

Comercialización de una Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS



**Comercialización de una Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,
enfocada en la Recepción y Gestión de Canchas Sintéticas en Bogotá y Equipos de
Fútbol no Profesionales**

Presentado Por:

Enrique Gómez Arenas ID: 357846

Walter Correa Sanchez ID: 283993

Aura Maria Meza Feria ID: 343420

Uniminuto Virtual y a Distancia - UVD

Administración De Empresas

Bogotá D.C.

2018

Comercialización de una Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS

Nota de aceptación

Líder de Investigación

Jurado

Jurado

Bogotá, D. C., abril de 2018

Comercialización de una Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS

Agradecimientos

De ante mano queremos agradecer a todas las personas que hicieron parte de este proceso, ayudándonos a obtener un resultado final satisfactorio y productivo para con nuestra meta y sueño.

A nuestros tutores que estuvieron desde el inicio de la formulación del proyecto aportando su experiencia y aconsejándonos en cada paso de este

A las instalaciones de la universidad por brindarnos todos los recursos necesarios para nuestra investigación

A nuestros amigos cercanos (Diego Alberto Duque Rubiano) que también colaboraron con la causa

Muchas gracias.

Comercialización de una Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS

Contenido

	pág.
Glosario	11
Resumen	13
Abstract	14
1 Planteamiento del Problema	15
1.1 Situación Actual y Magnitud del Problema	15
1.2 Causas	16
1.3 Efectos	17
1.4 Justificación	17
1.5 Objetivos	19
1.5.1 Objetivo General.	19
1.5.2 Objetivos Específicos	19
2 Estudio de Mercado	20
2.1 Contexto del Mercado y Antecedentes	20
2.1.1 Descripción del sector productivo.	20
2.1.2 Perspectiva y Estructura Actual.....	20
2.1.3 Casos existentes de empresas emergentes.	22
2.2 Análisis y Caracterización del Consumidor	24
2.2.1 Selección de la Población Objetivo.	25
2.2.1.1 Población y selección de la muestra.	25
2.2.1.2 Estimación del volumen del mercado	27

Comercialización de una Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS

2.2.1.3	Diseño de la encuesta.....	27
2.2.2	Tabulación de la Encuesta.....	30
2.2.3	Estimación de la Demanda Potencial	31
2.3	Identificación y Análisis de la Competencia	35
2.3.1	Análisis comparativo.	36
2.4	Estrategias de Mercado	36
2.4.1	Características del Producto o Servicio	36
2.4.1.1	Logo, eslogan e imagen corporativa.	37
2.4.1.2	Control de los usuarios activos.....	39
2.4.1.3	El Uso de la App.....	40
2.4.1.4	Duración de uso por servicio en la App.	41
2.4.1.5	Retención.	41
2.4.1.6	Costo de adquisición del usuario o cliente (CAC).....	41
2.4.1.7	Ingresos medios por usuario o cliente. (ARPU)	41
2.4.2	Canales de Comercialización y Distribución.....	42
2.4.3	Estrategias de Aprovisionamiento (Proveedores)	46
2.4.4	Estrategias en Precios	46
2.4.5	Estrategias de Promoción y Publicidad	54
3	Propuesta de Negocio	63
3.1	Características del Producto o Servicio	63
3.2	Ventajas Competitivas y Propuesta de Valor	64
4	Estudio Técnico	66

Comercialización de una Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS

4.1	Balance de Requerimientos	66
4.1.1	Requerimientos de materias primas e insumos	66
4.1.2	Requerimientos de materiales en el proceso de la prestación del servicio.	69
4.1.3	Requerimientos de tecnología (equipos, maquinaria).	70
4.1.4	Requerimientos de muebles, enseres y equipos de oficina	70
4.1.5	Requerimientos de Mano de obra operacional.....	71
4.2	Descripción del Proceso.....	71
4.3	Capacidad.....	90
4.4	Localización	92
4.4.1	Macro y Micro Localización	92
4.4.1.1	Localización	92
4.4.2	Evaluación de la Alternativa	93
5	Estudio Organizacional	95
5.1	Tipo y Naturaleza de Empresa.....	95
5.1.1	Misión	95
5.1.2	Visión.....	95
5.2	Constitución de la Empresa y Aspectos Legales	96
5.3	Estructura Organizacional	97
5.4	Estrategias Corporativas	103
5.4.1	Políticas	103
5.4.1.1	Políticas de selección de personal	103
5.4.1.2	Políticas de Ventas y precios.....	104

Comercialización de una Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS

5.4.2	Valores Corporativos	107
5.4.3	Matriz DOFA.....	108
6	Estudio Financiero	109
6.1	Inversiones	109
6.1.1	Inversión de equipos	109
6.1.2	Inversión de Operación	109
6.2	Costos	111
6.3	Ingresos y Proyecciones de Ventas	112
6.4	Flujo de Caja	114
6.5	Indicadores Financieros	116
7	Plan Operativo.....	117
7.1	Cronograma de Actividades	117
	Referencias	118

Comercialización de una Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS

Lista de tablas

	pág.
Tabla 1. Tabulación Encuesta	30
Tabla 2. Segmentación de la población de Bogotá.	31
Tabla 3. Porcentaje de hombres y mujeres en Bogotá.	32
Tabla 4. Proyección usuarios a 5 años	33
Tabla 5. Cuadro comparativo	36
Tabla 6. Posicionamiento en celulares.	43
Tabla 7. Promedio de canchas en Bogotá	47
Tabla 8. Comisión y publicidad.	48
Tabla 9. Proyección de ventas por alquiler y publicidad.	48
Tabla 10. Comisión promedia en los uniformes.	50
Tabla 11. Comisión de ventas proyectadas.	50
Tabla 12. Promedio en campeonato.	52
Tabla 13. Comisión por campeonato.	52
Tabla 14. Comisión a mediano plazo.	54
Tabla 15. Diseño de plataforma.	58
Tabla 16. Capacidad de alcance	90
Tabla 17. Consolidación resultados entrevista a las canchas	91
Tabla 18. Promedio porcentual aumento de canchas en Bogotá	91
Tabla 19. Ingresos y Proyecciones de Ventas	112
Tabla 20. Flujo de Caja	114

Comercialización de una Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS

Lista de figuras

	pág.
Imagen 1. Logo	37
Imagen 2. Eslogan.....	38
Imagen 3. Imagen corporativa	38
Imagen 3. Mapas de calor.....	40
Imagen 5. Posicionamiento en celulares	44
Imagen 5. Publicidad del servicio.....	60
Imagen 6. Publicidad.....	61
Imagen 7. Inscripción.....	61
Imagen 8. Logo, eslogan e imagen corporativa	64
Imagen 9. Perfil Equipo	72
Imagen 10. Configuración equipo	73
Imagen 11. Modo Partido	74
Imagen 12. Modalidad local o visitante	74
Imagen 13. Tipo de Cancha	75
Imagen 14. Localidades de las Canchas	76
Imagen 15. Listado de las Canchas	77
Imagen 16. Contratación de jugadores	77
Imagen 17. Perfil de los jugadores.....	78
Imagen 18. Ubicación demográfica de los jugadores	79
Imagen 19. Contratación del portero.....	79

Comercialización de una Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS

Imagen 20. Contratación del mediocampista.	80
Imagen 21. Contratación defensa.	80
Imagen 22. Contratación del delantero.	81
Imagen 23. Confirmación del partido.	81
Imagen 24. Jugar de local o visitante.	82
Imagen 25. Retadores.	83
Imagen 26. Perfil de retadores.	83
Imagen 27. Imagen campeonato.	85
Imagen 28. Control estadístico tanto de los equipos como de los jugadores.	86
Imagen 29. Ranking de los equipos.	87
Imagen 30. Marcación de los equipos.	88
Imagen 31. Perfil de un delantero.	89
Imagen 32. Micro localización.	94
Imagen 33. Organigrama.	100

Comercialización de una Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS

Glosario

Dream Team: Equipo de ensueño (Jerga futbolística popular)

Startup: Los términos empresa emergente, compañía emergente, compañía de arranque y compañía incipiente (en Hispanoamérica, compañía startup) se utilizan en el mundo empresarial aplicados a empresas que buscan arrancar, emprender o montar un nuevo negocio, y aluden a ideas de negocios que están empezando o están en construcción, y generalmente se trata de empresas emergentes apoyadas en la tecnología. Son ideas que innovan el mercado y buscan facilitar los procesos complicados, enfocadas a diferentes temas y usos. Generalmente son empresas asociadas a la innovación, al desarrollo de tecnologías, al diseño web o al desarrollo web, y son empresas de capital-riesgo.

App o Aplicación móvil: Una aplicación móvil, aplicación, apli1 o app (acortamiento del inglés application), es una aplicación informática diseñada para ser ejecutada en teléfonos inteligentes, tabletas y otros dispositivos móviles. Las aplicaciones permiten al usuario efectuar un conjunto de tareas de cualquier tipo — profesional, de ocio, educativas, de acceso a servicios, etc.—, facilitando las gestiones o actividades a desarrollar.² El acortamiento inglés App suele ser incorrectamente pronunciado por los hispanohablantes como /apepé/, tratándolo incorrectamente como una sigla

Ecosistema iOS: Software de Apple

Comercialización de una Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS

AppStore: App Store es un servicio para el iPhone, el iPod Touch, el iPad y Mac OS X **Snow Leopard** o posterior, creado por Apple Inc, que permite a los usuarios buscar y descargar aplicaciones informáticas

**Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,
Comercialización de una Aplicación Móvil para Dispositivos Android/ios,
enfocada en la Recepción y Gestión de Canchas Sintéticas en Bogotá y Equipos de
Fútbol no Profesionales**

Resumen

El presente informe de trabajo de grado, tiene como principal objetivo presentar el plan de negocios para la creación de la aplicación móvil Dream Team, que permita gestionar los campeonatos y partidos de futbol en canchas sintéticas de Bogotá. Los elementos que se han tenido en cuenta para la elaboración del informe constan del análisis del mercado en el uso de canchas sintéticas y de aplicaciones móviles, el estudio técnico, la propuesta financiera y el análisis de la demanda creciente de canchas sintéticas en la ciudad.

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,**Abstract**

The main objective of this present work report is to present the business plan for the creation of the Dream Team mobile application, which will allow the management of championships and football matches on synthetic courts in Bogotá. The elements that have been taken into account for the preparation of the report consist of the analysis of the market in the use of synthetic courts and mobile applications, the technical study, the financial proposal and the analysis of the growing demand of synthetic courts in the city.

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

1 Planteamiento del Problema

1.1 Situación Actual y Magnitud del Problema

Las canchas sintéticas es uno de los negocios con mayor crecimiento del país. Únicamente en Bogotá existen más de 350, contando con 17 canchas por localidad en promedio, 1 por cada 23.000 habitantes. Estas son muy importantes en el ámbito deportivo para los colombianos ya que son una propuesta distinta y moderna de jugar con “la cariñosa” como muchos de ellos le llaman al balón.

Cabe resaltar que las canchas de este tipo cuentan con grandes ventajas que las hacen atractivas para los colombianos. Por ejemplo, la cercanía, puesto que prácticamente cualquier habitante tiene una cancha muy cerca de su casa, además porque cuentan con una atención más personal con sus clientes y tienen precios accesibles.

El servicio de agendamiento prestado por las canchas presenta algunas dificultades que no lo hace tan atractivo y cómodo, comenzando porque el usuario debe solicitar por medio telefónico o incluso de forma presencial el servicio, encontrando que su disponibilidad tiende a ser limitado, así como los precios e incluso los horarios. Con la ayuda de la tecnología este servicio puede mejorar, ser mucho más ágil, útil y valioso para los clientes y propietarios de canchas.

Se quiere desarrollar una plataforma en la cual los usuarios puedan reservar canchas, cuadrar partidos con otros usuarios e incluso armar campeonatos con otros equipos de la ciudad, gestionarlos fácilmente encontrando la disponibilidad del servicio y así cambiar los medios tradicionales para pedir este servicio. Se brindará, además, más valor para

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

los clientes a la hora de la solicitud y nuevas ventajas competitivas para las canchas.

Los usuarios encontrarán toda la información detallada de las canchas y sus productos, simplificando este proceso para ahorrar tiempo y brindar comodidad a la hora de hacer su agendamiento, además de ofrecer nuevas posibilidades como acceder a una cancha en cualquier lugar y poder gestionar estos servicios en línea.

Las ventajas que encuentran los propietarios de las canchas en el nuevo servicio no son pocas, dando mayor visibilidad a su negocio, ahorrando tiempo y automatizando sus procesos como el manejo de sus horarios, sus registros y sus transacciones. A cambio de esto, se cobrará mensualmente al propietario un bajo porcentaje de las ventas realizadas mediante la aplicación. Gracias a la infraestructura que brindan las nuevas tecnologías, Smartphone y tabletas, la aplicación puede centrarse en la comunicación entre las canchas y sus clientes, dejando todo el servicio en sus manos, lo que ofrece la posibilidad de escalar de manera rápida y sencilla.

1.2 Causas

Las principales causas son:

La falta de una herramienta adecuada y completa que le ayude a los usuarios acceder más rápidamente a toda la información de este servicio

La difícil participación de muchos usuarios con la red de jugadores de la ciudad

Carencia de experiencia por parte de las canchas en el uso de las App.

Desinterés por parte de los propietarios de las canchas en modernizar sus negocios

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

1.3 Efectos

Los efectos o daños colaterales son:

La no evolución del modelo de negocio afectando así su competitividad.

No se pueden ejecutar torneos que ayuden al reconocimiento de las canchas a nivel Bogotá.

Se pueden afectar los ingresos operacionales ya que por falta de la herramienta se presenta la no fidelización del cliente.

El atraso de cada cancha comparado en la evolución de sus competidores.

1.4 Justificación

Los aspectos y las razones para la creación del proyecto que originaron la idea de negocio, básicamente fue la de generar un cambio positivo en el deporte aficionado, brindándole a los equipos no profesionales salir del anonimato, cotizarse tanto al equipo, como a los mismos jugadores, organizar y controlar de cierta forma un movimiento deportivo y comercial en auge, generando rentabilidad para ambas partes como en el mismo gremio en general.

Se sabe que existen muchas canchas sintéticas ofreciendo un servicio, que hay muchos equipos de futbol aficionado con ganas de jugar constantemente y romper la rutina de su día a día, que existen muchos jugadores amantes del deporte sin un equipo de futbol donde jugar, que hay muchas canchas de futbol con poco tráfico de clientes por motivo de ubicación, que hay muchos emprendedores del deporte con ganas de organizar torneos y campeonatos, que hay muchos equipos de futbol en busca de buenos jugadores.

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

Este proyecto no solo da solución de manera intuitiva a todos esas necesidades y vacíos catalogados en ultimo como problemas, sino que integra las soluciones en una sola plataforma digital, generando mucho más aficionados en especial aquellos jóvenes que están creciendo en medio de una generación bajo la cultura del internet y las aplicaciones.

Dentro de los impactos en el ámbito de información, el proyecto aportaría datos accesibles tales como la ubicación geográfica de las canchas, una base de datos estadísticos de estas mismas (las canchas), base de datos de deportistas afines al deporte del futbol, control y organización en la práctica del deporte aficionado como organizar a los deportistas y de cierta forma sacarlos del anonimato, beneficiando a nivel social y cultural a todos aquellos deportistas activos y aficionados al deporte rey del planeta el futbol.

A nivel económico y financiero se impactará a todas aquellas grandes y pequeñas empresas o propietarios de alguna cancha de futbol, junto con posibles pactantes publicitarios de empresas como confección de uniformes, artículos afines con el deporte en mención y organizadores de campeonatos tanto profesionales como aficionados. Ese es el interés directo ya que, garantizando la satisfacción completa de los usuarios, se estaría por inercia garantizando éxito y beneficio propio como fundadores de la idea, generando empleo por medio de la implementación de la plataforma digital, innovando con métodos prácticos a la hora de proveer información y permitir la manipulación de esta.

¿Para qué desea desarrollar el plan de negocio? Se desea desarrollar el plan de negocio de este proyecto con el fin de poder documentarse, aprender y corregir errores

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS, sobre la marcha, como estrategia en el desarrollo del proyecto, iniciando operaciones en Bogotá inicialmente, para garantizar el éxito del resultado final mientras se ejecuta el proyecto en la vida real, culminando con éxito el plan de negocio y la expansión a nivel regional y nacional, plasmando los objetivos, procesos y proyecciones de la idea original y así ordenar las operaciones, realizando un análisis detallado del negocio en el que se maximicen las oportunidades y beneficios, minimizando los riesgos y errores.

El plan de negocio es sin duda una oportunidad gigante de atraer inversionistas interesados en el proyecto y por tal razón se desea desarrollarlo con sinceridad, creatividad y mucho empeño.

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo General.

Comercializar un aplicativo móvil que facilite a los usuarios entre si la comunicación y toda la información de Canchas sintéticas en Bogotá inicialmente, para que estos puedan ser gestionados a través de dispositivos inteligentes.

1.5.2 Objetivos Específicos

Analizar ventajas competitivas y comparativas del proyecto.

Estudiar la competencia y el nicho de mercado de la aplicación.

Calcular los costos de desarrollo de la App y las ventas mínimas necesarias para el soporte en el tiempo del plan de negocio.

2 Estudio de Mercado

2.1 Contexto del Mercado y Antecedentes

2.1.1 Descripción del sector productivo.

El servicio/o producto se centrará en el sector cuaternario ya que aporta características basadas en el conocimiento de la información, incluyendo servicios imposibles de mecanizar, tales como la generación e intercambio de información, tecnología, y porque no consultoría.

Es importante resaltar que una de las ventajas de los proyectos ubicados en el sector cuaternario, es que muchas empresas invierten para asegurar una mayor expansión, lo que se ve como un medio de generar mayores márgenes o rentabilidad de las inversiones. Además, estas actividades en este sector permiten que “a partir de las aplicaciones de la tecnologías o ingenio humano se crea valor para la sociedad” (Actividades Económicas, 2017, pág. 1).

2.1.2 Perspectiva y Estructura Actual.

Dentro del ámbito social, estructura actual y perspectiva en el desarrollo industrial el comportamiento de los últimos 5 años, se analiza el estado del sector, las ventas que genera y la producción en general de esta misma. Llevando a evaluar la estructura productiva de dicho sector considerando las relaciones intersectoriales en el país y seleccionando diferentes niveles de desarrollo, tales como la creación de páginas web y en especial el desarrollo de aplicaciones para Smartphone en Colombia.

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

El mercado de las ‘Apps’ móviles en Colombia generó en el año 2016, 83.000 trabajos en Colombia, según un estudio presentado por Michelle Di Lonno y Michael Mandil en el marco del Congreso Colombia 4.0 realizado en Corferias de Bogotá, dejando claro en la conferencia que el sector de las Apps tiene un gran potencial en el país a largo plazo, expone (Dinero, 2016, pág. 1).

El PHD de la Universidad de Harvard, Michael Mandel, expuso que el 85% de los empleados de esta economía (71.000) son generados por el ecosistema Android y iOS. Así mismo, el experto reveló que en este mercado la capital colombiana lleva la batuta con 51.200 aplicaciones desarrolladas (61,6%), seguida por Medellín, con 19.900 (23,9%) y otras ciudades con 12.000 (14,5%), comenta (Hernández, 2016).

Michael Mandel en el cuarto congreso y citado en (Dinero, 2016), expuso que “*El fomento de la economía de las aplicaciones en Colombia es un medio lógico para el crecimiento y la estabilidad, ya que requiere capital físico menor que los mercados tradicionales de fabricación*”.

Así mismo Michelle Di Lonno en ese mismo congreso y citado en (Dinero, 2016), manifestó que “Los únicos insumos necesarios para el desarrollo de aplicaciones móviles son una mano de obra calificada y buenas conexiones de telecomunicaciones, tanto a nivel nacional como internacional”.

A nivel mundial, dicho estudio destacó que la economía de las aplicaciones no está solamente basada en la creación de juegos o en pequeños desarrollos, puesto que tiene gran demanda para proyectos de compañías, bancos multinacionales y hasta gobiernos. Durante el congreso Colombia 4.0 el ministro de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia (Min TIC), David Luna, destacó los avances que ha

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

tenido el país en materia de animación, desarrollo web, Apps móviles y señaló que es una industria que evidentemente crece cada año (Dinero, 2016).

