

MODELO DE NEGOCIO

PASEA BOGOTA

ISABEL CRISTINA SUAREZ MAYORGA

SANDRA PATRICIA TORRES TORRES

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

FACULTAD DE INGENIERÍA

ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA MULTIMEDIA

BOGOTÁ

Noviembre de 2014

MODELO DE NEGOCIO

PASEA BOGOTA

Trabajo Módulo:

Formación de empresa Multimedia.

ISABEL CRISTINA SUAREZ MAYORGA

SANDRA PATRICIA TORRES TORRES

Presentado a:

JORGE RUBIO

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

FACULTAD DE INGENIERÍA

ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA MULTIMEDIA

BOGOTÁ

Noviembre de 2014

TABLA DECONTENIDO

1. PRESENTACIÓN.....	1
1.1. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO.....	1
1.1.1 Actividad.....	1
1.1.2 Oportunidad de negocio.....	1
1.2. DESCRIPCIÓN DEL EQUIPO EMPRENDEDOR.....	2
1.2.1 Equipo.....	2
1.2.2 Formación y experiencia.....	3
2. MERCADEO.....	4
2.1. PRODUCTOS Y/O SERVICIOS.....	4
2.1.1 Descripción del producto y/o servicio.....	4
2.1.2 Necesidades.....	4
2.1.3 Aspectos diferenciales.....	4
2.1.4 Nuevos productos y/o servicios.....	5
2.2. MERCADO.....	5
2.2.1 Ámbito geográfico.....	5
2.2.2 Público objetivo.....	5
2.2.3 Cliente y consumidor.....	6
2.2.4 Situación del mercado.....	6
2.3. COMPETENCIA.....	7
2.3.1 Descripción de la competencia.....	7
2.3.2 Comparación con la competencia.....	9
2.4. PRECIO.....	10
2.4.1 Variables para la fijación del precio.....	10
2.4.2 Determinación del precio.....	10
2.5. DISTRIBUCIÓN.....	11
2.5.1 Canales de distribución.....	11
2.6. PROMOCIÓN.....	12
2.6.1 Medios de publicidad.....	12

2.7. PROYECCIONES DE VENTAS.....	15
2.7.1 Proyecciones de ventas anuales.....	15
3. PRODUCCIÓN Y CALIDAD.....	15
3.1. PRODUCCIÓN.....	15
3.1.1 Proceso de elaboración.....	15
3.1.2 Tecnologías Necesarias.....	16
3.1.3 Gestión de inventarios (stocks).....	16
3.1.4 Costos.....	16
3.2. CALIDAD.....	18
3.2.1 Control de calidad.....	18
3.3. EQUIPOS E INFRAESTRUCTURA LOCATIVA.....	19
3.3.1 Equipos e infraestructura necesarios.....	19
3.4. SEGURIDAD EN EL TRABAJO Y MEDIO AMBIENTE.....	20
3.4.1 Normativa de prevención de riesgos.....	20
3.4.2 Normativa ambiental y productos contaminantes.....	20
4. ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN.....	21
4.1 PLANIFICACIÓN Y PROGRAMACIÓN, PLANIFICACIÓN DE VENTAS.....	21
4.1.1 Planificación de producción.....	22
4.1.2 Planificación de personal.....	22
4.1.3 Planificación de inversiones.....	23
4.1.4 Sistema de evaluación de resultados.....	23
4.2. ORGANIZACIÓN.....	24
4.2.1 Equipo.....	24
4.2.2 Organización del trabajo.....	24
4.3. GESTIÓN DE PERSONAL.....	25
4.3.1 Proceso de selección.....	25
4.3.2 Formación.....	26
4.3.3 Retribución del emprendedor.....	26
5. JURÍDICO – TRIBUTARIO.....	26
5.1 DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA.....	26

5.1.1 Pasos para la tramitación de la forma jurídica de tu empresa.....	27
5.1.2 Costo.....	28
5.2. ASPECTOS LABORALES DEL EMPRENDEDOR.....	28
5.2.1 Seguridad social del emprendedor.....	28
5.3. ASPECTOS LABORALES Y SEGURIDAD SOCIAL DE LOS TRABAJADORES.....	29
5.3.1 Modalidades contractuales.....	29
5.4. OBLIGACIONES TRIBUTARIAS O FISCALES.....	30
5.4.1 Impuestos.....	30
5.5. PERMISOS, LICENCIAS Y DOCUMENTACIÓN OFICIAL.....	31
5.5.1 Permisos y licencias.....	31
5.5.2 Documentación oficial.....	31
5.6. COBERTURA DE RESPONSABILIDADES.....	31
5.6.1 Seguros.....	31
5.7. PATENTES, MARCAS Y OTROS TIPOS DE REGISTROS.....	32
5.7.1 Protección legal.....	32
5.7.2 Registro de dominio.....	32
6. FINANCIERO.....	33
6.1. PLAN FINANCIERO.....	33
6.1.1 Inversión total inicial.....	33
6.1.2 Estructura de financiamiento.....	33
6.1.3 Costos indirectos	33
6.1.4 Presupuesto de ingresos	34
6.1.5 Utilidades y política de su distribución.....	35
6.1.6 Impuestos.....	35
6.2. SISTEMA DE COBROS Y PAGOS SISTEMA DE COBROS	36
6.2.1 Sistema de cobros.....	36
6.2.2 Sistema de pagos.....	36
6.3. RESUMEN DE LOS DATOS FINANCIEROS MÁS RELEVANTES.....	36
6.3.1 Proyecciones contables.....	36

7. VALORACIÓN.....	38
7.1. ANÁLISIS DE PUNTOS FUERTES Y DÉBILES.....	38
7.1.1 Análisis DOFA:.....	38
7.2. ESTRATEGIA DE DESARROLLO DEL PROYECTO.....	40
7.3. ASPECTOS DE SOSTENIBILIDAD Y RIESGOS.....	40
8. Bibliografía	
ANEXOS	

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Recursos humanos.....	3
Tabla 2. Participación en el mercado de la competencia.....	8
Tabla 3. Precio Venta de Productos y/o servicio.....	10
Tabla 4. Costos estrategia de distribución.....	11
Tabla 5. Medios de publicidad.....	13
Tabla 6. Tecnología para producir Pasea Bogotá necesitamos.....	16
Tabla 7. Costos Estrategia de comunicación.....	16
Tabla 8. Gestión de inventarios.....	16
Tabla 9. Composición Costos Operacionales.....	17
Tabla 10. Composición de los costos fijos.....	17
Tabla 11. Margen de Productos y Servicios.....	17
Tabla 12. Infraestructura y tecnologías.....	19
Tabla 13. Infraestructura.....	19
Tabla 14. Proyección de Ventas.....	22
Tabla 15. Inversión y Activos Fijos.....	23
Tabla 16. Organigrama.....	24
Tabla 17. Cargos y funciones.....	24
Tabla 18. Costos y Gastos de constitución empresa.....	28
Tabla 19. Contratos.....	29
Tabla 20. Tabla de impuestos.....	30
Tabla 21. Estados Financieros.....	33
Tabla 22. Flujo de Efectivo.....	34
Tabla 23. Utilidad Neta.....	35
Tabla 24. Impuestos.....	35

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Productos.....	14
Figura 2. Diagrama de flujo.....	15
Figura 3. Inversión Colombia hosting.....	32
Figura 4. Punto de Equilibrio.....	36
Figura 5. Estrategia de Boston.....	40

1. PRESENTACIÓN

1.1. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO

1.1.1 Actividad

Nuestra actividad económica se encuentra dentro del código **6201 Actividades de desarrollo de sistemas informáticos (planificación, análisis, diseño, programación, pruebas)**. Nuestra empresa estaría ubicada en la localidad de Chapinero ya que es un punto importante de negocios dentro de la ciudad de Bogotá.

Pasea Bogotá se presenta como un proyecto que promueve el turismo inicialmente en la ciudad de Bogotá, éste a través de diferentes herramientas tecnológicas, y el uso masivo de aplicaciones que facilita a los visitantes el acceso a la información y ofrece diversos sitios en los que puede compartir ya sea en plan familiar, de pareja y el viajero solitario.

Adquirir nuestra aplicación es muy sencillo se puede descargar a través de App store ó google play con un valor de \$2.000, de igual manera presentamos una solución para quien no cuente con un dispositivo móvil con acceso a una red de datos. En diversos puntos de la ciudad contaremos con mapas ilustrados los cuales se podrán adquirir por el valor de \$5.000, el valor agregado que ofrecemos a nuestros usuarios es que gracias a la descarga de la aplicación o compra de los mapas ilustrados. Nuestro portafolio de patrocinadores ofrecerán descuentos en sus servicios que van desde restaurantes, hostales, aerolíneas y diversos establecimientos de entretenimiento que harán más divertido e interesante el recorrido por la ciudad.

1.1.2 Oportunidad De Negocio

Nuestra idea de negocio surge a partir del conocimiento acerca del número de visitantes que llegan a la ciudad de Bogotá al día, pues según estudios recientes se muestra una tendencia de incremento durante el último año llegando a un 8,4%(Fuente: <http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=31403>) de visitantes. Entre los cuales Bogotá el 51% de viajeros no residentes en Colombia, Bolivar el 13.9%, Antioquia con el 10.4%, Cauca con el 7.1% y San Andrés con el 4.5%

Teniendo como base estos datos y al interés que tenemos de realizar un proyecto que nos proporcione satisfacción tanto a nivel económico como personal y profesional, decidimos crear una empresa de promoción turística que permita al viajero tanto local, como nacional y extranjero informarse acerca de sitios que pueda visitar, buscando una opción de viaje según sus gustos, intereses y necesidades.

