, representando alrededor de 71.000.000.000 de pesos colombianos en ingresos. Estos números ratifican que el consumo de aplicaciones móviles colombianas es sinónimo de desarrollo económico, apropiación de la tecnología y empoderamiento.

Análisis del mercado

El *running* y *trail running* son deportes de alta exigencia física, que hoy en día no son practicados únicamente por selectos atletas. Cada uno de nosotros puede participar a su ritmo e ir mejorando su propio ranking por tiempos.

Eso sí, hay que meterse la mano al bolsillo y destinar un promedio entre 60.000 y 200.000 pesos en competencias de 20 kilómetros. Algunos incluyen kit con camiseta, maleta y medalla simbólica por participar en el evento.

Dadas las circunstancias prácticas y económicas para ejercer este deporte, grandes marcas se aprovechan de ello para crear un modelo de negocio que solo necesita permisos para cerrar calles y una inversión cuantiosa en afiches, pendones y la muestra de sus logos hasta en el último rincón de las prendas deportivas.

De acuerdo con Manuel Vallejo, gerente de mercadeo de Correcaminos Colombia, “para las marcas es muy útil acudir al atletismo debido a su **simplicidad en la infraestructura**, a cambio nos transmiten sus valores de la compañía con elementos tan sencillos como la hidratación y la atención médica”.

No obstante, gracias a muchas de ellas se puede apreciar el auge *del running* en Colombia, sin dejar de lado que la tradición de las carreras y maratones *de running* tienen una vigencia significativa entre los 20 y 40 años de existencia. La cuestión es que parte de ese tiempo ha sido soportado por la iniciativa de las empresas “el auge *del running* en Colombia se puede evidenciar entre 2005 y 2010, tras el buen desempeño de las maratones promovidas por empresas solventes en Bogotá y Medellín” aseguró Julio Sandoval, director de Running Colombia.

Tanto ha sido el auge del *running*, que en el país ya existe una red sistematizada y conformada por 45 clubes que compiten por número de carreras y kilómetros corridos,

destacándose en los primeros lugares el equipo Atletismo para Todos con 10.603 km corridos con 668 carreras. Por otro lado, el Club Team Warriors le pisa los talones con 9.475 km en 807 carreras.

¿Cuáles son las carreras más tradicionales?

Por ejemplo, la media maratón de Buga tiene 49 años, la maratón y media maratón de Medellín llevan 25 años de esfuerzo en este deporte, así mismo la media maratón de Bogotá cumple 20 años y es una de las más importantes y populares del país.

Imagen 2. ¿Qué tan popular es el *running* en Colombia?



También hay otras carreras nada despreciables como la Carrera de Girardot 10k, tiene alrededor de 47 años de existencia, a esta le siguen la competencia San Silvestre de Chía que lleva 32 años apostando por esta disciplina. Tampoco se pueden olvidar: la Carrera de los Libertadores en Duitama con 24 años de experiencia y el cuarto (1/4) de maratón de Bucaramanga con 15 años de participación.

Claro que todo esto se debe a la importancia que se le dio al deporte y en especial a las distintas vertientes del atletismo desde el siglo XX, según la Secretaría de Cultura Recreación y Deporte de Bogotá todo inició en 1920 “desde sus comienzos, el atletismo ha sido uno de los deportes más representativos del país y uno de los que cuenta, en la actualidad, con mayor participación de afrocolombianos”.

Mercado Objetivo

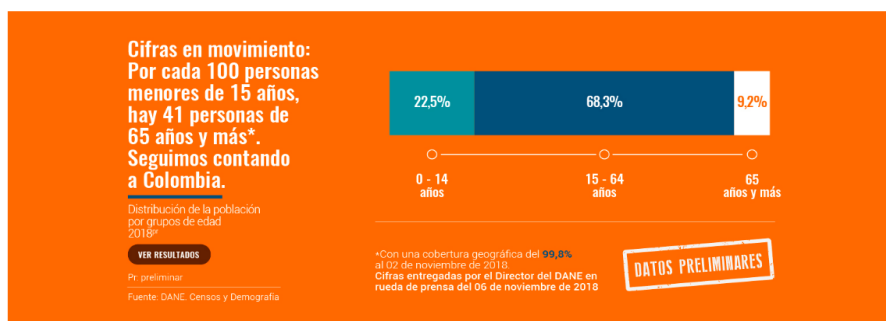
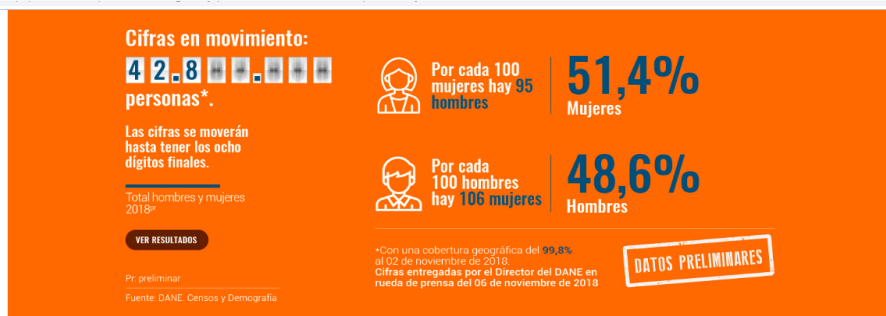
Para definir el mercado objetivo de **APP RUNNER BED**, es necesario delimitar inicialmente sus características y tamaño, para poder definir posteriormente el segmento al cual está enfocada las estrategias de mercadeo y ventas del servicio.

Cuadro 1. Definición del mercado objetivo

Criterio de definición del mercado objetivo	Características
Ubicación geográfica	Inicialmente la población objetivo a nivel nacional, con referencias principales en las ciudades donde se realizan las carreras más

	importantes o donde se desarrolla un mayor número de carreras, para ofrecer el hospedaje.
Sexo	Indiferente
Edad	Hombres y mujeres entre 15 y 54 años
Tamaño	<p>Distribución por edad en Colombia según el DANE 2017</p> <p>15-24 años: 17,54% (hombres 4.216.437/mujeres 4.066.079)</p> <p>25-54 años: 41,82% (hombres 9.788.057/mujeres 9.958.982)</p> <p>(2017 est.)</p>

Imagen 3. Cifras población 2018. Censo Nacional



Justificación del mercado objetivo

El incremento de usuarios de celular y por defecto de Aplicaciones Móviles va en crecimiento continuo y con éste las estrategias de marketing móvil han tomado un rumbo diferente y más efectivo. Según Marketing Móvil 2018, las cifras en Colombia y el mundo reflejan lo siguiente:

Usuarios

- Desde agosto de 2017, hay más de 4.000 millones de usuarios de internet desde su dispositivo móvil.
- Los usuarios disponen en promedio 69% de su tiempo utilizando su smartphone.
- Los dispositivos móviles consumen más del 70% del uso de internet en el mundo.
- El 50% del tiempo de uso de celulares, es destinado a utilizar aplicaciones móviles.

Uso de Aplicaciones Móviles

- Existe en Google Play aproximadamente 9 millones de aplicaciones móviles, en App Store 2.5 millones y 700 mil en Windows.
- El número aproximado de descargas en 2017 fue de 200.000 millones de aplicaciones móviles; en iOS en 2016 fue de 25.000 millones; en Android en 2016 de 90.000 millones.
- El promedio de uso de Aplicaciones Móviles es de 9 por día y en el mes de 30 Apps.
- Las Progressive Web App WPA obtienen más visitas que las aplicaciones nativas publicadas en las tiendas.

- La usabilidad también ha cambiado, pues los diseños ahora son minimalistas, funciones que aportan valor, fácil navegación y valor agregado.

Búsquedas desde el móvil

- El 48% de los compradores utilizan su dispositivo móvil para buscar sus productos de interés.
- El 70% de compradores entre 18 y 39 años usan su celular para buscar información antes de comprar sus artículos.
- Google sigue siendo el principal motor de búsqueda desde dispositivo móvil con el 96% de usuarios; Yahoo con el 2% y Bing el 1%
- La sección más importante de una Aplicación Móvil es el ítem “Productos”, seguido de “Horario” y “Contacto”
- El 78% de resultados de búsqueda desde el celular, dan como resultado una compra efectiva.

Gasto Móvil

- El 90% de usuarios utilizan su dispositivo para tomar decisiones de compra.
- El 88% de consumidores que buscan un negocio local, llamarán o se contactarán con éste.
- 92% de usuarios que buscan un producto en específico, finalizarán la compra.
- El 57% de usuarios, afirman que no recomendarían una empresa cuyo sitio web móvil esté mal diseñado.

Publicidad Móvil

- El 90% de anuncios con clicks pagados a Google, corresponden al uso de dispositivos móviles
- El 90% de ingresos por publicidad en Facebook, es generada por el uso de Smartphone.

Para nuestro servicio no es sólo importante analizar el uso de aplicaciones móviles, sino el uso de hospedajes y nuevas formas de viajar, ya que nuestro objetivo es una app que permita la relación de corredores vs hospedaje.

En nuestros viajes cada vez es menos importante la planificación previa. El uso de móviles de última generación y tablets, y la gran disponibilidad de redes WiFi, nos permite improvisar y dejar para el último minuto cosas como la reserva de hotel.

De ahí que es importante reconocer las 8 de las mejores apps para buscar hoteles baratos.

1. Airbnb

Airbnb no es estrictamente un buscador de hoteles, sino una plataforma de alquileres vacacionales de casas, apartamentos, pisos y habitaciones (en principio de particulares, aunque muchos pequeños hoteles también ofrecen camas). Hasta hace un tiempo no usábamos su app porque contactar con los anfitriones y esperar respuesta requería un mínimo de planificación, pero desde que implementaron la opción de reserva inmediata, nos ha sido realmente útil en nuestros viajes. Por lo demás, funciona como cualquier otra app: zona de usuario, opción de búsqueda por cercanía, filtros, mapa, etc. Solo se puede usar creando una cuenta.

2. Booking

Booking es un clásico entre los clásicos y su app está a la altura de lo que se podría esperar de esta marca: ágil, eficaz, sencilla, intuitiva y agradable. Algunas de sus mejores características son: búsqueda de hotel en la ubicación actual y sobre un mapa, zona de usuario con gestión de reservas y datos personales para su uso rápido (tarjetas de pago, nombre del huésped principal, etc.), filtros, diversas opciones de ordenación, lista de favoritos, descarga de guías de viaje, notificaciones móvil, etc.

3. HotelsCombined

HotelsCombined es uno de los mejores metabuscadores de hoteles. Eso quiere decir que sus resultados de búsqueda son combinados de decenas de buscadores (como Booking) y que aumentan las probabilidades de encontrar un hotel barato. Su app también tiene búsqueda geolocalizada, zona de usuario con alertas, registro de búsquedas y otras ventajas (aunque no hay gestión de reservas, ya que éstas se efectúan fuera de su app), filtros, mapa, diferentes criterios de clasificación y mucho más.

4. Agoda

Agoda es otro de los gigantes de reservas de alojamiento, especializado sobre todo en el área de Asia y Oceanía, pero presente en todo el mundo. Su app es de las más atractivas, rápida y muy sencilla. Ideal para buscar hotel en el último minuto y con la gran ventaja de Agoda: la posibilidad de acumular puntos para ahorrar en futuras compras. Por lo demás, también cuenta con zona de usuario en la que podemos

gestionar las reservas, favoritos, recordatorios, búsqueda alrededor de tu zona, mapa, historial, filtros, etc.

5. Hoteles.com

Seguimos con otro de nuestros buscadores de alojamiento favoritos: [Hoteles.com](https://www.hoteles.com). Este buscador tiene una gran ventaja respecto a la mayoría: su programa de fidelidad, que te permite disfrutar de una noche gratis por cada 10 reservas completadas. Con la aplicación móvil puedes aprovechar sobre la marcha su programa y suele haber códigos de descuento exclusivos solo para su app. Además tiene un buscador de ofertas cercanas, precios secretos, contacto telefónico a un click y la mayoría de características comentadas hasta ahora: búsqueda geolocalizada, filtros, historial y gestión de reservas

6. Kayak

Aunque [Kayak](https://www.kayak.com) es más conocido como buscador de vuelos, lo cierto es que desde hace años también es un metabuscador de hoteles (un comparador). Su aplicación ofrece las mismas ventajas que otros metabuscadores de esta lista (favoritos, búsqueda según ubicación, numerosos filtros, etc.), pero si hemos querido destacarla aquí es por su novedoso «Heat map»: un mapa de calor de las zonas más populares con el que se puede hacer una idea de dónde está el meollo de una ciudad.

7. HotelTonight

HotelTonight es quizá las más «pura» de las apps de este listado, ya que no tienen versión web. La app de Hotel Tonight nació directamente como una aplicación móvil

pensada para la reserva de hoteles en el último minuto y de forma geolocalizada. De hecho, su principal atractivo es la «Geo Tarifa», un tipo de oferta en el precio basado en la ubicación y el momento de la reserva. La app está tan enfocada en la inmediatez que solo permite reservar a 7 días vista y por un máximo de 5 noches. También cuenta con área de usuario, pero el resto de opciones son más limitadas que en el resto de apps y el número de hoteles disponibles es mucho menor.

8. Trivago

Aunque Trivago nunca estuvo entre nuestros buscadores de hotel favoritos (metabusador, mejor dicho), hay que reconocer que en los últimos tiempos han mejorado mucho la plataforma y que su app móvil resulta una buena alternativa para comparar precios de diferentes buscadores de forma rápida y con todas las ventajas de otras grandes apps: búsqueda sobre mapa, búsqueda por cercanía, comparativa de precios en las webs más importantes (aunque faltan muchas otras), filtros, listas de favoritos y, en general, todo lo que podríamos considerar «básico». Es otra app para buscar alojamiento a tener en cuenta.

Segmento del mercado

Para la segmentación del mercado objetivo se tendrán en cuenta las siguientes variables que definen la población a atender.