2.1.3 Casos existentes de empresas emergentes.

Esta información presentada a continuación brindará una visualización general y adicional del posible éxito que alcanzaría este proyecto, por medio de casos similares a la idea propia junto con su éxito logrado.

El proyecto DreamTeam se dirige hacia el aprovechamiento de los mercados, bajo la producción de ideas innovadoras, nuevos métodos de logística, entre otros. Esta clase de proyectos como el de DreamTeam y desarrollo de Apps móviles en general están resaltadas en los encuentros comerciales organizados por organizaciones tales como Ministerio TIC, Pro Colombia y Fedesoft con el objetivo de conectar a los empresarios jóvenes con posibles inversionistas, creando redes de contactos y generando oportunidades de negocio con inversionistas de Latinoamérica, el Caribe, Norteamérica, Europa y Asia. Superando cifras de US\$49 millones en inversiones, expone EL (MINTIC. Gobierno de Colombia, 2017).

Los inversionistas están interesados particularmente en generar negocios en áreas como la de desarrollo de videojuegos en 2D y 3D; animación; Soluciones en realidad virtual; aplicaciones móviles y web; desarrollos a la medida, entre otras.

Min TIC y Pro Colombia, han invertido más de US\$8 millones entre 2012 y 2016 para la internacionalización de empresas del sector y hasta el momento se han beneficiado más de 1.300 empresas y se han generado más de US\$227 millones entre

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS, plataformas web y exportaciones que han sido certificadas a Pro Colombia (Dinero, 2016).

Estas son algunas de las Startups emergentes y exitosas de Colombia que mueven más de \$71 mil millones.

1DOC3: Plataforma multicanal de preguntas y respuestas médicas de mayor crecimiento en América Latina, destacada como caso de éxito por Mark Zuckerberg (Facebook).

FluVIP: Solución para que las marcas anunciantes encuentren a los influenciadores adecuados para sus campañas en redes sociales.

Hogaru: Compañía de servicios de aseo para hogares y oficinas que usa la tecnología para brindar un empleo formal y estabilidad económica a empleadas domésticas.

Mensajeros Urbanos: Plataforma web que soluciona los envíos y diligencias personales y empresariales en menos de una hora.

Sarta Vestidos: Servicio online de alquiler de vestidos de fiesta de grandes diseñadores a una fracción de su precio original.

Otras empresas exitosas en el mundo de las aplicaciones y páginas web son Acendo, Greencode, Las Partes, PinBus, Platzi, Rappi, Soma, Tappsi, TransmiSITP y Undertrail. En promedio, estas Startups han vendido \$71 mil millones de pesos y recibido más de \$27 mil millones en inversión, que operan en 11 países y cuentan con usuarios en 122 (Revista M Aprende, 2016).

Carlos Castañeda, citado en (Dinero , 2015) manifestó que “Estos casos de éxito son referentes claros de que el ecosistema que venimos construyendo desde hace algunos años, entre Min TIC y las diferentes entidades de apoyo a emprendedores, no sólo es

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

una realidad, sino que está generando productos digitales y modelos de negocio globalmente escalables”.

2.2 Análisis y Caracterización del Consumidor

Tendencias económicas sociales o culturales: Kantar Ibope Media Colombia presentó las tendencias para aplicativos móviles durante el 2016, basados en el Target Group Index (TGI), estudio que permite conocer los hábitos sociales de consumo en medios de comunicación, productos, estilos de vida, cultura y actitudes (Kantar Ibope Media, 2016).

De acuerdo con este estudio, en 2016, un 73% de los colombianos compraron un Smartphone, lo que representó un incremento del 28% con relación al año 2015 con 57%. Como verán no es sorpresa para nadie que Internet y las nuevas tecnologías se han manifestado en la cultura pop y no solo de esta generación pues las otras también se han visto tocadas por este fenómeno. Es evidente, que los dispositivos móviles inteligentes son actualmente los protagonistas de un futuro inminente que envolverá una heterogénea masa de usuarios cuya principal preocupación será la necesidad de estar permanentemente conectados.

Con respecto a lo anterior, en estos momentos probablemente, estén conectados a la red unos tres mil millones de personas, mientras se está leyendo esto. Culturalmente la comodidad de los Smartphone está transformando las audiencias, surgiendo una nueva generación de usuarios que están constantemente conectados por medio de estos dispositivos como si fueran un miembro más de su cuerpo. La posibilidad de acceder a

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

Internet a cualquier hora con estos aparatos inteligentes permite la creación y trasmisión de contenidos donde el usuario es quien marca el ritmo, la inmediatez y el alcance.

Básicamente, la tendencia sociocultural de los usuarios es tenerlo todo a la mano. Son consumidores activos que lo que desean es interactuar y opinar con el contexto. Por ejemplo, ahora, son más importantes los comentarios de la noticia que la noticia en sí. Es un escenario totalmente diferente.

2.2.1 Selección de la Población Objetivo.

Instrumento recolección de información. Se utiliza la encuesta realizada personalmente.

2.2.1.1 Población y selección de la muestra.

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{n + N} \quad \longrightarrow \quad n = \frac{N \cdot n}{e}$$

Fuente: (Psyoma, 2015)

Donde:

n = tamaño de la muestra.....? p = probabilidad que se realice.....0.5

q = probabilidad que no se realice...0.5 N= tamaño de la población.....647

e = margen de error permitido.....5% Z = Nivel de confianza.....95% (1,96)

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2} \quad \longrightarrow \quad n = \frac{(1,96)^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{(0,005)^2} = 384$$

$$n^1 = \frac{N \cdot n}{n + N} \quad \longrightarrow \quad n^1 = \frac{37.474 \cdot 384}{384 + 37.474} = 380 \longrightarrow \text{Encuestas}$$

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

Lo anterior indica que con un intervalo de confianza del 95% y un margen de error del 5% se deben realizar 380 encuestas en una población de 37.474 Equipos.

El mercado objetivo del producto/o servicio, son aquellas personas deportistas, hombre y mujer deportivamente activo y aficionado al futbol, con intención de organizar partidos de futbol rápidos y sin tanta logística, crear su propio equipo de futbol, posicionarlo, cotizarlo, darle vida y valor agregado; como lo hace el futbol profesional y los grandes clubes a nivel mundial, bajo un esquema aficionado.

Si bien el objetivo principal de la aplicación DreamTeam es llegar a ofrecer el servicio a nivel global demográficamente, somos conscientes de que es un trabajo progresivo, siendo la capital de Colombia el punto de partida estratégico. Como bien se sabe, esta generación y las que vienen serán porcentualmente altas en sus actividades digitales bajo la cultura del facilismo y la agilidad en la toma de las decisiones, por tal razón los usuarios o clientes con un alto nivel de recompra, estarán segmentados en 3 grupos.

Como primer grupo y con un nivel de interés alto en hombres y mujeres entre los 15 años de edad y los 25, que están en su pico más alto en la actividad deportiva.

Como segundo grupo están todas esas personas entre los 25 y los 35 años que siguen deportivamente activos.

Como tercer grupo son esas personas mayores de 35 años cuya pasión se mantiene y ven en el deporte una manera de salir de su rutina, despejar la cabeza y por qué no, llenar un poco el vacío de no haber pertenecido a un equipo “profesional” de joven con la opción de no solo crear uno propio, sino que también poder organizar encuentros de

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

forma rápida e intuitiva bajo la amenaza del poco tiempo que ofrece una vida con más responsabilidades.

En el mercado objetivo del producto y servicio, también se encuentran empresas como prestadoras de alquiler de canchas sintéticas, venta y confección de uniformes de futbol, empresas organizadoras de campeonatos, y empresas de venta de artículos deportivos en general.

2.2.1.2 Estimación del volumen del mercado

(Tamaño y crecimiento): Perfil del consumidor (características observables de este).

Dentro de las características observables del perfil del consumidor comercial o empresarial se estima el crecimiento del mercado por medio de una encuesta personal en distintos puntos de la ciudad, 131 Canchas de futbol y 242 Jugadores aficionados, junto con 7 empresas de confección de uniformes posiblemente aliadas con DreamTeam.

Los Resultados de esas encuestas personales que consistió en realizar un cuestionario cara a cara, existiendo una interacción entre los encuestadores (grupo investigativo) al encuestado, tomando nota de las respuestas, de los 3 grupos de personas potencialmente catalogados como población objetivo.

Como resultado en las 3 encuestas se obtuvo una real necesidad por parte del sector encuestado por adquirir el servicio ofrecido evidenciando poca o nula competencia, lo cual permite no solo desarrollar el programa con total firmeza, sino que también permitió tener una cercanía con ellos y escuchar sus opiniones.

2.2.1.3 Diseño de la encuesta.

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

Encuesta aplicada sobre la preferencia de los jugadores hacia la aplicación móvil que organizan partidos de fútbol en línea.

Datos de Identificación:

Apellidos y Nombres _____

Edad: _____ **Ocupación:** _____

Por favor seleccione la opción más adecuada según sea el caso.

I. Se encuestaron a 242 jugadores aficionados, las siguientes 4 preguntas:

1. ¿Usa alguna app para este servicio?
a) Si (___) b. No. (___)
2. ¿Usaría la App Dream Team?
a) Si (___) b. No. (___)
3. ¿Con qué frecuencia juega fútbol al mes?
a) 3 (___) b. 4. (___)
4. ¿Actualmente pertenece a un equipo de fútbol?
a) Si (___) b. No. (___)

II. Se encuestaron a 131 Administradores de canchas, de las 350 en promedio que tiene la ciudad de Bogotá, las siguientes 7 preguntas:

1. ¿Pautaría publicidad con Dream Team?
a) Si (___) b. No. (___)
2. ¿Trabajaría de la mano con Dream Team para futuras campañas promocionales?
a) Si (___) b. No. (___)

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

3. ¿Organizaría campeonatos por medio de Dream Team?
a) Si (___) b. No. (___)
4. ¿Aceptaría pagar una comisión del 3% sobre el valor de la cancha, por equipo enviado por Dream Team?
a) Si (___) b. No. (___)
5. ¿Actualmente trabaja de la mano con alguna app que ofrezca este servicio?
a) Si (___) b. No. (___)
6. ¿En caso de trabajar con alguna aplicación como se llama la app?
Nombre de la App. _____
7. ¿Se encuentra satisfecho con los servicios prestados por dicha app?
a) Si (___) b. No. (___)

III. Se encuestaron a 7 empresas encargadas de comercializar, venta de uniformes de futbol y confección de uniformes de futbol en la ciudad de Bogotá, las siguientes 7 preguntas:

1. ¿Pautaría publicidad con Dream Team?
a) Si (___) b. No. (___)
2. ¿Trabajaría de la mano con Dream Team para futuras campañas promocionales?
a) Si (___) b. No. (___)
3. ¿Aceptaría pagar una comisión del 10% sobre el valor de la venta por cliente enviado por Dream Team?
a) Si (___) b. No. (___)

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

4. ¿Actualmente trabaja de la mano con alguna app que ofrezca este servicio?

a) Si (___) b. No. (___)

5. ¿En caso de trabajar con alguna aplicación como se llama la app?

Nombre de la App _____

6. ¿Se encuentra satisfecho con los servicios prestados por dicha app?

a) Si (___) b. No. (___)

7. ¿Te gusta el servicio que ofrece Dream Team?

a) Si (___) b. No. (___)

2.2.2 Tabulación de la Encuesta.

Tabla 1. Tabulación Encuesta

No	Preguntas	Respuestas	
		Si	No
I. Jugadores encuestados (242).			
1.	¿Usa alguna app para este servicio?	40	202
2.	¿Usaría la App Dream Team?	238	4
3.	¿Con qué frecuencia juega fútbol al mes?	193	49
4.	¿Actualmente pertenece a un equipo de fútbol?	1	241
II. Administradores de las canchas encuestados (131).			
1.	¿Pautaría publicidad con Dream Team?	112	12
2.	¿Trabajaría de la mano con Dream Team para futuras campañas promocionales?	130	1
3.	¿Aceptaría pagar una comisión del 10% sobre el valor de la venta por cliente enviado por Dream Team?	131	0
4.	¿Actualmente trabaja de la mano con alguna app que ofrezca este servicio?	120	11
5.	¿En caso de trabajar con alguna aplicación como se llama la app? Cnachaya	30	101
6.	¿Se encuentra satisfecho con los servicios prestados por dicha app?	50	81
7.	¿Te gusta el servicio que ofrece Dream Team?	19	12
III. Empresas encuestadas, (7).			

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

No	Preguntas	Respuestas	
		Si	No
1.	¿Pautaría publicidad con Dream Team?	7	0
2.	¿Trabajaría de la mano con Dream Team para futuras campañas promocionales?	5	2
3.	¿Aceptaría pagar una comisión del 10% sobre el valor de la venta por cliente enviado por Dream Team?	6	1
4.	¿Actualmente trabaja de la mano con alguna app que ofrezca este servicio?	3	4
5.	¿En caso de trabajar con alguna aplicación como se llama la app?	2	5
6.	¿Se encuentra satisfecho con los servicios prestados por dicha app?	1	6
7.	¿Te gusta el servicio que ofrece Dream Team?	7	0

Fuente: Desarrollo propio

Analizando los resultados de la encuesta, se evidencia que existe una inmensa necesidad por parte de los jugadores, administradores y las empresas, en adquirir los servicios que ofrece la aplicación Dream Team, ya que permite incrementar los ingresos de todas las personas involucradas en este negocio. Además, es evidente señalar que por medio de esta encuesta el servicio será todo un éxito, debido a la necesidad que tienen los usuarios aficionados al fútbol por conocer la ubicación de las canchas, el costo de alquiler de una cancha, organizar campeonatos, entre otros servicios que ofrece la aplicación.

2.2.3 Estimación de la Demanda Potencial

Actualmente según el DANE Bogotá tiene 8.081.000 personas de las cuales 1.951.301 son jóvenes entre los 14 y 18 años de edad, junto con 3'958.465 personas que se encuentran en la edad media es decir entre los 29 y 50 años de edad.

Tabla 2. Segmentación de la población de Bogotá.

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

	Poblacion Bogota	8.081.000
Grupo 1	Jovenes entre 14-28 años	1.951.301
Grupo 2	Personas (Edad media) 29-50 años	3.958.465

Fuente: Elaborado según la estadística del DANE.

Tomando como base los datos estadísticos del DANE, Bogotá posee en su totalidad un 52% de mujeres frente a un 48% de hombres. Para el siguiente ejercicio se divide el análisis de la estimación potencial del público objetivo en dos grupos.

En el grupo 1 se encuentran los hombres entre 14 y 28 años de edad que suman un promedio de 932.722 hombres y las mujeres en ese rango edad suman en promedio 1.018.579 mujeres.

En el grupo 2 se encuentran los hombres y mujeres entre los 29 y los 50 años de edad, encontrando un número de hombres en ese rango de 1'892.146 hombres, frente a 2'066.319 mujeres. Información extractada de la página del (DANE, 2018).

Tabla 3.

		Grupo 1	Grupo 2
% Hombres Bogota	48%	932.722	1.892.146
% Mujeres Bogota	52%	1.018.579	2.066.319

Porcentaj
e de
hombres y

mujeres en Bogotá.

Fuente: Elaborado según estadísticas del DANE.

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

Se asume que por medio de las estadísticas del DANE los escenarios del grupo 1 y 2 solo el 10% de los hombres jueguen futbol, se contaría con 93.272 hombres del grupo 1 y 189.215 hombres del grupo 2, potencialmente activos en el deporte.

Y en el caso de las mujeres, solo el 5% de las mujeres del grupo 1 juegan futbol y del grupo 2 solo el 2%, se estaría hablando que de los datos anteriores solo se cuenta con 50.929 mujeres del grupo 1 y 41.326 mujeres del grupo 2.

Para una estimación de la demanda potencial de un total de 374.742 jugadores activos de futbol en la ciudad de Bogotá, pero como la plataforma DreamTeam inscribe solo a equipos y no jugadores se puede concluir que en promedio Bogotá juega futbol en equipos de 5 personas, lo que significa que de ese número de equipos activos en el deporte solo se contaría con 74.948 usuarios potenciales de los cuales, solo el 50% de esos suscriptores serian usuarios activos, para un total en el ejercicio de 37.474 usuarios activos en la plataforma digital. Por cada partido que la aplicación envíe a las canchas se obtendrá una comisión del 3% del promedio del costo de alquiler de cancha, el cual oscila en \$136.667, llegando al caso que el equipo solo juegue una vez al mes.

Usando un promedio bajo de solo el 7% delo público objetivo, se asume en un escenario lento aumentar solo ese mismo 7% anual, lo que significa que en 5 años para el año 2022, se pasaría de tener 37.474 usuarios potenciales a 49.121 usuarios.

Tabla 4. Proyección usuarios a 5 años

Años	Suscriptores
2018	37.474
2019	40.097
2020	42.904
2021	45.908

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

2022

49.121

Fuente: Desarrollo propio.

2.3 Identificación y Análisis de la Competencia

Sin estadísticas oficiales o un gremio que las consolide, se estima que en Bogotá actualmente hay un número de 350 canchas de fútbol de grama sintética entre sus 20 localidades. De las cuales se entrevistaron a 15 canchas en la zona Norte de la ciudad, 12 en la zona Centro, 10 en la zona de Chapinero, 40 en la zona Noroccidente, 29 en la zona Occidente y 25 en la zona sur de la ciudad para un total de 131 canchas de la ciudad de Bogotá, y a 242 jugadores en distintas canchas.

Los 242 jugadores entrevistados en diferentes canchas cada uno, contaron que actualmente no usa ninguna App ni plataforma Web para coordinar la logística de sus partidos y que pocas veces ha reservado una cancha por medio de una aplicación o App, pero se mostraron interesados en los servicios de DreamTeam una vez enterados de estos, adicional a esto se conoció que 16 canchas de las entrevistadas pautaban publicidad por medio de una aplicación llamada (Canchas Ya). A continuación, se darán a conocer nuestras competencias:

Cancha Ya, es una empresa que permite a los jugadores aficionados practicar fútbol en Bogotá, por medio de un directorio de canchas sintéticas de Bogotá, que permite buscar, localizar, conocer y reservarlas vía On line o desde su propia App, únicamente descargable por GooglePlay. Lo que hace que solo tenga acceso al 35% de los usuarios potenciales.

En teoría el objetivo de Canchas Ya es brindar a los visitantes, todas las canchas sintéticas de fútbol en Bogotá y ofrecer a los nuevos empresarios y emprendedores, un aliado estratégico para publicar sus instalaciones a través de una galería, una

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

descripción llamativa de su escenario y no menos importante, su lista de precios y horarios de atención (Canchas Ya, 2018).

2.3.1 Análisis comparativo.

Tabla 5. Cuadro comparativo

Factores importantes	Cancha Ya	Dream Team
Segmento del mercado	<ul style="list-style-type: none"> - Dirigida a las canchas. - Hacer publicidad con las canchas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Objetivo los equipos de futbol y los jugadores. - Crear una red social netamente de equipos de futbol aficionados.
Descarga de la aplicación o App.	<ul style="list-style-type: none"> - GooglePlay 	<ul style="list-style-type: none"> - GooglePlay. - Ecosistemas Android. - iOS
Servicios que ofrece la aplicación	<ul style="list-style-type: none"> - Un directorio de canchas sintéticas en Bogotá. - Localización de las canchas. - Reservas vía On line. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ubicación demográfica de las canchas. - Inscripción de tu equipo futbol, con toda la información del perfil del jugador. - Organizar campeonatos. - Retar otro equipo. - Permite jugar como local o visitante, etc.

Fuente: Desarrollo propio

2.4 Estrategias de Mercado

2.4.1 Características del Producto o Servicio

DreamTeam funciona bajo dos formatos virtuales, una página web y una aplicación móvil o App, que en teoría es una Red Social donde el público final es activamente deportivo y aficionado al futbol; que interactuará por medio de una plataforma en la que

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS, podrá inscribir su equipo de futbol, posicionarlo, cotizarlo, darle vida y valor agregado; como lo hace el futbol profesional y los grandes clubes a nivel mundial.

