



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

TANIA NICOLE HERNANDEZ SUAREZ
NICOLAS GERARDO PACHECO CACHAYA

EMPRENDIMIENTO

MARIA CONSUELO CAICEDO
COMUNICACIÓN SOCIAL PARA LA PAZ

SKYAPPS

BOGOTÁ, D.C
NOVIEMBRE 2018

Tema:

Crear a través de la tecnología de la información y la comunicación, productos educativos para el desarrollo integral de la primera infancia, usando contenidos transmediales enfocados en el uso de aplicaciones móviles las cuales interactúan con dispositivos electrónicos.

Importancia:

Brindar la posibilidad de mejorar el aprendizaje, mediante herramientas dinámicas e interactivas para complementar el proceso de enseñanza en la primera infancia, enriqueciendo las prácticas pedagógicas que se centren en capacitar a los individuos de formas no convencionales, logrando de esta manera fomentar el desarrollo autónomo.

Como comunicadores sociales queremos resaltar la importancia de la creación de contenidos educativos, los cuales están enfocados a lograr una experiencia multimedia completa para el desarrollo motriz de competencias, la herramienta aplicativa será una gran ayuda para los padres al momento de enseñar en casa, fomentando la unión familiar en torno al uso del aplicativo.

Pertinencia:

Mediante la creación de aplicativos móviles que tienen como finalidad desarrollar la capacidad innata que tienen los niños de adaptarse al manejo de las nuevas TIC, se

busca enseñarles cómo utilizar internet con un enfoque educativo con la finalidad de que sean ellos mismos los que accedan al conocimiento.

De esta manera, se busca entregar una herramienta comunicativa a los padres para que sea de ayuda en el proceso de aprendizaje.

Actualidad:

El proyecto busca promover mediante nuevos canales de comunicación y dispositivos tecnológicos una herramienta basada en el uso adecuado de internet para fomentar el aprendizaje y la motricidad temprana de la población objetivo (Niños).

Novedad del negocio:

Skyapps es una empresa que trabaja de la mano de la última tecnología por medio de productos inteligentes brinda la posibilidad de desarrollar de forma dinámica un dispositivo de aprendizaje que facilite y apoye la labor de los padres y profesores en la formación educativa de los niños en la primera infancia.

Este escenario es propicio para inculcar valores a través de nuestros aplicativos móviles mediante la transmisión de mensajes en los cuales se enseñan normas de urbanidad, con el fin de que los niños mediante estas puedan desarrollar inconscientemente hábitos educativos y de comportamiento. En donde estos mensajes se combinen con dinámicas educativas como se verá a continuación:

Ejemplo: Un niño oprime el color azul en el juguete, es ahí cuando el aplicativo lanza la información sobre este color por medio de un audio, el cual le explicará al niño de dónde viene el color, para qué se utiliza, y a su vez muestra un gif gráfico que

recuerda la importancia de cepillarse los dientes todos los días. (Cepillo de dientes de color azul) con el fin de que los niños vayan asociando el color con un hábito positivo para sus vidas.

En cuanto a la música, será alegre y tranquila, estará acompañada con una guitarra y una voz suave, que se acomode al gráfico que aparece en la aplicación, por ejemplo, si en este caso se habla de cepillarse tres veces al día los dientes, la canción se referirá a esto y no durará más de 7 segundos, con el fin de lograr una experiencia multimedia completa.

En cuanto a la letra se utilizará un lenguaje sencillo y de fácil recordación, se utilizarán palabras comunes para estimular el aprendizaje a través del audio, la idea es que las canciones sean fáciles de recordar y el niño las cante, ya que el canto es la parte final del proceso de aprendizaje, la réplica.

Fundamentación:

El ser humano con el paso del tiempo ha venido transformado la manera en la que se comunica, es por eso que actualmente hacemos parte elemental del desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación, la cuales juegan un papel fundamental en la sociedad. Por esta razón es necesario crear soluciones a través de aplicativos móviles con el objetivo de que estos se conviertan en una herramienta de ayuda y apoyo educativo, que facilite el aprendizaje en la primera infancia.

Según una investigación realizada en el año 2013 por el informe anual del regulador de las telecomunicaciones en el Reino Unido (Ofcom), los niños de seis años manejan mejor la tecnología que los adultos de 45 años.

Este estudio nos permitió conocer el coeficiente digital (DQ) de 800 niños y 2.000 adultos británicos durante 2013. Debido a la llegada de la banda ancha en el año 2000 nació una nueva generación de niños del milenio, que, antes que hablar, ya aprenden cómo funcionan los teléfonos inteligentes o las tabletas electrónicas.

"Son estos jóvenes los que están dando forma a las comunicaciones" señaló la directora de investigación de medios de Ofcom, Jane Rumble:

“La evolución de las tecnologías de la información, particularmente a raíz del auge de los computadores y las redes teleinformáticas, han puesto al servicio de la educación lo mejor de las características del computador, es decir, dinamismo interactividad almacenamiento y procesamiento de la información. Gracias a ella, estamos ante una tecnología sin precedentes, sobre la cual se pueden construir sistemas educacionales que contribuyan a la transmisión de la herencia cultural, la promoción de nuevos entendimientos, la creación de modelos propios del pensamiento” (Galvis, 1997, P 90).

Ahora, al hablar de educación y comunicación, es importante definir en primer lugar que la educación es en esencia un proceso comunicativo, como lo define José Gregorio Hernández:

La educación es, en esencia un proceso de comunicación, por cuanto los participantes en el acto educativo intercambian significados a través de procesos de conversación, la cual puede ser oral, escrita, o a través de la imagen, la actuación u otras formas que los

humanos descubran y utilicen para hacerse entender de otros humanos. (Hernández, 1997).

Por otro lado a la hora de hablar de la importancia que tiene el dibujo en la primera infancia, se debe tener en cuenta que tanto los niños como los adultos manifiestan una realidad propia, es decir, interpretan de alguna manera el mundo en el que viven, es ahí donde el color también tiene un valor expresivo pues como lo plantea Jessica Vázquez Valdivia en su texto *El Valor Del Dibujo en la Educación Infantil* “ *los colores vivos son propios de los niños abiertos, bien adaptados al grupo; los colores apagados por otro lado caracterizan a los niños encerrados, independientes y frecuentemente agresivos.*”

Así mismo la superposición de colores expresa el conflicto de dos tendencias, por una parte está el aislamiento, la rigidez y el temor, y por otra la mezcla sin discriminación, la inmadurez y la impulsividad, pues cuando se dibuja se potencia en los niños pequeños la grafomotricidad y la mejora del trazo así como la coordinación motora y percepción visual trabajando de esta manera la imaginación y la creatividad, tan importantes tanto en pequeños como en mayores.

Para que la educación responda a las necesidades actuales y del futuro, debe dar cabida a las herramientas tecnológicas y hacer grandes esfuerzos para buscar la mejor manera de utilizarlas. Además, deben generar cambios que mejoren la calidad de la educación, en una concepción del desarrollo humano que satisfaga las necesidades de las generaciones futuras, permitiendo de esta manera la exploración de posibles soluciones en el desarrollo de estrategias para la aplicación de técnicas que permitan desenvolverse en su cotidianidad.

Por lo anterior, cabe resaltar la importancia que tiene la unión entre el dibujo y la música en la medida en que permite obtener un aprendizaje completo al utilizar todos sus sentidos pues son muchas las corrientes y estudios que afirman la importancia de la música en los primeros años de vida. Ya en el s. XIX y principios del XX, la Escuela Nueva considera que la música debe abarcar al hombre en su totalidad. Asimismo, pedagogos de Educación Infantil como Montessori, Decroly, las hermanas Agazzi, etc. también inciden en la importancia de la música en esta etapa.