Cuadro 2. Segmento del mercado objetivo

Variables de segmentación	Características
---------------------------	-----------------

Ubicación	Principalmente ubicados en Colombia o que viajen hacia Colombia. Las ciudades principales serían Cali, Medellín, Bogotá, Manizales, Santander, Santa Marta.
Estrato	3, 4, 5, 6
Sexo	Indiferente
Rango de edad	De 15 a 54 años. El rango de edad seleccionado es no solamente el correspondiente al consumidor potencial del servicio, sino que también al rango utilizado por los análisis estadísticos y demográficos de la caracterización poblacional publicada por el DANE.
Perfil de condición o conducta	Mujeres y hombres, practicantes de running y trail running, atletas, apasionados por el deporte, que encuentran en el atletismo un estilo de vida, y que usen las aplicaciones móviles para la ejecución de su deporte favorito.
Nivel de ingresos	Desde 3 smlv

Análisis del Consumidor /Cliente

Usuarios de APP

- Mujeres y hombres, practicantes de running y trail running, atletas, apasionados por el deporte, que encuentran en el atletismo un estilo de vida y que usen las aplicaciones móviles para la ejecución de su deporte favorito.
- Hombres y mujeres entre los 15 y 54 años de edad. (Información obtenida de las estadísticas de algunas de las principales carreras de Colombia: Corre mi Tierra, Entre Valles Trail Run, Quitasol, Pacifik Trail, Chicamocha Trail Running).
- Estratos predominantes entre el 3 y 5, nivel adquisitivo medio—alto, con nivel de escolaridad tecnológico, profesional, que tengan capacidad económica para pagar el costo de las carreras a nivel local, nacional o internacional.
- 62% hombres y 38% mujeres.
- Dentro de Colombia, la localización geográfica en orden de importancia sería: Cali, Medellín, Bogotá, Manizales, Santander, Santa Marta.

Patrocinadores

Los patrocinadores son una de las piezas fundamentales de este proyecto, ya que gracias a ellos, la app puede ser gratuita para los corredores, y sería monetizada gracias a las alianzas, convenios y cobros realizados a los *sponsor*.

Este es el objetivo final del proceso de conseguir **patrocinio para la app**: alcanzar empresas que se asocien y nos ayuden a ganar dinero con la plataforma y hacerla crecer.

Son muchas las empresas que han entendido la importancia de no sólo tener presencia en Internet, sino también de potenciar el crecimiento de aplicaciones móviles. Y que su nombre aparezca o sea mencionado cada vez que se hable de las apps que

han sido exitosas debido a su participación. El patrocinio te permite financiamiento y reconocimiento. Nuestros patrocinadores son marcas que tienen relación con nuestro público objetivo y que pueden generar valor con su participación, aparte de dar rentabilidad a la app:

- Tiendas deportivas como Xpedition, Canaima, Nómadas Outdoor, Decatlon
- Marcas de productos energizantes o complementos alimenticios: Px Bebidas, Guilt Bar, Actimax, Gu, entre otras.
- Tiendas de productos para deportistas: Bike House, Ciclolínea, GW Cycling (muchos corredores son asiduos de tiendas de ciclismo, ya que sus entrenamientos deben ser cruzados, es decir, deben entrenar fondo a través del ciclismo).
- Centros de fisioterapia y masajes como: Fisiofit, Bfi10, KatheFisio, Fisioláser, Recowin, entre otras.
- Gimnasios y centros de entrenamiento.
- Manillas de seguridad para deportistas: Movilid
- Ligas de atletismo
- Clubes de atletismo en calle y montaña
- Aerolíneas y transporte terrestre.

Análisis de la competencia

De acuerdo al producto ofrecido, en Colombia no existe una app que se dedique a la comunidad de corredores que cada vez va en aumento que permita interactuar para compartir hospedajes o recibir en sus casas a los demás.

De ahí surge la oportunidad de negocio al crear una app para practicantes de running y trail running en la que se tenga como objetivo compartir hospedaje, además que contenga un calendario actualizado de las carreras en Colombia inicialmente y luego internacionales. *Es como un airbnb pero de atletas.* **APP RUNNER BED** se dedica a intercambiar datos entre corredores y generar alianzas y contactos para luego compartir hospedaje de manera gratuita y segura entre ellos mismos.

Por lo tanto, vemos aplicaciones en Colombia dedicadas al sector Turismo, más a no a una mezcla de turismo enfocado al deporte.

La forma de hacer turismo ha cambiado gracias a la tecnología. Hoy, a través de diferentes aplicaciones y plataformas desarrolladas por talento nacional, los colombianos pueden planear más fácilmente sus viajes y tener experiencias únicas tanto dentro como fuera del país.

A través de Apps.co, iniciativa del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC) que promueve el emprendimiento digital, se han apoyado diferentes proyectos que atienden necesidades del sector turístico y le brindan facilidades a los viajeros.

Precisamente, MinTIC recomienda seis de estas plataformas para que en los próximos viajes pueda conocer nuevos destinos, comprar fácilmente sus tiquetes, adquirir planes turísticos o contratar servicios como botes, entre otros.

La entidad, a través de Apps.co, está creando la próxima generación de emprendedores digitales, gracias al acompañamiento e impulso a los equipos que

participan en las diferentes convocatorias. Precisamente, desde 2012, ha beneficiado a 2.111 emprendedores en las fases de Descubrimiento de Negocios y Crecimiento y Consolidación de Negocios TIC.

Para conocer nuevos destinos

1. **Turisco** es un portal web de servicios turísticos en Santander. Este es una completa guía del departamento, en la que se encuentra dónde hospedarse, qué comer, dónde comprar, los lugares para visitar etc. Este sitio busca posicionar al departamento y sus empresas.

www.turisco.com.co

Para encontrar nuevas experiencias

2. **Boats4u** es una plataforma que le permitirá a los usuarios vivir una experiencia única de entretenimiento, en la que navegar, la playa y las islas se unen. Se trata un portal que permite escoger planes con botes o yates en Cartagena, según las preferencias, para tener una jornada inolvidable.

www.boats4u.co.es

3. **PlanesTuristicos.com** vende en línea planes vacacionales en el mercado colombiano e internacional. Así mismo, tiene una amplia oferta de cruceros. Allí se pueden solicitar cotizaciones, hacer reservas y encontrar promociones.

planesturisticos.com

Para el turismo médico

4. **Clinical Travel** conecta a los prestadores de servicios en turismo médico de Colombia con pacientes internacionales. Su objetivo es asegurar la mejor

experiencia para los turistas de salud que ven en Colombia la mejor opción para realizarse procedimientos de salud y bienestar.

clinicaltravel.co

Para encontrar tiquetes

5. Pinbus es una plataforma que hace parte del Team Startup Colombia. Ofrece pasajes de bus online a todo el país con los mejores precios. Cuenta con más de 1.500 rutas a nivel nacional y alianzas con operadores como Bolivariano, Brasilia, Copetran, Rápido Ochoa, Fronteras, entre otros.

www.pinbus.com

6. GDX Travel by Undertrail es una empresa del Team Startup Colombia, que presta el servicio tanto a las aerolíneas como a las agencias de viaje y GDS, para que amplíen su cobertura y ventas. Esta plataforma consolida aerolíneas y compañías de bus de bajo costo en Latinoamérica.

www.undertrail.com

Aunque no se encuentran en la categoría como tal del deporte, son app colombianas dedicadas al turismo, que son un segmento de nuestro público objetivo.

Plataforma Estratégica

Concepto de Negocio – Función Empresarial

App Runner Bed se dedica a intercambiar datos entre corredores y generar alianzas y contactos para luego compartir hospedaje de manera gratuita y segura entre ellos mismos.

En el mercado hay una gran oferta de apps que se dedican al corredor, sus tiempos, distancias, cifras, avances, retos, altimetrías, calorías gastadas, km recorridos, etc. Una serie de información que es relevante para el corredor, pero que no comparte lugares de hospedaje con los mismos corredores.

Por otro lado, hay aplicaciones como Airbnb, Booking, UberPool, entre otras, que permite contactar personas de todo el mundo, que están interesadas en viajar y hospedarse de manera económica o gratuita.

Con la **App Runner Bed** se obtienen ambas ventajas de las aplicaciones mencionadas anteriormente. Ya que es una app pensada en los corredores, en la oferta deportiva tan amplia que existe actualmente, que probablemente va a crecer y en las aplicaciones de hospedaje enfocadas al consumo colaborativo que es la tendencia actual. De esta forma, los corredores podrán acceder a sus carreras deportivas y a su vez, a una oferta de hospedaje en la región de manera gratuita, económica, segura y entre los mismos corredores.

Algunas ventajas de la app son:

- Consumo colaborativo
- Conocimiento e interacción entre corredores de diferentes ciudades o países.
- Ahorro en los gastos de hospedaje.
- Como el hospedaje es entre corredores, nada mejor que un corredor para conocer las necesidades de ellos mismos.

- Trueque de hospedajes.
- Contenido de valor adicional en una página o blog.

La idea es que en 5 años la aplicación encuentre un punto de equilibrio y para ello lo vamos a lograr con el siguiente esquema de monetización: la aplicación siempre será gratis para el corredor. En ella, el corredor encontrará siempre un hospedaje colaborativo, tips de alimentación, estiramiento, calentamiento, consejos. Para los patrocinadores se tendrá una política de descuentos el primer año, luego del primer año estarán en la categoría Premium y Premium plus; se les enviarán reportes del crecimiento de la App; para las personas que van a compartir un hospedaje colaborativo después del año obtendrán unos ingresos por cada hospedaje y con ello nosotros generaremos ingresos adicionales y motivaremos a más personas que hagan lo mismo, por esto el **hospedaje es colaborativo**.(las personas que ponen a disposición su hospedaje para que otros lleguen deben estar inscritas en la base de datos de la app y pagar por estar ahí pues así se reciben ingresos)

Objetivos del Proyecto

- Realizar un estudio de mercado, en el que se determine la factibilidad de la empresa App Runer Bed en el sector turístico y de las TIC,s en Colombia.
- Establecer los componentes técnicos y de producción para el desarrollo de la app de la empresa App Runner Bed con altos estándares de calidad.
- Consolidar la estructura organizacional y administrativa de la empresa.
- Generar los componentes legales para el funcionamiento de la empresa.

- Estudiar la viabilidad económica y financiera, teniendo en cuenta el análisis de riesgos y el análisis de sensibilidad para la empresa.
- Poner en marcha estrategias de comunicación para la difusión de la App Runner Bed a través de las diferentes redes sociales y aplicaciones móviles.
- Análisis de la efectividad de los medios ya utilizados para dar a conocer la aplicación App Runner Bed.

Cuadro 3. Análisis DOFA

Debilidades	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> - Se carece de conocimientos en desarrollo de aplicaciones móviles. - Falta de experiencia en el sector. - Variedad de aplicaciones móviles. - Ser una empresa nueva 	<ul style="list-style-type: none"> - Gran demanda de aplicaciones móviles en Colombia. - Demanda de aplicaciones móviles de parte del público objetivo que son corredores. - Ventas por internet. - Convenios con aliados para promocionar la app. - La aplicación puede llegar a crecer y diversificarse a diferentes tipos de deportistas. - Campaña de marketing.
Fortalezas	Amenazas

<ul style="list-style-type: none">- Es el único en su objetivo. Es gratuita, promueve el hospedaje colaborativo entre deportistas, tiene ventajas para el corredor gracias a los sponsor y cuenta con una página o blog con contenido de valor.- Servicio enfocado en la asesoría y el acompañamiento del corredor.- Innovación y eficacia del servicio.- Se requiere de poco personal para la ejecución del negocio.- Facilidades de pago para los sponsor.	<ul style="list-style-type: none">- Competencia del sector.- Posicionamiento de otras marcas en el mercado.-Inestabilidad económica. Que la situación económica de la creadora de la empresa no dé resultados o que los aliados o patrocinadores sean pocos y se deba cerrar el proyecto.
--	---

Misión

App Runner Bed es una empresa dedicada a promocionar el intercambio de hospedaje entre deportistas practicantes de *running* y *trail running* y brindar información sobre sus competencias, con el fin de rebajar costos y generar alianzas colaborativas.


Visión

En el año 2023, la **App Runner Bed** se posiciona como una empresa líder en Colombia en la promoción de hospedaje colaborativo para deportistas de *running* y *trail running*.

Estrategia de Mercadeo

Cuadro 4. Concepto de servicio App Runner Bed

Nombre	App Runner Bed
Características y propuesta de valor	<p>De esta forma, los corredores podrán acceder a sus carreras deportivas y a su vez, a una oferta de hospedaje en la región de manera gratuita, económica, segura y entre los mismos corredores.</p> <p>Ventajas de la app:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consumo colaborativo • Completamente gratuita • Conocimiento e interacción entre corredores de diferentes ciudades o países. • Ahorro en los gastos de hospedaje.

	<ul style="list-style-type: none"> • Como el hospedaje es entre corredores, nada mejor que un corredor para conocer las necesidades de ellos mismos. • Trueque de hospedajes. • Contenido de valor adicional en una página o blog. • Visibilización de marcas patrocinadoras.
Presentación	La app será completamente gratuita y podrá ser descargada en los diferentes celulares.
Modo de uso	Descargar la APP, ingresar un email y una clave, anexar las
Imagen de la marca	<p>Como es un servicio, no cuenta con una imagen física. Compartimos el logo de la app y como aparecerá en las redes sociales y las play store.</p> 

Mezcla de Marketing

A continuación, se presentan las diferentes estrategias de mezcla de mercadeo para el lanzamiento y comercialización la aplicación RUNNER BED.