Una plataforma digital bastante eficiente que explotará de forma eficaz el equipo de futbol, por medio de una serie de pasos básicos, sencillos e intuitivos, creando una atmosfera “light” y visualmente práctica de usar.

Dentro de las características que se encuentran en DreamTeam es la oferta de 3 servicios básicos, entre otros:

Creación de equipos de Futbol.

Organización de partidos de futbol o torneos.

Control de datos estadísticos, tanto de los equipos como de los jugadores.

En los elementos diferenciadores se puede encontrar que actualmente la competencia de DreamTeam es casi nula, diferenciándose por ser la única plataforma activa en los ecosistemas GooglePlay, Android y iOS.

2.4.1.1 Logo, eslogan e imagen corporativa.



Imagen 1. Logo

UN BUEN JUGADOR GANA UN PARTIDO, UN BUEN EQUIPO GANA 10

Imagen 2. Eslogan



Imagen 3. Imagen corporativa

Fuete: Desarrollo propio.

El grupo investigador ha tomado conciencia sobre que el éxito de las Apps va ligado al número de usuarios registrados. Para ello DreamTeam se basará en 7 reglas importantes para poder analizar qué pasa dentro de la aplicación y cómo posiblemente la estarían utilizando sus usuarios. La clave está en las constantes actualizaciones a medida que se adquiera experiencia en la relación (experiencia-cliente).

Al analizar el comportamiento de los usuarios frente a las aplicaciones, se encuentra que plataformas como Flurry Analytics especializada en proveer información estadística

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

a todo aquel que lo necesite indica la necesidad de que cada App tenga sus propios indicadores KPI así sea de la misma categoría la aplicación o App.

A pesar de que se cumpla con estas reglas no significa que se vaya a estar exentos de algún producto sustituto emergente, por tal razón las reglas para combatir los productos sustitutos serian:

1. Control de los usuarios activos.
2. El Uso de la App
3. Duración de uso por servicio en la App.
4. Retención del usuario.
5. Costo de adquisición del usuario o cliente (CAC)
6. Ingresos medios por usuario o cliente. (ARPU)
7. Vida útil o (LTV) (Customer lifetime value).

2.4.1.2 Control de los usuarios activos.

Descargar la aplicación es la parte más fácil, pero lograr que el usuario vuelva y entre ya es otra cuestión. Es por esta razón que es necesario tener en cuenta tanto a los usuarios activos mensuales como los diarios. Analizando todo sobre ellos, el uso que hacen de la aplicación, de dónde son, etc. Esto permite segmentarlos y definir acciones personalizadas logrando el objetivo de fidelizarlos.

Por eso los usuarios activos son importantes, pero aún más la capacidad de atraer nuevos usuarios, pues el porcentaje de estos son una métrica para la App que se propone y así cada vez que disminuye este porcentaje surge una alarma para actuar inmediatamente.

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

2.4.1.3 El Uso de la App.

El uso de la aplicación por parte del usuario es la métrica para saber qué tan eficiente y dinámico es el servicio, y realizar preguntas tales como: ¿En qué pantalla de la App se pierden los usuarios?

Es un dato importante, conocer el flujo de navegación dentro de la aplicación ya que permite saber las pantallas más transitadas por los usuarios y, sobre todo, en qué pantallas se queda, brando información de algún error de planteamiento. Simplemente es cuestión de tener en cuenta la navegación dentro de cada pantalla para saber si realmente los usuarios están siguiendo el proceso planteado. Y para ellos los (heat maps) o mapas de calor pueden ayudar.



Imagen 4. Mapas de calor.

Fuente: Desarrollo propio.

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

2.4.1.4 Duración de uso por servicio en la App.

¿Cuánto tiempo gasta el usuario en la aplicación?, consumidores de Apps se ven enfrentados a una App que seguramente no es lo que buscaban, entrando y saliendo casi inmediatamente de la App. Si el porcentaje de usuarios llega a presentar este caso, se estaría ante una incorrecta comunicación, cuestionando el tiempo de uso de cada proceso de nuestra App.

2.4.1.5 Retención.

Según las estadísticas el 20% de las aplicaciones móviles sólo se utilizan una vez. Por tal razón es de suma importancia para nosotros no estar en este porcentaje, ¿Cómo detectarlo?, midiendo la retención como el porcentaje de usuarios que vuelven a la App después de su primera visita, analizando la frecuencia con la que vuelven a al App. Entre más comprometidos y fidelizados sean los usuarios, mejores estrategias de monetización se podrá desarrollar en la aplicación (DreamTeam).

2.4.1.6 Costo de adquisición del usuario o cliente (CAC).

Saber cuánto cuesta adquirir un usuario es importante ya que en función de este dato se sabrá hasta cuánto se puede invertir en publicidad. El CAC se calcula sumando todos los gastos empleados en conseguir el nuevo cliente (marketing, comercial, infraestructura) y se divide por el número de clientes conseguidos en este mismo periodo.

$$\text{CAC} = \text{Gastos necesarios para captar un cliente} / \text{Nuevos clientes}$$

2.4.1.7 Ingresos medios por usuario o cliente. (ARPU)

Es muy importante que los usuarios de DreamTeam utilicen la aplicación, que estén comprometidos y que vuelvan. Es tan importante como el saber rentabilizarlos y para

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

ello se utiliza el ARPU (Average Revenue Per User) (Ingreso promedio por Usuario) que se calcula sumando todos los ingresos por usuario (precio de la App, in-app purchases, anuncios, etc) y se divide por el número de usuarios.

Vida útil o (LTV) (Customer lifetime value).

¿Quieres saber cuál es el valor del usuario? Es el resultado de multiplicar el (ARPU) por la vida media que se espera de un usuario o cliente. Teniendo este dato se podrán hacer previsiones sobre lanzamientos y necesidades de capital. Como se ha comentado desde un principio, cada aplicación independiente del servicio que ofrezca necesita de unas métricas específicas de análisis o KPI.

Como ya se ha mencionado el éxito de las Apps va ligado al número de usuarios registrados y activos. Y por más que en la organización administrativa de (DreamTeam) se basó en las reglas ya suministradas, no significa que se estará exentos de algún producto sustituto emergente. Y en caso dado que aparezca uno producto sustituto la diferencia lo pautará el número de usuarios activos, llevando a una de las 2 o más organizaciones sustitutas a tomar decisiones estratégicas como alianzas entre otras.

2.4.2 Canales de Comercialización y Distribución

Antes de hablar sobre estrategias de distribución o comercialización, es necesario aclarar a manera de información, ¿Qué es un Sistema Operativo? Un Sistema Operativo es un Programa (software) que se inicia al encender el ordenador o el teléfono móvil y se encarga de gestionar todos los recursos del sistema informático, tanto de hardware (partes físicas, disco duro, almacenamiento, pantalla, teclado, etc.) como el software (programas e instrucciones) permitiendo así la comunicación entre el usuario y el

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS, ordenador. En definitiva, controlan el ordenador, el teléfono móvil o la Tablet y permite comunicarse con ellos de forma sencilla.

Los sistemas operativos móviles para los Smartphone son más simples que el de los PC y están más orientados a la conectividad inalámbrica, los formatos multimedia para móviles y las diferentes maneras de introducir información en ellos.

DreamTeam ofrecerá un servicio netamente digital, apoyado en una página web pero principalmente enfocado a ser desarrollado en una aplicación móvil (App), diseñado para ser ejecutado en teléfonos inteligentes, tabletas y otros dispositivos móviles que permita al usuario efectuar una tarea concreta, facilitando las gestiones o actividades a desarrollar.

Por lo general este tipo de mercados, se encuentran disponibles a través de plataformas de distribución, operadas por las compañías propietarias de los sistemas operativos. móviles, bien sea sistemas Androide, iOS, BlackBerry OS, Windows Phone, entre otros. Antes de analizar a detalle los canales de distribución en el siguiente cuadro gráfico se representa el porcentaje de cada uno de los sistemas operativos utilizados en los teléfonos móviles actuales.

Tabla 6. Posicionamiento en celulares.

Sistema Operativo	Posicionamiento en Celulares			
	2013	2014	2015	2016
iOS (AppStore)	54%	43%	40%	38%
Android (PlayStore)	35%	47%	53%	58%
BlackBerry (AppWorld)	2%	2%	1%	1%
Windows Phone (Store)	1%	2%	3%	1%
JavaME, Symbian, (Otros)	8%	6%	3%	1%

Fuente: Elaborado por Security Artwork.

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,



Imagen 5. Posicionamiento en celulares

Fuente: Desarrollo propio.

Cada marca de Smartphone o Móvil elige el sistema operativo que introducirá en su celular, intentando mejorar a la competencia y dar el mejor servicio a sus usuarios. A continuación, se muestran las marcas más vendidas y el sistema operativo que utilizan, recordando que en cualquier momento el fabricante puede cambiar de sistema operativo por estrategia comercial o por cualquier otro motivo.

Sistema Operativo (Android): Es el sistema operativo de Google y es usado por marcas como HTC, LG, Motorola, Samsung, BQ entre otras. Algunas de sus versiones son Apple Pie, Banana Bread, Jelly Bean o KitKat.

Sistema Operativo (iOS): Es el sistema operativo de la empresa Apple que utilizan los iPhone y iPad.

Sistema Operativo (Symbian): Es propiedad de Nokia y el utilizado para sus teléfonos. Cualquier otra compañía tendrá que tener el permiso de Nokia antes de usar este sistema operativo.

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

Sistema Operativo (Windows Phone): Desarrollado por Microsoft, es utilizado básicamente por los terminales o Smartphone de gama alta de Nokia.

Sistema Operativo (BlackBerry OS): Desarrollado por RIM (Research In Motion), que también es la empresa fabricante de los BlackBerry. Lógicamente es el sistema operativo utilizado en los BlackBerry, desarrollando así su propio SO móvil.

Sistema Operativo (Firefox OS): Parte de la Fundación Mozilla, responsable del navegador Firefox. Es un sistema operativo que intenta abrirse un hueco en el mercado y ya hay empresas como Geeksphone y Alcatel que lo están utilizándolo.

Las cifras son contundentes cuando se trata de la penetración en el mercado de los dispositivos de iOS o Android. Según las últimas cifras de la firma de análisis de mercado, entre Android y iOS acumulan más del 96% de la cuota de mercado mundial de terminales móviles.

De ese 96% en el cuarto trimestre de 2017, el 58,3% está en manos de Android con PlayStore de Google y el 38% en manos de iOS de Apple con AppStore. Windows Phone y BlackBerry no suman ni el 2% con una tendencia a la baja respecto a los años anteriores.

En definitiva, Android y iOS de Apple son las que ocupan el mercado de un modo abrumador. Y son las dos opciones que se encuentran de forma mayoritaria cada vez que se decida comprar un terminal móvil o una tableta. Por tal razón DreamTeam usará como estrategia de distribución o comercialización los dos ecosistemas (Android y iOS) garantizando la ventaja del cubrimiento del 96% del público objetivo principalmente.

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

Actualmente la única posible competencia (se dice posible porque no cumple la totalidad de estos servicios y ni se acerca al desarrollo de esta idea), maneja solo un ecosistema (Android con PlayStore) lo cual llega solo a la mitad del público objetivo.

2.4.3 Estrategias de Aprovisionamiento (Proveedores)

Básicamente la estrategia con los proveedores que garantizan la visualización de la plataforma web y App, garantizando los servidores disponibles 24 horas al día, 7 días de la semana y 365 días del año, no es muy grande y complicada pues la forma de pago, tiempo y forma de aprovisionamiento de este servicio se resume en pagar de contado USD200 al año por el Hastings y el Dominio, más USD150 al año por aparecer en la vitrina comercial y virtual de PlayStore y AppStore. Por ende, el proveedor principal de aplicaciones móviles es QuimiNet.com, que ofrece una aplicación de buena calidad con el propósito de brindar le un excelente servicio a los usuarios, para cubrir y satisfacer todas sus necesidades (QuimiNet.com, 2016).

2.4.4 Estrategias en Precios

Análisis de los precios de acuerdo al producto o servicio: La descarga de la aplicación o App de DreamTeam será totalmente gratuita, pues el interés es llegar a un número masivo de usuarios, por tal razón el no cobrar por descarga garantiza cierta fidelización por parte de sus usuarios.

Al analizar estos casos reales, según el ranking de las 25 Apps de mayores ingresos en la plataforma de iOS en España 18 son gratuitas. La grandísima mayoría de las Apps que más dinero ganan son gratis y obtienen sus ingresos con in-App purchases. En

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

EE.UU. esta tendencia es aún más evidente, hasta el punto de que de las 25 Apps que más ingresos generan, solo dos son de pago.

La ventaja de no cobrar por descarga se hace visible al ganar usuarios fácilmente, y luego intentar generar dinero con ese porcentaje de usuarios fieles al App. Al tener un ecosistema fidelizado organizado y bien desarrollado, monetizarlo es solo cuestión de creatividad y buen olfato para las oportunidades. Inicialmente se plantea cobrar comisiones por venta y publicidad de la siguiente forma:

Se estima que solo en Bogotá, mínimo se tendría 37.474 usuarios activos en la App y en promedio en la ciudad de Bogotá se alquilan canchas de Futbol 5 (10 Personas) a \$90.000, Futbol 7 u 8 (16 Personas) a \$120.000 y Futbol 11 (22 Personas) a \$200.000; Lo que significa que en promedio en la ciudad de Bogotá entre un tipo de cancha y otra el alquiler de una cancha de futbol por hora es de \$136.667.

Tabla 7. Promedio de canchas en Bogotá

Promedio Canchas Bogota	Futbol 5	\$90.000
	Futbol 7 / 8	\$120.000
	Futbol 11	\$200.000
Costo Promedio cancha de Futbol		\$136.667

Fuente: Elaborado por canchas sintética en Bogotá.

Si se cobra solo el 1% de publicidad, 1% de logística y 1% de comisión para un total del 3% por cada cancha reservada por parte de los usuarios por medio de la plataforma DreamTeam, y asumiendo que solo jueguen 1 vez al mes, se estaría hablando de un recaudo promedio de \$12`803.689 pesos al mes.

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

Con base a la entrevista que se hizo a 131 canchas de 350 que tiene en promedio Bogotá, las 131 canchas aceptaron pagar mensual la suma de \$10.000 por fotos y videos actualizados, \$10.000 por datos e información actualizada y \$10.000 por servicio de la plataforma DreamTeam para un total de \$30.000 mensuales de Publicidad, recaudando un total de \$3`990.000 por este concepto, trabajando solo con las 131 canchas entrevistadas. Si se hace una proyección de ventas a 5 años incrementando el 7% de los suscriptores anuales y un 20% de canchas inscritas anuales, se vendería en promedio \$247`974.392, como flujo de caja por parte solo de las canchas.

Tabla 8.

Comision (DreamTeam)	3%	\$4.100	1% Publicidad
			1% Logistica
			1% Comision
PUBLICIDAD mensual por Cancha	\$30.000	\$10.000	Fotos y videos actualizados
		\$10.000	Datos Actualizados
		\$10.000	Servicio de la plataforma

Comisión y
publicidad.

Fuente: Desarrollo propio.

Tabla 9. Proyección de ventas por alquiler y publicidad.

CANCHAS			
Proyección Ventas por Alquiler			
Año	Suscriptores	Venta Bruta Anual	Venta Bruta Mensual
2018	37.474	\$153.644.280	\$12.803.689,97
2019	40.097	\$164.399.379	\$13.699.948,27
2020	42.904	\$175.907.336	\$14.658.944,65
2021	45.908	\$188.220.849	\$15.685.070,77
2022	49.121	\$201.396.309	\$16.783.025,73

CANCHAS			
Proyección Ventas por Publicidad			
Año	Suscriptores	Venta Bruta Anual	Venta Bruta Mensual
2018	133	\$47.880.000	\$3.990.000,00
2019	160	\$57.456.000	\$4.788.000,00
2020	192	\$68.947.200	\$5.745.600,00
2021	230	\$82.736.640	\$6.894.720,00
2022	276	\$99.283.968	\$8.273.664,00

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

Fuente: Desarrollo propio.

Otra fuente de ingresos inicialmente contemplada por (DreamTeam) son todas aquellas empresas “aliadas” pertenecientes al sector comercial tales como venta de uniformes de futbol y confección de uniformes, venta de artículos deportivos entre otras empresas afines al deporte. Se entrevistaron a 15 empresas del sector de las cuales se encontraron entre otras las siguientes

Aikko.

Life deportes.

Mundo Uniformes.

Uniformes Col.

T84 uniformes.

Estas empresas comentaron que el uniforme completo de futbol más económico oscilaba en un promedio de \$34.000 pesos, se les preguntó si estaban dispuestos a pagar un 3% de logística, 2% de comisión para un total del 5% sobre la venta por clientes enviados por la plataforma, es decir una comisión en promedio de \$1.700 pesos por uniforme. Y accedieron satisfactoriamente a pagarlos. Cada usuario activo por lo general juega en promedio, en equipos de 5 personas lo que significa que mínimo mandaría a hacer o compraría 5 uniformes por usuario, lo cual representaría ingresos anuales de \$3`185.308 pesos, ¿porque anuales y no mensuales? DreamTeam asume que cada equipo aficionado renueva sus uniformes, mínimo una vez al año. Cada empresa aliada accedió también a pagar \$10.000 pesos por fotos y videos actualizados de sus productos, \$10.000 pesos por Datos actualizados de sus establecimientos y \$10.000

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

pesos por servicio publicitario de la plataforma para un total de \$30.000 pesos por publicidad.

Se está hablando con cifras de un escenario bastante pobre frente al potencial comercial que atraería una plataforma como DreamTeam con posibles 74.948 usuarios como espectador solo en Bogotá de estos productos. Si se hace una proyección de ventas a 5 años incrementando en un 20% anual las empresas inscritas a la plataforma se venderían en promedio y bajo un escenario pobre \$4`740.758 pesos anuales solo por comisiones de uniformes vendidos.

Y por publicidad empezando solo con 15 empresas inscritas y aumentando anualmente un 20% de nuevas empresas aliadas a DreamTeam, se vendería un promedio de \$8`036.928 pesos anuales, en un escenario bastante pobre.

Tabla 10. Comisión promedio en los uniformes.

Promedio Uniforme de Futbol	\$34.000			
Comision (DreamTeam)	5%	\$1.700	0%	Publicidad
			3%	Logistica
			2%	Comision
Pubicidad mensual por Empresa	\$30.000	\$10.000		Fotos y videos actualizados
		\$10.000		Datos Actualizados
		\$10.000		Servicio de la plataforma

Fuente: Desarrollo propio.

Tabla 11. Comisión de ventas proyectadas.

EMPRESAS ALIADAS			
Proyección Ventas por Publicidad			
Año	Suscriptores	Venta Bruta Anual	Venta Bruta Mensual
2018	15	\$5.400.000	\$450.000,00
2019	18	\$6.480.000	\$540.000,00
2020	22	\$7.776.000	\$648.000,00
2021	26	\$9.331.200	\$777.600,00
2022	31	\$11.197.440	\$933.120,00

EMPRESAS ALIADAS			
Proyección Ventas por comision			
Año	Suscriptores	Venta Bruta Anual	Venta Bruta Mensual
2018	375	\$3.185.308	\$3.185.308,24
2019	450	\$3.822.370	\$3.822.369,88
2020	540	\$4.586.844	\$4.586.843,86
2021	648	\$5.504.213	\$5.504.212,63
2022	777	\$6.605.055	\$6.605.055,16

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

Fuente: Desarrollo propio

Otra fuente de ingresos contemplado por DreamTeam son los campeonatos de futbol aficionado. Hoy en día algunas empresas se dedican a organizar campeonatos de futbol aficionado generando rentabilidad y convirtiendo el negocio en una fuente viable de ganancia por medio de comisiones y cobros de inscripciones, pero el objetivo principal no es precisamente competir contra ellos. Siendo conscientes de que este servicio posee una base de datos interesante de las cuales los usuarios pueden sacar provecho y crear sus propios torneos de futbol y porque no, generando sus propias rentabilidades y beneficios monetarios.

Crear un campeonato de futbol no tiene ciencia, establecer un número límite de equipos cuyo fin sea ganar un premio no va más allá de la organización y la creatividad. La plataforma provee la información privilegiada de una base de datos de canchas y equipos activos dispuestos a inscribirse en cualquier campeonato que ofrezca medir sus fuerzas a cambio de un premio tanto honorifico como lucrativo.