“La música provoca en los niños/as un aumento en la capacidad de memoria, atención y concentración; es una manera de expresarse; estimula la imaginación infantil; al combinarse con el baile, estimula los sentidos, el equilibrio y el desarrollo muscular; brinda la oportunidad para ellos interactúen entre sí y con los adultos; etc. (Sarget, 2003).

Por esta razón las nuevas tecnologías de la información y comunicación han logrado una implantación tan rápida en nuestra sociedad que, en poco tiempo, han revolucionado numerosos aspectos de nuestras vidas. Aunque los adultos van adaptándose con cierta lentitud y dificultad, en comparación con la población más joven, que desde su nacimiento convive con ellas, sacándoles el máximo partido, hasta el punto de convertirlas en su seña de identidad pues según estudios como los realizados por Espinar y López (2009) afirman que cada vez son más tempranas las edades en las que los menores se convierten en usuarios habituales de las TIC. Aunque estas, sin duda, han contribuido a mejorar la calidad de vida de las personas. Finalmente, para llevar a cabo nuestro proyecto es necesario tener en cuenta la importancia que tiene el contexto familiar ya que como sabemos, *“la familia es considerada como la unidad social básica que debe cumplir funciones económicas, educativas, sociales y psicológicas que son fundamentales para el desarrollo de las personas y para su*

incorporación positiva en la vida social; de ahí que la familia se identifique como la base de la sociedad.” (Menéndez, 2001).

Para llevar esto a cabo se creará una aplicación móvil los conceptos básicos de los colores mediante juguetes que interactúen con el usuario y facilitan de esta manera el aprendizaje.

Por esta razón el modelo de aprendizaje teórico que proponemos es un enfoque diferente a los entornos móviles de enseñanza y aprendizaje, diferenciado del e-learning, con un ecosistema pedagógico propio. Las características de los dispositivos móviles, la portabilidad, conectividad, ubicuidad e inmediatez permiten que el conocimiento esté en continuo movimiento construyéndose y reconstruyéndose de manera flexible. Villalonga Gómez, C., & Marta-Lazo, C. (2015).

Descripción de la empresa:

Skyapps es una empresa dedicada al desarrollo de aplicativos móviles enfatizados en el aprendizaje, los cuales van ligados a juguetes interactivos que promueven la creatividad mediante prácticas dinámicas entre el usuario y la aplicación.

Razón Social: Skyapps S.A

Nombre comercial: Skyapps

Misión: Fomentar el uso de las tecnologías de la información y la comunicación en la sociedad, mediante la creación de aplicaciones que faciliten el aprendizaje en la primera infancia.

Visión: Para el año 2022 la empresa tendrá reconocimiento a nivel nacional, con gran participación en el mercado brindando aplicaciones reconocidas por satisfacer las

necesidades y expectativas de los usuarios, procurando el crecimiento tanto personal como profesional de nuestros empleados.

Objetivo General:

Crear soluciones comunicativas a través de aplicativos móviles y objetos inteligentes que se enfoquen al aprendizaje y desarrollo motriz de los niños de 2 a 6 años.

Objetivos Específicos:

1. Brindar las herramientas adecuadas para generar un canal comunicativo eficiente entre el aprendizaje y la lúdica.
2. Diseñar productos que se interconecten para ofrecer una experiencia multimedia completa.
3. Brindar soluciones que promuevan el uso de las nuevas tecnologías para el aprendizaje en la primera infancia.
4. Generar resultados educativos autónomos, en los niños.

Valores Corporativos

Responsabilidad: Skyapps promueve la responsabilidad social como elemento impulsor de una organización sostenible integrando así contenidos en los aplicativos móviles que promuevan la educación para el desarrollo íntegro del usuario.

Coherencia:

Para nosotros es fundamental enlazar el trabajo pactado con el cliente y la empresa, siempre procurando que los acuerdos se respeten para el buen desarrollo del proyecto de aplicativo.

Respeto:

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

Equidad:

Facilitamos el desarrollo integral del asociado y su familia, mediante la distribución justa e imparcial de los beneficios cooperativos.

Honestidad: Realizamos todas las operaciones con transparencia y rectitud

Solidaridad: Nos sentimos comprometidos con el acontecer de La Cooperativa y asumimos que nuestras acciones afectan a los demás.

Postura ética:

Relacionada con la competencia al ámbito empresarial, al cliente y a la formación humanística de la universidad Santo Tomás,

Ámbito Empresarial

En Skyapps reconocemos la importancia de poner en funcionamiento prácticas éticas en el desarrollo empresarial, ya que esto nos permite ser parte significativa de nuestra sociedad, tomando de esta manera decisiones que no afecten negativamente a la misma, por esta razón tenemos como base para la construcción y el desarrollo de la empresa una formación humanística en donde prime el bien común, formando relaciones basadas en el compañerismo, el respeto mutuo y la solidaridad.

Clientes

En Skyapps resaltamos la importancia que tienen nuestros clientes en nuestra organización ya que constituyen una parte fundamental del proceso creativo de nuestra empresa al ser los protagonistas de la acción comercial. Es por ello que debemos garantizar una respuesta acertada a sus demandas y resolver cualquier tipo de sugerencia o propuesta, puesto que el cliente es, por muchos motivos, la razón de existencia y garantía de futuro de la empresa, por lo cual es importante establecer unos principios y valores éticos puntuales que guíen a la organización a que las acciones que se llevan a cabo impacten en nuestro entorno.

Formación Humanística:

En Skyapps reconocemos el papel fundamental que juegan en la actualidad las empresas en la vida del ser humano, en la medida en que son un espacio en donde se desarrolla gran parte de su tiempo, en ese sentido, es necesario reconocer que el capital humano es el más importante dentro de cualquier empresa, por ende, las acciones que fomentan los valores y la ética, se deben establecer tanto con los clientes como con los empleados, actuando justamente y generando así un mejor ambiente laboral. Por consiguiente nuestra empresa trabajará en responder de manera ética, creativa y crítica a las exigencias de nuestro trabajadores y cliente brindando todas las herramientas y condiciones con el fin de aportar soluciones a las problemáticas y a las necesidades de la sociedad y del país generando mediante la transformación social un ambiente sustentable, de justicia y paz.

Descripción breve del producto o servicio. ¿Qué tipo de negocio es?

El producto es un aplicativo móvil junto con un juguete electrónico los cuales se vincularán entre sí, generando herramientas educativas que ayuden a estimular el aprendizaje con el uso adecuado de las nuevas tecnologías de la información.

Para llevar a cabo lo expuesto anteriormente se realizará la implementación de jingles y música que incluyan tanto mensajes de paz, como las normas de comportamiento adecuadas para los niños.

Para dar cumplimiento con nuestra visión humanista vincularemos a las madres cabeza de hogar para que realicen el ensamblaje de cada una de las piezas para el juguete.

A continuación encontrarán algunos ejemplos de jingles relacionados con lo dicho previamente:

- No olvides mirar a la derecha y la izquierda siempre que cruces la calle pasa por la cebra
- Si tus dientes quieres ver brillar tres veces al día los debes cepillar
- si quieres el mundo conocer un libro debes leer
- si grande y fuerte quieres ser debes alimentarte bien

En este apartado hablamos del contenido de los jingles con mensajes que motiven a los chicos para facilitar el trabajo de los padres como educadores en los conceptos básicos de la vida cotidiana, en este caso “cepillarse tres veces al día” para que ellos aprendan y disfruten hacerlo o el “color rojo”, que se aprenda de paso junto al sonido y a la ilustración.