*Estrategia de producto

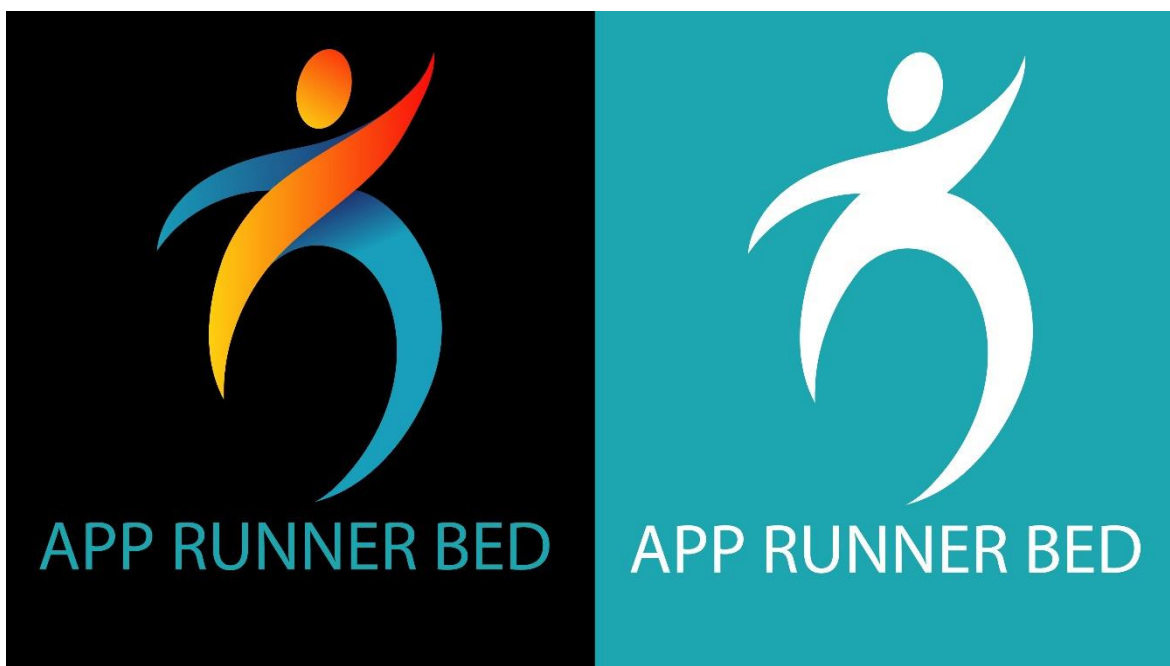
Marca: APP RUNNER BED

Nombre: App Runner Bed

Eslogan: ¡Acercando corredores!

Logo:

Imagen 4. Logo de la aplicación



Ciclo de vida del producto

Su permanencia depende del uso, interacción y patrocinadores que tengamos, para que la hagan visible y rentable. Requiere, como cualquier servicio que llega al mercado,

de un buen plan de divulgación enfocado en comunicación digital. Esta sería la etapa de introducción o lanzamiento y necesita de un presupuesto importante.

Se tiene presupuestado que la etapa de madurez se alcanza entre los 3 y 5 años y para la etapa de declive se tiene proyectado lanzar nuevas herramientas que complementen el servicio al corredor.

***Estrategia de distribución**

Los canales de distribución son medios que permiten contacto con los clientes, a través de los cuales, se entrega el servicio. Para entenderlos es necesario hablar de niveles de distribución y tipos de distribución.

Nivel de Distribución

En el caso del nivel de distribución, nuestra marca utiliza una distribución directa, nivel uno, en la cual la empresa atiende directamente a sus clientes sin intermediarios. Los interesados descargan la aplicación y directamente obtienen los servicios de ésta.

Tipo de distribución

En lo relacionado con el tipo de distribución, esta es exclusiva porque, busca un nicho de mercado enfocado en los corredores de las dos disciplinas antes mencionadas. Su canal de distribución más importante son las tiendas de aplicaciones.

Internet proporciona una gran cantidad de herramientas para el posicionamiento y el manejo del negocio, algunas de ellas son:

- El control del público objetivo al que se pretende impactar con el producto.
- Posibilidad de la ampliación de demanda.
- Reducción de costos, esto en materia de infraestructuras para su funcionamiento.
- Inmediatez y promoción, la información correspondiente al servicio está disponible las 24 horas para la consulta de los clientes.
- Factor innovador, integrado al uso de las nuevas tecnologías.
- Comodidad en el servicio.

Como segundo canal, se utilizan las redes sociales para promocionar la aplicación. Además, a través de los patrocinadores que también promocionarán la aplicación a través de sus cuentas, páginas web y diferentes eventos.

***Estrategia de precios**

El principal motor de ventas se centra a través de los patrocinios de empresas o marcas que estén interesadas en pautar en la aplicación. Además de la publicidad en las redes sociales (Facebook, Instagram, what's app), este modelo de ventas permite una relación más directa y personalizada con los clientes, entendiéndolos como el componente más importante de la empresa.

Se planea hacer periódicamente y para las carreras más masivas, diferentes promociones en alianza con los patrocinadores, que nos ayude a ganar seguidores, mayores descargas y que generen rentabilidad a los patrocinadores:

- Redes sociales: realización de concursos o sorteos, son una gran posibilidad de promoción de un producto o servicio de un patrocinador y ayudan a ampliar cada vez más al cliente objetivo.
- Campañas de promoción en diferentes eventos como carreras, caminatas, eventos de corredores, etc.

Para las estrategias de determinación del precio de pauta para los patrocinadores se han definido las siguientes posibilidades de fijación de precios:

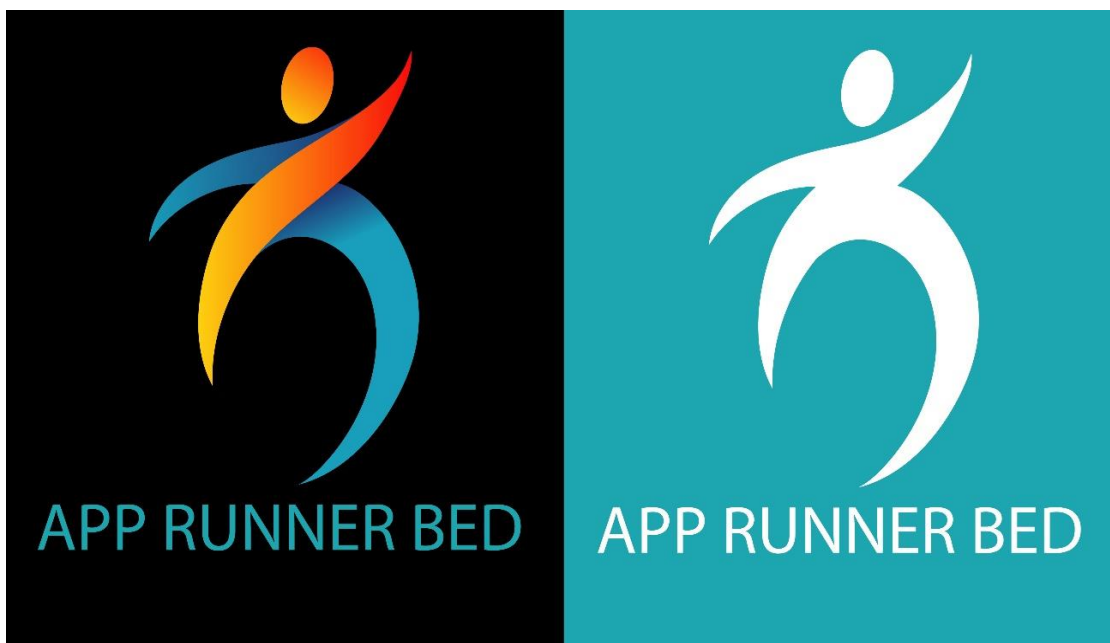
Premium: Pautan en la aplicación. Valor mensual: \$350.000

Premium Plus: Pautan en la aplicación y en las redes sociales de la misma. Valor mensual: \$500.000

***Estrategia de promoción:**

- Campañas de promoción en diferentes eventos como carreras, caminatas, eventos de corredores, etc
- Redes sociales
- Regalos y Obsequios
- Pendones para los eventos
- Alquiler stand, ferias y eventos

Estrategia Comunicación Externa



Descripción del logo

El logo de la **App Runner Bed**, contiene los siguientes elementos:

- Colores llamativos. El negro evoca la tecnología, mientras que el rojo, azul y naranja, a los deportistas, la actividad física y la energía.
- El isotipo representa la movilidad de un deportista, en este caso es un corredor, pero a futuro deseamos abarcar diferentes públicos de deportistas.
- La fuente es legible, moderna, de fácil lectura.
- Anexamos el logo en su aplicación en blanco, para uso en la página web, en la aplicación y en otras piezas.

Presentación

Como método para un incremento en ventas y un mayor posicionamiento de la empresa, se gestionarán diferentes vínculos con empresas representativas del sector deportivo y de transporte, interesados en integrar nuestra marca para comercializarla.

La comunicación externa, es en la que se centra el trabajo. “Se podría también llamar comunicación puramente comercial” (BicGalicia, 2009).

Su objetivo concreto es actuar sobre la imagen y aumentar la posibilidad de venta de las marcas de la empresa.

Para comenzar con el plan hay que determinar qué se quiere llegar a ser en la mente del consumidor. Hay que hacer un análisis interno y externo de la empresa.

La comunicación externa es ese conjunto de acciones informativas que la empresa dirige a los actores y agentes exteriores a la misma, desde los consumidores y proveedores, hasta los inversores o la sociedad, con el objetivo de generar, mantener o reforzar las relaciones entre la compañía y los diferentes públicos.

El plan de comunicación externa sirve para acercar la empresa a nuestro público, comunicando su mensaje y trasladando sus objetivos al posible consumidor. La comunicación como tal, difiere del marketing en que carece de una base publicitaria. Su meta no está tanto en vender, como en compartir un mensaje y dar difusión a la empresa en su sector, como una marca valiosa.

Justificación

Para la nueva marca **App Runner Bed** es necesario conocer el público al que se va a dirigir para diseñar la estrategia de comunicación más adecuada. Cual sea el público al que se dirigirá condiciona tanto los canales a utilizar como el propio mensaje que se va a transmitir. No sólo es interesante procurar desarrollar un conocimiento riguroso del público destinatario sino también de los medios y mediaciones que harán posible cada campaña.

Es necesario referir de manera puntual a los medios de comunicación, su administración, grupos y líderes de la comunidad que pueden apoyar las acciones, objetivos y contenidos de las políticas relacionadas con los con el lanzamiento y posicionamiento de la marca.

Herramientas como medios digitales corporativos, análisis en Internet y redes sociales, aplicaciones, plataformas de gestión de procesos y hasta capacitaciones son argumentos para que las empresas estén conectadas con la comunicación digital.

La comunicación digital es el intercambio de información y conocimiento haciendo uso de las herramientas digitales disponibles, puestas a nuestra disposición por la investigación y desarrollo tecnológico.

Objetivo General

Dar a conocer la **App Runner Bed** en sus públicos objetivos, sus beneficios y valor diferencial.

Objetivos Específicos

- Comunicar al público objetivo el servicio de la App Runner Bed para que tengan un impacto comercial acorde a las proyecciones de ventas estipuladas.
- Propiciar la interacción de los clientes con la marca en redes sociales e internet.
- Generar alianzas estratégicas con los diferentes patrocinadores, para que la APP tenga mayor impacto y alcance entre los deportistas.

Medios de comunicación: internos y externos

La App Runner Bed utilizará para el desarrollo de la marca la publicidad BTL, puesto que se evidencia que utiliza canales más directos para comunicarse con los potenciales clientes. Estos pueden ser: correos electrónicos, llamadas telefónicas, eventos en ferias, redes sociales, entre otros.

A diferencia de la publicidad ATL, los costos del BTL pueden ser significativamente menores. Los medios que App Runner Bed va a utilizar inicialmente y por preferencia son los BTL: redes sociales, activaciones de marca tanto digitalmente como en eventos y ferias (ferias de emprendedores, eventos del sector deporte, ferias del sector turístico

y digital). Sólo se utilizarán en redes sociales para incrementar la comunidad digital que permita alcanzar los niveles de ventas proyectados.

Estrategias y Tácticas

El e-commerce o comercio electrónico es un método de compraventa de bienes, productos o servicios valiéndose de internet como medio, es decir, comerciar de manera online.

Esta modalidad de comercio se ha vuelto muy popular con el auge de Internet y la banda ancha, así como por el creciente interés de los usuarios a comprar por Internet y el uso de aplicaciones móviles.

El e-commerce cuenta con una serie de ventajas respecto al comercio tradicional:

- Disponibilidad 24 horas durante los 365 días del año para el cliente.
- No existen barreras geográficas para el cliente.
- Ventaja competitiva respecto al comercio tradicional.
- Posibilidad de segmentar a los clientes al trabajar online, mejorando la comunicación y lanzando campañas especializadas.

Para tener éxito con la competencia tan intensa que hay actualmente, es necesario llevar a cabo estrategias de **marketing App** que nos permitan:

- Darla a conocer y generar branding de la marca.
- Generar tráfico hacia la página de descarga de la App y potenciar su instalación entre los usuarios interesados.

- Generar engagement con los usuarios afines a la App para que interactúen con ésta y la den a conocer en su entorno (prescripción de la App).

En función de estos objetivos se aplicarán unas estrategias u otras. Por ejemplo, para darla a conocer y generar branding de la marca será necesario:

- Potenciar un buen diseño gráfico de todos los elementos visuales de la Aplicación.
- Utilización de publicidad de pago y estrategias de social media marketing Apps.
- Utilización de diversos canales desde los que conseguir reviews y generar impactos con la aplicación como:
 - Amigos, familiares, compañeros, conocidos.
 - Página web oficial de la aplicación o blog de contenidos, newsletter, QR en establecimiento físicos, etc.
 - Medios de Comunicación masivos como revistas o periódicos online.
 - Blogs Especializados en Apps
 - Marketing Influencers
 - Publicidad free press en medios tradicionales como la TV, radio, periódicos, carteles publicitarios, etc.

Para potenciar la captación de usuarios que descarguen la aplicación se podrán utilizar estrategias como:

- Creación de contenidos que aporten valor al usuario.

- Implementación de una estrategia de SEO interno y externo de la página web oficial.
- **Posicionamiento ASO** de la aplicación.

Por último, para mejorar el engagement de los usuarios para con la aplicación, se pueden utilizar técnicas como:

- El email marketing para recordar al usuario acciones incompletas dentro de la App o que vuelva a visitarla porque hace bastante que no la utiliza, recordar lo valiosa y útil que le resulta, etc.
- Concursos en redes sociales que incentiven a los usuarios a participar e interactuar con la marca – App y que de este modo la compartan con otros posibles usuarios – clientes de ésta.