1.2. DESCRIPCIÓN DEL EQUIPO EMPRENDEDOR

1.2.1 Equipo

Somos un equipo interdisciplinario que tiene ganas de llevar a cabo un proyecto viable que nos permita como profesionales en el área del diseño poner en práctica nuestros conocimientos, los cuales a través del proyecto Pasea Bogotá nos acercarán hacia un ideal que tenemos en conjunto acerca de nuestros objetivos planteamos en el momento en que decidimos complementar nuestros estudios hacia un área específica. Pasea Bogotá será quien nos llevará al reconocimiento y al cumplimiento del mismo.

Al ser diseñadoras tanto gráfica como industrial nos complementamos en el hecho en que ambas realizamos producto, sabemos comunicar a través de diferentes medios audiovisuales. Ambas aportamos al proyecto en trabajo y en parte del capital y a través de un préstamo obtener los recursos económicos faltantes para poder dar inicio a nuestro proyecto. La idea también es participar dentro de los proyectos de emprendimiento que el estado apoya como por ejemplo:

FONDO EMPRENDER DEL SENA

Financia proyectos empresariales provenientes de Aprendices, Practicantes Universitarios (que se encuentren en el último año de la carrera profesional) o Profesionales que no superen dos años graduados.

MINISTERIO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO

Ofrecer asesoría y capacitación a los microempresarios y empresarios de las pymes en desarrollo de la cultura empresarial y exportadora, sus servicios se ofrecen a través de programas como la semana del empresario y el exportador, el plan padrino, jóvenes emprendedores y los consejos.

Colaboradores y asesores dentro del proyecto:

Nuestros colaboradores serán parte de nuestra familia, ya que contamos con el apoyo de Ingenieros electrónicos. Ellos aportarán sus conocimientos para la creación de nuestra empresa. A la vez contaremos con un grupo de profesionales que se encargarán de asesorarnos en cuanto a la parte de ingeniería, soporte, administración y turismo. Entre estos serán:

Tabla 1. Recursos humanos

Empleados con contrato fijo	
Área Especialidad	mensual
Gerente	\$ 1.650.000
Gerente de Mercadeo	\$ 1.650.000
Mensajero	\$616.000
TOTAL	\$ 3,916.000

Contrato por prestación de servicios.	
Área Especialidad	mensual
Contador	\$616.00
Ingeniero multimedia,	1,500,000
Ingeniero de Sistemas y/o electrónicos	1,500,000
Administrador de empresas o de hotelería y turismo	1,000,000
TOTAL	\$4,616,000

1.2.2 Formación Y Experiencia

- Resume tu formación y experiencia y la de tu equipo. Anexa al documento de Plan de empresa la hoja de vida de cada una de las personas que componen tu equipo:

Mirar en Anexos

2. MERCADEO

2.1. PRODUCTOS Y/O SERVICIOS

2.1.1 Descripción del producto y/o servicio

Pasea Bogotá es un proyecto emprendedor que ofrece productos y servicios entre los cuales están:

Mapas categorizados los cuales se pueden descargar para utilizar en lugares donde hay bastante inseguridad. Aplicación con información real acerca de sitios de interés para visitar como por ejemplo, rutas culturales, gastronómicas, entre otras. Por otro lado, Pasea Bogotá tendrá para los patrocinadores un lugar muy especial donde facilitará publicidad y promoción de los mismos, lo cual generará mayor índice de compradores y visitantes para ellos.

2.1.2 Necesidades

Pasea Bogotá ayuda tanto a familias, parejas, personas solitarias a crear itinerarios para conocer la ciudad. Ellos a través de nuestra aplicación podrán crear una ruta, descargar los mapas ilustrados que les indicará que sitios cercanos hay en la zona que desean visitar y permite hacer una conexión con google+, además hará sugerencias teniendo en cuenta la cantidad de personas que viajan, el tiempo y la economía y les informará acerca de las predicciones del clima.

Todos estos servicios que ofrece Pasea Bogotá cuentan con la experiencia de profesionales idóneos que brindan soluciones reales acerca de información segura, rápida y actual para el usuario. Así mismo, por medio de nuestros productos implementamos soluciones promocionales que permiten lograr mayor eficiencia, cobertura, rapidez, modernidad y vigencia en el mercado cumpliendo con todos los estándares de calidad

2.1.3 Aspectos diferenciales

Pasea Bogotá frente a la competencia **Cívico** da la opción de descargar mapas ilustrados y presenta planes familiares, de parejas y solitarios para que los usuarios puedan crear su itinerario según sus necesidades, además de los diferentes descuentos que ofrecen nuestros patrocinadores por la realización de recorridos por las diferentes zonas de la ciudad.

Las ventajas de la competencia es que estas aplicaciones están disponibles para varios países, pero su desventaja es que engañan al usuario diciendo que es Gratis, pues su descarga gratis en versión Alfa y la versión Beta ya tiene un costo que no se relaciona antes de descargarla. Ésta a la hora de generar información más completa tiene un costo que oscila entre \$ 2.500 y \$ 3.500

2.1.4 Nuevos productos y/o servicios

En futuro Pasea Bogotá quiere llegar a las principales ciudades del país y ampliar sus productos implementando información acerca de sitios turísticos de pueblos o ciudades cercanos a Bogotá o a las principales ciudades donde lleguemos. Así mismo, la idea es desarrollar concursos en los que se premien las mejores crónicas que nuestros usuarios comparten en las redes sociales.

2.2. MERCADO

2.2.1 Ámbito geográfico

En este momento Pasea Bogotá tiene un alcance comercial de una zona cultural de la ciudad (La Candelaria), en un segundo momento la aplicación cubrirá todas las zonas que comprenden Bogotá y sus alrededores.

2.2.2 Público objetivo

Con la llegada de la era de comunicación los usuarios han transformado sus preferencias y actitudes frente al sector turístico. Cada vez los usuarios jóvenes buscan que sus equipos móviles ofrezcan más posibilidades, dejando de ser simples dispositivos de comunicación y convirtiéndose, cada vez más, en instrumentos de interacción con otros usuarios permitiendo compartir sus experiencias a través de las redes sociales, blogs.

El turista demanda tecnologías que le ayuden a ganar tiempo y que mejoren su experiencia de viaje. Por tal motivo, nuestro mercado se segmenta en jóvenes entre 20 y 40 años que son quienes utilizan la tecnología para documentarse, entretenerse y comunicarse, estos a la vez son el canal directo de comunicación para personas que aún le temen a la utilización de la tecnología como medio de comunicación.

Entre las variables que tenemos están los viajeros que suelen salir en plan familiar, parejas y viajeros solitarios.

2.2.3 Cliente y consumidor

Dentro de nuestra aplicación interviene el **comprador-consumidor**, quien es la persona interesada en buscar información acerca de sitios y posibilidades para recorrer la ciudad. Nuestro **consumidor objetivo** es quien a través de su habilidad con el manejo de la tecnología, busca opciones y se las da a sus allegados generando mayor interés por nuestra aplicación, de esta manera va haber mayor rotación acerca de la misma. Por otro lado, las redes sociales serán también parte influenciadora, pues a través de las crónicas que ellos faciliten permitirán un mayor acercamiento de la comunidad tanto a la ciudad como hacia Pasea Bogotá.

Así mismo, nuestros patrocinadores juegan un papel de **compradores** dentro de nuestro proyecto debido a que ellos son quienes nos proporcionarán los recursos que mantendrán Pasea Bogotá, través de promoción y publicidad.

2.2.4 Situación del mercado

Nuestro mercado va a tender al crecimiento, gracias a que vamos a prestar un producto sencillo y seguro y que a medida del tiempo va ir creciendo tanto a nivel local como nacional. Esto se evidencia en estudios desarrollados por entidades del estado los cuales nos indican el crecimiento de la industria del turismo en el país.

Pasea Bogotá desea ingresar al ranking de las mejores App de Bogotá, y quiere ser reconocida y apoyada por apps.co, la cual es una iniciativa de [@Ministerio TIC](#) Colombia que apoya emprendimientos TIC en el país. Asi mismo nuestro proyecto busca ingresar al fondo emprender (SENA) y de esta manera fomentar el empleo e investigación ya que Pasea Bogotá ofrecerá a profesionales de diferentes áreas desarrollar investigaciones que nos ayuden a actualizar la información necesaria para la aplicación, lo cual nos servirá para que el Sena patrocine nuestro proyecto con recursos económicos y de esta manera lograr que nos condone la deuda.

2.3. COMPETENCIA

2.3.1 Descripción de la competencia

COMPETIDORES DIRECTOS:

CIVICO: Es una plataforma digital con más de 80 mil lugares y con información permanente sobre noticias y eventos de la ciudad. Encuentra todo según tus necesidades en diferentes momentos del día en cívico.