El segundo ejemplo es el de cruzar la calle, algo que es fundamental que los niños aprendan, tener mucho cuidado en este entorno para así evitar accidentes y desde pequeños formar futuros ciudadanos más responsables y conscientes.

El tercero habla sobre leer, una actividad que es indispensable para cualquier ser humano, por esta razón, queremos generar el hábito de lectura

Tipo de negocio sector terciario:

1. Prestación de servicios.
2. Sociedad limitada.

Etapas del proyecto y etapas a seguir:

Las principales necesidades para iniciar la idea de negocio son:

- Contar con un computador para poder realizar el desarrollo técnico de los aplicativos móviles.
- También se requieren partes electrónicas
- Leds
- Un microcontrolador PIC
- Sensores de movimiento
- Resistencias
- Protoboard

Con que se cuenta:

- 5 Computadores,
- 6 Celulares Android,
- 2 Tablet Android,

- 2 Smart tv.

MARCO LEGAL:

Para lograr la protección de las aplicaciones móviles que vamos a crear se hará desde diferentes figuras jurídicas, entre las que se encuentran:

Nominativa: A través del nombre

Figurativa: Representación gráfica

La idea es generar lo que se conoce como una protección **mixta**, una unión entre las dos para que el aplicativo sea identificado como único.

Por lo anterior a continuación encontraran las normas más relevantes que rigen la protección de software en Colombia y en las cuales nos podemos apoyar:

- Decisión Andina 486 de 2000
- Decisión Andina 351 de 1993
- Ley 23 de 1982
- Ley 1450 del 16 de junio de 2011

Luego de una indagación nos pareció pertinente resaltar la de mayor peso haciendo referencia en la creación de una aplicación móvil:

“Definiciones legales relevantes de la Decisión Andina 351 de 1993

- **Autor:** "Persona física que realiza la creación intelectual". En el caso de software para aplicaciones es el desarrollador o programador que genera el

código, conocido también como el titular originario, siendo inicialmente el que tiene los derechos sobre el software, aunque luego los transfiera.

- **Obra:** Toda creación intelectual original de naturaleza artística, científica o literaria, susceptible de ser divulgada o reproducida en cualquier forma, el software es protegido por el derecho de autor, no se patenta como tal.
- **Programa de ordenador (Software):** Expresión de un conjunto de instrucciones mediante palabras, códigos, planes o en cualquier otra forma que, al ser incorporadas en un dispositivo de lectura automatizada, es capaz de hacer que un ordenador, un aparato electrónico o similar capaz de elaborar informaciones ejecute determinada tarea u obtenga determinado resultado protegiendo el código del software y no la función, por tal razón, existen varias aplicaciones de chat con diferente código sin que infrinjan sus derechos de autor.”

A la hora de realizar el procedimiento para la protección de los aplicativos móviles es necesario realizar una solicitud de registro en la Superintendencia de Industria y Comercio hasta obtener es la aprobación del aplicativo, posteriormente debemos vincularnos con Google Play Store con el fin de conseguir los derechos de autor globales, ya que cuando la aplicación es subida directamente a la tienda se aceptan los términos y condiciones los cuales explican que el aplicativo pertenece al finalmente al perfil o tienda que los está poniendo en venta.

Finalmente en el link adjuntado a continuación podemos apelar y llenar la solicitud on line para realizar el registro del aplicativo móvil:

- Registro de Código ante Dirección Nacional de Derecho de Autor y Software:

www.derechodeautor.gov.co.

Según google play store, las restricciones se aplican para cada categoría, en google se revisan los contenidos aptos para niños y se espera la aprobación para poderlos subir en la tienda, ellos manejan diferentes controles que el padre puede tener directamente desde la playstore:

Cómo funcionan los controles parentales

El funcionamiento de los controles parentales varía en las apps y los juegos, la música, las películas, la televisión y los libros. Los controles parentales para cada tipo de contenido no están disponibles en todos los países. Si viajas a una región donde no lo están, es probable que no funcionen hasta que regreses

Más información en: <https://support.google.com/googleplay/answer/1075738?hl=es-419>

1. ¿CUÁL ES EL PRODUCTO O SERVICIO QUE SE VA A VENDER?

El producto es un aplicativo móvil. APK

2. ¿CUÁLES SON LAS CARACTERÍSTICAS DE SU PRODUCTO Y / SERVICIO?

El producto es un aplicativo enfocado a prestar un servicio de enseñanza enfocado a los niños pequeños, con herramientas multimedia completas

3. ¿QUÉ PROBLEMA O NECESIDAD DEL CLIENTE VA A RESOLVER?

Para iniciar debemos tener en cuenta que en el momento de crear este aplicativo móvil pensamos en la necesidad que tienen los padres a la hora de enseñarle a su hijos los

primeros conocimientos en este caso la importancia que tienen los colores, la música y las buenas conductas en su vida diaria.

4. EXISTEN PRODUCTOS Y O SIMILARES EN EL MERCADO

Si

5. QUÉ INSTITUCIONES O EMPRESAS TRABAJAN EN EL MISMO SECTOR Y POR QUÉ SU IDEA PUEDE SOBRESALIR SOBRE LAS DEMÁS

Empresas que trabajan en el mismo sector:

Dokdoapps: Desarrollador de aplicativos móviles enfocados a primera infancia, en su mayoría son aplicaciones enfocadas a la música.

Premium Software: Desarrollador de aplicativos móviles enfocados a sonidos e imágenes simples que muestran información de diferentes temas, cada tema en una aplicación: sonidos de animales, sonidos de autos, sonidos para hacer dormir a los niños.

Leverage IQ: Desarrollador de aplicativos móviles de varios temas, se enfocan en galerías de imágenes.

Nuestra idea busca desarrollar aplicativos enfocados a los niños, primero con una interfaz gráfica diferente a la competencia un poco más creativa ya que pensamos priorizar el diseño estético de la app, segundo por el juguete inalámbrico que se incluirá, ya que al parecer ninguna de las aplicaciones del playstore lo tiene.

Además también los mensajes sonoros que incitan a los niños a aprender más sobre estas recomendaciones que los padres deben enseñarles, son propios de nuestro

aplicativo ya que realizando un barrido de las aplicaciones del mercado no encontramos una similar.

También nos enfocamos en la suavidad del producto sonoro, para el cual se escogieron melodías suaves y tranquilas que den la sensación de felicidad y tranquilidad y letras pegajosas que los niños puedan recordar fácilmente para que las repliquen.

6. ¿CÓMO GENERA INGRESOS Y EN QUÉ CANTIDAD?

Hay dos opciones de ingresos: la primera es comprar la aplicación (versión premium en la playstore en donde el comprador asume el costo de envío del juguete o directamente con nosotros lo cual incluiría el juguete), la segunda es la opción free que contará con publicidad, para poder ganar dinero de las compañías que deseen pautar con nosotros.

7. ¿CUÁL ES EL APORTE EN TÉRMINOS DE INNOVACIÓN O VALOR AGREGADO DE SU PRODUCTO Y O SERVICIO?

En términos de innovación Skyapps ofrece a sus usuarios a través de elementos como el color, la música y las letras, aprendizajes nuevos para la primera infancia.

Ejemplo: Un niño oprime el color azul en el juguete, es ahí cuando el aplicativo lanza la información sobre este color por medio de un audio, el cual le explicará al pequeño de dónde viene el color, para qué se utiliza, y a su vez muestra un gif gráfico que recuerda la importancia de cepillarse los dientes todos los días. (Cepillo de dientes de

color azul) con el fin de que los niños vayan asociando el color con un hábito positivo para sus vidas.