Se pueden llevar a cabo estrategias de Mobile App Marketing muy distintas en función de los objetivos que se busque perseguir en cada caso con la aplicación:

- Creación de una web oficial de la aplicación desde la que:
 - Realizaremos estrategias de marketing de contenidos desde una pestaña de blog.
 - Estrategias y **técnicas de posicionamiento SEO** de la web (On page y Off page) para colocarla en los primeros puestos de los resultados de los principales motores de búsqueda.

- Captación de suscriptores para poder llevar a cabo **campañas de mailing**.
- Implementación de publicidad con los distintos patrocinadores (creación y diseño gráfico y audiovisual de anuncios):
 - En las distintas vías que ofrece Google Adwords: red de búsqueda, red de display, remarketing y publicidad para aplicaciones móviles.
 - Publicidad en Redes Sociales como Instagram y Facebook.
 - Publicidad y distribución de la aplicación desde otras plataformas específicas para la promoción de soluciones digitales como Softonic, AppdelDía, etc.

Gestión de redes sociales y otros recursos de social media marketing:

Usaremos las redes sociales para promocionar la aplicación diariamente: Facebook, Twitter e Instagram, son indispensables. Además algo tan sencillo como **incluir un enlace de la aplicación en todos los perfiles** nos ayudará en su promoción.

- Creación de perfiles en las RRSS que mejor se adapten en cada caso a la temática y tipo de App.
- Creación de contenidos y planificación de publicaciones en redes.
- Utilización de agregadores de contenidos y noticias para dar algo más de difusión a las publicaciones que se lleven a cabo en el blog de la web oficial de la aplicación.

- Gestión de reseñas, reputación, comentarios e interacciones de cualquier otro tipo por parte de los clientes con la App.
- Creación de vídeos para promocionar tu App y su publicación y/o posicionamiento en Youtube, Vimeo, etc.
- Desarrollo de una estrategia de posicionamiento ASO o App Store Optimization para lograr colocar la aplicación en las primeras posiciones de las principales tiendas App en las que se vaya a distribuir la misma

Recursos

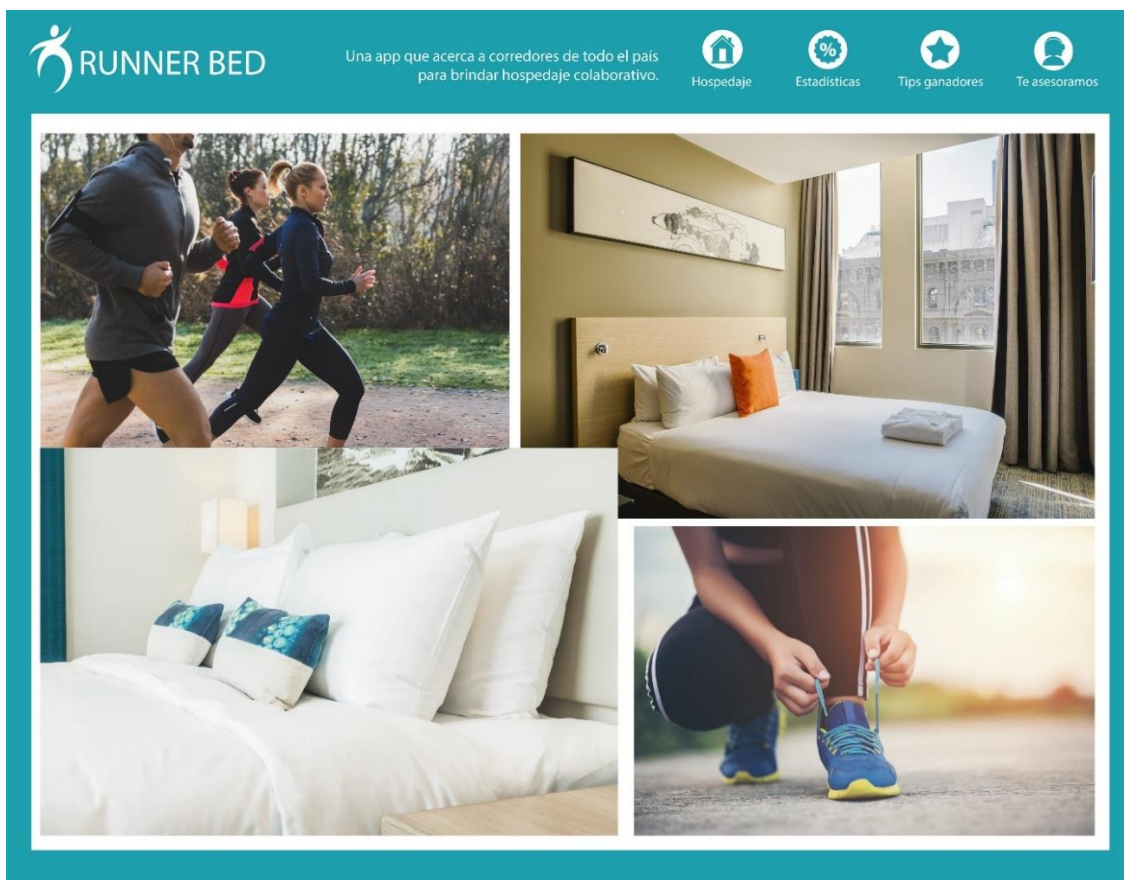
Se dispone de los muebles y enseres, así como los equipos de cómputo necesario para el desarrollo del plan de comunicación externa.

Así mismo se cuenta en la nómina de la empresa con Community Manager para ejecutar las estrategias de marketing digital y plan de comunicación externa.

Para el desarrollo y ejecución de los anteriores aspectos se cuenta con un presupuesto de \$ 2.850.000 para el plan de comunicaciones

Análisis Técnico - Operativo

Imagen 5. Ficha Técnica del producto



La **App Runner Bed** es una aplicación para dispositivos móviles y equipos tecnológicos que tiene como objetivo generar acercamientos y relaciones entre corredores de todo el país, para facilitar entre ellos mismos el hospedaje colaborativo e información sobre calendario de carreras en Colombia.

La aplicación cuenta con una imagen limpia, llamativa y fácil de usar. Contiene 4 pestañas que despliegan información útil para los corredores:

- **Hospedaje:** Esta pestaña le permite ver al corredor todas las opciones de hospedaje que hay en las diferentes ciudades del país. Allí elige la ciudad en la que correrá y está interesado en encontrar un hospedaje colaborativo, con el nombre del corredor, la dirección, ubicación, fotos de la habitación, qué otros servicios tendrá y la puntuación del corredor que ofrece su hospedaje, dado por las otras personas que se han quedado allí.
- **Estadísticas:** en esta pestaña el corredor puede acceder a dos tipos de estadísticas. Una es la que se entrega al corredor que hospeda, tales como calificación de su servicio; y la otra, es de datos de carrera del corredor, mientras estuvo en esa ciudad en carrera. Los datos que puede arrojar la aplicación son: distancia, ritmo promedio, tiempo y logros.
- **Tips ganadores:** En esta pestaña el corredor tiene la opción de encontrar información importante para sus entrenamientos y como complemento de sus carreras: agenda de carreras, patrocinadores, alimentación, entrenamientos, equipo de carrera.
- **Te asesoramos:** encuentras información, teléfono celular y email para comunicarte directamente con los administradores de la aplicación, en caso de tener alguna sugerencia, dificultad o recomendación.

Estado de Desarrollo

En la actualidad la aplicación **App Runner Bed** tiene un desarrollo importante en aspectos como el logo, imagen de la marca, patrocinadores, ubicación de la empresa, personal que conforma el equipo de trabajo, análisis financiero, operativo, plan de comunicaciones y manejo de redes sociales. Igualmente se está trabajando en el hosting de la aplicación, para el momento del lanzamiento, y durante este año se ha trabajado para conseguir la inversión necesaria para iniciar este proyecto.

Innovación

La propuesta de valor para la creación, desarrollo y comercialización de la APP RUNNER BED es la siguiente:

Permite crear una comunidad virtual, aprovechando el uso de los teléfonos inteligentes y del creciente uso de las aplicaciones móviles, incluidas las enfocadas a deportistas, donde los corredores pueden consolidar una comunicación compartida y facilitar el **hospedaje colaborativo** entre ellos mismos, optimizando costos y desplazamientos. Hoy en día **No Existe** una aplicación que tenga el calendario de carreras en Colombia o el mundo ni que permita la interacción con el fin específico de compartir de manera gratuita hospedaje. La mayoría aportan otro tipo de información a los corredores pero no las carreras, las fechas e información para el hospedaje, por lo que es una gran oportunidad de negocio para el medio. Se pueden encontrar páginas o información en redes sobre las carreras en Colombia, como son la Liga de Atletismo de Antioquia, Corre Colombia, Carreras de montaña, entre otras.

La app será primero pautaada a través de redes sociales como Instagram y Facebook que son las más usadas por corredores actualmente. Luego se puede pautar en las Play Store o App store, se ofrecerá de forma gratuita y su monetización siempre será generada por los patrocinadores, ya que hay carreras durante todo el año, cada fin de semana.

La app obtendría todas sus ganancias gracias a los sponsor. Es muy llamativa, práctica, fácil de manejar y útil. Tendrá como valor agregado, contenidos importantes para los corredores como alimentación, vida sana, técnicas, etc.

Descripción del proceso

Describimos a continuación el paso a paso para el uso de la aplicación:

- El corredor debe descargar la aplicación de manera gratuita
- Luego ingresa su login y su password (contraseña) con los cuales podrá acceder a todos los servicios que ofrece la aplicación.
- Ingresa toda la información que la aplicación le solicita para ser un corredor que ofrece y recibe hospedaje colaborativo, tal como: nombre completo, edad, dirección, municipio, lugares de interés cercanos, cuántos corredores puede hospedar, servicios del hospedaje, fotografías del lugar, carreras a las que ha asistido, etc.
- Luego puede empezar a usar toda la información que ofrece la **App Runner Bed.**

- En **Hospedaje** puede encontrar las ciudades en las que hay carreras de su interés. Ahí mismo puede seleccionar por ciudad o por corredor. Al ingresar a la ciudad, aparecerán los corredores que ofrecen el servicio en ese lugar. Al desplegar la opción de corredores, podrá revisar su calificación, ubicación, dirección, sitios de interés carreras en común, etc.

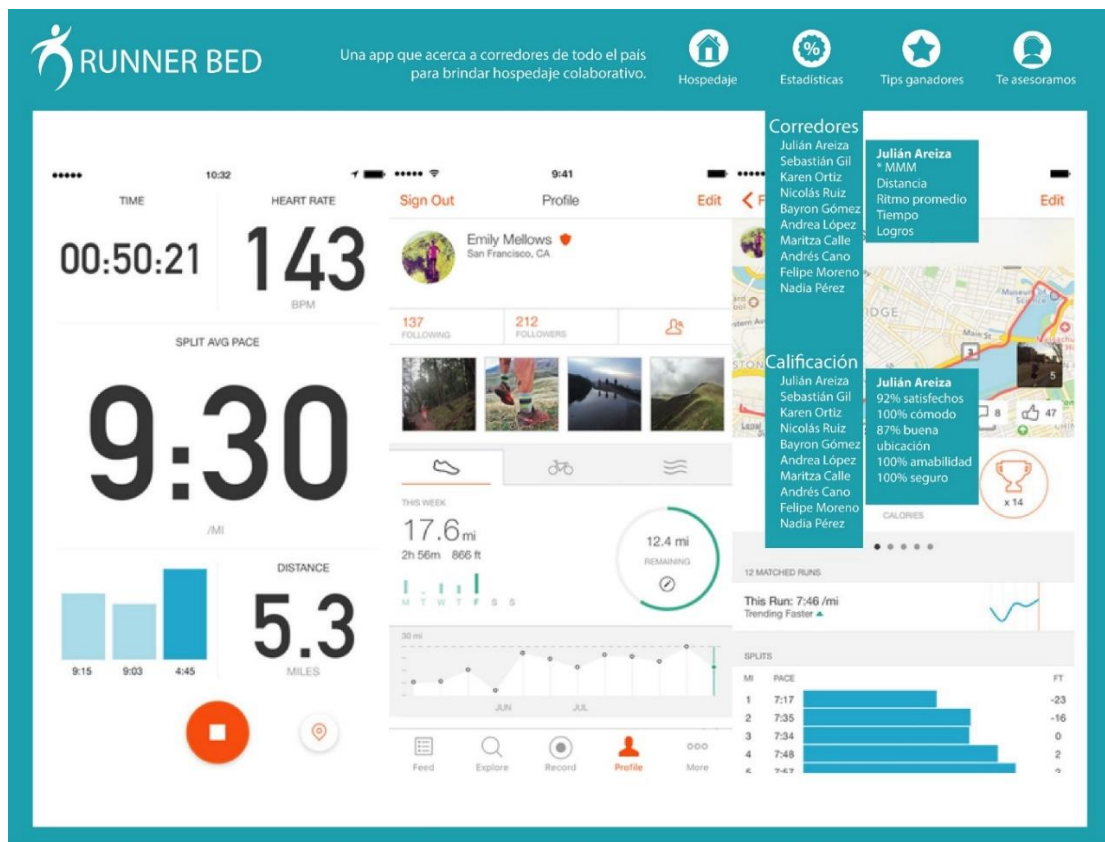
Imagen 6. Pantallazo de la página web en hospedaje



- En la pestaña de **Estadísticas** podrá ingresar información de sus carreras y obtener datos como la distancia, ritmo promedio, tiempo y logros. Así mismo,