Cuenta con aplicación Móvil, permite la acumulación de puntos cuando calificas lugares y al sumar una cantidad de puntos podrán ser redimidos por premios.
<http://www.civico.com/>

COMPETIDORES INDIRECTOS:

Plan B: Es la guía de entretenimiento más completa en Internet. Restaurantes, planes, eventos y todo lo que pasa en Bogotá, Cali o Medellín lo encuentras en PlanB. Actualiza diariamente información sobre puntos de interés, gastronomía, vida nocturna, actividades, eventos y mucho más.

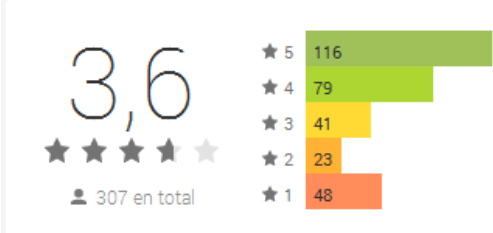
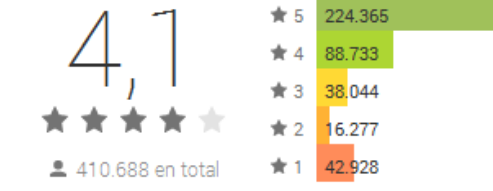
Minube: Permite Planificar Viajes, comparar precios de vuelos y hoteles y compartir tu experiencia de viajes, con esta aplicación se puede encontrar información no solo de Colombia sino de diferentes países.

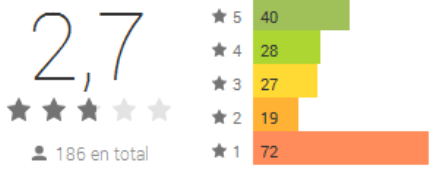
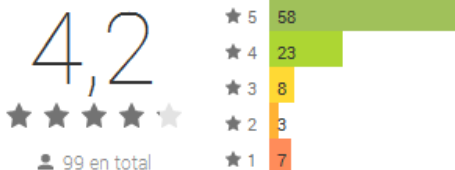
AroundMe: La aplicación que le permite encontrar lo que necesita en cualquier lugar de la capital. Usted podrá buscar un restaurante por el nombre y la aplicación le indicará el que más este cerca a usted. Disponible para Apple y para Android

Bogotá turística para smartphones: Instalando una aplicación en el teléfono móvil (Blackberry, Iphone, iPad e iPod) que mostrará mediante geo posicionamiento global la ubicación actual del usuario, mostrándole de manera simple el trayecto que debe seguir y el tiempo aproximado que tardará en llegar a su destino

Despegar: Descubra Bogotá con la nueva Guia de Ciudades de Despegar.com. Descargue gratis en su Android la guía de turismo de Despegar.com y consulte toda la información totalmente en español. Mapas, recorridos, puntos de interés, los mejores hoteles y mucho más.

Tabla 2. Participación en el mercado de la competencia

Aplicaciones	No. Descargas	Clasificación
CIVICO	Opiniones  CIVICO, tiene 307 publicaciones que hacen referencia acerca del funcionamiento y trabajo de la aplicación. hay 150 mil personas que están viviendo su Bogotá a través de CÍVICO	Actualizado 19 de septiembre de 2013 Tamaño 1,1M Instalaciones 10.000 - 50.000 Versión actual 1.7 Requiere Android 1.6 y versiones superiores Clasificación del contenido Todos
Minube	 Minube, tiene 10.369 publicaciones que hacen referencia acerca del funcionamiento y trabajo de la aplicación. hay 150 mil personas que están viviendo su Bogotá a través de CÍVICO	Actualizado 3 de julio de 2014 Tamaño 15M Instalaciones 100.000 - 500.000 Versión actual3.5.08 Requiere Android 4.0 y versiones superiores Clasificación del contenido Nivel de madurez bajo
Foursquare	 Foursquare, tiene 410.688 publicaciones que hacen referencia acerca del funcionamiento y trabajo de la aplicación. hay 150 mil personas que están viviendo su Bogotá a través de CÍVICO	Actualizado 15 de octubre de 2014 Tamaño 10M Instalaciones 10.000.000 - 50.000.000 Versión actual 2014.10.15 Requiere Android 4.0 y versiones superiores Clasificación del contenido Nivel de madurez medio

PlanB		Actualizado 19 de septiembre de 2013 Tamaño 1,1M Instalaciones 10.000 - 50.000 Versión actual 1.7 Requiere Android 1.6 y versiones superiores Clasificación del contenido Todos
Bogotá guía turística (Despegar)		Actualizado 7 de mayo de 2013 Tamaño 28M Instalaciones 10.000 - 50.000 Versión actual 1.0.1 Requiere Android 2.2 y versiones superiores Clasificación del contenido Nivel de madurez bajo

<https://play.google.com/store/apps>

3.3.2 Comparación con la competencia

Nuestros competidores tienen un nivel de participación bajo dentro del mercado, esto lo evidencian las descargas que se han realizado a los mismos. La aplicación Bogotana que tiene mayor participación es de 307 (Cívico) descargas y la menor es de 99 Bogotá guía turística. En el caso de las aplicaciones que se encuentran de varios países como son Foursquare y Minube tienen un nivel de madurez bajo, pero las descargas de los mismos han sido altas sin que haya un dato real de las descargas en Colombia.

Las ventajas de estas aplicaciones es que están disponibles para varios países, pero su desventaja es que engañan al usuario diciendo que es Gratis, pues su descarga gratis es en versión Alfa y la versión Beta ya tiene un costo que no se relaciona antes de descargarla.

2.4 PRECIO

2.4.1 Variables para la fijación del precio

Nuestro precio se fija por valor de \$2.000 que es muy económico, frente a la competencia que dice ser gratis, sin embargo a la hora de buscar información más completa tiene un costo que oscila entre \$ 2.500 y \$ 3.500.

2.4.2 Determinación del precio

La estrategia que manejados para incorporar nuestros productos en el mercado son las Pautas publicitarias en medios de comunicación y desde los diferentes sitios que tienen nuestros aliados

Participación en redes sociales (twitter, Facebook, instagram) y asistencia a eventos y ferias relacionados con el sector turismo.

Por otro lado, se encuentran los mapas ilustrados que contarán en el Retiro con una serie de información sobre nuestros patrocinadores (logotipo empresa, servicios e información de contacto) y puntos de atención de emergencias (policía, bomberos, Cades, red de emergencias).

NOTA. Estos mapas tendrán una vigencia de tres meses que es el tiempo previsto para la publicidad de los patrocinadores y actualización de datos de los mismos.

Tabla 3. Precios venta productos

Productos	Precio Venta
Aplicación	\$2,000
Pauta Publicitarias	\$300,000
Mapas ilustrados	\$5,000
Agenda	\$35,000
Pulseras	\$2,000
Mug	\$10,000

Los canales de comercialización para aplicaciones móviles, se diferencian según el tipo de compras que existen entre las distintas plataformas, las cuales corresponden tanto a descargas gratuitas ó pagas como la adquisición de características complementarias dentro de las aplicaciones.

PASEA BOGOTÁ será una aplicación de Pago ya que carga un costo al usuario por su uso, el cual es un cobro inicial único.

2.5 DISTRIBUCIÓN

2.5.1 Canales de distribución

Actualmente las redes sociales se han convertido en espacios claves para la difusión y el posicionamiento de diversos temas permitiendo la participación directa del público, compartir conocimientos y movilizarse de forma inmediata.

Nuestra estrategia de distribución de nuestros productos, está en realizar un video viral para distribuir en YouTube así como crear un fan page en Facebook y a través de redes sociales como twitter que nos permitirán fidelizar a nuestro usuario, esto será una estrategia que nos ayudará a convertir a nuestros usuarios en los potenciales mercaderes de la app.

Asi mismo, para la distribución de las aplicaciones utilizaremos a AppStore de Apple donde se ofrecen aplicaciones pagas y gratuitas exclusivamente para los dispositivos que vende la compañía, de forma similar Google Play para los dispositivos Android.

Apple //AppStore: Es una plataforma digital de distribución de software para iOS desarrollada y administrada por Apple Inc. El servicio permite a los usuarios navegar y descargar aplicaciones que han sido creadas con iOS SDK. Las aplicaciones pueden ser descargadas directamente a un dispositivo con iOS o a través del software iTunes en el caso de computadores personales.

Google Play: También conocido como Android Market, es una plataforma de distribución de aplicaciones digitales para Android, desarrollada y administrada por Google. El servicio permite a sus usuarios realizar descargas de música, revistas, libros, películas, programas de televisión y aplicaciones publicadas a través de Google mediante un registro único.

Tabla 4. Costos estrategia de distribución

Canal	Valor Anual
Afiliación Google Play	\$ 45.000
Afiliación App Store	\$178.000
Total	\$223.000

2.6 PROMOCIÓN

2.6.1 Medios de publicidad

La estrategia que tenemos para cautivar al público combina diferentes tácticas para tener así una mayor cantidad de descargas y uso de nuestros productos. Para ello necesitamos:

Satisfacer una necesidad. Debemos conocer a nuestro público objetivo y qué tipo de información están buscando a la hora de recorrer la ciudad empleando sus dispositivos móviles, proporcionando información de calidad debido a que si perciben que la aplicación es útil la usarán y la recomendarán.

Promover la aplicación en un sitio web para móviles. Proporcionar al visitante información de PASEA BOGOTA, en las diferentes plataformas que nos permitan que el visitante acceda a toda la información fácilmente.