Una vez más analizando una rentabilidad lucrativa con cifras de un escenario bajo, se establece que de los 37.474 equipos inscritos en la ciudad de Bogotá solo el 1% decida usar este servicio de DreamTeam y haga realidad un campeonato aficionado, y que estos 375 equipos solo organicen 1 campeonato al año, que por más pobre que sea el campeonato el premio mínimo de un evento de estos es de \$1`000.000 pesos, DreamTeam cobraría solo el 1% de publicidad, 1% de logística y 1% de comisión para

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

un total del 3% por campeonato organizado que representaría para este ejemplo una entrada de \$30.000 pesos, recaudando al año \$11.242.264 pesos y que por bajo aumente un 20% los equipos organizadores de estos eventos por año, se estaría hablando que durante 5 años en promedio DreamTeam recibiría \$16`732.087 pesos al año por campeonatos aficionados.

Promedio Premios en Campeonatos	\$1.000.000			
Comisión (DreamTeam)	3%	\$30.000	1%	Publicidad
			1%	Logística
			1%	Comisión

Tabla 12. Promedio en campeonato.

Fuente: Desarrollo propio.

Tabla 13. Comisión por campeonato.

CAMPEONATO			
Proyección Ventas por comision			
Año	Suscriptores	Venta Bruta Anual	Venta Bruta Mensual
2018	375	\$11.242.264	\$11.242.264,37
2019	450	\$13.490.717	\$13.490.717,24
2020	540	\$16.188.861	\$16.188.860,69
2021	648	\$19.426.633	\$19.426.632,82
2022	777	\$23.311.959	\$23.311.959,39

Fuente: Desarrollo propio

En conclusión y analizando una proyección aterrizada y bajo un escenario mínimo a partir de la estructura de costos y margen de ganancias esperadas en una proyección de 5 años, DreamTeam estaría recibiendo un flujo de caja anual en promedio de

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,
\$277'484.165 pesos, a criterio personal nada mal para una Aplicación (App) cuyo costo redondeado es de \$20'000.000.

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

Tabla 14. Comisión a mediano plazo.

	CANCHAS	EMPRESAS	CAMPEONATOS	TOTAL
Año	Año	Año	Año	
2018	\$201.524.280	\$8.585.308	\$11.242.264	\$221.351.852
2019	\$221.855.379	\$10.302.370	\$13.490.717	\$245.648.466
2020	\$244.854.536	\$12.362.844	\$16.188.861	\$273.406.240
2021	\$270.957.489	\$14.835.413	\$19.426.633	\$305.219.535
2022	\$300.680.277	\$17.802.495	\$23.311.959	\$341.794.731

Fuente: Desarrollo propio.

2.4.5 Estrategias de Promoción y Publicidad

Descripción de la estrategia de promoción: Es fundamental encontrar pequeños nichos dentro del target para optimizar y promocionar la web App, ya incursionando en estos pequeños nichos se alcanzará reconocimiento y posicionamiento en el mercado, lo que garantiza general descuentos al cliente final, con el fin de potencializarlo y convertirlo en un canal de promoción y comunicación para los demás usuarios. De hecho, estos descuentos permiten además de potenciar al cliente final, aumentar la demanda del servicio (Yeeply, s.f.)

Por otro lado, se tiene otra estrategia promocional que se basará en las siguientes 3 etapas a ejecutar.

Etapa 1: Como ya se ha dicho anteriormente, la descarga de la aplicación (App) de DreamTeam será totalmente gratuita en las plataformas de iOS (AppStore) y Android (PlayStore), ya que el interés siempre será llegar a un número masivo de usuarios, por

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

tal razón el no cobrar por descarga garantizará el primer paso de la fidelización de los usuarios, siendo esta la primera campaña promocional.

Etapa 2: Como segunda campaña promocional es necesario crear la campaña digital perfecta, utilizando Instagram, Facebook y YouTube, los principales canales de publicidad en la actualidad, canales que generan un importante crecimiento en las ventas y reconocimiento de marca.

Las redes sociales son el punto de encuentro de millones de personas en todo el mundo. Un espacio donde se puede conectar con el público objetivo, aportar valor y crear un propio perfil.

Instagram, Facebook y YouTube son los máximos exponentes y ofrecen grandes oportunidades como anunciantes. La publicidad en estas redes permite ofrecer mensajes mucho más segmentados en función de los gustos e intereses de los usuarios.

DreamTeam aprenderá a planificar, crear y gestionar campañas en estas tres redes sociales y plantear los pasos adecuados a la hora de poner en marcha diferentes acciones en función de objetivos y estrategias.

Etapa 3: Por último, la tercera campaña publicitaria será física y tradicional. Conociendo que hasta hace unos años lo más común para llegar al espectador era usar la publicidad tradicional, que mediante la radio, prensa, televisión y vallas de publicidad atraían al cliente por medio de estos 5 pasos tradicionales.

1. Usar un sistema monocal en el que la información la transmite la empresa como emisor y el cliente como receptor apenas participaba.
2. Atraer la atención del usuario por poco tiempo, trayendo consecuencias como interrupción al cliente, que en ultimas salía más caro y hacia inmedible los resultados.

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

3. La comunicación por parte de la empresa al cliente por medio de una sola vía.
4. La publicidad tradicional es netamente informativa.
5. La publicidad tradicional tiene un solo uso, usar diferentes fórmulas para enriquecer la atención del espectador y de cierta forma fidelizarlo.

Descripción de la estrategia de publicidad: Antes de invertir en una costosa publicidad tradicional, DreamTeam como organización con ánimo de lucro debe pensar en el target, preguntándose cosas como; ¿Dónde se encuentra el público objetivo?, ¿Qué lugares frecuentan?, ¿Qué contenidos consumen?, ¿Qué hábitos tienen?, etc. Ocurre que algunas campañas de publicidad tradicional no se han adaptado a la evolución de su público objetivo.

Esto no quiere decir que el presupuesto de DreamTeam deba forzosamente bajar en publicidad tradicional y subir en publicidad digital. Sólo quiere decir que se debe que hacer una reflexión más profunda sobre los hábitos de los consumidores y tomar decisiones en consecuencia y a sabiendas de que una buena combinación entre publicidad tradicional y publicidad digital, puede llegar a ser la clave del éxito.

Descripción de las formas de hacer publicidad para dar a conocer el producto o servicio.

Etapa 1: Aplicación (App) DreamTeam debidamente publicado en los ecosistemas Android y iOS cuya descarga estará habilitada totalmente gratis.

Etapa 2: Publicidad en Instagram: Estas son solo algunas de las muchas ventajas que tiene Instagram, hacer publicidad por medio de Instagram Stories permitirá conseguir llegar al público objetivo usando formatos actuales y que están teniendo gran aceptación entre el público.

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

La publicidad es económica ya que pocas empresas hacen publicidad por este medio, lo que se traduce en una competencia menor. Gracias a esto el precio de los anuncios es más asequible y hay que aprovechar esta oportunidad mientras dure.

Humanizar la marca DreamTeam por medio de Instagram es más posible dado al carácter más cercano y humano de este medio, los anuncios pactados por esta red social impactarán de manera más cercana a los usuarios.

Generar confianza como base es una de las grandes ventajas que se puede usar por medio de los influencers para conseguir que anuncien los productos, ya que los influencers mantienen una relación de confianza con sus seguidores y, como consecuencia, ellos seguirán la máxima de: “Si él lo usa, yo también”.

El principio de la escasez se produce al ser formatos que duran un tiempo limitado, consiguiendo generar el “principio de escasez” ofreciendo grandes resultados a la hora de vender el servicio. Y como se ves Instagram se trata de una manera más natural de llegar al usuario y de hacer publicidad.

Publicidad en Facebook: El beneficio que tiene la publicidad en Facebook para DreamTeam es poder llegar a públicos específicos que están concentrados en la plataforma social más grande del mundo. DreamTeam como marca puede llegar a un público global, sin fronteras pues es un canal que permite llegar a más gente, y acceder a este mercado global es mucho más económico que en los medios masivos tradicionales, permitiendo dirigir el mensaje de DreamTeam al nicho de mercado que exactamente se está buscando.

Los objetivos que genera la publicidad en Facebook para DreamTeam son muy puntuales, pues es un canal ideal para prospectar, posicionar y estimular las ventas. El

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

poder de segmentar la publicidad en Facebook hace de la plataforma un canal ideal para llegar al público objetivo, optimizando el presupuesto. Cumpliendo objetivos como:

Generar tráfico de visitas.

Generar llamadas a la acción.

Incrementar posicionamiento de marca.

Prospectar.

Promover eventos.


Viralizar videos y fotos de la marca.

Segmentar el target local (Bogotá).

Crear publicidad en Facebook es un proceso estrictamente estratégico y es muy fácil obviar esto por la simplicidad de la herramienta de Facebook Ads. Lo que garantizara los resultados es el tiempo que se le dedique a crear una estrategia correcta para cada campaña de DreamTeam, lo demás es solo programación.

Una de las líneas del proceso que se debe seguir para crear una campaña exitosa para DreamTeam en esta plataforma es:

Tabla 15. Diseño de plataforma.

facebook					
OBJETIVO	AUDIENCIA	CONTENIDOS	FECHAS	PRESUPUESTO	MEDICIÓN
					
Claridad en los resultados que buscamos.	Conocimiento profundo de nuestro publico objetivo.	Calidad y claridad en los contenidos de nuestros anuncios.	Programación constante y adecuada.	Presupuesto adecuado a los objetivos.	Probar y medir para mejorar las tácticas.

Fuente: Diseño Propio

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

Publicidad en YouTube: Una de las razones por las que es tan importante la publicidad en YouTube en la actualidad es que cada día millones usuarios hacen uso de YouTube, ya sea desde el punto de vista empresarial o como usuarios que buscan contenido en general o especializado.

Al ser YouTube una red social tan utilizada, merece la pena que DreamTeam como organización sienta un especial interés a nivel empresarial, ya que el contenido audiovisual es el que más consigue llamar la atención de los usuarios sobre las marcas.

Así que DreamTeam se propone “enamorar a los seguidores y usuarios”, enganchándolos con anuncio originales y cotidianos, que se sientan identificados con la marca. Una imagen vale más que mil palabras, pero un vídeo publicitario bien hecho vale más que mil imágenes y por eso es que realizar publicidad en vídeo en YouTube es una opción casi obligatoria a tener en cuenta, ya que además solo con la visibilidad que ganará la marca DreamTeam, se recuperará la inversión en muy poco tiempo. De esta manera, se conseguirá alcanzar una mayor repercusión, ya que dicha red social es utilizada por millones de personas en todo el mundo.

Otra de las ventajas por las que DreamTeam debe hacer publicidad en YouTube, es simplemente el poder hacer crecer la imagen corporativa de la marca, generando mayor interacción con los usuarios, mayor impacto comercial, con la opción de medir los resultados por medio de herramientas propias de análisis de resultados que ofrece YouTube para las empresas.

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

Etapa 3: No es sano dejar a un lado la publicidad tradicional pues al fin y al cabo aun hoy en día sigue vigente, DreamTeam como organización con ánimo de lucro es consciente de que bajar el presupuesto en publicidad tradicional y subirlo en publicidad digital, no siempre es bueno. Es sólo cuestión de hacer una reflexión más profunda sobre los hábitos de sus usuarios. Una buena combinación entre publicidad tradicional y publicidad digital, puede llegar a ser la clave del éxito.

Se entrevistaron 131 canchas de futbol, todos se mostraron interesados en los servicios ofrecidos, por tal razón una buena estrategia de marketing es otorgarle de forma gratuita a cada cancha inscrita a la red social DreamTeam, un kit de 2 juegos de Petos (20 Petos), 1 balón de futbol y un pendón publicitario.

Balón de futbol: Un balón de futbol personalizado con la marca de la App DreamTeam.



Imagen 6. Publicidad del servicio.

Fuente: Desarrollo propio.

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

Petos: 20 Petos, 10 de un color diferente a los otros 10 con publicidad motivacional de la aplicación DreamTeam.



Imagen 7. Publicidad.

Fuente: Desarrollo propio

Pendón: Un pendón con un tablero para que los propietarios escriban los precios de la cancha, junto con publicidad de la aplicación DreamTeam.

HORA	Lunes	Martes	Miercoles	Jueves	Viernes	Sabado	Domingo
6:00 a. m.							
7:00 a. m.							
8:00 a. m.							
9:00 a. m.							
10:00 a. m.							
11:00 a. m.							
12:00 a. m.							
1:00 p. m.							
2:00 p. m.							
3:00 p. m.							
4:00 p. m.							
5:00 p. m.							
6:00 p. m.							
7:00 p. m.							
8:00 p. m.							
9:00 p. m.							
10:00 p. m.							
11:00 p. m.							

Imagen 8. Inscripción.

Fuente: Desarrollo propio.

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

Por experiencia se ha analizado como consumidores y clientes frecuentes de estas canchas de futbol, generalmente los petos los cambian en el mejor de los casos cada año.

Un balón de futbol no lo cambian hasta que éste definitivamente se dañe, generalmente estos balones duran en promedio 1 año y medio.

Y un tablero decorativo para que la cancha escriba los precios que ofrece, en definitiva, durara un tiempo largo en esos establecimientos.

Esta estrategia no solo causará una recordación de la marca en el público objetivo, también generará curiosidad y fidelización.

3 Propuesta de Negocio

3.1 Características del Producto o Servicio

DreamTeam funciona bajo dos formatos virtuales, una página web y una aplicación móvil o App, que en teoría es una Red Social donde el público final es un público activamente deportivo y aficionado al futbol; que interactuará por medio de una plataforma en la que podrá inscribir su equipo de futbol, posicionarlo, cotizarlo, darle vida y valor agregado; como lo hace el futbol profesional y los grandes clubes a nivel mundial.

Una plataforma digital bastante eficiente que explotará de forma eficaz tu equipo de futbol, por medio de una serie de pasos básicos, sencillos e intuitivos, creando una atmosfera “light” y visualmente practica de usar.

Dentro de las características que se encuentran en DreamTeam, se ofrecen 3 servicios básicos, entre otros:

Creación de equipos de Futbol.

Organización de partidos de futbol o torneos.

Control de datos estadísticos, tanto de los equipos como de los jugadores.

En los elementos diferenciadores se puede encontrar que actualmente la competencia de DreamTeam es casi nula, diferenciándose por ser la única plataforma activa en los ecosistemas GooglePlay, Android y iOS.

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

Logo, eslogan e imagen corporativa.



Imagen 9. Logo, eslogan e imagen corporativa

3.2 Ventajas Competitivas y Propuesta de Valor

En Bogotá, Colombia y posiblemente en el mundo aún no existe un servicio como el que ofrece DreamTeam, lo cual hace que las ventajas de su producto y servicio frente a la competencia sean altas y considerables, por tal razón se agrupan en 8 puntos.

Primer punto, ser el primero significa estar solo. Poder competir en condiciones de monopolio, al menos temporalmente. Con ello, en ausencia de competición, se consiguen los mejores márgenes del ciclo de vida del producto o servicio de DreamTeam. Una vez empiezan a seguirla os y a imitarla, se inicia la erosión en precios y la reducción de márgenes.

Segundo punto, llegar como primero al mercado permite crear potentes barreras de entrada al segundo, que permitirá estar atrincherados y reforzados. Atrincherados, por ejemplo, mediante protección legal como posibles patentes a analizar. También mediante un know-how de producto y de proceso (se habrá aprendido y mejorado), teniendo tiempo de reinvertir en nuevas oportunidades.

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

Tercer punto, se tendrá información estratégica de mercado: ya se habrá interactuado con los usuarios, se conocerán sus gustos, preferencias y tendencias, es decir se habrán fidelizado, estableciendo cuáles son los criterios claves detonantes de sus decisiones. Teniendo una visión privilegiada de la mejor estrategia de márketing.

Cuarto punto, se pudo haber desarrollado una curva de experiencia en costos, o economías de escala: se habrán perfeccionado procesos, siendo más eficientes y, si ya se produce a una cierta escala, se diluirán costes fijos, con lo cual el costo unitario será menor que el de la competencia imitadora.

Quinto punto, ser el primero en llegar al mercado, si el producto requiere un cierto entrenamiento, genera un efecto de captura por “economía de aprendizaje”.

Sexto punto, si el producto desarrolla una marca reconocida, puede llegar a confundirse la marca con el propio producto.

Séptimo punto, el producto puede generar un ecosistema colateral de productos complementarios, que puede ser difícil de batir por un nuevo competidor (que deberá asociarse a terceros para ofrecer de inmediato ecosistemas similares).

Octavo punto, ser el primero ofrece acceso privilegiado a recursos estratégicos, como son proveedores o canales de distribución, con los cuales se puede llegar a acuerdos de exclusividad.

Siendo conscientes que, en ocasiones, ser el primero en llegar al mercado puede generar choque y rechazo de mercados inmaduros. Innovar, ser pionero, es arriesgado, pero conlleva una serie de ventajas incontestables para generar, capturar y proteger nuevas e inmensas bolsas de valor económico.

4 Estudio Técnico

4.1 Balance de Requerimientos

4.1.1 Requerimientos de materias primas e insumos

Dentro de la descripción del proyecto se encuentra el desarrollo de la App móvil DreamTeam cuyo fin es permitir generar una comunidad de deportistas activos en el fútbol, para lograr tal objetivo se necesitan los siguientes puntos.

Características técnicas del servicio de la App DreamTeam

Desarrollo para iOS y Android.

Perfiles y cuentas de usuarios.

Uso de nombres de usuario o nicknames para encontrar personas.

Visualización de canchas disponibles con información de contacto para reservar.

Creación de perfil de jugadores

Estadísticas de jugadores

Creación de equipos

Estadísticas de equipos

Poder buscar jugadores y contactarlos para partidos.

Creación de partidos.

Lugar, fecha y hora.

Modo de pago de la cancha: Local, Apuesta, Compartida.

Otros equipos pueden aceptar el partido y concretarlo.

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

Guardado de datos del partido: Resultado, goles, calificación de equipos y comentarios.

Los datos deben ser validados por ambos equipos para que sean guardado. (De esta forma evitar información falsa)

Ranking de equipos y jugadores.

Espacio para publicidad.

Creación de torneos (con costo)

Inscripción a los torneos creados por otros usuarios.

Sistema de pagos con PayU (tarjetas de crédito)

Características técnicas del administrador de la App DreamTeam

Desarrollo para web con Responsive.

Login seguro con Tokens de sesiones.

Descarga de base de datos de usuarios.

Administración de canchas disponibles.

Administración de estadísticas de equipos y jugadores.

Administración de estadísticas de partidos.

Administración de espacios de publicidad.

Administración de los torneos creados por usuarios.

Se necesitará del servicio de hosting y dominio para el sitio web de apoyo de la App.

DreamTeam.org (Ejemplo)

Con un servicio de hosting que cuente con mínimo 8 correos corporativos de 2Gb de espacio cada uno de tipo:

Presidente@DreamTeam.org (Ejemplo)

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

AreaComercial@DreamTeam.org (Ejemplo)

AreaFinanciera@DreamTeam.org (Ejemplo)

Marketing@DreamTeam.org (Ejemplo)

Es más que suficiente para el departamento administrativo del DreamTeam, por tal razón es de suma importancia para el proyecto contar con lo siguiente: Dominio, Hosting. Tiendas. También se requieren técnicamente de los siguientes servicios.

Estadísticas: Se necesitará integrar el sitio web (DreamTeam.org) y la App (DreamTeam) con Google Analytics para poder revisar el comportamiento de los usuarios y visitantes del sitio. Y así poder ver estadísticas como: país, ciudad, dispositivo de entrada, tiempo, etc.

SEO (Search Engine Optimization): Se necesitará realizar la función de un SEO para todo el sitio web DreamTeam.org y la App DreamTeam, de tal forma que los buscadores como Google puedan indexarlo correctamente y se muestre claramente a los visitantes del sitio. El SEO permite ir subiendo de posición en las búsquedas de Google.