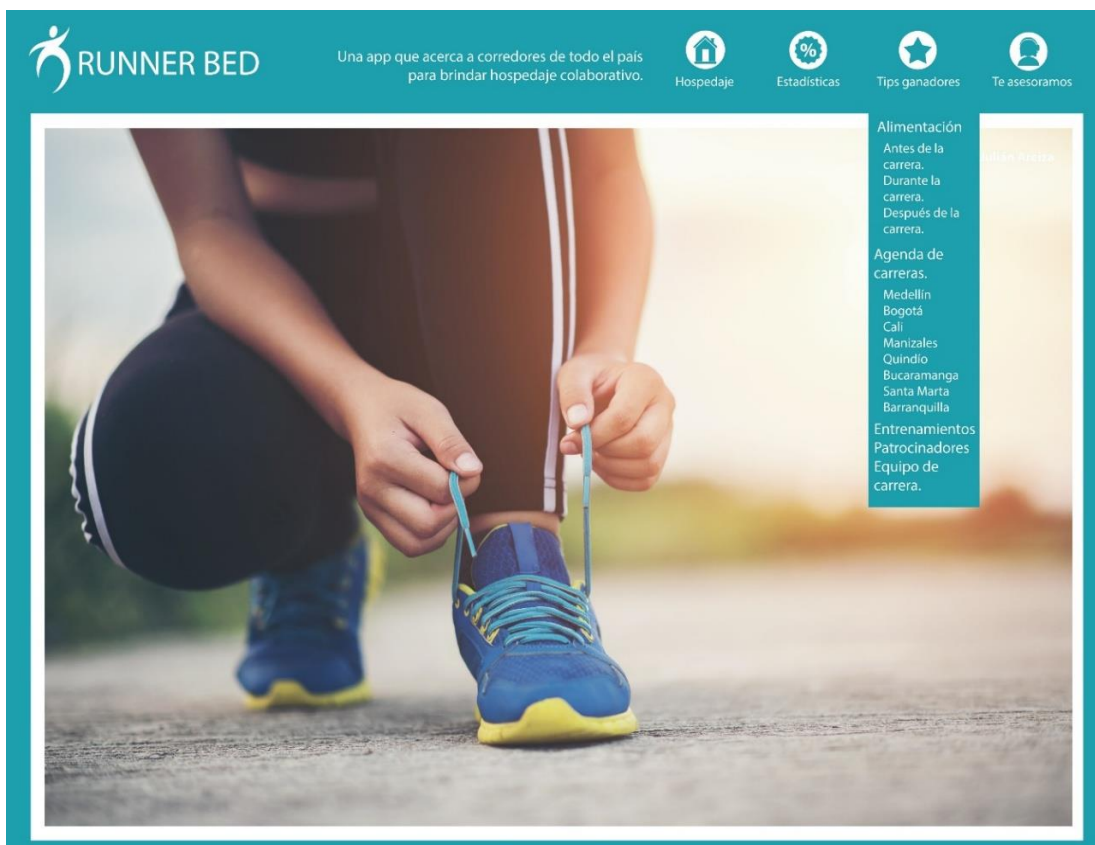
puede ingresar a ver la calificación del corredor que lo hospedará y conocer datos como la satisfacción, comodidad, ubicación, amabilidad y seguridad.

Imagen 7. Pantallazo de la página web en estadísticas



- En la pestaña de **Tips ganadores** encontrará información acerca de la alimentación en los diferentes momentos de la carrera, agenda de carreras en cada ciudad, los entrenamientos, patrocinadores y equipo a utilizar en la carrera. Al desplegar cada tema, obtendrá información relacionada y de interés.

Imagen 8. Pantallazo de la página web en tips ganadores



- En la pestaña de **Te asesoramos** encontrará la posibilidad de las PQRS (peticiones, quejas, reclamos o sugerencias), la comunicación vía email con la operadora de la app o a través de un celular.

Imagen 9. Pantallazo de la página web en te asesoramos



- Los logos de los patrocinadores siempre estarán apareciendo al final de imagen, con el fin de que sean visibles y así los usuarios de la app los tengan en la mente. De igual forma, en la pestaña donde aparecen los patrocinadores, pueden obtener mayor información de ellos, dónde están ubicados, beneficios, descuentos, etc.

Imagen 10. Distribución interna de la planta de producción y distribución



Necesidades y requerimientos

Cuadro 5. Presupuesto de inversiones fijas

Nombre	Valor \$
--------	----------

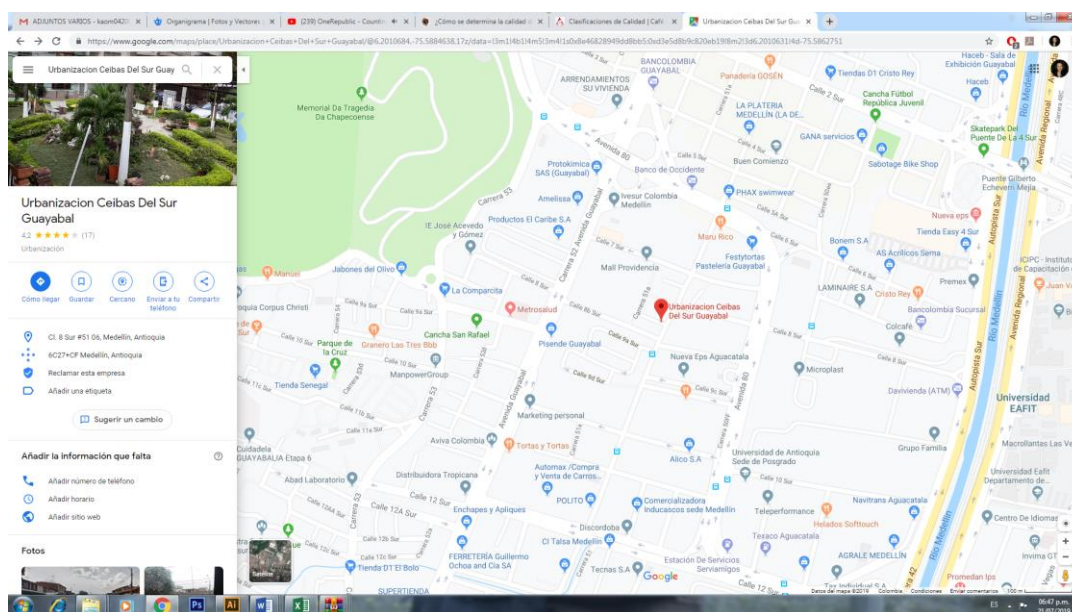
In. versiones Fijas	
Muebles y enseres	
3 escritorios	600.000
7 sillas	280.000
1 archivador	200.000
1 ventilador	120.000
1 teléfono	80.000
1 gabinete baño	220.000
2 celulares	300.000
3 papeleras	90.000
4 estanterías	200.000
Subtotal	2.090.000
Equipos de cómputo	
1 pc escritorio	900.000
1 pc portátil	1.000.000
1 impresora	300.000
2 USB 16 gigas	50.000
Subtotal	2.250.000
Total inversiones fijas	4.340.000
Inversiones diferidas	
Gastos legales	630.000
Adecuaciones locativas	3.000.000

Software facturación y office	1.500.000
Total inversiones diferidas	5.130.000
Total inversiones	9.470.000

Localización y Tamaño

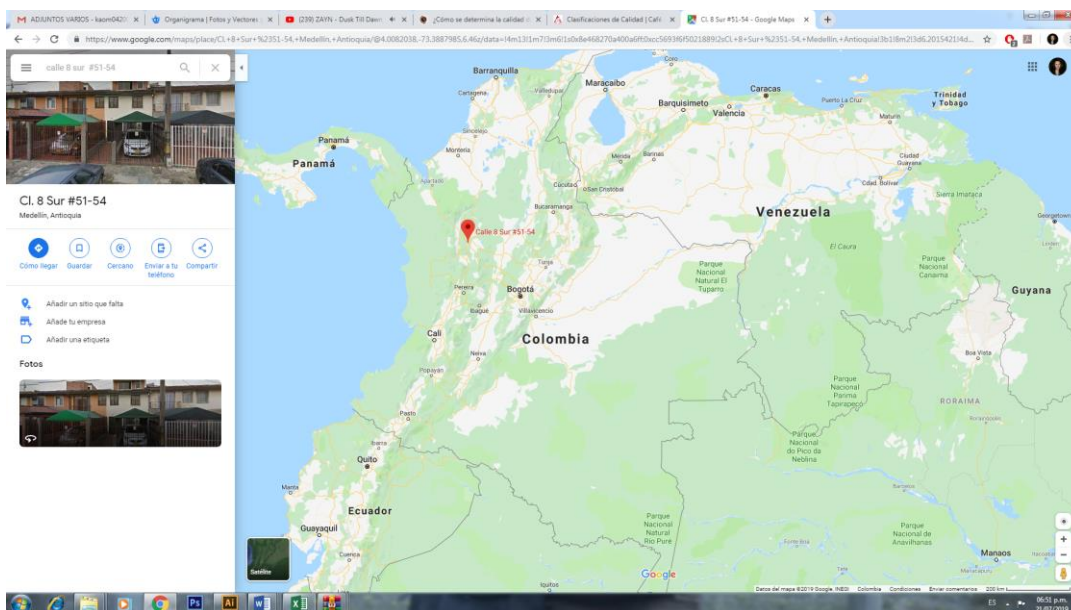
La oficina desde donde se realizará todo el desarrollo y ejecución de la App Runner Bed está ubicada en la calle 8 sur #51 – 54 Guayabal, Medellín, Antioquia. El tamaño es de 30m2 .

Imagen 11. Mapa de localización empresa App Runner Bed



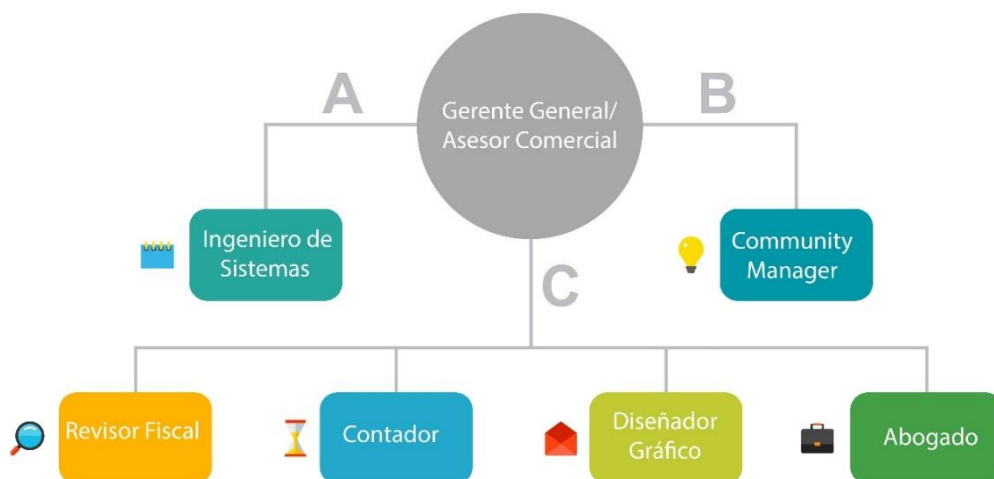
A nivel nacional estamos ubicados en el departamento de Antioquia, en el municipio de Medellín.

Imagen 12. Mapa de localización nacional empresa App Runner Bed



Análisis Administrativo y Organizacional

Imagen 13. Estructura organizacional y organigrama



Equipo directivo: Gerente General, *Community Manager*, Ingeniero de sistemas y

Asesor Comercial. Los demás son prestadores de servicios: Diseñador Gráfico, Revisor Fiscal, Abogado y Contador.

Perfiles de cargo y funciones

Gerente General: Planear, aprobar, dirigir, coordinar y controlar las actividades administrativas, comerciales, operativas y financieras de la Empresa, así como resolver los asuntos que requieran su intervención.

Funciones:

- Representar judicial y legalmente a la Empresa ejerciendo las facultades generales y específicas que le confiera el Directorio y la Ley.
- Aprobar el Cuadro de Perfiles de la Empresa.
- Supervisar las operaciones de la sociedad, los libros de contabilidad, cuidar que dicha contabilidad esté al día y suscribir la correspondencia de la sociedad, cuando sea necesario.
- Proponer la contratación de personal, así como aumentos de sueldos y promociones para gerentes y funcionarios.
- Aprobar y difundir los documentos normativos de la Empresa.

Community Manager: responsable de la gestión y desarrollo de la comunidad online de la empresa en el mundo digital.

Funciones:

- Creación y gestión de contenidos digitales.

- Comunicación con la comunidad. Establecer diálogos bidireccionales, crear audiencias, humanizar la marca y generar valor.
- Decidir cuál es la mejor hora para publicar el contenido.
- Estar al tanto de todo lo que se dice acerca de la empresa y marca en internet y su trascendencia a los medios de comunicación tradicionales.
- Debe hacerse conocer en las comunidades online donde es activo y ayudar a los usuarios y posibles clientes a resolver cualquier conflicto mostrándose como un nexo entre la empresa o marca y el usuario.
- Potenciar que los usuarios se conviertan en embajadores de la marca.

Ingeniero de Sistemas: tiene como función principal elaborar soluciones sobre la base de elementos tecnológicos (hardware, software y de comunicación); estas soluciones pueden corresponder a planificación, análisis, diseño, construcción, operación, mantenimiento, adaptación y/o implantación de dichos elementos integrados para satisfacer las necesidades de las empresas, en todos sus niveles de gestión (operativa, táctica y estratégica).

Funciones:

- Determinación del problema
- Selección de los objetivos
- Estudio de alternativas
- Comparación de alternativas
- Selección del mejor sistema

- Desarrollo del sistema

Asesor Comercial

- Conocer acertadamente los servicios de la organización.
- Asesorar de manera real y objetiva a los clientes y sus necesidades.
- Administrar coherentemente su agenda de trabajo.
- Mantener una búsqueda constante de nuevos clientes y mercados.
- Realizar investigaciones constantes acerca del mercado y sus precios.
- Responsabilizarse del recaudo de cartera de los clientes.
- Ofrecer un excelente servicio post venta.
- Diligenciar y reportar al coordinador de calidad las oportunidades de mejoramiento expresadas por el cliente.
- Cumplir con las metas establecidas para el presupuesto.
- Confirmar con el cliente el recibo de la mercancía, la calidad del material, el servicio prestado y resolver cualquier inquietud que pueda tener.

Los demás cargos son inicialmente por prestación de servicios:

Asesor Financiero: Vigilar el correcto ejercicio del Presupuesto, así como los registros contables, en base a la normatividad y procedimientos aplicables, con el objeto de obtener información veraz y oportuna de la situación financiera de la empresa.

Funciones:

- Analizar los registros contables y presupuestales de Ingresos y Egresos de los fondos empresariales.
- Verificar el registro oportuno de todas las operaciones y movimientos financieros.
- Elaborar los estados financieros con base a los registros contables para la toma de decisiones.
- Optimizar los recursos económicos y financieros necesarios para conseguir los objetivos planteados.
- Realizar y mantener negociaciones con las entidades financieras y otros proveedores.