Posicionar la aplicación a través de los portales de apps de iOS y Android. Esto nos proporciona mayor visibilidad y ayudará a conseguir que la aplicación sea vista por nuevos usuarios potenciales. También facilitará en un futuro el proceso de actualización de funcionalidades e información gracias a los comentarios y sugerencias de los usuarios.

Envío de correos a los usuarios existentes en nuestras base de datos.

Una de las actividades que las personas realizan en sus smartphones es leer su correo electrónico. Por ello, emplearemos el e-mail para que conozcan acerca de la aplicación móvil y hacerles más fácil conseguirla.

Incluir en nuestras plataformas enlaces de atención al cliente.

Lograremos evaluar y darle solución a los problemas de nuestros usuarios lo que nos va a permitir conocer la experiencia que ellos han tenido con la misma.

Promocionar la aplicación móvil en las redes sociales. Crearemos una pestaña especial para la app en Facebook o una batería de tweets publicados de forma regular para promocionarla.

Utilización de publicidad en los medios sociales para apoyar Los anuncios en redes sociales son fácilmente segmentables y por lo tanto pueden ser muy eficaces como medio de promoción para nichos determinados.

Crear varias entradas en el blog corporativo explicando la utilidad de la app.

Las imágenes y otros contenidos multimedia serán atractivos para nuestra audiencia.. Entre estos estarán: Mapas, radio, pendones y suvenires (kit de bienvenida. Mapa, capa, pulsera) Avisos en prensa. Campañas en redes sociales

Tabla 5. Medios de publicidad

Categoria	Medios	Cantidad (mes)	Costos (impresión ó publicación)	Costo de Distribución	TOTAL MENSUAL
Publicidad (piezas graficas)	Caja de luz para aviso. (100x33cm)	5	\$180.000	\$150.000	\$1.050.000
	Pendones (100x50cm)	1,000	\$ 3.500.000	\$500.000	\$ 4.000.000
	Kit de bienvenida (capa plástica y manilla)	1,000	\$ 1.500.000	\$0.000	\$ 1.500.000
	Tarjetas de presentación	3,000	\$150.00	\$0.000	\$150.000
TOTAL Mensual					\$ 6.700.000
Plan de medios	Aviso prensa	Cm2 en Policromía impar. \$12.700	\$105.000	\$0	\$105.000
	Radio (cuña grabada 30 seg) LA MEGA	Cuña radial de 30" (15 días)	\$0	\$791,000	\$791,000
	Pauta en revista Avianca	Cm2 en Policromía impar. \$17.000	\$250.000	\$0	\$250.000
	Portales de internet			\$600.000	\$600.000
TOTAL					\$ 1.746.000
TOTAL mensual					\$8.446.000

Figura 1. Productos.



2.7. PROYECCIONES DE VENTAS

2.7.1 Proyecciones de ventas anuales

Las ventas inician en el mes de Abril del 2015. En el primer año se espera vender \$69.490.000..

En el segundo año se presupuesta incrementar las ventas en un 121% teniendo venta de \$ 153.470.000. Para el tercer año se espera tener ventas por \$ 192.900.000 correspondiente a un ascenso en las ventas del 26% con respecto al año inmediatamente anterior.

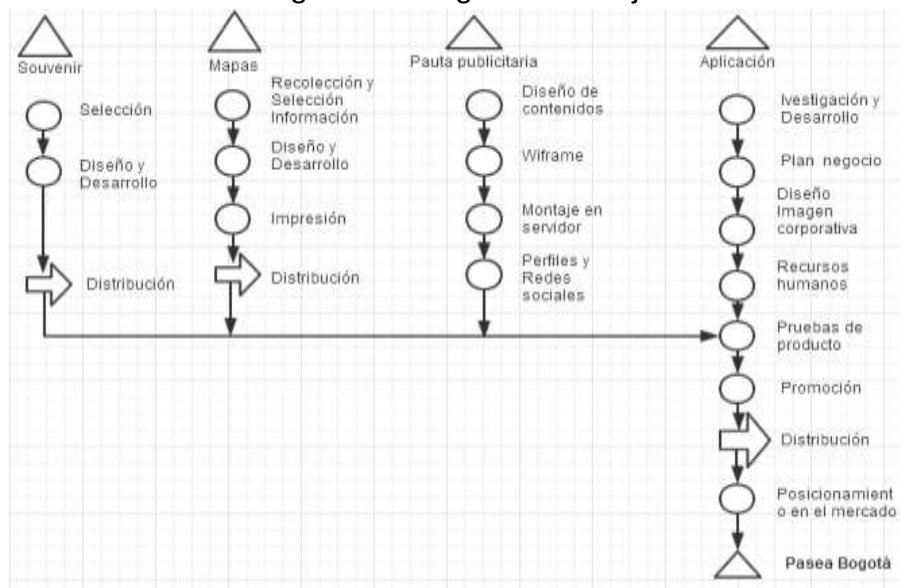
3 PRODUCCIÓN Y CALIDAD

3.1. PRODUCCIÓN

3.1.1 Proceso de elaboración

Para poner Pasea Bogotá al servicio de nuestros usuarios, necesitamos de la Investigación y desarrollo **I+D**, para poder recolectar la información necesaria que estructurará nuestro proyecto. De esta manera, entraremos a la etapa de generar un presupuesto de ingresos y egresos que nos permitirán desarrollar nuestros productos.

Figura 2. Diagrama de flujo



3.1.2 Tecnologías necesarias

Tabla 6. Tecnología para producir Pasea Bogotá

Equipos	Tecnología Moderna
Equipos de computo	X
software	X
Impresoras	X
Equipos de telefonía móvil	X
Dominio	X
Servidores	X
Certificado SSL	X
Base de Datos SQL Server 2005	X

Tabla 7. Costos Estrategia de comunicación

Producto	Costo Anual
Costos estrategia de distribución	\$ 223.000
TOTAL	\$ 313.000

3.1.3 Gestión de inventarios (stocks)

Tabla 8. Gestión de inventarios

Producto	stock año 1
Mapas ilustrados	800
Agenda	500
Pulseras	8,000
Mug	500

3.1.4 Costos

De 400 visitantes que llegan cada hora la ciudad según datos del Ministerio de industria y turismo, presupuestamos que el 50% de ellos descargarán nuestra aplicación.

Tabla 9. Composición Costos Operacionales

Egresos:	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Compras	\$5,017,000	\$6,266,400	\$7,670,000
Sueldos,seguridad,prestaciones	\$69,776,976	\$72,916,932	\$76,052,352
Serv. Publicos y Admon	\$4,200,000	\$4,389,000	\$4,577,727
Arrendamientos	\$8,400,000	\$8,778,000	\$9,155,454
Papeleria	\$1,200,000	\$1,254,000	\$1,307,922
Honorarios	\$7,392,000	\$7,724,640	\$8,056,800
Impuestos de Ica	\$417,000	\$1,036,000	\$1,192,000
Gastos preoperativos	\$8,778,969	\$13,656,188	\$13,656,188
Gastos Publicidad	\$9,768,000	\$0	\$0
Total costos	\$114,949,945	\$116,021,160	\$121,668,443
Utilidad (perdida) de Operación	-\$45,459,945	\$37,448,840	\$71,231,557
Intereses prestamo	\$10,166,667	\$6,166,666	\$2,166,666
Utilidad antes de impuestos	-\$55,626,612	\$31,282,174	\$69,064,891
Impuesto de Renta	\$0	\$0	\$0
Impuesto Cree	\$3,820,000	\$8,225,400	\$10,027,200
Utilidad (pérdida neta)	-\$59,446,612	\$23,056,774	\$59,037,691

Tabla 10. Composición costos fijos

costos fijos			AÑO 3
Nomina mensual			6337696
servicios publicos y administracion			381477
arrendamientos			762713
Papeleria			108993
honorarios contador			671400
COSTOS FIJOS			8262279

Tabla 11. Margen de Productos y Servicios

Pauta Publicitaria	Aplicaciones	Mapas ilustrados	Souvenires		
			Agenda	Pulseras	Mug
862	413	222	290	308	50

El producto de mayor venta en el año 3 son las Pautas Publicitarias.

El producto de menor participación en el portafolio es mug con una contribución de solo el 0.63%

El producto con mayor margen de contribución es la Pauta Publicitaria.

3.2 CALIDAD

3.2.1 Control de calidad

El control de calidad que realizaremos será a través del estudio de las siguientes variables:

Diseño: En el aspecto gráfico, se tendrá en cuenta el software y la habilidad de los diseñadores. Los gastos en el diseño están asociados al número de formatos que requiere la aplicación para operar en distintos sistemas operativos.

Codificación: Este proceso puede tardar desde semanas hasta meses, esta labor puede ser subcontratada y habitualmente se realiza en Europa y Asia por los menos ingresos asociados a dicha labor. Evidentemente, existe un costo por traducción y tiempo de desarrollo involucrado.

Testeo: En caso de tratarse de aplicaciones cuyo diseño aspira a una mayor versatilidad, los periodos de prueba pueden incrementarse exponencialmente a menos que se cuente con un equipo de evaluación adecuado y compatible con el tamaño y mercado objetivo del software, sin embargo este aspecto es determinado según su naturaleza y cuan compleja puede ser su usabilidad, lo cual influye directamente en el costo por concepto de tiempo de desarrollo.