Restauración Original: En caso de que DreamTeam.org y la App DreamTeam se vea enfrentada por un hacker, ataques cibernéticos, virus o cualquier causante de pérdida de información o desconfiguración del sitio web y la App. (En caso dado de no tener un servidor propio) Empresas prestantes de servidores, por medio de un backup o copia de seguridad se restaurará el sitio tal cual fue entregado inicialmente con la información obtenida en el último Backup, por tal razón se realizará la copia de seguridad a diario.

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

Desarrollo técnico y tiempos de entrega en el desarrollo de la aplicación y la página web.

Diseño Gráfico (3 semanas). La creación de la propuesta gráfica se presentará en formato de imagen estática. Y en esta etapa la empresa contratada tendrá una comunicación directa y constante, para estar totalmente satisfechos con el diseño gráfico de la aplicación, y luego proceder al desarrollo. Esta etapa debe estar aprobada para continuar con la siguiente.

Programación (7 semanas). Durante este tiempo se realizará la Integración, desarrollo y programación de todos los componentes tanto del sitio web como la App, formularios, bases de datos y contenido multimedia.

Evaluación y ajustes (2 semanas). Se estima que durante este tiempo la página y la App móvil (DreamTeam) estén terminadas y será sometida a pruebas de forma Online y a la evaluación de sus creadores. Durante este tiempo (2 semanas) Se harán los últimos ajustes y naturalmente se entregaría la página y la App funcionando. Se estima un tiempo total y máximo de 12 Semanas para ver el producto final del proyecto. Este tiempo puede variar según el tiempo de respuesta de nosotros como clientes a las peticiones de la empresa desarrolladora.

4.1.2 Requerimientos de materiales en el proceso de la prestación del servicio.

Se requiere de una Web hosting, que consiste en un alojamiento web que en pocas palabras es el servicio que provee a los usuarios de Internet un sistema para poder almacenar información, imágenes, vídeo, o cualquier contenido accesible vía web, por ende, se necesita uno para el proyecto.

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

Como este proyecto requiere tener en sus instalaciones a un desarrollador de software, el necesitará una licencia de desarrollador de Apple y de PlayStore. Ya que no existe otra forma de probar la aplicación en los celulares, brindándole al desarrollador de Apple total acceso exclusivo a las versiones de prueba de iOS, OS X y PlayStore.

4.1.3 Requerimientos de tecnología (equipos, maquinaria).

Se requiere también un servidor que este encargado de suministrar información a los usuarios, que pueden ser tanto personas como dispositivos conectados a él. La información que este puede transmitir es múltiple y variada: desde archivos de texto, imagen o vídeo y hasta programas informáticos, bases de datos, etc. Para el proyecto también se requiere una Licencia contable de la empresa Siigo que permita los siguientes servicios, Facturación ilimitada, compras y gastos, cuentas por cobrar y por pagar, control de cotizaciones, inventarios y costeo junto con el control de la contabilidad.

4.1.4 Requerimientos de muebles, enseres y equipos de oficina

Se requiere lo normal en una oficina eficiente promedio dotada con artículos tales como Accesorios de Oficina, Bandejas Apilables, Papelera, Porta Sobres, Porta Lápices, Imanes, Porta Carpetas, Apoya Libros, Porta Cartas, Porta Tarjetas, Revistero, Áreas de Uso y Material de escritorio.

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

4.1.5 Requerimientos de Mano de obra operacional.

Básicamente la mano de obra operacional es la nómina completa de la empresa pues como se sabe, una compañía que trabaja bajo una plataforma digital como lo es el mundo de las Apps no necesita mucho personal pero si personas calificadas y eficientes en sus cargos por tal razón se requiere de un Director General que trabaje y tome decisiones de la mano de un Director Financiero que a su vez será contador para ayudar en los proyectos y planes de financiamiento, esta persona apoyará sus deberes de rutina en una auxiliar RRHH que cumplirá un horario de oficina completo.

Como la empresa ofrece un servicio vía telefónica , es necesario tener un departamento de Call-Center con 2 personas al principio con la idea de ampliarlo mucho más, también se va a necesitar un diseñador de planta que trabaje de la mano con el Programador de la empresa.

4.2 Descripción del Proceso

Inscripción del Equipo: Se sabe que el nombre de un equipo de futbol es una

historia por contar, como también que el escudo es más que un símbolo, es la identidad de cada equipo.



Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

Imagen 11. Configuración equipo

La “foto” y la “disponibilidad de contratación” serán explicadas más adelante.

Una vez registrado el equipo de futbol se podrá gozar de los servicios de la plataforma, tales como, jugar un partido u organizar un campeonato; metodología que se explicará a continuación.

De repente y a pesar de estar ocupado en el trabajo o con asuntos personales, se antoja al finalizar la tarde organizar un partido de futbol con los amigos; para ello solo debe sacar el smartphone, abrir la aplicación de Futbol DreamTeam. Lo primero que le propone la aplicación son 3 opciones, organizar un Partido, un Campeonato o simplemente ver las Estadísticas de los equipos inscritos junto con sus jugadores; luego se debe ingresar a la opción de Partido como se puede apreciar en la imagen 11 e inmediatamente se van a abrir 2 opciones, jugar de local o de visitante.



Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

Imagen 12. Modo Partido

Jugar de Visitante permite ingresar a una lista de equipos retadores en espera de confirmar el contrincante, se comunica con el que más le guste, bien sea por su nivel competitivo, por la ubicación geográfica de la cancha o por la disponibilidad del horario.

Modalidad Local: Jugar de local le permitirá organizar la logística del partido de futbol, escogiendo el tipo de cancha, la ubicación geográfica de la misma y el horario de disponibilidad en la que se quiere jugar, una vez terminado el procedimiento que a continuación se enseña, la aplicación proveerá los teléfonos de las canchas actualizadas para que llame y la aparte.



Imagen 13. Modalidad local o visitante

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

Una vez ingresado a la opción local, la aplicación le desplegará una serie de opciones de canchas a escoger, de los cuales podrá elegir desde una cancha para 5 jugadores hasta una profesional para 11 jugadores como lo muestra el siguiente ejemplo



conceptual imagen 13.

Imagen 14. Tipo de Cancha

Seleccionar Localidad: Una vez escogido el tipo de cancha la aplicación automáticamente le seleccionará una serie de canchas que ofrecen el servicio que necesita ubicadas geográficamente; separadas por localidades le ofrecerá la opción de que escoja la localidad de tu preferencia.



Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

Imagen 15. Localidades de las Canchas

Una vez identificada la localidad cercana o predilecta para organizar el partido de futbol simplemente se procede con el dedo a tocar la localidad y automáticamente se desplegará una lista de canchas ubicadas en esa localidad.

Apartar la Cancha: En esta lista encontrara el nombre de las canchas ubicadas en la localidad escogida, cierta información le proveerá detalles tales como el nombre de la cancha, la dirección donde están ubicadas, un número telefónico fijo y un número celular, adicional a eso, podrá ver cual cancha está cubierta y cual no lo está; la lista tendrá detalles prácticos como por ejemplo acceder a las fotos de las canchas con solo tocar su nombre, también tendrá la opción de abrir la ubicación geográfica de la cancha directamente en waze con solo tocar la dirección de la cancha vista y por último y no menos importante podrá llamar directamente a los números con solo tocar el número que necesite.



Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

Imagen 16. Listado de las Canchas

Confirmar el Equipo: Finalizado el proceso anterior el siguiente paso es confirmar los jugadores del equipo y para eso se accede a la plantilla de jugadores previamente inscritos en el equipo de futbol; para confirmar los jugadores titulares del encuentro la tabla permitirá llamar directamente a cada jugador para confirmar la asistencia.

En caso dado de que por algún motivo falte un portero, mediocampista o delantero, podrá acceder a la opción de contratación, esta opción le facilitará una lista de jugadores disponibles para jugar en cualquier equipo, en este caso el suyo.



Imagen 17. Contratación de jugadores

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

Una vez ingresado en la opción de Contratación la plataforma dará una serie de filtros para que se pueda ubicar la necesidad. En el primer filtro se podrá escoger entre Porteros, Defensas, Mediocampistas y Delanteros; una vez seleccionada la opción, el siguiente filtro es situar la localidad del partido de futbol con el fin de que la plataforma le indique el jugador que necesita dentro de esa localidad y así garantizar la asistencia de este, siendo mucho más fácil tanto para el jugador como para el organizador dado que se tendrá la garantía de su asistencia.



Imagen 18. Perfil de los jugadores

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

Imagen 19. Ubicación demográfica de los jugadores

Si en este caso se escogió como necesidad solicitar un portero, la aplicación le facilitara una tabla recordando la posición del jugador que está buscando, la edad, el nombre y apellido junto con su alias, el número de celular para llamarlo con solo tocar la información y como dato adicional y no menos importante mostrara el número de partidos que ha jugado y en este caso como es un portero los goles que ha recibido en esos partidos reportados.



CONTRATACIÓN								
#	POSICIÓN	EDAD	NOMBRES	APELLIDOS	ALIAS	CELULAR	PARTIDOS REPORTADOS	GOLES RECIBIDOS
1	PORTERO	21	LUIS E.	RONDON	TORTUGA	3113652649	14	21
2	PORTERO	19	LUIS	CASTRO	PECOSO	3104357359	25	38
3	PORTERO	28	JHON	RODRIGUEZ	ROCKY	3151231495	43	65
4	PORTERO	30	JACOBO	ORTIZ	JACO	3227676525	13	20
5	PORTERO	22	DANIEL	CASTAÑO	DANI	3013459743	15	23
6	PORTERO	28	ANDRES	GOMEZ	PIPE	3107894364	25	38
7	PORTERO	26	FELIPE	ROJAS	PIPE	3115466574	35	53
8	PORTERO	26	OSCAR	TARQUINO	FLACO	3102752984	10	15
9	PORTERO	20	GERMAN	FLOREZ	MANCHO	3159474399	19	29
10	PORTERO	17	RODRIGO	OVIEDO	RIGO	3222525392	11	17
11	PORTERO	28	ENRIQUE	GOMEZ	KIKE	3144011210	26	39

Imagen 20. Contratación del portero

Presentado como un caso diferente si se llegara a necesitar un defensa, mediocampista o delantero la información suministrada en la tabla seria la misma, a

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

diferencia que en esta ocasión en lugar de mostrar los goles recibos mostrará los goles marcados por obvias razones como en las siguientes imágenes se muestra.



CONTRATACIÓN								
#	POSICIÓN	EDAD	NOMBRES	APELLIDOS	ALIAS	CELULAR	PARTIDOS REPORTADOS	GOLES MARCADOS
1	MEDIOCAMPISTA	21	LUIS E.	RONDON	TORTUGA	3113652649	14	21
2	MEDIOCAMPISTA	19	LUIS	CASTRO	PECOSO	3104357359	25	38
3	MEDIOCAMPISTA	28	JHON	RODRIGUEZ	ROCKY	3151231495	43	65
4	MEDIOCAMPISTA	30	JACOBO	ORTIZ	JACO	3227676525	13	20
5	MEDIOCAMPISTA	22	DANIEL	CASTAÑO	DANI	3013459743	15	23
6	MEDIOCAMPISTA	28	ANDRES	GOMEZ	PIPE	3107894364	25	38
7	MEDIOCAMPISTA	26	FELIPE	ROJAS	PIPE	3115466574	35	53
8	MEDIOCAMPISTA	26	OSCAR	TARQUINO	FLACO	3102752984	10	15
9	MEDIOCAMPISTA	20	GERMAN	FLOREZ	MANCHO	3159474399	19	29
10	MEDIOCAMPISTA	17	RODRIGO	OVIEDO	RIGO	3222525392	11	17
11	MEDIOCAMPISTA	28	ENRIQUE	GOMEZ	KIKE	3144011210	26	39

Imagen 21. Contratación del mediocampista.



CONTRATACIÓN								
#	POSICIÓN	EDAD	NOMBRES	APELLIDOS	ALIAS	CELULAR	PARTIDOS REPORTADOS	GOLES MARCADOS
1	DEFENSA	21	LUIS E.	RONDON	TORTUGA	3113652649	14	21
2	DEFENSA	19	LUIS	CASTRO	PECOSO	3104357359	25	38
3	DEFENSA	28	JHON	RODRIGUEZ	ROCKY	3151231495	43	65
4	DEFENSA	30	JACOBO	ORTIZ	JACO	3227676525	13	20
5	DEFENSA	22	DANIEL	CASTAÑO	DANI	3013459743	15	23
6	DEFENSA	28	ANDRES	GOMEZ	PIPE	3107894364	25	38
7	DEFENSA	26	FELIPE	ROJAS	PIPE	3115466574	35	53
8	DEFENSA	26	OSCAR	TARQUINO	FLACO	3102752984	10	15
9	DEFENSA	20	GERMAN	FLOREZ	MANCHO	3159474399	19	29
10	DEFENSA	17	RODRIGO	OVIEDO	RIGO	3222525392	11	17
11	DEFENSA	28	ENRIQUE	GOMEZ	KIKE	3144011210	26	39

Imagen 22. Contratación defensa.



CONTRATACIÓN								
#	POSICIÓN	EDAD	NOMBRES	APELLIDOS	ALIAS	CELULAR	PARTIDOS REPORTADOS	GOLES MARCADOS
1	DELANTERO	21	LUIS E.	RONDON	TORTUGA	3113652649	14	21
2	DELANTERO	19	LUIS	CASTRO	PECOSO	3104357359	25	38
3	DELANTERO	28	JHON	RODRIGUEZ	ROCKY	3151231495	43	65
4	DELANTERO	30	JACOBO	ORTIZ	JACO	3227676525	13	20
5	DELANTERO	22	DANIEL	CASTAÑO	DANI	3013459743	15	23
6	DELANTERO	28	ANDRES	GOMEZ	PIPE	3107894364	25	38
7	DELANTERO	26	FELIPE	ROJAS	PIPE	3115466574	35	53
8	DELANTERO	26	OSCAR	TARQUINO	FLACO	3102752984	10	15
9	DELANTERO	20	GERMAN	FLOREZ	MANCHO	3159474399	19	29
10	DELANTERO	17	RODRIGO	OVIEDO	RIGO	3222525392	11	17
11	DELANTERO	28	ENRIQUE	GOMEZ	KIKE	3144011210	26	39

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

Imagen 23. Contratación del delantero.

A manera de información se deja claro que en estas listas no aparecen todos los jugadores de los equipos, únicamente aparecen los jugadores que en el momento de la inscripción colocaron SI en la opción de disponibilidad de contratación.

Finalmente, después de organizar el partido de futbol escogiendo el tipo de cancha, la localidad donde será el encuentro, apartar la cancha y confirmar el equipo, no queda más que finalizar el proceso, en este último paso solo se tienen dos opciones.

En caso dado de que ya se tenga un rival previamente arreglado para el encuentro, solo se tendrá que tocar la opción Confirmar Partido, para que de esta forma termine el proceso y el equipo entre en espera del resultado del partido.



Imagen 24. Confirmación del partido

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

Y en caso de no tener rival se puede entrar a la opción Retar, en esta opción el equipo ingresará en una lista de retadores a la espera de contrincantes, una vez la aplicación encuentre un contrincante, este se comunicará con el organizador para confirmar el encuentro.

Modalidad Visitante: Jugar de Visitante ahorrara todo el tiempo y el proceso que conlleva organizar un partido de futbol, pues para esto existe la tabla o lista de retadores, esta lista facilita datos e información de los equipos a la espera de un buen contrincante, dicha información dará datos precisos de los retadores tales como la localidad, la hora y ubicación exacta de la cancha apartada y el nombre del equipo para que se puedan ver sus datos estadísticos y hacerse una idea del nivel del retador.



Imagen 25. Jugar de local o visitante

Una vez ingresado a la opción visitante la aplicación pedirá señalar la localidad de la ciudad donde se quiere buscar partidos de futbol a la espera de contrincantes.

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,



Imagen 26. Retadores

Justo en el momento en que se señala la localidad inmediatamente aparecerá la lista o tabla de retadores, se busca la de preferencia, el día y la hora que se quiere jugar, y de paso mirar el nombre del equipo contra quien se jugará.

RETADORES						
CHAPINERO						
FECHA	HORARIO	CANCHA	DIRECCION	EQUIPOS RETADORES	CELULAR	CONFIRMAR
OCT - 20 - VIE	4:00 - 5:00 PM	Soccer5	Ver	Los Pibes	3137709305	CONFIRMAR
OCT - 20 - VIE	4:00 - 5:00 PM	LaBombonera	Ver	Real Sociedad	3148848923	CONFIRMAR
OCT - 20 - VIE	5:00 - 6:00 PM	Futbol5	Ver	Nueva Granada	3225132135	CONFIRMAR
OCT - 20 - VIE	6:30 - 7:30 PM	MediaCancha	Ver	Sharky s Athletic Club	3166308071	CONFIRMADO
OCT - 20 - VIE	7:00 - 8:00 PM	Emirates5	Ver	Los Rolos del futbol	3176798073	CONFIRMAR
OCT - 20 - VIE	7:00 - 8:00 PM	Fut Stadium	Ver	El Papa de los pollos	3128674636	CONFIRMAR
OCT - 20 - VIE	9:00 - 10:00 PM	Futsal	Ver	La Colombiana	3206645650	CONFIRMAR
OCT - 21 - SAB	9:00 - 10:00 PM	Futbolito	Ver	Manchester United	3007786554	CONFIRMAR
OCT - 21 - SAB	9:00 - 10:00 PM	Soccer	Ver	Atletico Boyaca	3183350590	CONFIRMAR
OCT - 21 - SAB	9:00 - 10:00 PM	Futbol5	Ver	Los Tiburones	3128737871	CONFIRMAR
OCT - 21 - SAB	10:00 - 11:00 PM	La champions	Ver	Futbol Rockets	3176798073	CONFIRMAR
OCT - 24 - MAR	4:00 - 5:00 PM	Soccer Zone	Ver	Los trompos	3116305705	CONFIRMAR
OCT - 24 - MAR	5:00 - 6:00 PM	Arenas estadio	Ver	Las Trenzas del Calvo	3107390468	CONFIRMAR
NOV - 01 - MIE	4:00 - 5:00 PM	Club Soccer	Ver	Los Romanticos	3137769449	CONFIRMAR
NOV - 01 - MIE	4:00 - 5:00 PM	Wembley	Ver	Atletico Metralleta	3124118324	CONFIRMAR
NOV - 01 - MIE	9:00 - 10:00 PM	La caldera	Ver	Real Bogota	3103757182	CONFIRMAR
NOV - 01 - MIE	5:00 - 6:00 PM	El pibe	Ver	Misiles Futbol Club	3128737871	CONFIRMAR
NOV - 02 - JUE	3:00 - 4:00 PM	La tonga	Ver	Las Carasotas Simples	3183350590	CONFIRMAR
NOV - 02 - JUE	5:00 - 6:00 PM	El golazo	Ver	Carimañola Futbol Club	3116305705	CONFIRMAR
NOV - 03 - VIE	9:00 - 10:00 PM	El maracanazo	Ver	Real Aborrajados	3007786554	CONFIRMAR

Imagen 27. Perfil de retadores

La tabla proveerá el número telefónico del equipo escogido para poder comunicarse con el líder del equipo y confirmar la asistencia, una vez termina la llamada se confirma el partido en la aplicación.

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

Confirmar el Equipo: Una vez finalizado el proceso anterior el siguiente paso es confirmar los jugadores del equipo y para eso se accede a la plantilla de jugadores del equipo de futbol para confirmar los jugadores titulares del encuentro, es exactamente de la misma manera que se explicó en la imagen 23.

Y en caso dado de que por algún motivo también falte un portero, mediocampista o delantero, se podrá acceder a la opción de Contratación, y realizar el mismo procedimiento explicado en la imagen 16.

De esta manera se confirma la nómina titular del equipo, para finalizar el proceso del encuentro y entrar a la espera de los resultados del partido y así alimentar las estadísticas de ambos equipos.

Como organizar un campeonato de Futbol por medio de la aplicación.

Teniendo en cuenta que un campeonato de futbol es una alternativa de entretenimiento, en donde jugadores aficionados, se enfrentan muchas veces con una buena cobertura en diferentes medios, pues en esas ocasiones se ven alentados y animados por familiares amigos y espectadores en general, llevando a los usuarios en los eventos a una experiencia máxima de calidad en cuanto a la vivencia del deporte rey.