En cuanto a la música, será alegre y tranquila, estará acompañada con una guitarra y una voz suave, que se acomode al gráfico que aparece en la aplicación, por ejemplo, si en este caso se habla de cepillarse tres veces al día los dientes, la canción se referirá a esto y no durará más de 7 segundos, con el fin de lograr una experiencia multimedia completa.

En cuanto a la letra se utilizará un lenguaje sencillo y de fácil recordación, se emplearán palabras comunes para estimular el aprendizaje a través del audio, la idea es que las canciones sean fáciles de recordar y el niño las cante, ya que la reproducción es la parte final del proceso de aprendizaje, es decir la réplica.

8. ¿HASTA QUÉ PUNTO LA SOLUCIÓN LE OFRECE AL CLIENTE UNA UTILIDAD ÚNICA?

La aplicación móvil le ofrece al cliente una utilidad única porque el juguete se interconecta con la app para dar una experiencia más tangible al usuario. Son muy pocos los juguetes que se conectan con el móvil, y según nuestras investigaciones ninguno de la manera en que lo vamos a desarrollar.

¿ Cuáles son las personas que conforman su equipo de trabajo ?

- Tania Nicolle Hernández Suárez
- Nicolás Pacheco Cachaya
- Miguel Angel González Gómez

¿Cuál es el rol de cada integrante y en qué sobresalen?

EQUIPO DE TRABAJO	PROFESIÓN	COMPETENCIAS	TRABAJO A DESARROLLAR
<p>TANIA NICOLE HERNANDEZ SUAREZ</p>	<p>Comunicadora Social</p>	<p>A lo largo de su carrera aprendió el manejo de la suite de adobe la cual le permite crear contenidos innovadores por medio de las herramientas que ofrecen estos programas, así mismo cuenta con el conocimiento para construir una identidad en la empresa rodeada de confianza y buenas relaciones interpersonales, por otro lado está capacitada para</p>	<p>Comunicadora social, encargada de la estética, el diseño de la aplicación las ilustraciones, y encargada de la comunicación interna y externa de la empresa.</p>

		<p>generar mensajes dirigidos a crear, mantener o mejorar la relación con los diferentes públicos objeto del negocio.</p>	
<p>MIGUEL ANGEL GONZALEZ GOMEZ</p>	<p>Ingeniero Electrónico</p>	<p>a lo largo de su carrera se ha encargado de resolver problemas como el control de procesos industriales, sistemas electrónicos de potencia, instrumentación y control, así como la transformación de electricidad para el funcionamiento de diversos aparatos</p>	<p>se encargará de la electrónica de los aparatos que se interconectan con los aplicativos, persona encargada del código de la aplicación.</p>

		eléctricos.	
NICOLAS GERARDO PACHECO CACHAYA	Comunicador Social	<p>A lo largo de su carrera aprendió el manejo de la suite de adobe la cual le permite crear contenidos innovadores por medio de las herramientas que ofrecen estos programas.</p> <p>Ha estudiado música a lo largo de su vida, por ende tiene las cualidades que se requieren para generar una pieza auditiva para el cometido de la aplicación.</p>	Desarrollador de aplicativos, diseño de la aplicación, estética, ilustraciones, encargado de la parte sonora de los aplicativos, piezas sonoras.

¿Cuál es su red de contactos?

1. **Tienda de partes electrónicas**
2. **Empresa de impresión 3D**

Anexar cuadro de perfiles y de competencias

Hojas de vida adjuntas en el correo

¿ Qué equipo de recursos adicionales necesito?

Director Ejecutivo: Es el máximo responsable de la gestión y dirección administrativa de la empresa.

Directora Comercial: Es el cargo máximo dentro del departamento de ventas, su principal función es implementar planes de ventas que estén alineados a las metas y visión del planeamiento estratégico.

Director de Operaciones: Supervisa cómo está funcionando el sistema de creación y distribución de los productos de la empresa así como es el responsable de implementar los planes estratégicos y asegurarse de que toda la operación del negocio alcance sus metas en el tiempo y costo previsto.

Área de Recursos Humanos: Está compuesta por áreas tales como reclutamiento y selección, contratación, capacitación, administración o gestión del personal durante la permanencia en la empresa.

Área de Diseño: Busca el desarrollo del diseño mediante el estudio, análisis e interpretación de las relaciones sociales, culturales, políticas, económico productivas y ambientales que se crean, forman, constituyen e instituyen en contexto. Así mismo,

recupera, conserva, renueva, innova y desarrolla productos y servicios orientados a la adaptabilidad, habitabilidad y construcción de sentido en el marco de la sustentabilidad y **sostenibilidad para la vida humana digna y la vida de todas las especies.**

Departamento de Marketing: El objetivo del marketing es: crear, comunicar y entregar valor para determinado mercado objetivo con ganancia para la empresa.

Departamento:

RECURSO	INFORMACIÓN
TECNOLÓGICO	<ol style="list-style-type: none"><li data-bbox="852 1144 1404 1774">1. Impresora 3D:La impresora 3d es una herramienta que nos ayuda a diseñar los juguetes desde ordenador y plasmarlos sin tener que buscar un proveedor que nos imprima el producto, la empresa asumiría los costos de impresión más bajos y se ahorraría capital importante para otras áreas.<li data-bbox="852 1795 1404 1858">2. Digitalizadora: Este artefacto

	<p>electrónico nos ayudará a poder realizar un desarrollo estético de los aplicativos mucho más cercanos al dibujo y lograr aplicaciones estéticamente agradables.</p>
ECONÓMICO	
FÍSICO	<p>Para iniciar necesitamos un lugar de trabajo, específicamente que tenga una bodega donde se realice la producción y el almacenamiento de los juguetes finalizados así como varias oficinas en donde, para iniciar se encuentre la oficina del director ejecutivo, de la directora comercial, director de operaciones, luego de ello el área de diseño y marketing, área de recursos humanos y financiero y el área administrativa.</p>

¿ Quienes son sus aliados ?

Aliados estratégicos y comerciales

Fisher price

Mattel

Feria del hogar

Feria del juguete

Compradores

Padres de niños entre 3 a 6 años

Usuarios de google play store

Proveedores

Steren (tienda de electrónica)

Protoype3d (impresión 3D)

Google play (tienda virtual/gestor)

Las ventajas de estas alianzas son:

Fisher price: Es una de las empresas líder en la creación de juguetes diseñados para la primera infancia, lograr una alianza con ellos podrá potenciar la producción de nuestra aplicación móvil.

Mattel: Generar una alianza con mattel, nos ayudará a sobresalir en espacios publicitarios donde aún no tenemos alcance.

Feria del hogar: Lograr esta alianza nos ayudará a darnos a conocer como empresa pequeña, para que el comprador objetivo (padres) puedan conocer el producto a nivel local.

Feria del juguete: Lograr estar en esta feria nos ayudará a darnos a conocer entre los niños, también a mostrar otro tipos de juguetes más modernos y adaptados a las tic.

4. PLAN DE MERCADEO

¿Cuáles son los clientes o grupos de clientes potenciales?

Estos son los puntos que se tuvieron en cuenta para seleccionar nuestros clientes potenciales:

- 1) El primer grupo lo constituyen los padres que se encuentran laborando todo el día y que al llegar a la casa necesitan una herramienta novedosa que les ayude a facilitar la enseñanza de los primeros aprendizajes de su(s) hijo(s). Edad de los clientes: entre 25 y 45 años. Como margen de referencia se tuvo en cuenta la investigación realizada por la universidad de la Sabana y el ministerio de las TIC en la que puntualizan que a partir de los estratos 4, 5 y 6 la población cuenta con acceso a internet.