Infraestructura: Las aplicaciones requieren interacción con servidores externos para su funcionamiento, de manera que a mayor número de usuarios la capacidad de los servidores debe incrementarse para mantener los ratios de carga/descarga en un rango aceptable.

Validación: Corresponde al proceso de adaptación a la regulación legal y operacional de cada tienda de distribución de aplicaciones.

Administración: Entre mayor sea al número de terceros involucrados en el desarrollo de las aplicaciones, mayor será el costo administrativo que será transferido finalmente al cliente.

3.3 EQUIPOS E INFRAESTRUCTURA LOCATIVA

3.3.1 Equipos e infraestructura necesarios

Nuestra oficina estará ubicada en Galerías, el espacio es de 12m² allí estarán ubicados los 6 puestos de trabajo.

Con el dinero que cada una de las emprendedoras vamos aportar que es de \$10.000.000 compramos el mobiliario de nuestra empresa y los equipos básicos. Entre los cuales están:

Tabla12. Infraestructura

Descripción	Cantidad	Valor Unidad	Valor total
Equipos de computo	7	\$ 1.600.000	\$ 11.200.000
Cubículos	6	\$ 750.000	\$ 1.500.000
Escritorio	1	\$ 250.000	\$ 250.000
Sillas	7	\$ 85.000	\$ 595.000
Sofá	1	\$ 500.000	\$ 500.000
Impresora láser multifuncional a color	1	\$ 750.000	\$ 750.000
Archivador para oficina	1	\$ 180.000	\$ 180.000
Teléfono inalámbrico	1	\$ 120.000	\$ 120.000
TOTAL			\$ 15.095.000

Tabla 13. Infraestructura y tecnologías

GASTOS DIFERIDOS	TOTAL
Afiliación Google Play	\$45.000
Afiliación App Store	\$177.996
Hosting página web	\$90.000
Costos estrategia de distribución	\$223.008
Servidores Web Certificados y asegurados	\$5,000.004
Certificado SSL	\$500.004
Base de Datos SQL Server 2005	\$8,012.004
Licencias adobe	\$2,600.124
Paquete contable SIIGO	\$330.000

Nuestra capacidad operativa instalada será del 60% y el nivel de utilización requerido dentro de la misma será del 30%. Tendremos un porcentaje del 10% que será el que se utilizará en los momentos donde se requiera mayor intervención tanto de horas de ingeniería y horas de trabajo

3.4 SEGURIDAD EN EL TRABAJO Y MEDIO AMBIENTE

3.4.1 Normativa de prevención de riesgos

Pasea Bogotá, se regirá bajo la **ley 1562 de 2012. Art. 1°** que relaciona El Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo SG-SST. Y la **ley 100 de 1993**. Sistema de prestación de servicios del Sistema de Seguridad Social Integral en Colombia

Para ello se tomarán las siguientes medidas dentro del subprograma de Higiene y Seguridad en el trabajo y el programa de Medicina preventiva y del trabajo:

- Se realizará un programa de inspecciones pre-operacionales de, equipos y software.
- Programa de mantenimiento a equipos
- Señalización y demarcación de áreas
- Elementos de Protección Individual EPI
- Programa de orden y aseo

Dichos programas se registrarán en los formatos respectivos para llevar un correcto control de los mismos.

3.4.2 Normativa ambiental y productos contaminantes

Los riesgos existentes en la Empresa están constituidos principalmente por:

CONDICIONES FÍSICAS

Iluminación

Ruido

Radiaciones

CONDICIONES QUÍMICAS

Contacto con productos irritantes
o alergénicos

Inhalación de gases y vapores

Polvo

CONDICIONES DE SEGURIDAD MECÁNICOS:

Golpes

Salpicaduras de químicos

ELÉCTRICOS:

Contacto indirecto (Máquinas y equipos sin la debida conexión a tierra).

Contacto directo (Controles y sistemas eléctricos energizados).

FISICOQUÍMICOS:

Incendio

Explosión

PÚBLICOS:

Tránsito

Desorden público

Delincuencia

CONDICIONES BIOLÓGICAS

BIOLÓGICOS:

Contacto de microorganismos patógenos (virus, hongos, bacterias)

CONDICIONES ERGONÓMICAS

CARGA FÍSICA:

Movimientos repetitivos (Miembros superiores)

Posiciones prolongadas e incómodas de pie o sentado

Flexión repetitivas (Tronco o piernas)

Hiperextensiones

CONDICIONES

PSICOSOCIALES

Altos ritmos de trabajo

Monotonía en la tarea

Sobrecarga de trabajo

Conflictos interpersonales

Supervisión estricta

Estrés

Hábitos o conductas inseguras

AMENAZAS NATURALES:

Movimientos sísmicos

Tormentas eléctricas

Inundaciones

4 ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

4.1 PLANIFICACIÓN Y PROGRAMACIÓN, PLANIFICACIÓN DE VENTAS

- Presenta el cronograma de cómo piensas cumplir tus proyecciones de ventas:

Teniendo en cuenta la estructura de costos y gastos fijos y el margen de contribución de la empresa, se llega a la conclusión que la organización requiere vender **2144 unidades** al año para no perder ni ganar dinero. Al analizar las proyecciones de ventas se determina que la empresa, en el Tercer año, alcanza el punto de equilibrio.

Tabla 14. Proyección de Ventas

	AÑO 3 Acumulado	cantidades vendidas	% Partc.	PRECIO DE VENTA	COSTO VARIABLE	Margen	Margen ponderado	Punto de equilibrio en Unidades
INGRESOS								
Desarrollo de aplicación 1	19600000	9800	35.50%	2000	1380	620	220	1368
Desarrollo de aplicación 2	6200000	3100	11.23%	2000	1380	620	70	433
Desarrollo de aplicación 3	6000000	3000	10.87%	2000	1202	798	87	419
Desarrollo de aplicación 4	8860000	4430	16.05%	2000	1774	226	36	618
Pauta Publicitarias	120000000	400	1.45%	300000	240508	59492	862	56
Mapas ilustrados	6510000	1302	4.72%	5000	300	4700	222	182
Agenda	14000000	400	1.45%	35000	15000	20000	290	56
Pulseras	10000000	5000	18.11%	2000	300	1700	308	698
Mug	1730000	173	0.63%	10000	2000	8000	50	24
	192900000	27605	100.00%				2144	3853

4.1.1 Planificación de producción

El proceso de producción de los productos que ofrece PASEABOGOTA están basados los requerimientos de diseño donde hay una planeación, diseño, desarrollo, pruebas y mantenimiento. Teniendo en cuenta que en la fase de planeación trabajarán únicamente los socios interesados en el proyecto y en el resto de fases si habrá un trabajo interdisciplinario para obtener productos de calidad.

4.1.2 Planificación de personal

PASEA BOGOTÁ necesita para poder comenzar a trabajar incorporar a: Ingeniero multimedia, Ingeniero de Sistemas, Administrador turístico y hotelero, un mensajero, el gerente general y el gerente de mercadeo, estas personas se incorporarán en el momento que se tiene proyectado para iniciar labores en febrero del próximo año. Mensualmente en la última semana de cada mes, el contador estará disponible toda la jornada para cumplir con sus labores contables.

4.1.3 Planificación de inversiones

Como la empresa la iniciamos con recursos propios, inicialmente no requerimos financiación para los activos fijos de la misma, ya al iniciar labores con cada uno de los profesionales necesitaremos acceder a un crédito de \$50.000.000. Sin embargo, se busca estar respaldado por el Fondo emprender al cual se le presentará el proyecto.

Tabla 15. Inversión y Activos Fijos

Periodo de inversión:	TOTAL
EQUIPOS	750,000
MUEBLES Y ENSERES	3,025,000
HERRAMIENTAS	120,000
COMPUTAD. PRODUC.	11,200,000
TOTAL	15,095,000

4.1.4 Sistema de evaluación de resultados

Nuestro proyecto inició desde mediados del 2014, cuando decidimos investigar acerca de la necesidad y los posibles resultados que los usuarios pueden esperar acerca del mismo. La implementación de éste se realizará desde el mes de diciembre para poder en Enero del 2015 tener todo listo para la iniciación oficial de labores.