La plataforma proporciona unas opciones básicas para poder generar un campeonato con una única modalidad (Eliminación directa), para ello se puede escoger el tipo de futbol, es decir el número de jugadores permitidos por equipo, la localidad donde se quiere realizar el campeonato, en el calendario se podrá dejar claro si es un torneo

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,
relámpago o programar las fechas de los partidos, mencionar el premio de acuerdo a las preferencias y si es una inscripción abierta o cerrada.

Abierta cualquier persona podrá inscribirse, cerrada solo el organizador inscribes los equipos.

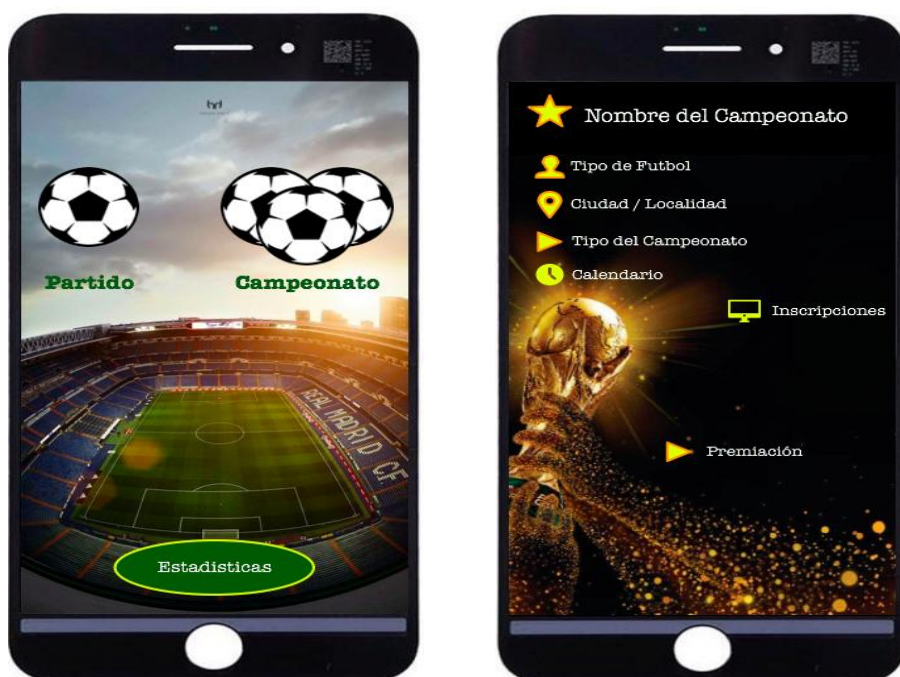


Imagen 28. Imagen campeonato

Claro si es un torneo relámpago o programar las fechas de los partidos, mencionar el premio de acuerdo a las preferencias y dejar claro si es una inscripción abierta o cerrada. Abierta cualquier persona podrá inscribirse, cerrada solo el organizador inscribes los equipos.

Preguntas y curiosidades

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

¿Cómo se manejan las estadísticas?

La plataforma es sin duda alguna una red social especializada, con énfasis exclusivamente a aficionados del futbol, cuyo interés es el sacar sus propios equipos de futbol del anonimato e interactuar con otros equipos registrando cada aspecto y detalles de sus encuentros futboleros, datos tales como el marcador final del encuentro, quienes anotan los goles y de esta manera alimentar las estadísticas de las bases de datos, generando detalles de los equipos inscritos tales como, partidos jugados, partidos ganados, partidos empatados y partidos perdidos.



EQUIPOS	P J	P G	P E	P P
Sharky's Athletic Club	47	40	5	2
Real Sociedad	47	40	2	5
Nueva Granada	43	37	4	2
Los Pibes	43	37	2	4
Los Rolos del futbol	40	36	0	5
El Pape de los pollos	36	28	5	2
La Colombiana	33	23	5	5
Manchester United	28	20	4	4
Atlético Bucará	28	20	3	5
Los Tiburones	28	19	2	7
Futbol Rockets	25	18	3	4
Los trompos	23	17	2	4
Las Trenzas del Calvo	20	16	0	4
Los Románticos	19	15	0	4
Atlético Metralleta	18	11	6	1
Real Bogotá	18	11	5	2
Misiles Futbol Club	18	11	4	3
Las Caracotas Simples	16	9	3	3
Carimañola Futbol Club	14	7	2	5
Real Aborrajados	12	2	7	3

Imagen 29. Control estadístico tanto de los equipos como de los jugadores.

Todo esto brinda la posibilidad de analizar por medio de algoritmos a los equipos inscritos y organizarlos en una especie de Ranking o pódium en donde los usuarios e interesados puedan estar viendo constantemente la posición o nivel local en que se

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

encuentran sus equipos frente a los demás, y de esa manera entrar en una especie de competencia por ser el mejor comunicándose y retándose entre ellos mismos.

En cuanto a la metodología de calificación entre equipos es sencilla, un líder de un equipo al finalizar el partido se califica y el otro líder del otro equipo aprueba si es verdad o no.



EQUIPOS	RANKING
	Bogota
Sharky's Athletic Club	1
Real Sociedad	2
Nueva Granada	3
Los Pibes	4
Los Rolos del futbol	5
El Papa de los pollos	6
La Colombiana	7
Manchester United	8
Atlético Boyacá	9
Los Tiburones	10
Futbol Rockets	11
Los trompos	12
Las Trenzas del Calvo	13
Los Románticos	14
Atlético Metralleta	15
Real Bogotá	16
Misiles Futbol Club	17
Las Caractas Simples	18
Carimañola Futbol Club	19
Real Aborrajados	20

At the bottom of the screen, there are three circular icons labeled 1°, 2°, and 3°, and a right-pointing arrow.

Imagen 30. Ranking de los equipos.

¿Qué es un Timeline y que se tiene que ver en este?

Un Timeline es una herramienta de las plataformas virtuales de hoy día que permite que el usuario tenga una vista de tipo cronológico sobre las publicaciones realizadas por el resto de los usuarios, pues el Timeline ofrece una mejor estructura de las noticias relevantes o de mayor interés en el público, como, por ejemplo, los marcadores finales de los partidos de futbol tal cual como lo muestra el ejemplo.

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

También se publicarán torneos o campeonatos que los usuarios estén organizando de forma abierta. Son detalles del agrado de los usuarios y que no están de más tenerlos a servicio de ellos.



Imagen 31. Marcación de los equipos.

¿Un espectador o un jugador que no sea líder en la aplicación, podrá ingresar?

Si bien ya es claro que es una red social especializada en aficionados del futbol, cuyo interés es el sacar sus propios equipos del anonimato e interactuar con otros equipos previamente registrados, registro obligatorio solo para los administradores.

¿Pero y los jugadores de esos equipos?

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

Tanto los usuarios, espectadores y jugadores de los equipos podrán ingresar como espectador y ver exclusivamente el Timeline y las estadísticas tanto de los jugadores como de los equipos, sin ningún tipo de registro alguno.

A smartphone screen displays a table titled "DELANTERO" (Forwards) with 11 rows of player statistics. The table has columns for Ranking, EDAD (Age), NOMBRES (Names), APELLIDOS (Surnames), ALIAS (Aliases), PARTIDOS REPORTADOS (Reported Games), and GOLES MARCADOS (Goals Scored). The background of the app is green with a pattern of soccer balls.

Ranking	EDAD	NOMBRES	APELLIDOS	ALIAS	PARTIDOS		GOLES
					REPORTADOS	MARCADOS	
1	21	LUIS E.	RONDON	TORTUGA	14	21	
2	19	LUIS	CASTRO	PECOSO	25	38	
3	28	JHON	RODRIGUEZ	ROCKY	43	65	
4	30	JACOBO	ORTIZ	JACO	13	20	
5	22	DANIEL	CASTAÑO	DANI	15	23	
6	28	ANDRES	GOMEZ	PIPE	25	38	
7	26	FELIPE	ROJAS	PIPE	35	53	
8	26	OSCAR	TARQUINO	FLACO	10	15	
9	20	GERMAN	FLOREZ	MÁNCHO	19	29	
10	17	RODRIGO	OVIDO	RIGO	11	17	
11	28	ENRIQUE	GOMEZ	KIKE	26	39	

Imagen 32. Perfil de un delantero.

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

4.3 Capacidad

En la siguiente tabla se ubica la capacidad de alcance y población objetivo

Tabla 16. Capacidad de alcance

Cálculo de la demanda en Bogotá						
	Población Objetivo: Bogotá	Población	Usuarios Alcanzados	Usuarios NO alcanzados	% Represen- tación	Referencia
	Población	8.081.000			100,0%	Dato oficial DANE
	Personas que usan Celular/Datos	7.111.280		969.720	88,0%	Dato oficial DANE
Grupo 1	Personas en edad joven entre (14-30) años	1.951.301	1.717.145	234.156		Dato oficial DANE
Grupo 2	Personas en edad media entre (31-50) años	3.958.465	3.483.449	475.016		Dato oficial DANE
Grupo 1	Número de Hombres	932.722	820.795	111.927	47,8%	Dato oficial DANE
	Número de Mujeres	1.018.579	896.350	122.229	52,2%	Dato oficial DANE
Grupo 2	Número de Hombres	1.892.146	1.665.089	227.058	47,8%	Dato oficial DANE
	Número de Mujeres	2.066.319	1.818.360	247.958	52,2%	Dato oficial DANE
Grupo 1	Número de Hombres (Jugadores de Fútbol)	932.722	82.080	850.642	10,0%	Estimación (Escenario Bajo)
	Número de Mujeres (Jugadores de Fútbol)	1.018.579	44.817	973.762	5,0%	Estimación (Escenario Bajo)
Grupo 2	Número de Hombres (Jugadores de Fútbol)	1.892.146	166.509	1.725.637	10,0%	Estimación (Escenario Bajo)
	Número de Mujeres (Jugadores de Fútbol)	2.066.319	18.184	2.048.135	1,0%	Estimación (Escenario Bajo)

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

Tabla 17. Consolidación resultados entrevista a las canchas

Resultado de las Entrevistas a las Canchas					
1 			Número de equipos	Número de 2WS21Q	1
Flujo de jugadores por Cancha	1	47	94	470	Dato Promedio Entrevistas
Flujo de jugadores por Cancha	131	6.157	12.314	61.570	131 canchas entrevistadas
Promedio de Canchas sintéticas en Bogotá	350	16.450	32.900	164.500	Dato estimado

Tabla 18. Promedio porcentual aumento de canchas en Bogotá

Promedio porcentual del Aumento de las canchas en Bogotá						
Aumento %	Población Objetivo	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Referencia
34,6%	Canchas Sintéticas Privadas	260	272	324	350	Artículo de El TIEMPO
36,0%	Canchas Sintéticas Publicas	25	29	31	34	<u>Idrd.gov (In. Dist. Recre. Depo.</u>
		Grupo 1		Grupo 2		
		Usuarios potenciales		Usuarios potenciales		
		Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	
Punto de Equilibrio Usuarios	Usuarios					
Producto 1 (Punto equilibrio)	33.177					
Punto de Equilibrio Usuarios	Usuarios					
Producto 2 (Punto equilibrio)	408	82.080	44.817	166.509	18.184	
Punto de Equilibrio Usuarios	Usuarios					
Producto 3 (Punto equilibrio)	4.981					
Punto de Equilibrio Usuarios	Usuarios					
Producto 4 (Punto equilibrio)	12					

4.4 Localización

4.4.1 Macro y Micro Localización

4.4.1.1 Localización

Una de las ventajas que ofrece una empresa o marca en el mundo digital llámese una página web o plataforma móvil (App) es la optimización del presupuesto que se logra, dado que este canal permite tener un alcance mucho mayor al de un canal tradicional, llámese tienda, almacén, taller, bodega etc. Con unos costos mucho más bajos que los canales comúnmente usados y ya mencionados.

Romper esta barrera de presupuesto en infraestructura ha hecho que llegar a miles de clientes sea una opción viable tanto para grandes empresas con músculo financiero sólido, así como para los pertenecientes a las pequeñas y medianas empresas que le están apostando a proyectar un modelo de negocio abarcando nuevos nichos de mercado, pero con limitantes en recursos.

Solo hay que tener claro el público objetivo al que se quiere llegar para determinar claramente dónde permanecen estas personas en la red y así, de manera más rentable, tener presencia donde ellos están.

DreamTeam quiere llegar a todas las ciudades grandes e intermedias del país y luego extenderse a otros países fuertes en el futbol como España, Brasil, Francia, entre otros, pero para eso es necesario perfeccionar el proceso en la marcha y la meta es lograrlo en Colombia perfeccionando todos los procesos, más precisamente en la ciudad de Bogotá.

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

4.4.2 Evaluación de la Alternativa

Se aborda en dos etapas el asunto de la localización del proyecto, en la etapa 1 se encuentra la ubicación digital, visto desde un punto de vista macro y micro.

En la etapa 2 se analiza físicamente la ubicación de las instalaciones de las oficinas u oficina del DreamTeam.

Etapas 1:

Macro localización: La aplicación DreamTeam no solo estará soportada por una página web, sino que también estará disponible para todo aquel que use un celular o smartphone que funcione bajo ecosistemas Android y iOS.

Micro localización: Solo los usuarios que residan inicialmente en Bogotá, podrán disfrutar del uso de los servicios de la aplicación, por lo menos mientras se desarrolla el programa. Teniendo siempre presente la expansión a otras ciudades.

Etapas 2:

Macro localización: El proyecto se desarrollará inicialmente en la capital principal de Colombia, con intención de llegar a muchas más ciudades del país (Colombia).

Micro localización: Actualmente en Bogotá existe un grupo llamado (Team Startup) que es un grupo de emprendedores pertenecientes al grupo de App.co en Colombia cuyos integrantes son fundadores y Co-fundadores de diferentes Startups tales como Greencode, mensajeros urbanos, Platzi, Rappi, Tappsi, las partes, entre otros.

Este grupo denominado (Team Startup) no solo brinda asesorías consejos bajo experiencia adquirida, sino que también presentan posibles inversionistas con interés de expansión a nuevos emprendedores de Startups. El grupo se encuentra actualmente

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,
ubicados en la ciudad de Bogotá en la Carrera 8ª entre las calles 12 y 13 en el edificio
Murillo Toro.

Cerca al (Team Startup) se encuentra una torre empresarial y residencial llamada BD Bacatá, a DreamTeam le gustaría ubicar sus oficinas administrativas de call center y servicio a los usuarios en el centro de la ciudad en la intersección de la carrera 5 y la calle 19. De esa forma se estaría en el centro de la ciudad en la que se está desarrollando el servicio y adicional a eso cerca del grupo Team Startup para futuras alianzas.

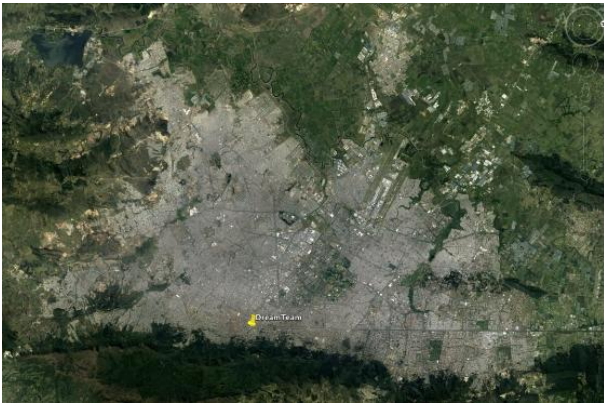


Imagen 33. Micro localización

5 Estudio Organizacional

5.1 Tipo y Naturaleza de Empresa

A continuación, se presenta misión y visión de la empresa DreamTeam:

5.1.1 Misión

La misión del (DreamTeam) es conectar jugadores y equipos de futbol informales, brindándoles valor agregado y sacándolos del anonimato.

5.1.2 Visión

Por medio de una plataforma web y móvil de futbol, se logrará ser la red social deportiva más grande y activa de Colombia para el año 2022, expandiendo los servicios a países altamente activos en el futbol.

La empresa DreamTeam es de naturaleza (Sociedades por Acciones Simplificadas (S.A.S), ya que no exigen un número mínimo de accionistas y, de hecho, permiten la uni-personalidad. Además, se constituyen por documento privado que se debe registrar en la Cámara de Comercio.

La simplicidad de este modelo se da tanto en el momento de su constitución, como en su funcionamiento, al no estar obligada a especificar el objeto social. Tampoco se exige a la organización DreamTeam crear una junta directiva ni la revisoría fiscal, y la responsabilidad se limitará a la aportación de cada accionista.

5.2 Constitución de la Empresa y Aspectos Legales

Para constituir la empresa del DreamTeam en Colombia es necesario tener claro cuáles son las entidades implicadas, en este caso serían: La DIAN, Cámara de comercio. Cualquier entidad bancaria.

Como la idea es registrar la empresa bajo la naturaleza S.A.S (Sociedades por Acciones Simplificadas), los pasos del proceso serían:

Paso 1: Consultar la disponibilidad del nombre de la compañía.

Paso 2: Preparar, redactar y suscribir los estatutos de la compañía. (Contrato que regulará la relación entre los socios y la sociedad.

Paso 3: Dirigirse a Cámara de Comercio, y tramitar el PRE-RUT antes de proceder al registro, se deben presentar lo siguiente:

Estatutos.

Formularios diligenciados.

Cédula del representante legal y la del suplente.

Paso 4: Inscripción en el Registro. En la Cámara de Comercio llevarán a cabo un estudio de legalidad de los estatutos; debe tener en cuenta que es necesario cancelar el impuesto de registro, el cual tiene un valor del 0.7% del monto del capital asignado.

Paso 5: Es obligatorio que con la empresa registrada y el PRE-RUT, se proceda a abrir una cuenta bancaria. Sin la certificación de apertura de la cuenta, la DIAN no procederá a registrar el RUT como definitivo.

Paso 6: Se solicita un certificado bancario de la cuenta de la empresa, para tramitarlo en la DIAN para la entrega del RUT definitivo.

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

Paso 7: Llevar el RUT definitivo aportado por la DIAN a la Cámara de Comercio para que, en el Certificado de existencia y representación legal de la compañía, ya no figure como provisional.

Paso 8: Dirigirse a la DIAN, y solicitar una resolución de facturación, en principio manual.

Pasó 9: Ir a Cámara de Comercio y solicitar la Inscripción de Libros; éstos son:

El Libro de actas.

El Libro de accionistas.

Nota: La falta de estos registros acarrea la pérdida de los beneficios tributarios.

Paso 10: Registrar la empresa en el sistema de Seguridad Social, para poder contratar empleados.

Sin duda alguna la creación de empresa en Colombia no va más allá de un proceso metódico, pero por la gran cantidad de obligaciones formales relacionadas con información e impuestos, se crea cierta dificultad al estructurar las operaciones, grandes o pequeñas, desde sociedades comerciales, por tal motivo es muy importante como administradores estar siempre informados y así evitar sanciones.

5.3 Estructura Organizacional

CEO y COO (Chief Executive Officer) (Director General y de operación):

Generalmente el CEO es el fundador de la empresa, creador de la idea y el modelo de negocio en el que se sustenta la misión, visión y objetivos de la empresa.

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

Será el responsable último del buen funcionamiento de la empresa y el que tomará las decisiones estratégicas. Será la figura más visible dentro de la compañía y liderará los eventos importantes de relaciones públicas del DreamTeam, como el lanzamiento de nuevos productos y servicios, y explicará los resultados anuales a los stakeholders o grupos de interés, justificando las decisiones estratégicas tomadas por la compañía.

Cumplirá también funciones de dirección de operación. Encargándose de todo el proceso de desarrollo y ejecución de los servicios de la empresa DreamTeam.

CMO (Chief Marketing Officer) (Director de Marketing): Persona encargada de “satisfacer las necesidades y los deseos de los clientes”. Reportando la información directamente al CEO. Monitorizando las ventas de la compañía, desarrollando el servicio en base a las necesidades del mercado objetivo. Trabaja de la mano con el director de expansión de la empresa. Toma las decisiones de precios y comisiones, desarrolla la investigación de mercado y demás actividades relacionadas con el servicio al cliente y colabora con el CCO en las tareas de comunicación de la compañía.