Para utilizar el aplicativo móvil se requiere de una preparación académica básica, lo mínimo es que la persona sepa leer y escribir, esto nos da facilidad para llegar a cualquiera que tenga acceso a un dispositivo móvil con sistema operativo Android.

- 2) Jardines infantiles que buscan nuevas herramientas que apoyen su metodología de aprendizaje de forma práctica y eficaz.
- 3) Las empresas que estarían interesadas en nuestro producto podrían ser Fisher-price, Hasbro, Hot Wheels y Ronda o similares, las cuales son reconocidas a nivel tanto nacional como internacional por la calidad de sus productos que buscan especialmente contribuir al aprendizaje de los niños en la primera infancia.

¿Cuáles son las necesidades y los problemas más significativos del cliente?

Las necesidades puntuales del cliente son:

1) Niños distraídos

Frecuentemente hay niños que se demoran más en aprender que otros debido a que se distraen con facilidad. Para sus padres es un problema recurrente que estos

pequeños prefieran enfocarse en el juego antes que en el aprendizaje básico. El aplicativo móvil propuesto por Skyapps ayudará a solucionar este problema brindando la oportunidad de aprender a través del juego. La multimedia juega un papel fundamental en este aspecto ya que los sonidos, las imágenes y la interacción evitan que los niños se distraigan y se enfoquen en los contenidos de aprendizaje.

2) Niños a los que no se les dedica suficiente tiempo

En caso de que los padres estén ocupados y no dispongan del tiempo para educar a su(s) hijo(s), el aplicativo tiene la facilidad para que estos puedan usarlo solos. La idea es que los pequeños tomen los contenidos como un juego para que no se les haga tediosa la tarea de aprender.

De acuerdo con lo anterior, el aplicativo está desarrollando la propuesta de una enseñanza autodidacta a muy temprana edad, creando hábitos de estudio en el niño para que se le facilite el proceso de educarse y que, para ello, no dependa siempre de la ayuda de sus padres.

¿Quién, dónde está y por qué compra el cliente?

- Los clientes son padres, maestros o cualquier persona que desee utilizar la herramienta como método de enseñanza para niños.
- El grupo de clientes potenciales está en Bogotá principalmente, ya que por cercanía pueden ponerse en contacto con nosotros. Pero debido a que es posible obtener el aplicativo por medio de internet, el cliente puede encontrarse en cualquier lugar y adquirir el producto. Gracias a la Play store podemos realizar ventas a nivel nacional y mundial.

¿Por qué compra el cliente?

- El cliente compraría el producto porque es una herramienta multimedia llamativa e innovadora, que se enfoca en apoyar el aprendizaje de los niños.
- El precio es muy bajo, lo que hace que el cliente no tenga que preocuparse por hacer gastos excesivos.
- Constantemente estaremos en contacto con nuestros clientes para brindar soporte técnico en caso de que se presenten fallas tanto en la aplicación como en el juguete.
- Las ventajas tecnológicas que ofrecemos para reforzar y complementar las herramientas educativas son un referente llamativo para que curiosos adquieran el producto.
- Ofrecemos mayor comodidad a nuestros clientes pues condensamos información pertinente en el aplicativo para que no tengan que gastar en otros recursos y solo usen el dispositivo móvil.

¿Cómo se debe llegar al cliente?

Nos podemos vincular directamente con instituciones educativas de pre-kinder o los llamados jardines infantiles para promocionar el aplicativo. Otro potencial escenario son las ferias de emprendimiento directamente en alianza con el Ministerio de Tecnología y

el Ministerio de Educación. También proyectamos realizar convenios con empresas dedicadas a la distribución de juguetes infantiles, como Fisher Price, Ronda, Hasbro, Mattel, Hot Wheels etc..

Canal de Promoción		Razones por las cuales el canal es idóneo
Redes Sociales		Para el uso de las redes sociales como medio de difusión del aplicativo utilizaremos las siguientes: Facebook: Es una plataforma de red social en la cual los usuarios pueden mantenerse en contacto continuo con un grupo de amistades e intercambiar con ellos

		<p>cualquier tipo de contenido.</p> <p>Instagram: Es una red social en donde los usuarios puede crear diversos contenidos de forma más interactiva y puede acceder a varios contenidos de su interés.</p>
Televisión		<p>En televisión se requiere una gran inversión, sin embargo gracias al rating podemos lograr una gran expansión a nivel local del producto.</p> <p>El horario para pautar y dirigirnos a nuestro público objetivo sería en la mañana entre 7:00 a.m. y 11:00 a.m. o en</p>

		<p>la noche 7:00 p.m. a 9:00 p.m. , en el horario de la mañana el mensaje publicitario puede llegar a amas de casa que realizan quehaceres y en la noche a padres que trabajan todo el día y lleguen a ver televisión.</p>
Ferias de tecnología		<p>En ferias de tecnología podemos divulgar el producto debido a la innovación que implica el diseño propuesto. Estas ferias se traducen en espacios idóneos para hacer contacto con clientes potenciales que tengan interés por la tecnología.</p>

Feria del libro		En la feria del libro a nivel nacional podemos enfocar nuestras promociones hacia la enseñanza pues ninguna empresa ofrece un producto similar al nuestro. En consecuencia podemos lograr contactos para trabajar en proyectos cuyo objetivo sea educar.
Ferias de emprendimiento		Como espacios pensados para realizar contactos, estas ferias atraen inversores a los que pudiera interesarles la propuesta de Skyapps dada su condición novedosa. También podemos

		encontrar clientes y hacer contactos para lograr alianzas estratégicas.
Revistas		En revistas específicas de interés tecnológico, (por ejemplo Enter), de educación (Semana educación) y de padres (BabyBjörn) de esta manera poder llegar a públicos específicos que pueden convertirse en nuestros clientes potenciales.

Periódicos

En el periódico podemos encontrar todo tipo de público, por ende nos abre posibilidades para darnos a conocer en un ámbito regional.

El contacto con los periódicos debe ser online, ya que de esta manera podemos crear alianzas estratégicas en cuanto a la publicidad, en la página del periódico puede aparecer mención de la compañía Skyapps y viceversa, nosotros en la aplicación podemos poner una pequeña publicidad del periódico online.

Por lo anterior el aplicativo contará con

		<p>dos opciones, la primera de ellas es la versión gratuita la cual tendrá en su contenido algunos avisos publicitarios de los patrocinadores.</p> <p>Por otra parte está la versión premium, la cual tendrá contenido adicional y sin avisos publicitarios.</p>
Página Web		<p>A través de nuestra página web podemos brindar información completa y detallada sobre Skyapps y nuestros productos, dando al cliente un panorama amplio sobre nuestro producto.</p>

¿Quién es la competencia?

Empresa	Descripción
Dokdo Apps	Desarrollador de aplicativos móviles que se enfocan en la primera infancia. Son nuestro principal competidor ya que constantemente diseñan aplicativos para niños. La diferencia es que ellos no logran el enlace con un juguete físico, solo lanzan aplicativos.
Premium Software	Desarrollador de aplicativos móviles enfocados a sonidos e imágenes simples que muestran información de diferentes temas. Es un competidor que diseña aplicaciones básicas pero concisas, tampoco trabaja en nuestro tema principal que es el internet de las cosas enfocado a educación.