4.2 ORGANIZACIÓN

4.2.1 Equipo

Tabla 16. Organigrama

Gerente		
Gerente de Mercadeo		
Departamento de Administración	Administrador de Empresas	Contador
Departamento de Ingeniería y diseño	Ingeniero Electrónico ó sistemas	Diseñadores
Servicios Generales	Mensajero	

4.2.2 Organización del trabajo

Tabla 17. Cargos y funciones

Cargo	Función	PERFIL
Gerente General	Es la persona encargada de planificar, dirigir y coordinar la empresa en sus diferentes operaciones de negocio	Diseñador Gráfico o industrial, Especialista en Gerencia Multimedia.
Gerente de Mercadeo	Es la persona encargada de planificar, coordinar y dirigir el área de publicidad y mercadeo de la empresa.	Diseñador Gráfico o industrial, Especialista en Gerencia Multimedia.
Departamento de Administración	Es la persona encargada en analizar, evaluar, las oportunidades del mercado, de la competencia, así mismo de evaluar la oferta turística que ésta presenta, teniendo en cuenta la calidad de los productos y servicios de la empresa.	Administrador de empresas ó Administrador turístico y hotelero con aptitudes comunicacionales
Departamento de	Es la persona encargada de Planificar y ejecutar procesos y/o	Contador público

Administración	recursos contables de la empresa, y hace el análisis e interpretación de los estados financieros de la misma.	
Departamento de Ingeniería y diseño	Es la persona encargada de desarrollar parte de nuestros productos tecnológicos y a la vez siendo líder en actividades colaborativas y de cooperación.	Ingeniero multimedia
Departamento de Ingeniería y Desarrollo	Es la persona líder capaz de planear, organizar dirigir y controlar una serie de actividades realizadas por un grupo de investigación y desarrollo de sistemas, que busca crear, diseñar, elaborar, mejorar o analizar un problema o sistema de información de una organización.	Ingeniero de sistemas o Ingeniero electrónico.
Servicios Generales	Es la persona encargada de realizar las labores de mensajería organizacional y de apoyo, de acuerdo con las normas y necesidades de la empresa.	Mensajero (Bachillerato y una experiencia de un (1) año a nivel operativo)

4.3 GESTIÓN DE PERSONAL

4.3.1 Proceso de selección

Teniendo ya la descripción de funciones y perfiles de los profesionales que necesitamos, procedemos a contratar una empresa especializada en reclutamiento de personal, a la cual se le indicará los perfiles, experiencias requeridas, además de las características personales teniendo en cuenta las 3s. (Saber, saber-hacer, ser).

Ellos, realizarán la *convocatoria* de las personas que cumplan con las competencias y características personales ya estudiadas.

Realizarán *la etapa de evaluación* donde realizarán una entrevista, una prueba de conocimiento y una prueba psicológica.

Luego ellos nos indicarán que personas cumplen con los requerimientos que les indicamos para nosotros realizar *la selección y contratación*, allí el profesional seleccionado firmará un contrato donde se le indicará las funciones, la remuneración, etc

Por último se realizará una *inducción* para que éste se adapte a las políticas y normas de la empresa.

4.3.2 Formación

Para la capacitación de nuestro personal establecemos unos estándares en los cuales haremos énfasis a lo que son: Recursos Materiales, actividades, requerimientos, ambiente de trabajo físico, y medidas de seguridad. Todo esto lo realizaremos con el fin de generar sentido de pertenencia hacia la empresa y estén abiertos a cambiar su mentalidad. Será un proceso continuo, lo cual permitirá buscar conocimientos y habilidades para estar al día con los cambios repentinos que suceden constantemente sobre todo en este sector tecnológico al cual hacemos parte.

4.3.3 Retribución del emprendedor

Nuestro sueldo se estipula en el estudio financiero sobre \$1.800.000, sin embargo este será variable dependiendo del nivel de rentabilidad que obtenga la compañía.

5. JURÍDICO – TRIBUTARIO

5.1 DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA

Nuestra empresa será una ***sociedad por acciones simplificadas SAS***, la cual nos conviene porque nos va a dar mayor credibilidad para poder acceder a un mercado más amplio, además porque podemos contratar como empresa.

5.1.1 Pasos para la tramitación de la forma jurídica de tu empresa

Los pasos que debemos tener en cuenta para la tramitación de la empresa son 10 los cuales son:

1. Desarrollar el objeto social: Nuestro objeto social será el desarrollo y creación de herramientas tecnológicas para hacer promoción turística y cualquier otra actividad lícita.

Nombre: PASEABOGOTA SAS

Domicilio: Calle 50 No. 27-10 Galerías Bogotá D.C

Teléfono: 2777510

Socios: Isabel Suarez M. CC. 1049618155 _ Sandra Torres T. CC. 463698525

Capital Inicial: El capital inicial para construir la sociedad será de \$ 5.000.000 los de los cuales aportaremos las 2 socias.

2. Crear el Acta privada 001, donde se relaciona a nuestra Representante Legal: Isabel Suarez M. y la suplente quien será la socia: Sandra Torres T. (con las formalidades que establece la Ley 1258 de 2008.)
3. Seguido de esto, en la cámara de comercio de la ciudad de Bogotá tramitamos el PRE RUT donde revisarán el nombre de nuestra empresa para verificar que no haya otra con un nombre igual y de esa manera proceder al registro.
4. Ya teniendo el nombre de la empresa nos dirigimos a la DIAN para sacar el RUT (Registro de la empresa) el cual tiene un valor del 0.7% del monto del capital asignado.
5. Abrimos la cuenta de ahorros de la misma
6. Con el certificado bancario tramitamos en la DIAN el RUT definitivo.
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.
8. En la DIAN, solicitamos una resolución de facturación, en principio manual. Sin facturas es posible contratar, pero no se pueden cobrar los servicios.
9. Toda compañía debe solicitar la Inscripción de Libros en la Cámara de Comercio; éstos serán el *Libro de actas* y el *Libro de accionistas*. La falta de registro de los libros acarrea la pérdida de los beneficios tributarios.
10. Se debe registrar a la empresa en el sistema de Seguridad Social, para poder contratar empleados.

5.1.2 Costo

Teniendo en cuenta la creación de una S.A.S con un capital de 5.000.000 y dos socios.

Tabla 18. Costos y Gastos de constitución empresa

PARTIDA	VALOR
Autenticación notaria. 2 Socios	\$ 6900
Registro en Cámara de comercio	\$ 220.500
Base \$5.000.000	0
Formulario de registro	\$ 4000
Derecho de inscripción	\$ 31.000
Matricula, Primer año	\$ 0
Certificados de existencia 2	\$ 8.600
Inscripción de los libros	\$ 10.000
TOTAL	\$ 281.000

<http://www.crearempresa.com.co/consultas/Preliquidador.aspx>

5.2. ASPECTOS LABORALES DEL EMPRENDEDOR

5.2.1 Seguridad social del emprendedor

PaseaBogotá tendrá personal por contrato fijo y personal por ccontrato por prestación de servicios, éste último se toma debido a que este no implica nada más que el valor y las condiciones que se pacten la cual está regulado por el código civil.

Dentro del contrato de servicios hay remuneración como si fuese pago de honorarios, eludiendo el pago de aportes parafiscales y de seguridad social. Asi mismo dentro del documento del contrato se estipula: duración de la transferencia, derechos transmitidos o concedidos, las lenguas involucradas, territorio, regalías, el objeto contractual: responsabilidad de las partes y el procedimiento para resolver las controversias. (Art 1495.Código Civil).

Requisitos:

El trabajador debe inscribirse en el RUT bajo régimen simplificado ya que está realizando una actividad gravada.

Los trabajadores deben afiliarse como independientes a:

- Seguridad social EPS
- Fondo de pensiones AFP
- Administradora de Riesgos Laborales ARL

Los trabajadores no tienen derecho a: Prima de servicios, Cesantías, Intereses sobre cesantías, Vacaciones, Liquidación y Auxilio de transporte.

En el caso del Mensajero y los gerentes, tendrán un Contrato fijo por lo cual estamos obligados a pagar Cesantías, Intereses sobre cesantías, auxilio de transporte, prima de servicios y vacaciones.

5.3. ASPECTOS LABORALES Y SEGURIDAD SOCIAL DE LOS TRABAJADORES

5.3.1 Modalidades contractuales

Contrato de Trabajo

El contrato de trabajo es el acuerdo por el cual una persona se compromete a prestar determinados servicios personales a otra (natural o jurídica) bajo continuada subordinación, cumpliendo órdenes e instrucciones, a cambio de una remuneración o salario. Este contrato es realizado entre el trabajador y su empleador.

Para poder suscribir un contrato de trabajo, se requiere ser mayor de dieciocho (18) años. Los menores requieren autorización del Ministerio de Protección Social y de sus representantes legales.

Tabla 19. Contratos

Tipo de contrato	Duración
Contrato a termino Indefinido	No se determina una duración definida.
Contrato por prestación de servicios	Se determina una duración definida.(póliza)

Jornada Laboral:

Así mismo, se puede acordar que la jornada diaria sea flexible, de tal forma que en la semana se completen las cuarenta y ocho (48) horas, distribuidas en un máximo de seis (6) días, donde el número de horas diarias laboradas deberá estar dentro de un rango entre cuatro (4) y diez (10), sin el pago de recargo por trabajo extra, teniendo en cuenta que las horas laboradas no deberán superar las cuarenta y ocho (48) horas semanales y éstas sean laboradas en la jornada diurna.

Tipo de Salario: Ordinario:

Remunera el trabajo ordinario. Existe un salario mínimo mensual vigente (SMLMV) que se define a finales de cada año por el Gobierno. Para el año 2014 es de COP \$ 616.027.

5.4. OBLIGACIONES TRIBUTARIAS O FISCALES

5.4.1 Impuestos

Los impuestos que debe pagar **Pasea Bogotá SAS** son los siguientes:

Tabla 20. Tabla de impuestos

Tipo de Impuesto	Porcentaje
Impuesto Renta anual	25% anual a partir del 3er año
Impuesto de Industria y comercio ICA	8 por mil
Retención en la fuente a título de impuesto sobre la renta a la Equidad- CREE	0,60%
IVA	5%

<http://www.puertogaitan-meta.gov.co/apc-aa-files/31353536396633393038313430346361/cartilla-impuestos-2013-actualizada-impre-cambios.pdf>

http://www.consultorcontable.com/cree/#_ftn1

5.5. PERMISOS, LICENCIAS Y DOCUMENTACIÓN OFICIAL

5.5.1 Permisos y licencias

Los permisos que necesitamos para poner a funcionar nuestro proyecto son:

- Ley 1341 del 2009: marco legal propicio para el desarrollo de contenidos digitales.
- MinCIT Ministerio de comercio industria y turismo,
- MINTIC Ministerio de tecnologías de la información y comunicación
- **Licencias por suscripción de la Suite de adobe** (El programa Value Incentive Plan (VIP)) \$2.600.000
- Una licencia de Paquete contable SIIGO \$330.000
- Artículo 9 de la Ley 23 de 1983: Protección de software.