Director de expansión. Es el encargado de coordinar todas las acciones de búsqueda, selección y captación de franquiciados de la Marca DreamTeam. Además, es donde se organizan las campañas de publicidad corporativa, las asistencias a ferias o las presentaciones en directo y el contacto físico con los posibles franquiciados.

CFO (Chief Financial Officer) (Director Financiero): Responsabilidad vital para el buen funcionamiento financiero de la empresa, reportándose directamente al CEO. Con funciones tales como la toma de las decisiones de financiación propia o endeudamiento de la empresa DreamTeam en base al coste de capital o de la deuda. Máximo responsable del control de la tesorería. Analizando el resultado de operación y

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS, de gestión de la empresa. Generará indicadores y ratios para controlar la evolución de la empresa. Aconsejará siempre sobre la viabilidad de las inversiones y de cómo protegerse frente a los riesgos de las operaciones de venta.

CIO y CTO (Chief Information Officer) (Director Informático y tecnológico):

Será el responsable de los equipos de información. Su función principal es mejorar el rendimiento de la empresa a través de la aplicación de técnicas que consigan mejorar la eficiencia en las actividades de la empresa. Incluye tanto la aplicación de maquinaria de última generación, sistemas informáticos, como colaborar con el CDO para introducir la empresa en el mundo 2.0. También es el responsable tecnológico, encargado de que todos los sistemas de tecnología de la información y que funcionen de forma óptima.

CCO (Chief Communications Officer) (director de comunicación). Coordinará las actividades con el CMO, y su objetivo es la imagen de la marca DreamTeam y que esto se traduzca en mejores ventas, liderando tareas de comunicación como:

Publicidad en medios de comunicación masiva (Advertising) y patrocinio (cobranding) con otras empresas.

Promociones del producto y servicio.

Participación en eventos, ferias y acciones de relaciones públicas.

Actividades que incrementen la reputación de la empresa como es la (Responsabilidad Social Corporativa.)

Coordinar con el CDO la participación en redes sociales.

CDO (Chief Digital Officer) (Director Digital): Control y administración de los perfiles de la empresa en las principales redes sociales, creando conexión con el cliente. Estudia y decide la implementación de las principales novedades en el medio digital,

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS, adaptando la empresa a los cambios. Dirigir las tareas de los Community Managers. Son conocidos por sus ingeniosas participaciones en redes sociales como Twitter o Facebook con el objetivo de conseguir seguidores, interactuar con ellos e informar de las noticias referentes a la empresa. Creando contenido que aporte valor a la marca para aumentar la fidelidad de los seguidores.

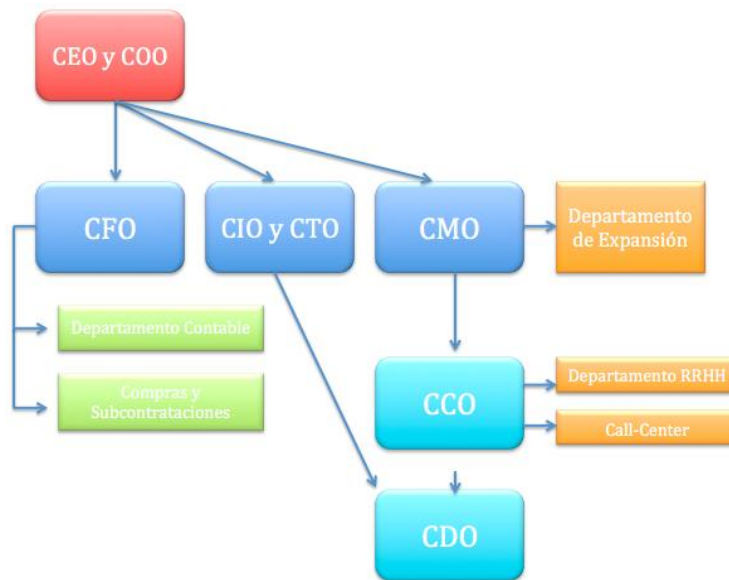


Imagen 34. Organigrama

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

CEO y COO	(Director General y de operación)	<ul style="list-style-type: none">- Responsable del buen funcionamiento de la empresa.- Responsable de las decisiones estratégicas.- Responsable de todo el proceso de desarrollo y ejecución de los servicios.
CFO	(Director Financiero)	<ul style="list-style-type: none">- Responsable de las decisiones financieras de la empresa.- Máximo responsable del control de la tesorería.- Análisis y generador de indicadores y ratios para controlar la evolución de la empresa.- Aconsejar siempre la viabilidad de las inversiones y de cómo protegerse frente a los riesgos de las operaciones de venta.

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

CMO	(Director de Marketing)	<ul style="list-style-type: none"> - Responsable de satisfacer las necesidades y los deseos de los clientes. - Monitoreo de las ventas de la compañía. - Desarrollo del servicio en base a las necesidades del mercado objetivo. - Desarrollo de la investigación de mercado. - Coopera en las actividades relacionadas con el servicio al cliente. - Coordina con el CCO las tareas de comunicación de la compañía.
CIO y CTO	(Director Informático y tecnológico)	<ul style="list-style-type: none"> - Responsable de los equipos de información. - Responsable del rendimiento tecnológico de la empresa. - Responsable de los sistemas informáticos. - Coordinar siempre las actividades con el CDO. - Encargado de que todos los sistemas de tecnología de la información funcionen de forma óptima.
CCO	(Director de comunicación)	<ul style="list-style-type: none"> - Coordinar actividades con el CMO. - Responsable de la publicidad en medios. - Promociones del producto y servicio. - Participación en eventos, ferias y acciones de relaciones públicas. - Actividades que incrementen la reputación de la empresa como es la (Responsabilidad Social Corporativa.) - Coordinar con el CDO la participación en las redes sociales.
CDO	(Director Digital)	<ul style="list-style-type: none"> - Controlar y administrar los perfiles de la empresa en las principales redes sociales. - Implementación de las principales novedades en el medio digital, adaptando la empresa a los cambios. - Coordinador de los Community Managers.

5.4 Estrategias Corporativas

5.4.1 Políticas

5.4.1.1 *Políticas de selección de personal*

Las Políticas en reclutamiento y selección del personal de la empresa DreamTeam son importantes para la optimización en el desempeño del recurso humano para conseguir una mejora en los controles administrativos.

Detectando prospectos internos y externos que muestren el perfil adecuado para que mejoren y contribuyan en la misión y objetivos de la empresa DreamTeam, idealizando las siguientes acciones:

Garantizar el respeto en la igualdad de oportunidades.

Valorar la remuneración monetaria al personal dependiendo de su puesto y efectividad.

Asegurar que, en la selección de personal, cada candidato reciba el mismo trato durante el proceso.

Documentar y mantener actualizado las responsabilidades y actividades de cada puesto.

Analizar y planificar la demanda de personal que requiere cada área de trabajo para alcanzar objetivos.

Identificar y Evaluar a los candidatos ideales en función de actitudes, conocimientos, competencias y habilidades.

Identificar y dar preferencia al personal con mayor experiencia dentro de la empresa para cubrir puesto de gerencia y dirección.

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

Incentivar al personal por medio de objetivos para generación motivación en sus actividades.

Actuar transparentemente en la nómina del personal en base a la legislación laboral vigente en cada país para no afectar en las prestaciones de los trabajadores.

Apoyar y fortalecer en las habilidades y conocimiento del personal por medio de capacitaciones y certificaciones.

Por medio de esta política de Reclutamiento y Selección de Personal se garantizará la capacidad en incorporar, motivar y mantener el mejor talento mediante principios éticos y legales, logrando así confianza, congruencia y disciplina en la empresa DreamTeam.

5.4.1.2 Políticas de Ventas y precios

DreamTeam tendrá ingresos de capital por 2 motivos, publicidad y comisión. Y estos serán cobrados bajo plataformas como PayPal, Tarjetas de crédito y débito, Pagos a través del móvil, monedas virtuales y efectivo

Ventajas y desventajas de las plataformas de pago nombradas:

1. PayPal:

Lo que hace PayPal es mediar entre el comprador y el vendedor, de forma que el vendedor sólo recibe un correo electrónico de aviso del abono y la cantidad monetaria correspondiente al servicio vendido. Esto quiere decir que en ningún momento se conocerán los datos personales del comprador, como tampoco su número de cuenta. Esta seguridad unida a la sencillez de la transacción, posibilita el incremento de las tasas de conversión en el checkout y la recuperación de las ventas pedidas con el pago con tarjeta.

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

Ventajas:

Rapidez: Porque para comprar sólo se necesitan los datos de acceso de PayPal.

Flexibilidad: Se puede ingresar el dinero en PayPal a través de tarjeta, transferencia, otra cuenta de PayPal o utilizarlo como pasarela de pago.

Desventajas:

Comisiones para el vendedor en función del número de ventas (comisión variable entre el 1,9% y el 3,4% + tarifa una fija por transacción).

2. Pagos Online a través de tarjetas

En el momento del pago, el comprador puede elegir entre sus tarjetas, que pueden ser de crédito o de débito. La primera opción no necesita suministrar fondos previamente a la entidad que asume la deuda mientras que, en la segunda, el importe de las compras se descuenta de la cuenta bancaria en el momento de la compra. Es en este preciso momento en el que, tanto una como otra alternativa, piden un código de verificación para evitar posibles fraudes.

Ventajas:

El dinero se recibe por adelantado. Es una forma de pago inmediato.

Desventajas:

Comisiones para el vendedor.

3. Pagos online a través del móvil

Actualmente están surgiendo monederos virtuales en forma de Apps que almacenan los datos personales y bancarios de los usuarios con la finalidad de realizar transacciones de una forma más rápida y de tener todas las operaciones disponibles a un

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

solo click. Es el caso de Vodafone Wallet, Google Wallet , Apple Pay y por parte de Bancolombia la App Nequi.

Ventajas:

Evita las largas colas en los puntos de venta.

Elimina el problema del cambio y la falta de efectivo.

Seguridad y control rápido de los gastos, los ingresos y las transacciones.

Desventajas:

No es apto para personas sin dispositivo móvil.

4. Moneda virtual

El bitcoin es un modelo de pagos online que está revolucionando Internet, puesto que su uso es exclusivamente online.

Ventajas:

Es descentralizado.

Permite el cambio fácil de divisas.

Es imposible su falsificación.

El dinero no puede ser intervenido por nadie ni ser congelado.

Protección de identidad.

Desventajas:

La escasez actual de oferta de bitcoins.

Las transacciones son irreversibles.

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

5.4.2 Valores Corporativos

Solidaridad: Nos sentimos comprometidos con incrementar y fomentar las ventas bajo el concepto de alquiler de las canchas sintéticas aliadas a nosotros y por las ventas de nuestras empresas aliadas.

Participación: Somos una organización democrática, donde cada empresa o cancha asociada tiene incidencia en la toma de decisiones e igualdad de oportunidades.

Honestidad: Realizamos todas las operaciones con transparencia y rectitud.

Lealtad: Somos fieles a la misión y visión de la empresa buscando siempre su desarrollo y permanencia en el tiempo.

Responsabilidad: Obramos con seriedad, en consecuencia, con nuestros servicios ofrecidos.

Respeto: Escuchamos, entendemos y valoramos al otro, buscando armonía en las relaciones interpersonales, laborales y comerciales.

Mística: Realizamos nuestro trabajo bien desde el principio, con la convicción de entregar el mejor servicio.

Confianza: Cumplimos con lo prometido al ofrecer el mejor servicio a un precio justo y razonable.

Coherencia: Pensamos y actuamos en consonancia con los objetivos personales y laborales.

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

5.4.3 Matriz DOFA

Matriz FODA		Fortalezas	Debilidades
		Aumenta la eficiencia, reduce costos, estará disponible las 24 horas del día. El mejor canal de comunicación con los clientes, Teniendo promociones como elemento de fidelización	Inexperiencia. Poco conocimiento en el desarrollo de aplicaciones móviles. Fondos limitados para crear y promocionar el producto, Una App bien hecha cuesta dinero, hay que trabajar mucho para no pasar desapercibidos
Oportunidades	Plan de Acción del Cuadrante I	Plan de Acción del Cuadrante II	
Hacia futuro es muy competitivo, permitirá establecer alianzas entre la industria, crear un valor diferencial que permita generar rendimientos, Contribuir con un país más innovador.	Aumentando a eficiencia y siendo proactivos se puede experimentar más a futuro, el logro del posicionamiento sin recibir daño de la competencia, estando disponible en cualquier momento ayudará a tener buenos rendimientos	Quizá para muchas personas sea complicado usar un App, pero si se tiene un valor diferenciador, se podría decir que será reconocido y mucha gente querrá ingresar, y realmente en el momento no se cuenta con un capital amplio, pero si con ganas de crecer.	
Amenazas	Plan de Acción del Cuadrante III	Plan de Acción del Cuadrante IV	
Seguridad de la información, manipulaciones no autorizadas, identificar claramente los usuarios que realizan actividades en la aplicación, evitar la divulgación no autorizada de la información	A veces diferentes personas quisieran dañar o falsificar información, sin embargo, se tendrá todo un grupo de personas para el ataque del mismo, adicionalmente la ampliación a esa información o la divulgación será dejada en los casos de aceptación de privacidad	Un gran plan de acción para contrarrestar la inexperiencia, se podrían dar clases con el fin de reservar información siendo cautelosos, una buena promoción y presentación del mismo, no habría necesidad de falsificación a la información	

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

6 Estudio Financiero

6.1 Inversiones

6.1.1 Inversión de equipos

En cuanto a infraestructura el proyecto no necesita mayor inversión, ya que sus operaciones pueden llevarse a cabo desde un ambiente laboral de oficina, por tal razón a continuación vemos como inversión de equipos, muebles de oficina y equipos de cómputo, junto con su vida útil y porcentaje de recuperación.

EQUIPOS							
Ítem	Cantidad	Valor unitario	Valor total	Vida útil	% de recuperación	Liquidación unidad	Liquidación total
PBX	1	305.000	305.000	5	20,38%	62.172	62.172
Fotocopiadora	1	1.590.000	1.590.000	5	5,43%	86.350	86.350
Servidor	1	2.909.900	2.909.900	5	6,53%	189.970	189.970
Muebles de oficina	7	450.000	3.150.000	10	13,33%	60.000	420.000
Teléfono inalámbrico	6	133.000	798.000	5	15,58%	20.724	124.344
Teléfono diadema	2	129.000	258.000	5	26,78%	34.540	69.080
Computadores (Lenovo)	7	1.344.900	9.414.300	5	22,31%	300.000	2.100.000
Total	25	6.861.800	18.425.200			VALOR RESIDUAL 753.756	3.051.916

Para el cálculo de nuestras NIIF tuvimos que encontrar una empresa que vendiera artículos de oficina de segunda mano para poder hacernos una idea del valor de nuestra inversión después del tiempo útil transcurrido, La empresa Vibbo ofrece venta y alquiler de productos de oficina de segunda mano. Esta empresa actualmente es española y por tal motivo su valor se ve reflejado en euros, fue de gran aporte saber el valor comercial de la inversión de equipos unas vez transcurrido la vida útil.

PRECIOS DE SEGUNDA PARA CALCULO % RECUPERACIÓN		
Ítem	En Euros	En pesos
PBX	18	62.172
Fotocopiadora	25	86.350
Servidor	55	189.970
Muebles de oficina		60.000
Teléfono inalámbrico	6	20.724
Teléfono diadema	10	34.540
Computadores (Lenovo)		300.000

6.1.2 Inversión de Operación

Por medio del método lineal se expone el porcentaje de depreciación según las NIIF a 5 años.

DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS NIIF									
Ítem	Cantidad	Valor unitario	Valor total	% DEPRECIACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PBX	1	305.000	305.000	20%	61.000,00	61.000,00	61.000,00	61.000,00	61.000,00
Fotocopiadora	1	1.590.000	1.590.000	20%	318.000,00	318.000,00	318.000,00	318.000,00	318.000,00
Servidor	1	2.909.900	2.909.900	20%	581.980,00	581.980,00	581.980,00	581.980,00	581.980,00
Muebles de oficina	7	450.000	3.150.000	10%	315.000,00	315.000,00	315.000,00	315.000,00	315.000,00
Teléfono inalámbrico	6	133.000	798.000	20%	159.600,00	159.600,00	159.600,00	159.600,00	159.600,00
Teléfono diadema	2	129.000	258.000	20%	51.600,00	51.600,00	51.600,00	51.600,00	51.600,00
Computadores (Lenovo)	7	1.344.900	9.414.300	20%	1.882.860,00	1.882.860,00	1.882.860,00	1.882.860,00	1.882.860,00
Total	25	6.861.800	18.425.200	-	3.370.040	3.370.040	3.370.040	3.370.040	3.370.040

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

Como inversión intangible encontramos nuestro desarrollo de la App, registro de marca y la licencia de PlayStore, esta licencia es considerada inversión intangible ya que es una inversión de carácter vitalicio haciéndose a los derechos con solo pagar una vez en la vida del proyecto 25 dólares.

INVERSIONES INTANGIBLES		
Ítem	Precio en dólares	Precio en pesos
Desarrollo App Móvil (Camellando)		\$18.400.000
Licencia PlayStore	25	\$69.512
Registro de la Marca		\$1.506.000
Total		\$19.975.512

En los costos indirectos vemos los costos anuales de la App DreamTeam que en este caso sería la Web Hosting y la licencia de AppStore, licencia que a diferencia de la de PlayStore, esta si se paga anualmente 99 dólares por motivos de política de dicha compañía.

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN			
Ítem	Costo en Dólares (Anual)	Costo Mensual COP	Costo Anual COP
Web hosting	\$200	\$46.341	\$556.094
Licencia AppStore	\$99	\$28.496	\$341.946
Total	\$299	\$74.837	\$898.040

Dentro de los costos y gastos encontramos aquellos relacionados típicamente con una oficina tradicional, muebles de oficina, equipos de cómputo servicios generales y publicidad tanto digital como tradicional.

OTROS COSTOS Y GASTOS		
Ítem	Precio Mes	Precio anual
Licencia Siigo	120.000	1.440.000
Licencia Office	229.999	2.759.988
Plan de telefonía	431.500	5.178.000
Papelería (Varios)	85.000	1.020.000
Artículos de escritorio	15.000	180.000
Arriendo	1.400.000	16.800.000
Agua	135.000	1.620.000
Luz	230.000	2.760.000
Publicidad (Estrategia Canchas)	502.167	6.026.000
Publicidad digital	1.000.000	12.000.000
Total	4.148.666	49.783.988

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

6.2 Costos

En el grupo de costos fijos y variables vemos representados los siguientes costos fijos y adicional a estos un costo variable de 144 pesos por concepto de recaudo de IVA, la empresa Admob tiene como política pagar 760 pesos (CPM) costos por miles de usuarios, por clic en la publicidad ofrecida por medio de nuestra plataforma, pero esta empresa es ajena temas tributarios de los países nacionalizados de las empresas como la nuestra, es decir nosotros descontaríamos el IVA de los 760 pesos pagados, por tal razón se convertiría en este caso el impuesto del IVA como un costo variable unitario para nosotros.

BALANCE DE COSTOS		
Ítem	Costos fijos (Mes)	Costos variables unitarios
Nómina	\$16.197.028	
Web hosting	\$46.341	
Licencia AppStore	\$28.496	
Licencia Siigo	\$120.000	
Licencia Office	\$229.999	
Plan de telefonía	\$431.500	
Papelería (Varios)	\$85.000	
Artículos de escritorio	\$15.000	
Arriendo	\$1.400.000	
Agua	\$135.000	
Luz	\$230.000	
Publicidad (Estrategia Canchas)	\$502.167	
Publicidad digital	\$1.000.000	
Impuesto específico (IVA)		144,4
	0 \$20.420.530	144

DATOS MACROECONÓMICOS		
Variable	Dato Actual Marzo 2018	Promedio Historico últimos 10 años
Dólar	\$2.780	
Euro	\$3.454	
IVA	19%	Cop
Precio por clic (Admob)	€ 0,22	\$760 CPM

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

6.3 Ingresos y Proyecciones de Ventas

El proyecto DreamTeam tiene 4 productos para generar ingresos a la empresas el primer producto trata de los pagos realizados por parte de la empresa Admob por concepto de clic por publicidad, el segundo producto es el pago de las canchas de futbol y empresas aliadas (venta de artículos deportivos) mes a mes por concepto de publicidad, el tercer producto es la comisión que cobramos por la reserva de la cancha de equipos de futbol enviados por nuestra App y por último el cuarto producto es una comisión del 30% por la logística de armar un campeonato de futbol.