<p>Leverage IQ</p>	<p>Desarrollador de aplicativos móviles de varios temas, se enfocan en galerías de imágenes, nos pueden hacer competencia generando contenidos de aprendizaje, aunque no lo realizan a un nivel multimedial como tenemos planeado en Skyapps.</p>
---------------------------	---

¿Quiénes son los principales proveedores de mi competencia?

En la investigación realizada encontramos que existen otras empresas que se enfocan únicamente en el desarrollo del aplicativo, pero no en lograr la interconexión entre un juguete y el teléfono móvil. Es por esta razón que Skyapps marcará el inicio de una nueva era tecnológica en nuestro país para contribuir a la educación de nuestras futuras generaciones.

¿Cuáles son sus puntos fuertes y débiles?

<p>Puntos Fuertes</p>	<p>Puntos Débiles</p>
------------------------------	------------------------------

La innovación en las herramientas de aprendizaje para la primera infancia, las cuales de una manera no convencional se enfocan en algunas fallas que los padres pasan por alto sin darse cuenta.

Estas fallas son:

- No enseñar normas básicas de comportamiento en infantes.
- Temas que pueden pasar por alto los padres para enseñarles a sus hijos, la aplicación se los recordaría.
- Podrían pasar más tiempo con sus hijos pues pese a que la aplicación ofrece la posibilidad de aprender de manera autónoma, la idea es que también los padres se unan a la dinámica del juego interactivo.

1) La inexperiencia en el mercado laboral de productos para la primera infancia.

2) La inexperiencia en el mercado digital de aplicativos móviles.

3) El manejo de publicidad por parte de la empresa para darnos a conocer.

4) Desconocimiento de las estrategias adecuadas para generar ventas.

5) Desconocimiento de las vías idóneas para generar convenios con otras entidades asociadas al mercado de los productos relacionados con educación y tecnología.

6) Desconocimiento de las estrategias idóneas para lograr el posicionamiento de nuestra marca.

Nuevas metodologías de enseñanza, las cuales se adaptan al constante cambio tecnológico de la sociedad, transformando las vías tradicionales de la educación, haciéndola más amena mediante recursos gráficos y sonoros, que se unen para brindar una experiencia multimedia completa. Esta experiencia multimedia ayuda a un niño pequeño a desarrollar sus sentidos, su capacidad para recordar y distinguir colores y formas que a futuro le ayudarán a reconocer su realidad más rápido, acelerando el proceso de educación personal en etapas tempranas de la vida.

¿Cuáles son nuestros competidores directos e indirectos o sustitutos?

En cuanto a los competidores directos, en la investigación realizada no se han encontrado, existen empresas que venden productos que se articulan con aplicativos móviles pero son drones y autos a control remoto. Un juguete con las mismas o características similares no existe.

Los competidores indirectos son aquellos que hemos estado mencionando, que si bien ofrecen un producto similar que ayuda a aprender no han creado una app que tenga características similares a la que nosotros estamos diseñamos.

Entre ellos están:

- Dokdo Apps
- Premium Software
- Leverage IQ
- Mattel
- Fisher Price

¿Cómo se puede diferenciar el producto de la competencia?

Skyapps pensando en la proyección de la educación, ha decidido implementar la tecnología para las futuras generaciones creando de esta manera herramientas innovadoras que contribuyan y faciliten a los padres fomentar el aprendizaje de sus hijos a edades tempranas.

Es por esta razón que en la primera fase se implementarán buenas conductas como mirar ambos lados de la calle antes de cruzar, respetar a los mayores, cepillarse los dientes 3 veces al día, identificar posibles elementos riesgosos que no se deben usar, tener cuidado al subir o bajar escaleras, identificar alimentos consumibles y consejos de convivencia enfocados en la paz, los cuales van acompañados de dinámicas gráficas y sonoras, vinculando su uso con el juguete, creando una experiencia más realista.

Skyapps propone el diseño de un producto innovador y diferente a los que existen en el mercado actual, que se enfoca en el aprendizaje de la primera infancia mediante colores y animaciones interactúen con el usuario y el juguete físico.

·¿Cómo está segmentado su mercado? (Geográficamente: países o regiones/ demográficamente: edad, sexo, ingresos y profesión/ estilos de vida: ecologistas, vegetarianos, sedentarios etc.../ comportamiento en la compra: frecuencia de uso o compra del producto: datos y cifras de fuentes oficiales).

No es necesario que se utilicen todas estas categorías, sólo se deberán elegir las que estén acorde con las necesidades del modelo de negocio.

A propósito, un artículo publicado por la revista Dinero, cita un informe de la consultora estadounidense App Annie, con sede en California (EE.UU), el cual mostró los históricos resultados del mercado de aplicaciones durante el tercer trimestre del año. Este informe muestra que entre agosto y septiembre del 2017, las descargas de aplicaciones móviles en las tiendas iOS y Google Play llegaron a 26.000 millones en todo el mundo, lo que supone un crecimiento del 8% en el tercer trimestre frente al segundo trimestre del año. La tasa de crecimiento intertrimestral es la más alta desde enero-marzo de 2016.

Este número es particularmente destacable, ya que en el análisis solo se incluyen las nuevas descargas y no las reinstalaciones o las actualizaciones de las aplicaciones en las tiendas.

Actualmente, el mercado colombiano muestra ventas estimadas en 250 millones de dólares al año en juguetes. El número de niños, personas menores de 12 años, está cercano a 13 millones. Es evidente que existen factores que han puesto a los fabricantes de juguetes a pensar en nuevas alternativas teniendo en cuenta que los jóvenes y niños del mundo están más adheridos a los recursos tecnológicos, aseguró Diana Leal, Country Manager de Hasbro Colombia, para un artículo de la revista Pym.

¿Qué estrategias utilizará para captar la atención del cliente?

Como estrategia de publicidad de nuestra marca [utilizaremos el Marketing de Recomendación](#): Una estrategia que busca conseguir que un cliente satisfecho pueda actuar como prescriptor y/o “recomendador” de nuestra marca, con el fin de comenzar un nuevo ciclo en la búsqueda de nuevos clientes.

Por otra parte utilizaremos el marketing digital ya que este fenómeno viene aplicándose desde los años 90 como una forma de trasladar las técnicas de marketing offline al universo digital mediante acciones y estrategias publicitarias o comerciales que se ejecutan en los medios y canales de internet.

¿A qué medios de comunicación recurrirá para hacerlo?

Para promocionar nuestro producto utilizaremos los siguientes medios de comunicación:

REDES SOCIALES

Facebook: Es una plataforma de red social en la cual los usuarios pueden mantenerse en contacto continuo con un grupo de amistades e intercambiar con ellos cualquier tipo de contenido.

Instagram: Es una red social en donde los usuarios puede crear diversos contenidos de forma más interactiva y puede acceder a varios contenidos de su interés.

FERIAS

Las ferias pueden brindarnos varias oportunidades como compañía, cada tipo de feria nos puede aportar dependiendo de la temática que se maneje, a continuación explicamos aquellas que son pertinentes con relación a nuestro proyecto de negocio:

Feria de Tecnología

Podemos divulgar el producto debido a la innovación tecnológica que estamos diseñando, es un espacio ideal en donde encontramos clientes potenciales que tengan un gusto adquirido por la tecnología.

Feria del libro

Podemos enfocarnos hacia la enseñanza, ya que siempre hay empresas que hacen presencia en este evento, pero ninguna que ofrezca un producto similar al nuestro, podemos lograr contactos para trabajar en proyectos a futuro en pro de la educación.