5.5.2 Documentación oficial

Nuestra empresa estará obligada a llevar contabilidad financiera, en libros registrados, conforme a los principios de contabilidad generalmente aceptados. Por regla general, deben sujetarse en materia de clasificación a lo dispuesto por el plan único de cuentas para los comerciantes.

Los libros a registrar en Cámara de comercio son: *el Libro de actas y el Libro de accionistas* ya que la falta de registro de estos libros acarrea la pérdida de los beneficios tributarios

5.6. COBERTURA DE RESPONSABILIDADES

5.6.1 Seguros

Seguro de protección de datos: este seguro nos permitirá proteger la información tanto intelectual, y derechos de autor del material utilizado en la compañía.

Seguro de protección contra todos riesgos: La Póliza de Liberty Protección Comercial.

5.7. PATENTES, MARCAS Y OTROS TIPOS DE REGISTROS

5.7.1 Protección legal

Es necesario recurrir a la superintendencia de industria y comercio para realizar el registro de nuestra marca.

PASEA BOGOTA, es una marca **Mixtas**: Contienen un elemento nominativo (letras, palabras, o frases) como uno figurativo (gráfica abstracta o una figura).

Al realizar este tramite nuestra marca estar protegida en Colombia, por 10 años, el costo del estudio para verificar la marca es de **\$30.000**.

Tasa oficial: Deberá anexar el comprobante de la consignación donde conste el pago de la tasa respectiva que para el año 2014 es **\$712.500**,

Se ofrece una reducción del 15% en la tarifa de la solicitud del registro de marcas para aquellos solicitantes que sean MICROEMPRESAS y acrediten tal calidad. El valor a pagar, incluido el descuento, para el año 2014 será de **\$608.000**.

<http://www.sic.gov.co/drupal/marcas>

5.7.2 Registro de dominio

El proveedor Colombia hosting nos ofrece:

- 1 GB de espacio
- 5 correos corporativos
- Calidad Certificada ISO 9001:2008

Figura 3. Inversión Colombia hosting

<i>Servicio</i>	<i>Tiempo</i>	<i>Precio</i>
Hosting Personal	1 año	\$95,000
Dominios		
paseabogota.com	1 año	\$30,000
<i>Subtotal</i>		<i>\$125,000</i>
<i>IVA</i>		<i>\$20,000</i>
Total Inversión		\$145,000

6. FINANCIERO

6.1. PLAN FINANCIERO

6.1.1 Inversión total inicial

La inversión total para a la realización del proyecto es de \$70,00,000

6.1.2 Estructura de financiamiento

La inversión total para a la realización del proyecto es de \$70,00,000. Se aporta el 28% con recursos propios los cuales se destinan para activos fijos. El resto del dinero se proyecta que sea apoyo por parte del fondo emprender.

6.1.3 Costos indirectos

Tabla 21. Estados financieros

Egresos:			
Compras	\$5,017,000	\$6,266,400	\$7,670,000
Sueldos,seguridad,prestaciones	\$69,776,976	\$72,916,932	\$76,052,352
Serv. Publicos y Admon	\$4,200,000	\$4,389,000	\$4,577,727
Arrendamientos	\$8,400,000	\$8,778,000	\$9,155,454
Papeleria	\$1,200,000	\$1,254,000	\$1,307,922
Honorarios	\$7,392,000	\$7,724,640	\$8,056,800
Impuestos de Ica	\$417,000	\$1,036,000	\$1,192,000
Gastos preoperativos	\$8,778,969	\$13,656,188	\$13,656,188
Gastos Publicidad	\$9,768,000	\$0	\$0
Total costos	\$114,949,945	\$116,021,160	\$121,668,443
Utilidad (perdida) de Operación	-\$45,459,945	\$37,448,840	\$71,231,557
Intereses prestamo	\$10,166,667	\$6,166,666	\$2,166,666
Utilidad antes de impuestos	-\$55,626,612	\$31,282,174	\$69,064,891
Impuesto de Renta	\$0	\$0	\$0
Impuesto Cree	\$3,820,000	\$8,225,400	\$10,027,200
Utilidad (pérdida neta)	-\$59,446,612	\$23,056,774	\$59,037,691

6.1.4 Presupuesto de ingresos

Tabla 22. Flujo de efectivo

	total año 1	total año 2	diciembre	TOTAL AÑO 3
Inversión Inicial	20,000,000	-72,226,598	172,215,762	-143790679
Entradas de efectivo	0			
Aplicación (descargas)	4,480,000	10,500,000	2,000,000	19,600,000
Desarrollo de aplicación 2	210,000	5,000,000	690,000	6,200,000
Desarrollo de aplicación 3	0	4,900,000	640,000	6,000,000
Desarrollo de aplicación 4	0	3,300,000	960,000	8,860,000
Pauta Publicitarias	43,500,000	100,500,000	7,200,000	120,000,000
Mapas ilustrados	3,450,000	8,240,000	500,000	6,510,000
Agenda	9,450,000	10,500,000	350,000	14,000,000
Pulseras	7,600,000	9,000,000	1,280,000	10,000,000
Mug	800,000	1,500,000	130,000	1,730,000
	69,490,000	153,440,000	13,750,000	192,900,000
Prestamos	50,000,000	0	0	0
TOTAL ENTRADAS	139,490,000	234,653,402	199,715,762	242,009,321
Salidas de Efectivo				
Pago a proveedores	5,017,000	6,266,400	312000	7670000
Nomina	44,096,640	46,080,984	4005205	48062460
Gasto registro Empresa	1,013,500	0	0	0
Pago de prestamo	26,833,334	22,833,335	1,416,663	18,833,330
Gasto papeleria	1,200,000	1,254,000	108993	1307916
Gasto publicidad	9,768,000			
Servicio de Energia	1,200,000	1,254,000	108993	1307916
Servicio de Internet	1,200,000	1,254,000	108993	1307916
Servicio de teléfono	600,000	627,000	54497	653964
Servicio de Agua	600,000	627,000	54497	653964
Gasto de Administración	600,000	627,000	54497	653964
Seguridad social	11,523,384	12,041,928	1046641	12559692
Pago de cesantias	0	3,986,400	0	4165788
Intereses s/cesantias	0	469,920	0	491064
Vacaciones	1,954,860	2042832	2130672	2130672
Prima de servicios	3,986,400	4,165,788	2172462	4344924
Honorarios contables	6,578,880	6,874,920	597545	7170540
Honorarios Ingenieros	42,720,000	44642400	3880169	46562028
Gasto de arriendo	8,106,000	8470764	728621	8743452
Impuesto de Iva	7,751,000	29,458,480	0	22760880

Impuesto CREE	3,820,600	8,225,400	3907500	10027200
Retención en la fuente	5,539,200	6,096,000	529817	6357804
Reteica	230,800	319,530	0	344529
Impuesto ICA	417,000	1,036,000		1192000
Activos Fijos	15,095,000	0	0	0
TOTAL SALIDAS	199,851,598	208,654,081	21217765	207302003
Excedente	0	0	0	0

6.1.5 Utilidades y política de su distribución

El estado de resultados en el primer año, muestra una perdida por \$59.964.000. La rentabilidad bruta es del -1.8% anual. En el segundo y tercer año esta utilidad ya crece.

Tabla 23. Utilidad Neta

	Año 1	Año 2	Año 3
Utilidad (perdida) de Operación	-\$45,459,945	\$37,448,840	\$71,231,557
Utilidad (pérdida neta)	-\$59,446,612	\$23,056,774	\$59,037,691

6.1.6 Impuestos

PASEABOGOTA, debe pagar de pagar para impuestos lo que se relaciona en la siguiente tabla.

Tabla 24. Impuestos

ACTIVO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Impuesto de renta	0	0	0
Impuesto de Cree	\$3.820.000	\$8.225.400	\$10.027.200

6.2. SISTEMA DE COBROS Y PAGOS SISTEMA DE COBROS

6.2.1 Sistema de cobros

La empresa vende el 39% de contado, a 30 días el 32% , el 29% a 60 días.

6.2.2 Sistema de pagos

La empresa compra el 100% de contado ó dependiendo el flujo de caja solicita facilidad de pago a sus proveedores

6.3. RESUMEN DE LOS DATOS FINANCIEROS MÁS RELEVANTES

6.3.1 Proyecciones contables

Teniendo en cuenta la estructura de costos y gastos fijos y el margen de contribución de la empresa, se llega a la conclusión que la organización requiere vender **2144 unidades** al año para no perder ni ganar dinero. Al analizar las proyecciones de ventas se determina que la empresa, en el Tercer año, alcanza el punto de equilibrio.

Figura 4. Punto de Equilibrio



Resumen financiero.

La inversión total para a la realización del proyecto es de \$70,00,000. Se aporta el 28% con recursos propios los cuales se destinan para activos fijos. El resto del dinero se proyecta que sea apoyo por parte del fondo emprender.