Diseñador Gráfico: su función es generar toda la estrategia de imagen con el manual de marca y velar por su conservación.

- Diseña ilustraciones, avisos, artículos y publicidad en general para la APP.
- Revisa y resguarda la documentación referente a los diseños.
- Revisa y corrige el material diseñado.
- Suministra información técnica a los usuarios, en cuanto al diseño para publicaciones.
- Lleva el registro del material producido.
- Cumple con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos.
- Desarrolla las campañas para la aplicación.

- Vela por el buen uso de los logos e imagen de los patrocinadores.

Contador: Declarar impuestos, auditar, generar estados financieros y crear nóminas.

- Crear estados financieros
- Realizar auditorías
- Declarar impuestos
- Preparar nóminas
- Realizar la contabilidad de costes

Abogado: Es experto en legislaciones, ordenanzas, estatutos y códigos jurídicos, por lo tanto está capacitado para representar, asistir, asesorar, defender y gestionar trámites ante los organismos públicos y privados, en atención de los derechos e intereses de la empresa.

- Defender los beneficios e intereses de la empresa, sus inversionistas, patrocinadores y clientes.
- Gestionar trámites de derechos de autor.
- Actuar en trámites mercantiles.
- Brindar asesoría legal a empresas o personas jurídicas.
- Defender los derechos de sus clientes en caso de accidentes personales o laborales.

- Representar a sus clientes ante los tribunales u organismos públicos.

Organismos de apoyo

La Universidad la Salle viene desarrollando la enseñanza del emprendimiento como factor de complemento para sus programas académicos, esto con el fin de generar en sus estudiantes la iniciativa de llevar a cabo su idea de negocio. Esto nos beneficia ya que para la estructuración del presente plan de negocios se ha contado con el apoyo de la universidad quienes ponen a disposición las asesorías con profesionales tanto en el tema de la elaboración del producto como en la creación y estructuración de la idea de negocio.

Este aspecto resulta muy importante para el engranaje y la consolidación del posicionamiento de marca que como empresa buscamos.

Cuadro 6. Nómina

NÓMINA INGENIERO DE SISTEMAS FIJO	\$ 2.500.000
NÓMINA REVISOR FISCAL	\$250.000
NÓMINA CONTADOR	\$ 170.000
NÓMINA ABOGADO	\$ 220.000
NÓMINA COMMUNITY MANAGER FIJO	\$ 925.148
NÓMINA DISEÑADOR	\$ 150.000
NÓMINA ASESOR COMERCIAL FIJO	\$ 1.500.000
NÓMINA GERENTE FIJO	\$ 1.800.000

Constitución de la empresa

La razón social elegida es la S.A.S., para lo cual se hace necesario cumplir con los siguientes aspectos y trámites relacionados para la formalización de la empresa App Runner Bed.

Cuadro 7. Pasos y requisitos de constitución de la empresa

Pasos	Características
Consultar nombre en el RUES	<p>Lo primero es consultar en el Registro Único Empresarial y Social (RUES) para verificar que no exista otra empresa con el nombre que deseamos registrar. Solo hay que entrar a www.rues.org.co y escribir la razón social.</p>
Preparar la papelería	<p>Los documentos necesarios para la constitución son:</p> <ul style="list-style-type: none"> Documento privado de constitución PRE-RUT Fotocopia de la cédula del representante legal Formulario único empresarial <p>El documento privado de constitución, son los estatutos de la compañía donde se define la estructura de la organización. Para redactarlo se puede buscar un formato y adecuarlo a las características de la empresa.</p> <p>El PRE-RUT se diligencia en la página web de la DIAN,</p>

	<p>seleccionando la opción Inscripción RUT y luego cámara de comercio. El sistema le informará que si ya había realizado el proceso y guardó un borrador del documento, puede escribir el número del formulario para continuar con la edición. Pero como apenas se va a crear, solo hay que dar clic en continuar dejando el campo de formulario en blanco.</p> <p>El formulario único empresarial se adquiere en la Cámara de Comercio, se debe llenar con todos los datos de la empresa.</p>
<p>Inscripción en la cámara de comercio</p>	<p>Luego hay que ir a la cámara de comercio con toda la papelería y realizar el registro. Si todo está en orden le cobrarán los derechos de inscripción junto con los demás costos de constitución. Le dirán que el proceso tarda aproximadamente un día y le indicarán cuando debe volver. Algunas cámaras notifican el radicado por medio de mensaje de texto o por correo electrónico.</p> <p>Cuando se haya completado, nos entregarán una versión preliminar de la matrícula mercantil la cual servirá para crear la cuenta de ahorros. También le darán una segunda versión del PRE-RUT.</p>
<p>Crear cuenta</p>	<p>En cualquier entidad financiera</p>

de ahorros	<p>Con la papelería debe ir a una entidad financiera para crear una cuenta de ahorros a nombre de la empresa. Dependiendo de las políticas del Banco, deberá presentar diferentes documentos. La mayoría pedirá el balance inicial, así que tengan cerca el teléfono de su contador.</p> <p>Le entregarán una carta dirigida a la DIAN, donde certifican y detallan la existencia de la cuenta.</p>
Tramitar el RUT definitivo	<p>Ahora es necesario ir a la DIAN para diligenciar el RUT definitivo. Necesitará: la cédula del representante legal con su respectiva copia, la versión previa del registro mercantil y la constancia de titularidad de la cuenta de ahorros (suministrada por el banco en el paso 4).</p> <p>En este punto, todavía NO es posible expedir la resolución de facturación, pues necesita tener la matrícula definitiva.</p>
Tramitar el registro mercantil definitivo	<p>Con el RUT podrá terminar el registro en la cámara de comercio. El proceso es simple, y al completarlo ya podrá solicitar copias de la matrícula mercantil.</p>
Resolución de facturación y firma digital	<p>Para solicitar la resolución de facturación se necesita llenar un formulario que puede ser descargado en la página de la DIAN, llevar la cédula del representante legal (original y copia), y el registro mercantil definitivo.</p>

	Es conveniente aprovechar para solicitar la firma digital.
--	--

Impacto del Proyecto

Impacto Económico

El proyecto generará ingresos positivos a partir del segundo año, de manera directa a los inversionistas y a los patrocinadores.

	2019	2020	2021	2022	2023
-					
Utilidad neta	2.761.874	1.926.890	8.285.981	18.117.804	32.901.305

Impacto social

El proyecto de plan de empresa de **App Runner Bed** genera 4 empleos directos y al menos 4 empleos indirectos para la cadena de desarrollo, comercialización y asesorías.

Impacto ambiental

El proceso de desarrollo de la **App Runner Bed** no genera residuos ni contaminación alguna. Es una aplicación móvil que no afecta el medio ambiente y que además promueve el consumo en espacios ya existentes, colaborativos, con el fin de no gastar más recursos naturales en otro tipo de hospedajes.

Registros Licencias y Leyes Regulatorias

Registro y formalización de la empresa

La razón social elegida para la nueva empresa es La Sociedad por Acciones Simplificada, S.A.S, siendo el nombre a registrar como *RUNNER BED S.A.S.*

La Sociedad por Acciones Simplificadas, S.A.S, se caracteriza por tener una estructura ágil, con menos costos, con la responsabilidad clara, y donde un solo emprendedor puede ser el titular de la propiedad y fuera de ser muy fácil su trámite de constitución tiene ventajas como la limitación de responsabilidad, la autonomía y la estructura de capital, entre otras.

La constitución de la S.A.S. se puede hacer por medio de un documento privado (los estatutos) y debe autenticarse por los socios. Es necesaria la inscripción en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio.

A continuación, se presentan los pasos necesarios para la creación y formalización de la empresa:

1. Redactar los estatutos de la S.A.S.

Este documento debe incluir: nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas; razón social o denominación de la sociedad (seguida de la palabra Sociedad por Acciones Simplificada); el domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales, si tiene; el capital autorizado, suscrito y pagado; la clase, número y valor nominal de las acciones; y la forma de administración y el nombre de sus administradores, especificando sus facultades.

Este es el documento más importante en la S.A.S. Es el mapa de las condiciones y reglas entre los socios. Por eso, debe estar muy bien redactado previendo todas las eventualidades que se puedan presentar, como la entrada o salida de un socio, la participación de un inversionista nuevo, las obligaciones y responsabilidades de cada socio, etc. A pesar que es muy sencillo constituir la S.A.S. es importante asesorarse por un abogado experto en emprendimientos para la elaboración de este documento o de un profesional que pueda conocer y mitigar los riesgos legales.

2. Llenar los formularios

Son varios formularios que debemos diligenciar para presentar el registro de la S.A.S. Son: el formulario del RUES, el formulario de establecimiento de comercio, el formulario para aplicar al beneficio por ser menor de 35 años y el formulario adicional de registros con otras entidades (la Cámara ayuda con la información para la DIAN y el Municipio, facilitando el proceso). Se debe tener claro el código CIIU antes de llenar los formularios.

3. Inscribir el pre-RUT

Se debe hacer la inscripción del pre-RUT en la página de la DIAN o en las oficinas de la Cámara de Comercio.

4. Realizar el registro en la Cámara de Comercio

Una vez se tenga todos los documentos diligenciados correctamente, se presentan en la Cámara de Comercio.

5. Pagar los impuestos

Para finalizar, pagar los impuestos y costos según el capital y las características de la S.A.S. Estos impuestos se pueden pagar en la misma Cámara de Comercio. Quintana, Catalina. (2017).

Legislación y normatividad vigente para la actividad económica y el sector económico.

Para nuestro sector la legislación que nos aplica es la LEY 1341 DE 2009 Por la cual se definen principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones –TIC–, se crea la Agencia Nacional de Espectro y se dictan otras disposiciones.

El Congreso De Colombia

Decreta:

Título. I

Disposiciones Generales

Capítulo. I

Principios generales

Artículo 1°. Objeto. La presente ley determina el marco general para la formulación de las políticas públicas que regirán el sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, su ordenamiento general, el régimen de competencia, la protección al usuario, así como lo concerniente a la cobertura, la calidad del servicio, la promoción de la inversión en el sector y el desarrollo de estas tecnologías, el uso eficiente de las redes y del espectro radioeléctrico, así como las potestades del Estado en relación con

la planeación, la gestión, la administración adecuada y eficiente de los recursos, regulación, control y vigilancia del mismo y facilitando el libre acceso y sin discriminación de los habitantes del territorio nacional a la Sociedad de la Información.

Parágrafo. El servicio de televisión y el servicio postal continuarán rigiéndose por las normas especiales pertinentes, con las excepciones específicas que contenga la presente ley.

Sin perjuicio de la aplicación de los principios generales del derecho.

Artículo 2°. Principios orientadores. La investigación, el fomento, la promoción y el desarrollo de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones son una política de Estado que involucra a todos los sectores y niveles de la administración pública y de la sociedad, para contribuir al desarrollo educativo, cultural, económico, social y político e incrementar la productividad, la competitividad, el respeto a los Derechos Humanos inherentes y la inclusión social.

Las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones deben servir al interés general y es deber del Estado promover su acceso eficiente y en igualdad de oportunidades, a todos los habitantes del territorio nacional.

Son principios orientadores de la presente ley:

1. Prioridad al acceso y uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. El Estado y en general todos los agentes del sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones deberán colaborar, dentro del marco de sus obligaciones, para priorizar el acceso y uso a las Tecnologías de la

Información y las Comunicaciones en la producción de bienes y servicios, en condiciones no discriminatorias en la conectividad, la educación, los contenidos y la competitividad.

2. Libre competencia. El Estado propiciará escenarios de libre y leal competencia que incentiven la inversión actual y futura en el sector de las TIC y que permitan la concurrencia al mercado, con observancia del régimen de competencia, bajo precios de mercado y en condiciones de igualdad. Sin perjuicio de lo anterior, el Estado no podrá fijar condiciones distintas ni privilegios a favor de unos competidores en situaciones similares a las de otros y propiciará la sana competencia.

3. Uso eficiente de la infraestructura y de los recursos escasos. El Estado fomentará el despliegue y uso eficiente de la infraestructura para la provisión de redes de telecomunicaciones y los servicios que sobre ellas se puedan prestar, y promoverá el óptimo aprovechamiento de los recursos escasos con el ánimo de generar competencia, calidad y eficiencia, en beneficio de los usuarios, siempre y cuando se remunere dicha infraestructura a costos de oportunidad, sea técnicamente factible, no degrade la calidad de servicio que el propietario de la red viene prestando a sus usuarios y a los terceros, no afecte la prestación de sus propios servicios y se cuente con suficiente infraestructura, teniendo en cuenta la factibilidad técnica y la remuneración a costos eficientes del acceso a dicha infraestructura. Para tal efecto, dentro del ámbito de sus competencias, las entidades del orden nacional y territorial están obligadas a adoptar todas las medidas que sean necesarias para facilitar y garantizar el desarrollo de la infraestructura requerida, estableciendo las garantías y

medidas necesarias que contribuyan en la prevención, cuidado y conservación para que no se deteriore el patrimonio público y el interés general.

4. Protección de los derechos de los usuarios. El Estado velará por la adecuada protección de los derechos de los usuarios de las Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones, así como por el cumplimiento de los derechos y deberes derivados del Hábeas Data, asociados a la prestación del servicio. Para tal efecto, los proveedores y/u operadores directos deberán prestar sus servicios a precios de mercado y utilidad razonable, en los niveles de calidad establecidos en los títulos habilitantes o, en su defecto, dentro de los rangos que certifiquen las entidades competentes e idóneas en la materia y con información clara, transparente, necesaria, veraz y anterior, simultánea y de todas maneras oportuna para que los usuarios tomen sus decisiones.

5. Promoción de la Inversión. Todos los proveedores de redes y servicios de telecomunicaciones tendrán igualdad de oportunidades para acceder al uso del espectro y contribuirán al Fondo de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

6. Neutralidad Tecnológica. El Estado garantizará la libre adopción de tecnologías, teniendo en cuenta recomendaciones, conceptos y normativas de los organismos internacionales competentes e idóneos en la materia, que permitan fomentar la eficiente prestación de servicios, contenidos y aplicaciones que usen Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y garantizar la libre y leal competencia, y que su adopción sea armónica con el desarrollo ambiental sostenible.