Feria de emprendimiento

Con el fin de dar a conocer nuestro aplicativo móvil participaremos en distintas ferias de emprendimiento mostrándole los beneficios de nuestro producto, en donde podemos vincularnos con algunos contactos, los cuales pueden invertir en el proyecto afianzando de esta manera alianzas estratégicas para la divulgación plena de la empresa.

¿Qué precio tiene su producto o servicio?

El producto tiene un precio de \$70.000

¿Cual es el precio del producto y /o servicio de nuestra competencia?

Bongi es un juego que mediante el escaneo del código de barras con el celular permite ver el contenido de las cartas en tercera dimensión. El precio de este producto es de \$40.000.teniendo en cuenta que hace parte de un de las compañías de juguetes más grandes Ronda

¿ Cual seria el precio que un cliente estaría dispuesto a pagar ?

Según un estudio realizado por CC& C Customer Care & Consulting en a Alemania, se dio a conocer por medio de una encuestas realizadas a más de 4.000 personas que el 83% estaría dispuesta a pagar un precio más alto por un producto en donde se cuente con un excelente servicio y un alto grado de orientación al cliente con el fin de que se conozcan las novedades que aporta el producto con respecto a los de gama más baja. Por otro lado encontramos que el El 60% espera además que los productos de primera línea sean líderes en cuanto a innovación dentro de su sector, y el 69% demanda en particular el compromiso de la empresa con la protección del medio ambiente.

De la misma manera en mayor o menor medida todos los cliente son sensibles a pagar más en el caso de conseguir los beneficios de la compra o percibir otros adicionales como en este caso en el que al adquirir la aplicación podrá llevarse a casa el juguete,

con el que su hijo podrá interactuar personalmente y descubrir todos los beneficios educativos que este producto ofrecer. Por lo anterior la adquisición del aplicativo con la versión premium y el juguete tendría un precio de \$50.000.

¿Qué método de pago es el preferido por los clientes (pagos puntuales, pagos periódicos?)

El método de pago que Skyapps utilizará es el pago puntual del producto por medio de la plataforma de play store en donde puedes comprar apps y contenido digital con las formas de pago de tu cuenta de Google. teniendo en cuenta que si es la primera vez que haces una compra, se agregará la forma de pago a tu cuenta de Google

Las formas de pago disponibles varían según el país, aquí en Colombia existen las siguientes forma de pago:

Tarjeta de crédito o débito:

Puedes agregar las siguientes tarjetas de crédito o débito a tu cuenta:

American Express

MasterCard

Visa

Visa Electron

Facturación del operador de telefonía celular:

Mediante algunos dispositivos móviles y planes de servicio, puedes cargar compras en la factura de tu proveedor. Actualmente el proveedor participante aquí en Colombia es la empresa de telefonía Claro, tenga en cuenta que cuando hagas una compra, se mostrará el cargo en la cuenta de tu proveedor después de 15 minutos.

Por lo anterior es importante tener en cuenta que a la hora de comprar la aplicación se contará con un rango aproximado de entre 24 a 72 horas en el que se le hará entrega del juguete para que utilice la aplicación y todos los beneficios que esta app ofrece.

Como se puede distribuir el producto .. Canales de comunicación al por menor, mediante terceros agentes o vendedores, franquicias, mayorías o establecimiento propio

El producto se puede distribuir de dos maneras, la primera es virtual que se puede comprar mediante la playstore de Google, la segunda es directamente con nosotros, se puede hacer a través de internet y realizar el envío a la persona en la casa.

Entre los canales de comunicación que consideramos aptos para usar se encuentran las redes sociales cómo Instagram y Facebook, las cuales son utilizadas por nuestro público objetivo de clientes potenciales.

La venta se realiza al por menor inicialmente, si el cliente desea conseguir una cantidad mayor se puede hacer un descuento directamente con nosotros para adquirir el producto al por mayor.

¿Cómo se puede distribuir su producto? (Canales de comunicación, al por menor, mediante terceros, agentes o vendedores, franquicias, mayorías o establecimiento propio).

El canal principal para la distribución de nuestro aplicativo móvil es la **Playstore** que se encuentra en los dispositivos android.

Para hacer la distribución de nuestro producto final se tendrán en cuenta las siguientes condiciones:

1. **Skyapps Premium:** El cliente tendrá una canal directo con nosotros a la hora de adquirir el aplicativo en su versión premium, obteniendo el producto (juguete) directamente en su residencia.
2. **Skyapps versión gratuita:** El cliente podrá adquirir el producto (juguete) en nuestro establecimiento, el cual tendrá un costo de 50.000 \$.
3. **Distribución en almacenes de cadena:** Realizaremos convenios con almacenes de cadena como Éxito y Pepe Ganga, con el fin de distribuir nuestro producto con marcas como Ronda y Mattel dando a conocer nuestro producto y su funcionalidad, teniendo en cuenta que al tener el producto (juguete) este contará con un instructivo para descargar el aplicativo y disfrutar de todos los beneficios que Skyapps ofrece.

¿Cómo se llega a los clientes? (Publicidad tradicional, mercadeo directo, mercadeo digital, telemercadeo, relaciones públicas, exposiciones y ferias).

Para llegar a nuestros clientes utilizaremos la siguientes herramientas publicitarias.

- **Página Web:** Se implementará una página web en donde brindamos información completa y detallada de Skyapps y viceversa y pondremos publicidad del aplicativo móvil. Posteriormente se generará un vínculo desde la página web al aplicativo mediante un anuncio que indicará cómo conseguir el producto (juguete) haciendo clic encima. Al momento de entrar a la playstore tendrán que llenar los datos solicitados y finalmente se hará el envío.
- **Redes Sociales:** Para el uso de las redes sociales como medio de difusión del aplicativo utilizaremos las siguientes:
 - Facebook:** Es una plataforma de red social en la cual los usuarios pueden mantenerse en continuo contacto con un grupo de amistades e intercambiar con ellos cualquier tipo de contenido.
 - Instagram:** Es una red social donde los usuarios pueden crear diversos contenidos de forma más interactiva y acceder a información de su interés.
- **Ferias de tecnología:** Podemos divulgar el producto debido a la innovación que implica el diseño propuesto. Estas ferias se traducen en espacios idóneos para hacer contacto con clientes potenciales que tengan interés por la tecnología.
- **Ferias de emprendimiento:** Como espacios pensados para realizar contactos, estas ferias atraen inversores a los que pudiera interesarles la propuesta de Skyapps dada su condición novedosa. También podemos encontrar clientes y hacer contactos para lograr alianzas estratégicas.

- **¿Cuál su estrategia de posicionamiento?** (Logo, papelería, reglas de uso la marca, slogan).

El logotipo debe conectar con su público objetivo sirviendo de puente entre la marca y la fidelidad del consumidor, por tal razón les presentamos nuestro logo.

LOGO



TIPOGRAFÍA: La tipografía corporativa de Skyapps es Going Merry, la cual es usada en toda la papelería y en toda material promocional de la empresa.

0065	0066	0067	0068	0069	0070	0071	0072	0073	0074	0075	0076	0077	0078	0079	0080
A	B	C	D	E	F	G	H	i	j	K	L	M	N	O	P
Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z						
0081	0082	0083	0084	0085	0086	0087	0088	0089	0090						
Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z						

PSICOLOGÍA DEL COLOR: A la hora de realizar el diseño del logotipo escogimos el color azul como representación de nuestra marca, este color favorece a aquellos niños que son muy activos y que se suelen irritar con facilidad, permitiéndoles relajarse y aprender con mayor facilidad. Por otra parte el color azul se seleccionó para enfatizar en el nombre de nuestra empresa Skyapps ya que su traducción literal al español significa cielo de aplicaciones.