Para nuestro ejercicio académico usaremos solo el punto de equilibrio de un producto de los cuatro que tiene la empresa, en este caso se usara el producto número 2. Publicidad pagada mes a mes por parte de las canchas de futbol y las empresas comercializadoras de artículos deportivos como venta de uniformes de futbol y artículos afines al deporte.

A continuación vemos el punto de equilibrio del producto número 2.

Tabla 19. Ingresos y Proyecciones de Ventas

PUNTO DE EQUILIBRIO			
PROYECCIÓN EN VENTAS SUMANDO EL DTF			
Ítem	Porcentaje	En unidades	En ventas
Unidades requeridas (Punto de equilibrio)		408	
DTF 360 días	5,53%	431	
Crecimiento mensual	0,46%	410	

El crecimiento al que se aspira llegar es de un 10% anual

CRECIMIENTO ANUAL				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
10%	10%	10%	10%	10%

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

Lo que significa que para nuestra proyección en promedio usaremos un aumento porcentual del 0.83% mes a mes.

AÑO	PROYECCIÓN DE VENTAS PORCENTUAL												TOTAL	
	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12		
1		0,91%	0,91%	0,91%	0,91%	0,91%	0,91%	0,91%	0,91%	0,91%	0,91%	0,91%	0,91%	10%
2	0,83%	0,83%	0,83%	0,83%	0,83%	0,83%	0,83%	0,83%	0,83%	0,83%	0,83%	0,83%	0,83%	10%
3	0,83%	0,83%	0,83%	0,83%	0,83%	0,83%	0,83%	0,83%	0,83%	0,83%	0,83%	0,83%	0,83%	10%
4	0,83%	0,83%	0,83%	0,83%	0,83%	0,83%	0,83%	0,83%	0,83%	0,83%	0,83%	0,83%	0,83%	10%
5	0,83%	0,83%	0,83%	0,83%	0,83%	0,83%	0,83%	0,83%	0,83%	0,83%	0,83%	0,83%	0,83%	10%

A continuación esta la proyección del aumento porcentual del número de clientes que tendríamos por concepto del producto 2.

Rubro	VENTAS EN UNIDADES POR MES (AÑO1)												TOTAL	Crecimiento
	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12		
Unds mensuales necesarias	408	412	416	420	423	427	431	435	439	443	447	451	5.154	10%
Porcentaje de crecimiento		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	43	

En el siguiente cuadro mostramos las ventas brutas que nos representaría la cantidad de clientes del cuadro anterior.

Rubro	VENTAS BRUTAS EN PESOS POR MES (AÑO1)												TOTAL
	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	
Ingresos por mes	\$20.420.530	\$20.606.172	\$20.793.500	\$20.982.532	\$21.173.283	\$21.365.767	\$21.560.001	\$21.756.001	\$21.953.783	\$22.153.363	\$22.354.757	\$22.557.982	\$257.677.672

Con su respectivo IVA generado mes a mes en la proyección a un año.

Rubro	IVA GENERADO												TOTAL
	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	
Egreso por impuesto	\$3.879.901	\$3.915.173	\$3.950.765	\$3.986.681	\$4.022.924	\$4.059.496	\$4.096.400	\$4.133.640	\$4.171.219	\$4.209.139	\$4.247.404	\$4.286.017	\$48.958.758

Junto con su flujo de fondos proyectados a 5 años.

Rubro	VENTAS ANUALES PROYECTADAS EN UNIDADES (Usuarios)				
	10%	10%	10%	10%	10%
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Unidades Totales por año	5.154	5.669	6.236	6.859	7.545

Rubro	VENTAS ANUALES PROYECTADAS EN PESOS				
	10%	10%	10%	10%	10%
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Unidades Totales por Año	\$257.677.672	\$283.445.439	\$311.789.983	\$342.968.982	\$377.265.880

Rubro	RECAUDO DEL IVA				
	10%	10%	10%	10%	10%
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Egreso por impuesto	\$48.958.758	\$53.854.633	\$59.240.097	\$65.164.106	\$71.680.517

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

6.4 Flujo de Caja

Tabla 20. Flujo de Caja

FLUJO DE EFECTIVO PRESUPUESTADO													TOTAL 12 meses	
Período 0	AÑO 1													
	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12		
INGRESOS DE EFECTIVO														
Saldo inicial en caja	\$9.099.288	\$25.296.316	\$25.481.958	\$25.854.928	\$26.416.929	\$11.437.162	\$12.382.398	\$13.521.869	\$14.857.340	\$78.133	\$1.810.965	\$3.745.192	\$169.982.478	
Recaudo de cartera	\$20.420.530	\$20.606.172	\$20.793.500	\$20.982.532	\$21.173.283	\$21.365.767	\$21.560.001	\$21.756.001	\$21.953.783	\$22.153.363	\$22.354.757	\$22.557.982	\$257.677.672	
TOTAL INGRESOS	\$29.519.819	\$45.902.488	\$46.275.458	\$46.837.460	\$47.590.212	\$32.802.929	\$33.942.400	\$35.277.870	\$36.811.123	\$22.231.496	\$24.165.722	\$26.303.174	\$427.660.151	
MENOS SALIDAS DE EFECTIVO														
Nómina	\$0	\$16.197.028	\$16.197.028	\$16.197.028	\$16.197.028	\$16.197.028	\$16.197.028	\$16.197.028	\$16.197.028	\$16.197.028	\$16.197.028	\$16.197.028	\$178.167.309	
Web hosting	\$46.341	\$46.341	\$46.341	\$46.341	\$46.341	\$46.341	\$46.341	\$46.341	\$46.341	\$46.341	\$46.341	\$46.341	\$556.094	
Licencia App Store	\$28.496	\$28.496	\$28.496	\$28.496	\$28.496	\$28.496	\$28.496	\$28.496	\$28.496	\$28.496	\$28.496	\$28.496	\$341.946	
Licencia Siigo	\$120.000	\$120.000	\$120.000	\$120.000	\$120.000	\$120.000	\$120.000	\$120.000	\$120.000	\$120.000	\$120.000	\$120.000	\$1.440.000	
Licencia Office	\$229.999	\$229.999	\$229.999	\$229.999	\$229.999	\$229.999	\$229.999	\$229.999	\$229.999	\$229.999	\$229.999	\$229.999	\$2.759.988	
Telefonía (Plan empresarial)	\$431.500	\$431.500	\$431.500	\$431.500	\$431.500	\$431.500	\$431.500	\$431.500	\$431.500	\$431.500	\$431.500	\$431.500	\$5.178.000	
Papelería	\$85.000	\$85.000	\$85.000	\$85.000	\$85.000	\$85.000	\$85.000	\$85.000	\$85.000	\$85.000	\$85.000	\$85.000	\$1.020.000	
Esteros	\$15.000	\$15.000	\$15.000	\$15.000	\$15.000	\$15.000	\$15.000	\$15.000	\$15.000	\$15.000	\$15.000	\$15.000	\$180.000	
Ariendo	\$1.400.000	\$1.400.000	\$1.400.000	\$1.400.000	\$1.400.000	\$1.400.000	\$1.400.000	\$1.400.000	\$1.400.000	\$1.400.000	\$1.400.000	\$1.400.000	\$16.800.000	
Agua	\$135.000	\$135.000	\$135.000	\$135.000	\$135.000	\$135.000	\$135.000	\$135.000	\$135.000	\$135.000	\$135.000	\$135.000	\$1.620.000	
Luz	\$230.000	\$230.000	\$230.000	\$230.000	\$230.000	\$230.000	\$230.000	\$230.000	\$230.000	\$230.000	\$230.000	\$230.000	\$2.760.000	
Publicidad Digital y Estratégica	\$1.502.167	\$1.502.167	\$1.502.167	\$1.502.167	\$1.502.167	\$1.502.167	\$1.502.167	\$1.502.167	\$1.502.167	\$1.502.167	\$1.502.167	\$1.502.167	\$18.026.000	
TOTAL SALIDAS DE EFECTIVO	\$4.223.502	\$20.420.530	\$20.420.530	\$20.420.530	\$20.420.530	\$20.420.530	\$20.420.530	\$20.420.530	\$20.420.530	\$20.420.530	\$20.420.530	\$20.420.530	\$228.849.337	
Flujo generado en la operación)	\$25.296.316	\$25.481.958	\$25.854.928	\$26.416.929	\$27.169.682	\$12.382.398	\$13.521.869	\$14.857.340	\$16.390.593	\$1.810.965	\$3.745.192	\$5.882.644	\$198.810.813	
VOS ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN														
Costo de financiación	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	
Saldo disponible	\$25.296.316	\$25.481.958	\$25.854.928	\$26.416.929	\$27.169.682	\$12.382.398	\$13.521.869	\$14.857.340	\$16.390.593	\$1.810.965	\$3.745.192	\$5.882.644	\$198.810.813	
Abono a capital	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	
DISPONIBILIDAD NETA	\$25.296.316	\$25.481.958	\$25.854.928	\$26.416.929	\$27.169.682	\$12.382.398	\$13.521.869	\$14.857.340	\$16.390.593	\$1.810.965	\$3.745.192	\$5.882.644	\$198.810.813	
Créditos	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	
Amortizaciones	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	
Saldo a créditos	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	
Saldo ajustado	\$25.296.316	\$25.481.958	\$25.854.928	\$26.416.929	\$27.169.682	\$12.382.398	\$13.521.869	\$14.857.340	\$16.390.593	\$1.810.965	\$3.745.192	\$5.882.644	\$198.810.813	
MENOS PAGO DE IMPUESTOS														
Pagos por IVA	\$0	\$0	\$0	\$0	\$15.732.520	\$0	\$0	\$0	\$16.312.460	\$0	\$0	\$0	\$32.044.979	
Renta (33%)	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	
Sobretasa (Aplica solo 2017-2018)	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	
Flujo después de impuestos	\$25.296.316	\$25.481.958	\$25.854.928	\$26.416.929	\$11.437.162	\$12.382.398	\$13.521.869	\$14.857.340	\$78.133	\$1.810.965	\$3.745.192	\$5.882.644	\$166.765.834	
ACTIVIDADES DE INVERSIÓN														
Inversión	\$47.500.000	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	
Bienes Tangibles	\$18.425.200	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	
Bienes Intangibles	\$19.975.512	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	
Capital de trabajo	\$9.099.288	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	
FLUJO DE CAJA TOTAL	\$9.099.288	\$25.296.316	\$25.481.958	\$25.854.928	\$26.416.929	\$11.437.162	\$12.382.398	\$13.521.869	\$14.857.340	\$78.133	\$1.810.965	\$3.745.192	\$5.882.644	\$166.765.834

Por motivos de tamaño de la imagen vemos que en la actividad de inversión necesitamos una inversión de \$47`500.000 para empezar nuestro proyecto teniendo los siguientes gastos de bienes tangibles e intangibles, quedándonos un capital de trabajo de \$9`099.288.

ACTIVIDADES DE INVERSIÓN

Inversión	\$47.500.000
Bienes Tangibles	\$18.425.200
Bienes Intangibles	\$19.975.512
Capital de trabajo	\$9.099.288
FLUJO DE CAJA TOTAL	\$9.099.288

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

TOTAL 12 meses

INGRESOS DE EFECTIVO	
Saldo inicial en caja	\$169.982.478
Recaudo de cartera	\$257.677.672
TOTAL INGRESOS	\$427.660.151
MENOS SALIDAS DE EFECTIVO	
Nómina	\$178.167.309
Web hosting	\$556.094
Licencia App Store	\$341.946
Licencia Siigo	\$1.440.000
Licencia Office	\$2.759.988
Telefonía (Plan empresarial)	\$5.178.000
Papelería	\$1.020.000
Esferos	\$180.000
Arriendo	\$16.800.000
Agua	\$1.620.000
Luz	\$2.760.000
Publicidad Digital y Estrategica	\$18.026.000
TOTAL SALIDAS DE EFECTIVO	\$228.849.337
Activo generado en la operación)	\$198.810.813
ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN	
Costo de financiación	\$0
Saldo disponible	\$198.810.813
Abono a capital	\$0
DISPONIBILIDAD NETA	\$198.810.813
Créditos	\$0
Amortizaciones	\$0
Saldo a créditos	\$0
Saldo ajustado	\$198.810.813
MENOS PAGO DE IMPUESTOS	
Pagos por IVA	\$32.044.979
Renta (33%)	\$0
Sobretasa (Aplica solo 2017-2018)	\$0
Flujo después de impuestos	\$166.765.834
ACTIVIDADES DE INVERSIÓN	
Inversión	\$0
Bienes Tangibles	\$0
Bienes Intangibles	\$0
Capital de trabajo	\$0
FLUJO DE CAJA TOTAL	\$166.765.834

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,**6.5 Indicadores Financieros**

El VPN (Valor Presente Neto) y la TIR (Tasa Interna de Retorno) se calculan comparando la DTF (Depósito a Término Fijo) del Banco de la República que está al 5,53%.

Por ser un modelo innovador y no tradicional tenemos una TIR del 47% por ser una inversión muy baja comparada con el número de usuarios y clientes a los que se le puede estar llegando.

DTF (360 días)	5,53%
VPN	\$85.551.821
TIR	46,92%

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,**Referencias**

Bibliografía

Kotler Philp, Keller Kevin. (2016). Dirección de marketing. 1ª edición: Colombia, Editorial Pearson Educación.

Van Horne C., James Wachowicz. (2010). Administración Financiera. 10ª edición: Mexico, Editorial Pearson Educación.

Ramirez Cardona Carlos. (2009). Fundamentos de administracion. 3ª edición: Colombia, Editorial Ecoe Ediciones.

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,**Cibergrafía**

Actividades Económicas. (julio de 2017). *Sector Cuaternario* . Obtenido de

<http://www.actividadeseconomicas.org/2017/07/sector-cuaternario.html>

Canchas Ya. (2018). Directorio de canchas sintéticas de fútbol en Bogotá. Obtenido de

Directorio de canchas sintéticas de fútbol en Bogotá

DANE. (2018). *Demografía y población* . Obtenido de [https://www.dane.gov.co/index.](https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion)

[php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion](https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion)

Dinero . (17 de agosto de 2015). *Wayra, la academia que prevé convertir a Bogotá en un*

gran centro del emprendimiento joven. Obtenido de [https://www.dinero.com/](https://www.dinero.com/emprendimiento/articulo/wayra-la-aceleradora-de-empresas-jovenes-o-startup-del-grupo-telefonica/210823)

[emprendimiento/articulo/wayra-la-aceleradora-de-empresas-jovenes-o-startup-del-grupo-telefonica/210823](https://www.dinero.com/emprendimiento/articulo/wayra-la-aceleradora-de-empresas-jovenes-o-startup-del-grupo-telefonica/210823)

Dinero. (13 de octubre de 2016). *Mercado de ‘apps’ móviles genera 83.000 trabajos en*

Colombia. Obtenido de [https://www.dinero.com/emprendimiento/articulo/](https://www.dinero.com/emprendimiento/articulo/congreso-colombia-40-y-cifras-del-mercado-de-las-aplicaciones-moviles/234972)

[congreso-colombia-40-y-cifras-del-mercado-de-las-aplicaciones-moviles/234972](https://www.dinero.com/emprendimiento/articulo/congreso-colombia-40-y-cifras-del-mercado-de-las-aplicaciones-moviles/234972)

Hernández, M. Á. (13 de octubre de 2016). *¿Cuántos empleos generan las apps en*

Colombia? Obtenido de [http://www.enter.co/especiales/empresas-del-](http://www.enter.co/especiales/empresas-del-futuro/cuantos-empleos-generan-las-apps-en-colombia/)

[futuro/cuantos-empleos-generan-las-apps-en-colombia/](http://www.enter.co/especiales/empresas-del-futuro/cuantos-empleos-generan-las-apps-en-colombia/)

Kantar Ibope Media. (27 de octubre de 2016). *Lo mas visto en Twitter en Colombia*.

Obtenido de <http://ibope.com.co/NoticiaDramatizados.html>

MINTIC. Gobierno de Colombia. (23 de abril de 2017). *Apps. com. Crecimiento y*

consolidación de negocios TIC. Obtenido de [http://www.mintic.gov.co/](http://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-channel.html)

[portal/604/w3-channel.html](http://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-channel.html)

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

Psyma. (4 de noviembre de 2015). *Cómo determinar el tamaño de una muestra?* Obtenido de <http://www.psyma.com/company/news/message/como-determinar-el-tamano-de-una-muestra>

QuimiNet.com. (2016). *Proveedores de Aplicaciones Móviles*. Obtenido de <https://www.quiminet.com/productos/aplicaciones-moviles-41487138288/proveedores.htm>

Revista M Aprende. (2 de septiembre de 2016). *El emprendimiento se tomó Andicom 2016 con el Team Startup Colombia*. Obtenido de <http://mprende.co/startups/el-emprendimiento-se-tom%C3%B3-andicom-2016-con-el-team-startup-colombia>

Yeeply. (s.f.). *Desarrollo de apps y webs a medida*. Obtenido de https://www.yeeply.com/?gclid=EAIaIQobChMIpIHchqrU2gIVSySBCh15EAOwEAAYASAAEgKw_PD_BwE

Comisión Económica para América Latina

Data. URL <https://www.cepal.org/publicaciones/xml/4/48614/rve108desouzaetal.pdf>

Sectores Cuaternarios

Data. URL https://es.wikipedia.org/wiki/Sector_cuaternario

Encuestas Revista DINERO

Data. URL <http://www.dinero.com/emprendimiento/articulo/congreso-colombia-40-y-cifras-del-mercado-de-las-aplicaciones-moviles/234972>

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

Sociedad de tendencias online

Data. URL http://www.tendencias21.net/La-cultura-de-las-aplicaciones-moviles-se-impone-en-la-sociedad_a4854.html

Periódico Portafolio

Data. URL <http://www.portafolio.co/tendencias/asi-consumen-aplicaciones-moviles-los-colombianos-504934>

Express News Inglaterra

Data. URL <http://www.expressnews.uk.com/texto-diario/mostrar/300714/smartphone-cultura>

Tecnología de vanguardia mundial

Data. URL <https://techcrunch.com/2012/10/22/flurry-examines-app-loyalty-news-communication-apps-top-charts-personalization-apps-see-high-churn/>

Blog de tecnología y estadísticas

Data. URL <https://www.yeeply.com/blog/7-metricas-para-apps-moviles/>

Empresa Kantar Ibope Media

Data. URL <http://ibope.com.co/index.html>

Revista ejecutiva PYM

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

Data. URL <http://www.revistapym.com.co/noticias/ibope/tgi-15-os-multiplicando-pensamientos-am-rica-latina>

Tecnología de vanguardia mundial

Data. URL <https://techcrunch.com/2012/10/22/flurry-examines-app-loyalty-news-communication-apps-top-charts-personalization-apps-see-high-churn/>

Encuesta y observación tecnológica y social de Colombia

Data. URL

http://obs.colombiajoven.gov.co/Observatorio/Observatorio.aspx?rpt=Buyel7PqAptVw9lwUXO_Fw==

DANE, Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas

Data. URL <http://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion>

Canales de Distribución de aplicaciones

Data. URL <http://www.ticbeat.com/tecnologias/10-canales-distribucion-para-las-aplicaciones-moviles/>

Emprendimiento digital en Colombia

Data. URL <https://apps.co/comunicaciones/tic-legal/cinco-normas-clave-sobre-tiendas-virtuales/>

Comercialización de Aplicación Móvil para Dispositivos Android/iOS,

Sistemas Operativos

Data. URL <https://lcsistemasoperativos.wordpress.com/tag/ios/>

Marketing y conducta social en la actualidad

Data. URL <https://postcron.com/es/blog/publicidad-en-instagram/>

Marketing

Data. URL <http://www.smartupmarketing.com/como-hacer-publicidad-en-facebook/>

Sociedad internacional de negocios online

Data. URL <http://www.societicbusinessonline.com/2017/01/30/como-hacer-publicidad-en-youtube-guia-de-estrategia-para-tus-anuncios-en-youtube/>