7. El derecho a la comunicación, la información y la educación y los servicios básicos de las TIC. En desarrollo de los artículos 20 y 67 de la Constitución Nacional el Estado propiciará a todo colombiano el derecho al acceso a las tecnologías de la información y las comunicaciones básicas, que permitan el ejercicio pleno de los siguientes derechos: La libertad de expresión y de difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, la educación y el acceso al conocimiento, a la ciencia, a la técnica, y a los demás bienes y valores de la cultura. Adicionalmente el Estado establecerá programas para que la población de los estratos desarrollará programas para que la población de los estratos menos favorecidos y la población rural tengan acceso y uso a las plataformas de comunicación, en especial de Internet y contenidos informáticos y de educación integral.

8. Masificación del Gobierno en Línea. Con el fin de lograr la prestación de servicios eficientes a los ciudadanos, las entidades públicas deberán adoptar todas las medidas necesarias para garantizar el máximo aprovechamiento de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en el desarrollo de sus funciones. El Gobierno Nacional fijará los mecanismos y condiciones para garantizar el desarrollo de este principio. Y en la reglamentación correspondiente establecerá los plazos, términos y prescripciones, no solamente para la instalación de las infraestructuras indicadas y necesarias, sino también para mantener actualizadas y con la información completa los medios y los instrumentos tecnológicos.

Artículo 3°. Sociedad de la información y del conocimiento. El Estado reconoce que el acceso y uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, el

despliegue y uso eficiente de la infraestructura, el desarrollo de contenidos y aplicaciones, la protección a los usuarios, la formación de talento humano en estas tecnologías y su carácter transversal, son pilares para la consolidación de las sociedades de la información y del conocimiento.

Artículo 4°. Intervención del Estado en el sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. En desarrollo de los principios de intervención contenidos en la Constitución Política, el Estado intervendrá en el sector las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para lograr los siguientes fines:

1. Proteger los derechos de los usuarios, velando por la calidad, eficiencia y adecuada provisión de los servicios.

2. Promover el acceso a las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, teniendo como fin último el servicio universal.

3. Promover el desarrollo de contenidos y aplicaciones, la prestación de servicios que usen Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y la masificación del Gobierno en Línea.

4. Promover la oferta de mayores capacidades en la conexión, transporte y condiciones de seguridad del servicio al usuario final, incentivando acciones de prevención de fraudes en la red.

5. Promover y garantizar la libre y leal competencia y evitar el abuso de la posición dominante y las prácticas restrictivas de la competencia.

6. Garantizar el despliegue y el uso eficiente de la infraestructura y la igualdad de oportunidades en el acceso a los recursos escasos, se buscará la expansión, y cobertura para zonas de difícil acceso, en especial beneficiando a poblaciones vulnerables.

7. Garantizar el uso adecuado del espectro radioeléctrico, así como la reorganización del mismo, respetando el principio de protección a la inversión, asociada al uso del espectro. Los proveedores de redes y servicios de telecomunicaciones responderán jurídica y económicamente por los daños causados a las infraestructuras.

8. Promover la ampliación de la cobertura del servicio.

9. Garantizar la interconexión y la interoperabilidad de las redes de telecomunicaciones, así como el acceso a los elementos de las redes e instalaciones esenciales de telecomunicaciones necesarios para promover la provisión y comercialización de servicios, contenidos y aplicaciones que usen Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

10. Imponer a los proveedores de redes y servicios de telecomunicaciones obligaciones de provisión de los servicios y uso de su infraestructura, por razones de defensa nacional, atención y prevención de situaciones de emergencia y seguridad pública.

11. Promover la seguridad informática y de redes para desarrollar las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

12. Incentivar y promover el desarrollo de la industria de tecnologías de la información y las comunicaciones para contribuir al crecimiento económico, la competitividad, la generación de empleo y las exportaciones.

13. Propender por la construcción, operación y mantenimiento de infraestructuras de las tecnologías de la información y las comunicaciones por la protección del medio ambiente y la salud pública.

Artículo 5°. Las entidades del orden nacional y territorial y las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, TIC. Las entidades del orden nacional y territorial promoverán, coordinarán y ejecutarán planes, programas y proyectos tendientes a garantizar el acceso y uso de la población, las empresas y las entidades públicas a las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Para tal efecto, dichas autoridades incentivarán el desarrollo de infraestructura, contenidos y aplicaciones, así como la ubicación estratégica de terminales y equipos que permitan realmente a los ciudadanos acceder a las aplicaciones tecnológicas que beneficien a los ciudadanos, en especial a los vulnerables y de zonas marginadas del país.

Artículo 9°. El sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. El sector de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones está compuesto por industrias manufactureras, comerciales y de servicios cuyos productos recogen, procesan, crean, transmiten o muestran datos e información electrónicamente.

Para las industrias manufactureras, los productos deben estar diseñados para cumplir la función de tratamiento de la información y la comunicación, incluidas la transmisión y la presentación, y deben utilizar el procesamiento electrónico para detectar, medir y/o registrar fenómenos físicos o para controlar un proceso físico.

Para las industrias de servicios, los productos de esta industria deben estar diseñados para permitir la función de tratamiento de la información y la comunicación por medios electrónicos, sin afectar negativamente el medio ambiente.

Financiero

Definición de variables que afectan el proyecto

Concepto	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
IPC Colombia proyectado		3,20%	3,10%	3,20%	3,10%
Tasa de interés crédito		25,63%	25,63%	25,63%	25,63%
Tasa de interés de oportunidad del inversionista		30%			

Información inicial del proyecto

Factores	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Factor de crecimiento precio de venta			3,20%	3,10%	3,40%
Factor de crecimiento en la producción			25%	25%	15%

Ingresos

Ingresos Operacionales	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Producción		156 uds	195 uds	244 uds	280 uds
Ventas		156 uds	195 uds	244 uds	280 uds
Precio de Venta Unitario		\$425000 /und	\$438600 /und	\$452197 /und	\$467571 /und
Ingresos Operacionales		\$ 65.400.000	\$ 81.750.000	\$ 102.187.500	\$ 127.734.375

Información sobre el plan Operativo

Factores	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Factor de crecimiento en los costos fijos y Variables		3,20%	3,10%	3,20%	3,10%

Costos Indirectos

Concepto	Valor Unitario
Asesorías	\$ 10.104
Total costo Unitario	\$ 10.104

Costos variables

Costos Variables	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Cantidades a producir		156 uds	195 uds	244 uds	280 uds
Costos variables unitarios de produccion					
Indirecto		\$ 10.104	\$ 10.417	\$ 10.750	\$ 11.084
Mano de Obra		\$ 81.165	\$ 83.681	\$ 86.359	\$ 89.036
Materiales		\$ 152.796	\$ 157.533	\$ 162.574	\$ 167.614
Costos variables de produccion					
Indirecto		\$ 131.349	\$ 169.276	\$ 218.367	\$ 258.906
Mano de Obra		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Materiales		\$ 1.986.349	\$ 2.559.908	\$ 3.302.281	\$ 3.915.349

Costos Fijos

Costos Fijos	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Arriendo	0	\$ 6.000.000	\$ 6.186.000	\$ 6.383.952	\$ 6.581.855
Mantenimiento (Hosting)	0	\$ 300.000	\$ 309.300	\$ 319.198	\$ 329.093
Servicios Públicos	0	\$ 1.800.000	\$ 1.855.800	\$ 1.915.186	\$ 1.974.556
Plan de Telefonía e Internet	0	\$ 1.440.000	\$ 1.484.640	\$ 1.532.148	\$ 1.579.645
Plan de Celular	0	\$ 1.200.000	\$ 1.237.200	\$ 1.276.790	\$ 1.316.371
Total costos Fijos	\$ -	\$ 10.740.000	\$ 11.072.940	\$ 11.427.274	\$ 11.781.520

Gastos de Administración y ventas

Gastos de Administracion y ventas	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Papelería		\$ 600.000	\$ 618.600	\$ 638.395	\$ 658.185
Promoción y Publicidad		\$ 9.600.000	\$ 9.897.600	\$ 10.214.323	\$ 10.530.967
Aseo y Cafetería		\$ 2.880.000	\$ 2.969.280	\$ 3.064.297	\$ 3.159.290
Nómina Contador (Incluye factor Prestacional)		\$ 680.000	\$ 701.080	\$ 723.515	\$ 745.944
Nómina Abogado (Incluye factor Prestacional)		\$ 880.000	\$ 907.280	\$ 936.313	\$ 965.339
Nómina Community Manager (Incluye factor Prestacional)		\$ 11.101.776	\$ 11.445.931	\$ 11.812.201	\$ 12.178.379
Nómina Ingeniero de Sistemas (Incluye factor Prestacional)		\$ -	\$ -	\$ 27.540.000	\$ 28.393.740
Nómina Diseñador (Incluye factor Prestacional)		\$ 1.800.000	\$ 1.855.800	\$ 1.915.186	\$ 1.974.556
Nómina Asesor Comercial (Incluye factor Prestacional)		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Nómina Gerente (Incluye factor Prestacional)		\$ -	\$ -	\$ 27.540.000	\$ 28.393.740
Registro de Marca		\$ 16.192	\$ 16.694	\$ 17.228	\$ 17.762
Total gastos de administracion		\$ 27.557.968	\$ 28.412.265	\$ 84.401.457	\$ 87.017.902

Activos fijos

Equipo de Oficina-Muebles y enseres	Valor
Escritorio	\$ 1.800.000
Silla	\$ 1.960.000
Archivador	\$ 200.000
Ventilador	\$ 120.000
Teléfono	\$ 80.000
Gabinete de Baño	\$ 200.000
Estantería	\$ 800.000
Total	\$ 5.160.000

Equipo de Computo y comunicaciones	Valor
Celular	\$ 600.000
Computador de Escritorio	\$ 900.000
Computador Portátil	\$ 1.000.000
Impresora	\$ 300.000
USB 16 Gigas	\$ 100.000
Cámara Fotográfica	\$ 1.300.000
Total	\$ 4.200.000

Depreciaciones

Equipo de Oficina-Muebles y enseres	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Valor en libros	\$ 5.160.000	\$ 5.160.000	\$ 5.160.000	\$ 5.160.000	\$ 5.160.000
Gastos Depreciacion		\$ 516.000	\$ 516.000	\$ 516.000	\$ 516.000
Depreciacion Acumulada		\$ 516.000	\$ 1.032.000	\$ 1.548.000	\$ 2.064.000
Saldo en libros		\$ 4.644.000	\$ 4.128.000	\$ 3.612.000	\$ 3.096.000

Equipo de Computo y comunicaciones	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Valor en libros	\$ 4.200.000	\$ 4.200.000	\$ 4.200.000	\$ 4.200.000	\$ 0
Gastos Depreciacion		\$ 1.400.000	\$ 1.400.000	\$ 1.400.000	\$ 0
Depreciacion Acumulada		\$ 1.400.000	\$ 2.800.000	\$ 4.200.000	\$ 0
Saldo en libros		\$ 2.800.000	\$ 1.400.000	\$ 0	\$ 0

Valores de Salvamento

Valores de Salvamento	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Valor de Salvamento Muebles y enseres	-	-	-	-	300.000
Valor de Salvamento Equipo de computo y comunicaciones	-	-	-	400.000	-

Activos Diferidos

Preoperativos	Valor Unitario
Gastos legales, camara de comercio, notariales	\$ 630.000
Desarrollar la Aplicación	\$ 31.819.320
Total	\$ 32.449.320

Puesta en marcha

Puesta en Marcha	Valor Unitario
Adecuaciones e instalaciones Locativas	\$ 3.000.000
Software facturacion electronica y Office	\$ 1.500.000
Total	\$ 4.500.000

Amortización Diferidos

Preoperativos	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Valor en libros	\$ 32.449.320	\$ 32.449.320	\$ 32.449.320	\$ 32.449.320	\$ 32.449.320
Gastos Amortizacion		\$ 3.244.932	\$ 3.244.932	\$ 3.244.932	\$ 3.244.932
Amortizacion acumulada		\$ 3.244.932	\$ 6.489.864	\$ 9.734.796	\$ 12.979.728
Saldo en libros		\$ 29.204.388	\$ 25.959.456	\$ 22.714.624	\$ 19.469.592

Puesta en Marcha	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Valor en libros	\$ 4.500.000	\$ 4.500.000	\$ 4.500.000	\$ 4.500.000	\$ 4.500.000
Gastos Amortizacion		\$ 1.125.000	\$ 1.125.000	\$ 1.125.000	\$ 1.125.000
Amortizacion acumulada		\$ 1.125.000	\$ 2.250.000	\$ 3.375.000	\$ 4.500.000
Saldo en libros		\$ 3.375.000	\$ 2.250.000	\$ 1.125.000	\$ -

Capital de trabajo

Reserva de Cuentas x Cobrar	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Ingresos Operacionales		\$ 65.400.000	\$ 81.750.000	\$ 102.187.500	\$ 127.734.375
Caja (90% efectivo)		\$ 58.860.000	\$ 73.575.000	\$ 91.968.750	\$ 114.960.938
Cuentas por cobrar		\$ 6.540.000	\$ 8.175.000	\$ 10.218.750	\$ 12.773.438
Plazo de pago		30 Dias	30 Dias	30 Dias	30 Dias
Número de Recargas		12 veces/año	12 veces/año	12 veces/año	12 veces/año
Reserva de CXC cuentas por cobrar		\$ 545.000	\$ 681.250	\$ 851.563	\$ 1.064.453

Reserva de cuentas por pagar	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Egreso de MP materia prima		\$ 1.986.349	\$ 2.559.908	\$ 3.302.281	\$ 3.915.349
Plazo de rotacion		30 Dias	30 Dias	30 Dias	30 Dias
CXP 50%		\$ 993.175	\$ 1.279.954	\$ 1.651.140	\$ 1.957.675
Número de Recargas		12 veces/año	12 veces/año	12 veces/año	12 veces/año
Reserva CXP		\$ 82.765	\$ 106.663	\$ 137.595	\$ 163.140