- Las ventas inician en el mes de Abril del 2015. En el primer año se espera vender \$69.490.000
- En el segundo año se presupuesta incrementar las ventas en un 121% teniendo venta de \$ 153.470.000. Para el tercer año se espera tener ventas por \$ 192.900.000 correspondiente a un ascenso en las ventas del 26% con respecto al año inmediatamente anterior.
- El producto de mayor venta en el año 3 son las Pautas Publicitarias.
- El producto de menor participación en el portafolio es mug con una contribución de solo el 0.63%
- Teniendo en cuenta la estructura de costos y gastos fijos y el margen de contribución de la empresa, se llega a la conclusión que la organización requiere vender **2144 unidades** al año para no perder ni ganar dinero. Al analizar las proyecciones de ventas se determina que la empresa, en el Tercer año, alcanza el punto de equilibrio
- El tercer indicador de viabilidad financiera es el periodo de recuperación de la inversión o pri. Se calcula con el estado de resultados sumando las utilidades y restando la inversión hasta obtener cero. La inversión es de \$70,00,000. como la suma de las utilidades del primer y segundo periodo es superior, se puede decir que la inversión se recupera en el Tercer año.

7. VALORACIÓN

7.1. ANÁLISIS DE PUNTOS FUERTES Y DÉBILES

7.1.1 Análisis DOFA:

FORTALEZAS:

- Pasea Bogotá se presenta como un proyecto emprendedor en la ciudad de Bogotá, ofreciendo a turistas locales, e internacionales una propuesta para recorrer la ciudad de forma efectiva y rápida para aprovechar el tiempo.
- Pasea Bogotá inventiva el uso de herramientas tecnológicas propiciando el uso de plataformas digitales en las que el usuario interactúa con estas para acceder a la información.
- La información presentada en PASEA BOGOTÁ, es de alta confiabilidad y ha sido seleccionada tras un proceso de investigación, para que nuestros usuarios tengan información de calidad.
- PASEA BOGOTÁ, tienen un diseño bastante sobrio, para que los usuarios se sientan un equilibrio entre el diseño en el que se le presenta la información para que la aplicación, la página web y redes sociales tengan una excelente usabilidad para que los visitantes tengan una buena experiencia e interacción con nuestro proyecto.
- Proponerle al usuario una plataforma de fácil uso y acceso, que permita ejecutar su *software* sobre una amplia variedad de sistemas operativos, plataformas de comunicación y dispositivos.
- Contamos con un gran apoyo de profesionales, de diferentes áreas que permiten que PASEA BOGOTÁ, sea un proyecto prometedor.
- Uso de piezas gráficas como mapas que facilitan el acceso de la información, y que apoyan con recorridos a los turistas para recorrer a zona

DEBILIDADES:

- El uso de las aplicaciones móviles ha tenido gran acogida durante los últimos años, es por tal razón que existe gran competencia en el sector , que puede perjudicarnos a la hora de salir al mercado.
- mantener un diseño estéticamente funcional con constante actualización según los cambios de l mercado.
- Apoyar constantemente el área de finanzas puesto que poseemos poco conocimiento en el tema que puedes afectar nuestro plan negocios.

OPORTUNIDADES:

- Posicionamiento de la marca en el mercado en el sector del turismo como una herramienta para el viajero.
- Realizar convenios con empresas de la ciudad para ofrecerle al usuario descuentos o beneficios gracias a la alianza, ya sea en industrias como la hotelera, restaurantes, taxistas entre otras.
- Apoyo de entidades del gobierno con recursos humanos y financieros que invierten en proyectos de emprendimiento y que incentiva el usos de las tic.
- Lograr un gran número de descargas a pesar de que PASEA BOGOTÁ, tienen un costo bajo.

AMANEZAS:

- Creciente empresas que entran en el mercadeo con propuestas innovadoras en el sector turístico.
- Gran número de descargas de la aplicación para lograr posicionarnos en el mercado.
- Constante actualización y desarrollo de contenidos.
- Poco acceso masivo a internet en Bogotá.
- Poca infraestructura para el montaje de Instalaciones para el funcionamiento de Pasea Bogotá.

7.2. ESTRATEGIA DE DESARROLLO DEL PROYECTO

De acuerdo al análisis reflejado decidimos desglosar las estrategias por medio de la Matriz de Boston en la cual destacamos:

Producto estrella: Serán nuestros Pautas publicitarias nos brindaran una ganancia de casi el 50%, lo cual nos permitirá recibir ingresos que nos ayudaran a mejorar la rentabilidad del negocio.

Vaca: En esta categoría están ubicados los Mapas Ilustrados que nos generan ganancias, pero no son constantes y requieren mayor estrategia para poder convertirlo en un producto estrella.

Interrogante: El producto interrogante será la Aplicación que requiere mucha inversión para mejorar las ganancias, y generar estrategias que nos ayuden a potenciar este producto.

El perro: la tienda online a pesar de ofrecer buenos productos no tienen la fluidez requerida, tienen baja participación y nos genera pocos ingresos.

Figura 5. Estrategia Boston



7.3 ASPECTOS DE SOSTENIBILIDAD Y RIESGOS

PASEA BOGOTÁ necesita realizar los siguientes trámites para poder iniciar la actividad económica:

Trámites registrales A través de los cuales la empresa deja constancia de sus actos mediante los tramites específicos y laborales (*Los trámites específicos* corresponden a la ubicación física de la empresa y a la actividad económica. *Los trámites laborales* hacen referencia a todo lo relacionado con la contratación de personal.)

(<http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/viewFile/3552/2279>)

Así mismo buscamos favorecernos con la **Ley de Ciencia y Tecnología** (ley 29 de 1990 quien es la que regula las disposiciones para el fomento de la investigación científica y el desarrollo tecnológico, y la promoción de empresas basadas en innovación y desarrollo tecnológico.

(pensamiento & gestión, 21. Universidad del Norte, 1-25, 2006)

Ley de Fomento a la cultura del Emprendimiento (Ley 1014 de 2006, que tiene como objeto “Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país.

Fondo Emprender SENA (Ley 344 de 1996,) quien financia iniciativas empresariales provenientes y desarrolladas por aprendices, asociaciones de aprendices, universitarios o profesionales de instituciones reconocidas por el Estado.

CONCLUSIONES:

- Aspecto mercado:

Es evidente que la tendencia de los mercados es variable, donde las nuevas tecnologías, el gusto y las necesidades de los usuarios se transforman, por lo cual consideramos que si no invertimos el suficiente capital en investigación para lograr mantener actualizado nuestro proyecto quedáremos en muy poco tiempo atrás frente a la competencia.

- Aspectos Técnicos:

El no contar con el personal suficiente y capacitado para lograr mantener en red cada una de las plataformas que proponemos y no lograr prestarle el soporte necesario a estas y a nuestros usuarios puede generarnos problemas técnicos en nuestro proyecto. Por ello, debemos:

- Mantener información de interés para nuestros visitantes y actualizarla constantemente, pues éste es un factor fundamental para lograr gran número de descargas y lograr posicionamiento en el mercado.
- Tener los equipos e infraestructura necesaria para el desarrollo de PASEA BOGOTÁ.

- Aspecto Económico ó Financiero:

Debido al poco conocimiento en aspectos financieros, podemos tener problemas con el presupuesto, es necesario reforzar esta área con profesionales que nos puedan prestar una asesoría constante, para mantener el presupuesto y lograr las ganancias esperadas.

BIBLIOGRAFIA

MinTIC. (31 de 05 de 2012). *Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones*. Recuperado el 12 de 03 de 2013, de

<http://mintic.gov.co/index.php/mn-news/1247-colombia-busca-ser-lider-en-el-desarrollo-de-aplicaciones>

MinTic. (1 de 05 de 2012). *Boletín trimestral de las TIC Banda Ancha**. Recuperado el 20 de 02 de 2013, de Vive Digital Cifras primer trimestre de 2012: http://www.mintic.gov.co/images/documentos/cifras_del_sector/boletin_banda_ancha_vive_digital_1t_2012.pdf

MinTic. (2011). *Política de Promoción de la Industria de Contenidos Digitales*. Bogotá.

<http://www.appannie.com/app-store-analytics/>

<http://www.bogotaemprende.com/contenido/contenido.aspx?conID=3260&catID=797>

http://camara.ccb.org.co/documentos/11510_ciiudane4.pdf

<http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=31403>

<https://play.google.com/store/apps>

<http://wsp.presidencia.gov.co/Normativa/Leyes/Documents/ley156211072012.pdf>

<http://www.col.ops-oms.org/juventudes/Situacion/LEGISLACION/SALUDYDEPORTE/SL10093.htm>

<http://www.ccb.org.co/contenido/contenido.aspx?catID=132&conID=4232>

<http://www.crearempresa.com.co/consultas/Preliquidador.aspx>

http://en.investinbogota.org/sites/iib/files/ix_regimen_laboral_en_colombia.pdf

<http://www.puertogaitan-meta.gov.co/apc-aa-files/31353536396633393038313430346361/cartilla-impuestos-2013-actualizada-impre-cambios.pdf>

http://www.consultorcontable.com/cree/#_ftn1

<http://www.sic.gov.co/drupal/marcas>

(<http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/viewFile/3552/227>
9)