SIGNIFICADO DEL KOALA: Para los aborígenes australianos el koala tiene el significado totémico de conexión con la tierra, la protección, el recreamiento de la calma y la confianza que da la tranquilidad y la paz.

SLOGAN

“Skyapps líderes en innovación, creatividad y educación”

Deseamos liderar el mercado, brindando lo mejor a nuestros usuarios, buscando alternativas modernas para solucionar los problemas ofreciendo una herramienta interactiva que busca apoyar la educación de los niños en las primera infancia.

5. ANÁLISIS DE RIESGOS: (2 páginas)

En esta parte del trabajo se deberán identificar los riesgos que puedan surgir, tanto al inicio del negocio, como a futuro. Esto con el fin de conocer las debilidades y límites que podría tener la idea de negocio y de estar preparado con una estrategia clara para enfrentarlos, en caso de que los riesgos se hicieran realidad. Se deben responder las siguientes preguntas en esta sección:

¿Cuáles son los riesgos que puede tener en mi modelo de negocio?

(Financieros: viabilidad de captar recursos/ legislativos: evaluar los requisitos legales/ mercado: incremento de la competencia, daños técnicos, baja productividad, menor o mayor aceptación del producto o servicio).

Skyapps como nueva empresa en el mercado de aplicativos móviles tiene viabilidad de captar recursos de la siguiente manera:

Objetivo: obtener una beneficio mínimo de 3.000.000 al mes

¿Cómo serán afrontados estos riesgos?

Los riesgos financieros pueden ser afrontados desde la creación de aplicativos móviles gratuitos que lleven publicidad, los cuales nos permitirán obtener ingresos adicionales.

¿Cómo se reducirá su impacto?

Podemos reducir el impacto de los riesgos financieros, utilizando más publicidad en redes sociales para poder llegar a clientes potenciales.

Pensando en reducir los costos de impacto, se crearon tres versiones del aplicativo:

1. Aplicación de pago. Google Play.
2. Aplicación gratuita con publicidad. Google Play.
3. Aplicaciones personalizadas para el cliente dependiendo de su necesidad.

Hay que tener en cuenta que Google (propietaria de Google Play Store) se lleva un 30% del beneficio de las ventas de la aplicación.

6. PLAN FINANCIERO:

En esta sección se pretende que el estudiante identifique los requerimientos de capital del negocio y determinar la rentabilidad de un proyecto. Las preguntas a resolver son las siguientes:

¿Cuál es la inversión mínima requerida para iniciar operaciones?

Lo mínimo que se necesita para iniciar operaciones es la adquisición de la tienda en la playstore, lo cual equivale a 25 dólares.

¿Cuándo se espera la recuperación de la inversión?

Dos meses

¿Requiere financiación externa y qué tan necesaria es?

La financiación se daría sólo en casos de proyectos que vayan ligados a aparatos físicos, porque para lanzar aplicativos que sean completamente virtuales no requerimos de una inversión externa.

Definir: costos fijos, costos variables, punto de equilibrio.

PUNTO DE EQUILIBRIO

Nombre producto:	Aplicación Mi Koala Azul	Precio Unitario	\$ 70.000,00
-------------------------	--------------------------	------------------------	---------------------

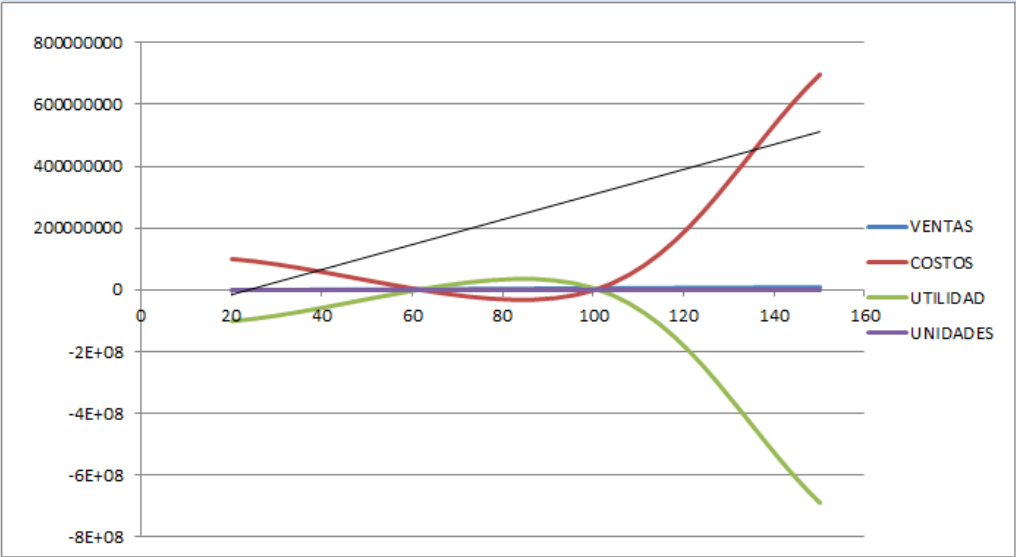
Costos Fijos	
Descripción	Valor
Departamento de Inge	\$ 1.500.000,0
Comunicaciones y dise	\$ 1.500.000,0
Dirección	\$ 1.500.000,0
Electrónica (x100)	\$ 2.882.800,0
Koala	\$ 2.000.000,0
COSTO FIJO	\$ 9.382.800,0

Costo Variable Unitario			
Descripción	Valor	Cantidad	Importe
Contador	\$ 700.000,00	1,00	\$ 700.000,00
asesor comercial	\$ 900.000,00	1,00	\$ 900.000,00
ingenieros	\$ 1.500.000,00	2,00	\$ 1.500.000,00
diseñador	\$ 1.500.000,00	1,00	\$ 1.500.000,00
COSTO VARIABLE			\$ 4.600.000,00

PUNTO EQUILIBRIO **200,0** **Unidades**

Unidades a producir		100,00
VENTAS	COSTOS	UTILIDAD
TOTALES	TOTALES	TOTAL
\$ 7.000.000,00	13,9828	6999986

DEL PUNTO DE EQUILIBRIO



BIBLIOGRAFÍA

Hernández, J. (1997) *Comunicación y educación, Comunicación, Memorias DC Versión Cátedra Manuel Ancízar*, p. 129. Recuperado de:

<http://www.bdigital.unal.edu.co/34/10/353 - 9 Capi 8.pdf>

Hernández, P. (2007) *Educación y desarrollo comunitario dialogando con Marco Marchioni* recuperado de:

<http://institucional.us.es/revistas/cuestiones/18/19%20educacion%20y%20desarrollo.pdf>

Villalonga Gómez, C., & Marta-Lazo, C. (2015). *Modelo de integración educomunicativa de 'apps' móviles para la enseñanza y aprendizaje. Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, (46), 137-153. Recuperado de:

<http://www.redalyc.org/html/368/36832959014/>

Vázquez Velandia J (2011) *El Valor Del Dibujo Para La Educación Infantil*. Recuperado de: García Molina M Teresa, (2014). *La importancia de la música para el desarrollo integral en la etapa de Infantil*. Recuperado de:

<http://www.eduinnova.es/monografias2011/ene2011/dibujo.pdf>

Google Play, Controles parentales en Google Play, Recuperado de:

<https://support.google.com/googleplay/answer/1075738?hl=es-419>

Marketing Directo, El cliente está dispuesto a pagar más por un mejor servicio,

Recuperado de: <https://www.marketingdirecto.com/marketing-general/tendencias/el-cliente-esta-dispuesto-a-pagar-mas-por-un-mejor-servicio>