Reservas Consolidadas	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Cuentas por cobrar		\$ 545.000	\$ 681.250	\$ 851.563	\$ 1.064.453
Inventario produ terminado		\$ 3.633.333	\$ 4.541.667	\$ 5.677.083	\$ 7.096.354
Inventario materia prima		\$ 165.529	\$ 213.326	\$ 275.190	\$ 326.279
Cuentas por pagar		\$ 82.765	\$ 106.663	\$ 137.595	\$ 163.140
CAPITAL DE TRABAJO		\$ 4.343.862	\$ 5.436.242	\$ 6.803.836	\$ 8.487.086
CAPITAL DE TRABAJO NETO OPERATIVO		\$ 4.261.098	\$ 5.329.579	\$ 6.666.241	\$ 8.323.947
VARIACION KWNO (DKWNO) capital de trabajo neto por activo	\$ 4.261.098	\$ 1.068.482	\$ 1.336.661	\$ 1.657.706	\$ -8.323.947

Endeudamiento

Capital	\$ 8.000.000
Plazo	4 años
i Corriente (EA) interes corriente , tasa efectiva anual	25,63%

Criterio	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Saldo	\$ 8.000.000	\$ 6.000.000	\$ 4.000.000	\$ 2.000.000	\$ -
Intereses	\$ -	\$ 2.050.400	\$ 1.537.800	\$ 1.025.200	\$ 512.600
Abono capital	\$ -	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
CUOTA	\$ -	\$ 4.050.400	\$ 3.537.800	\$ 3.025.200	\$ 2.512.600

Estado de Resultados

Criterio	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Ingresos Operacionales	\$ -	\$ 65.400.000	\$ 81.750.000	\$ 102.187.500	\$ 127.734.375
(-) Egresos operacionales	\$ -	\$ 12.857.699	\$ 13.802.124	\$ 14.947.922	\$ 15.955.775
(=) UTILIDAD BRUTA	\$ -	\$ 52.542.301	\$ 67.947.876	\$ 87.239.578	\$ 111.778.600
(-) Egresos Administrativos	\$ -	\$ 27.557.968	\$ 28.412.265	\$ 84.401.457	\$ 87.017.902
(-) Gasto depreciacion	\$ -	\$ 1.916.000	\$ 1.916.000	\$ 1.916.000	\$ 516.000
(-) Amortizaciones	\$ -	\$ 4.369.932	\$ 4.369.932	\$ 4.369.932	\$ 4.369.932
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	\$ -	\$ 18.698.402	\$ 33.249.679	\$ (3.447.811)	\$ 19.874.765
(-) Egresos Financieros	\$ -	\$ 2.050.400	\$ 1.537.800	\$ 1.025.200	\$ 512.600
Valor de Salvamento	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 400.000	\$ 300.000
Valor en Libros	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3.096.000
(=) UTILIDAD NETA	\$ -	\$ 16.648.002	\$ 31.711.879	\$ (4.073.011)	\$ 16.566.165

Flujo de caja

Criterio	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
UTILIDAD NETA	\$ -	\$ 16.648.002	\$ 31.711.879	\$ (4.073.011)	\$ 16.566.165
(+) DEPRECIACIONES	\$ -	\$ 1.916.000	\$ 1.916.000	\$ 1.916.000	\$ 516.000
(+) AMORTIZACIONES	\$ -	\$ 4.369.932	\$ 4.369.932	\$ 4.369.932	\$ 4.369.932
(=) GENERACION INTERNA DE FONDOS	\$ -	\$ 22.933.934	\$ 37.997.811	\$ 2.212.921	\$ 21.452.097
(+) EGRESOS FINANCIEROS	\$ -	\$ 2.050.400	\$ 1.537.800	\$ 1.025.200	\$ 512.600
(=) FLUJO DE CAJA BRUTO	\$ -	\$ 24.984.334	\$ 39.535.611	\$ 3.238.121	\$ 21.964.697
(+/-) VARIACION KWNO capital de trabajo neto operativo	\$ 4.261.098	\$ 1.068.482	\$ 1.336.661	\$ 1.657.706	\$ (8.323.947)
(=) EFECTIVO GENERADO EN LAS OPERACIONES	\$ (4.261.098)	\$ 23.915.852	\$ 38.198.950	\$ 1.580.415	\$ 30.288.644
(+/-) VARIACION ACTIVOS FIJOS	\$ 13.860.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) FLUJO DE CAJA LIBRE O NETO	\$ (18.121.098)	\$ 23.915.852	\$ 38.198.950	\$ 1.580.415	\$ 30.288.644

TASA DE DESCUENTO

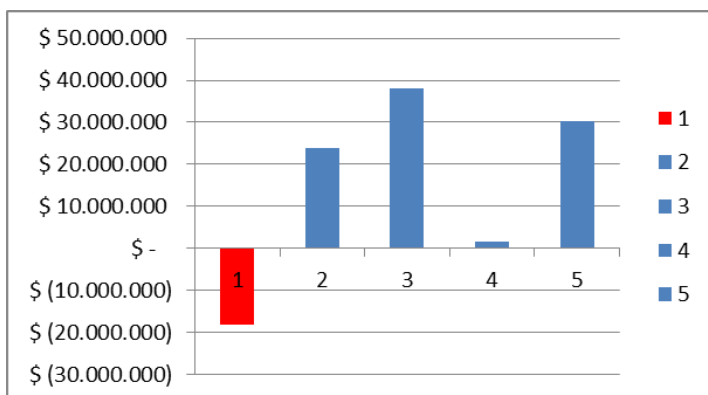
30%

VPN valor presente neto

\$ 34.202.888

TIR tasa interna de retorno

135,73%



CRITERIO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
VPN MULTIANUAL valor presente neto	\$ (18.121.098)	\$ 275.711	\$ 22.878.640	\$ 23.597.992	\$ 34.202.888
(-) EGRESOS FINANCIEROS	\$ -	\$ 2.050.400	\$ 1.537.800	\$ 1.025.200	\$ 512.600
(-) ABONO A CAPITAL	\$ (8.000.000)	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
(=) EXCEDENTE PARA DIVIDENDOS Y CRECIMIENTO	\$ (10.121.098)	\$ 19.865.452	\$ 34.661.150	\$ (1.444.785)	\$ 27.776.044
UTILIDAD NETA	-	16.648.002	31.711.879	-4.073.011	16.566.165
PROPORCION DE UTILIDAD NETA EN CAJA		119,33%	109,30%	35,47%	167,67%

Balance General

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
ACTIVOS					
ACTIVO CORRIENTE					
Caja	\$ 4.261.098	\$ 19.865.452	\$ 54.526.602	\$ 53.081.817	\$ 80.857.862
Cuentas por cobrar		\$ 681.250	\$ 851.563	\$ 1.064.453	\$ -
Inventarios		\$ 4.754.992	\$ 5.952.273	\$ 7.422.633	\$ -
ACTIVOS NO CORRIENTES					
Muebles enseres	\$ 5.160.000	\$ 5.160.000	\$ 5.160.000	\$ 5.160.000	\$ 5.160.000
Equipo de Computo y Comunicaciones	\$ 4.200.000	\$ 4.200.000	\$ 4.200.000	\$ 4.200.000	\$ -
Puesta en Marcha	\$ 4.500.000	\$ 4.500.000	\$ 4.500.000	\$ 4.500.000	\$ 4.500.000
Depreciaciones acumuladas	\$ -	\$ (1.916.000)	\$ (3.832.000)	\$ (5.748.000)	\$ (2.064.000)
Amortizaciones acumuladas	\$ -	\$ (4.369.932)	\$ (8.739.864)	\$ (13.109.796)	\$ (17.479.728)
TOTAL ACTIVOS	\$ 18.121.098	\$ 32.875.762	\$ 62.618.574	\$ 56.571.108	\$ 70.974.134
PASIVOS					
PASIVOS CORRIENTES					
Cuentas por pagar	\$ -	\$ 106.663	\$ 137.595	\$ 163.140	\$ -
PASIVOS NO CORRIENTES					
Deuda	\$ 8.000.000	\$ 6.000.000	\$ 4.000.000	\$ 2.000.000	\$ -
TOTAL PASIVOS	\$ 8.000.000	\$ 6.106.663	\$ 4.137.595	\$ 2.163.140	\$ -
PATRIMONIO					
Aportes sociales	\$ 10.121.098	\$ 10.121.098	\$ 10.121.098	\$ 10.121.098	\$ 10.121.098
Utilidades del periodo	\$ -	\$ 16.648.002	\$ 31.711.879	\$ (4.073.011)	\$ 16.566.165
Utilidades acumuladas periodos anteriores	\$ -	\$ -	\$ 16.648.002	\$ 48.359.881	\$ 44.286.870
TOTAL PATRIMONIO	\$ 10.121.098	\$ 26.769.100	\$ 58.480.979	\$ 54.407.968	\$ 70.974.134
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	\$ 18.121.098	\$ 32.875.762	\$ 62.618.574	\$ 56.571.108	\$ 70.974.134
DIFERENCIA	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Punto de Equilibrio

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Total costos y gastos fijos	-	46.634.300	47.308.937	103.139.863	104.197.954
Total costo variable unitario		162.900	167.950	173.324	178.697
Precio de Venta unitario		425.000	438.600	452.197	467.571
Punto de Equilibrio		178 uds	175 uds	370 uds	361 uds

Indicadores Financieros

Indicadores Financieros	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Endeudamiento	44%	19%	7%	4%	0%
Capital de Trabajo	-	\$ 5.436.242	\$ 6.803.836	\$ 8.487.086	\$ -
Rotacion de cartera	-	4 días	4 días	4 días	-
Rotacion de proveedores	-	6 días	6 días	6 días	-
Pasivo Financiero/ ventas	-	9,2%	4,9%	2,0%	0,0%
Gasto financiero sobre ventas	-	3,1%	1,9%	1,0%	0,4%

Resultados

Los resultados de la evaluación económica y financiera para la empresa **Runner Bed App**, evidencian una Tasa Interna de Retorno del 135.73%, efectiva anual, y un VPN por \$34.202.888, lo cual supera las expectativas de generación de excedentes, representada por la Tasa de Rendimiento esperada de la Inversión del 30% efectiva anual. En este orden de ideas se concluye que el proyecto es financieramente viable y se considera prudente hacer la inversión para materializarlo.

Conclusiones

- La propuesta de valor de esta app es que es muy novedosa y no existe en el mercado una similar, creada para corredores y que tenga los servicios que ésta ofrece.
- Es una aplicación que tendría muy buena aceptación entre los corredores y los patrocinadores, tal como lo demostraron las encuestas.
- Permite crear una comunidad virtual, aprovechando el uso de los teléfonos inteligentes y del creciente uso de las aplicaciones móviles, incluidas las enfocadas a deportistas; donde los corredores pueden consolidar una comunicación compartida y facilitar el hospedaje colaborativo entre ellos mismos, optimizando costos y desplazamientos.
- Hoy en día NO EXISTE una aplicación que tenga el calendario de carreras en Colombia o el mundo ni que permita la interacción con el fin específico de compartir de manera gratuita hospedaje.
- Puede generar 4 empleos directos y 4 empleos indirectos, con la intención de crecer en los próximos 3 años y consolidarnos.

- La app será primero pautaada a través de redes sociales como Instagram y Facebook que son las más usadas por corredores actualmente.
- Es una aplicación llamativa, práctica, fácil de manejar y útil. Tendrá como valor agregado una página o blog aliado donde se agreguen contenidos importantes para los corredores como alimentación, vida sana, técnicas, etc.

Referencias

Acosta, S. (2019, 31 de enero) ¿Qué tan popular es el running en Colombia?
Recuperado el 16 de junio de 2019 de <https://www.senalcolombia.tv/documental/carreras-de-running-en-colombia>

Alcaldía Mayor de Bogotá. (2009, 30 de julio) Ley 1341 de 2009 Nivel Nacional.
Recuperado el 14 de julio de 2019 de <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=36913>

Amo, M. (2019, 19 de febrero) Las 14 apps indispensables para tu entrenamiento.
Recuperado el 03 de julio de 2019 de <https://www.esquire.com/es/salud-fitness-running/g12042537/apps-entrenamiento-gimnasio-aplicaciones-deporte/>

Ministerio de las TIC. (2018, 4 de enero) Seis apps ideales para hacer turismo.
Recuperado el 14 de julio de 2019 de <https://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-article-62268.html>

Reina, L. (2018, 21 de julio) Hoteles por horas, la nueva tendencia para alojarse. Recuperado el 07 de julio de 2019 de <https://www.eltiempo.com/vida/viajar/asi-funciona-los-hoteles-por-horas-la-nueva-tendencia-para-alojarse-246292>

Sin autor (2018, 1 de agosto) Consumo de aplicaciones móviles en Colombia. Recuperado el 15 de junio de 2019 de <https://www.webfindyou.com.co/blog/consumo-de-aplicaciones-moviles-en-colombia/>

Sin autor. (2017, 9 de julio) Colombia distribución por edad. Recuperado el 15 de junio de 2019 de https://www.indexmundi.com/es/colombia/distribucion_por_edad.html

Sin autor. (2018, 15 de abril) Las 7 mejores aplicaciones Android de deporte. Recuperado el 03 de julio de 2019 de <https://www.topandroide.com/las-7-mejores-aplicaciones-android-de-deporte>

Sin autor. (2018, 28 de febrero) 8 apps para buscar hoteles baratos. Recuperado el 14 de julio de 2019 de <https://www.losapuntedelviajero.com/apps-para-buscar-hoteles/>

Spencer, M. (2018, 5 de enero) Estadísticas marketing móvil 2018 -2019. Recuperado el 13 de junio de 2019 de <https://www.alianzared.com/estadisticas-marketing-movil-2018/>

Tecnosfera, R. (2017, 24 de abril) Así consumen “app” los colombianos. Recuperado el 9 de junio de 2019 de <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/consumo-de-aplicaciones-en-colombia-81190>

Turimso. (2018, 19 de junio) Ocupación hotelera mostró retroceso en mayo, según Cotelco. Recuperado el 07 de julio de 2019 de <https://www.dinero.com/empresas/articulo/ocupacion-hotelera-en-colombia-en-mayo-de-2018/259429>