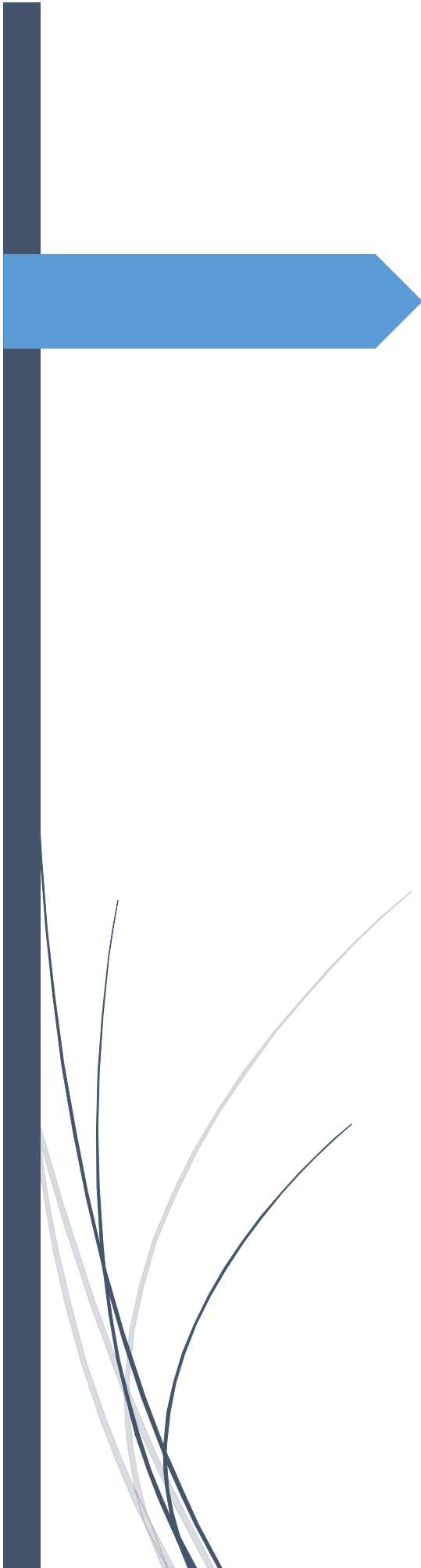




Moviliapp

Universidad Santo Tomás

Gerencia Multimedia

Johanna Durán – María C. Licona

Contenido

Introducción	4
1. Presentación.....	5
1.1. Presentación del proyecto	5
1.1.1 Identificación del proyecto.....	5
1.1.2 Descripción de la actividad.....	6
1.1.3 Oportunidad de negocio	8
1.1.4 Objetivos y cronograma del proyecto.....	9
1.2. Presentación del equipo emprendedor	12
2. La oportunidad de negocio: Análisis del mercado	12
2.1. Productos	12
2.1.1 Descripción del producto o servicio.....	12
2.1.2 Aspectos diferenciales.....	14
2.2. Mercado	15
2.2.1 Segmento objetivo	15
2.2.2 Competencia	19
3. Estrategia de comercialización.....	22
3.1 La estrategia de mercadeo.....	22
3.1.1 Producto	22
3.1.2 Precio.....	26
3.1.3 Comunicación.....	26
3.2 Objetivos comerciales y proyecciones de ventas.....	28
3.2.1 Objetivos comerciales	28
3.2.2 Proyecciones de ventas anuales	30
4. Diseño del modelo productivo Operativo.....	30
4.1.1. Marco tecnológico.....	30
4.1.2. Componente multimedia	31
4.1.3. Prototipado tecnológico-visual rápido.....	33
4.1.4 Prototipado producto y servicio (beta).....	40
5. La estrategia de producción	40
5.1.1 Ficha técnica del producto o servicio	40
5.1.2 Proceso de elaboración.....	41
5.1.3 Equipos e infraestructura necesarios.....	41

5.1.4 Necesidades de personal y organización del trabajo	43
6. Manual de identidad corporativa.....	44
6.1. Logo	44
6.1.1. Usos correctos del logo	44
6.1.2. Usos incorrectos del logo	45
6.2. Colores.....	46
6.2.1. Colores principales	46
6.2.2. Colores secundarios	47
6.3. Tono de conversación	48
6.4. Tipografía	48
6.4.1. Tipografía primaria	48
6.5. Iconografía.....	50
6.6. Eslogan	52
7. Pruebas del proyecto	52
Encuestas.....	52
Resultados de las encuestas y análisis	54
Target 1	54
Target 2	55
Target 3	55
8. Plan administrativo	56
8.1. Estructura organizacional y cargos.....	56
8.2. Organigrama.....	58
8.3. Análisis DOFA	59
8.4. Aspectos legales	60
8.4.1. Normatividad vigente.....	62
9. Plan económico – financiero	67
10. Anexos	67
10.1. Mapas de empatía.....	68
10.1.1. Target 1	68
10.1.2. Target 2	69
10.1.3. Target 3	70
10.2. Canvas del modelo de negocio.....	71
10.3. Tabulación de resultados estudios de mercado	71

11. Bibliografía	71
------------------------	----

Introducción

Este documento corresponde al plan de negocio de la aplicación Moviliapp, un proyecto tiene como fin, ayudar a las personas con discapacidad física a moverse dentro de la ciudad, generando así mayor conciencia en la importancia de diseñar entornos accesibles para esta población.

Consideramos que las entidades estatales, centros de comercio, sucursales bancarias, parques y vías públicas tienen un compromiso social de brindar una atención óptima y de fácil acceso para personas con discapacidad física.

Moviliapp es un proyecto que utilizará herramientas digitales y multimediales para generar un entorno virtual de visibilización y sensibilización de una ciudad accesible para todos.

Desde el equipo de producción y desarrollo Moviliapp se tiene la convicción de que es posible crear un producto rentable para una población históricamente excluida y con pocas opciones de independencia por las condiciones y diseños estructurales de los espacios públicos o privados, tanto en las grandes ciudades como en ambientes rurales. En ese sentido creemos que el proyecto necesitará ejercer un trabajo duro empresarial, para que ellos sean, en gran medida quienes permitan darle viabilidad a una aplicación móvil que conecte a la población con discapacidad física y sus necesidades de movilidad cotidianas y de ocio.

La base de la construcción de los productos Moviliapp es la experiencia, en el mundo online u offline, porque es la experiencia que vive el consumidor la que marca la diferencia del producto. Pero, ¿Qué es la experiencia?, cuando hablamos de

experiencia hablamos de las emociones, de los sentidos, de lo que realmente importa, de las motivaciones y recompensas más profundas para los clientes.

Un pilar importante que define la estructura y el plan organizacional, es el minimalismo, que tiene mucho que ver con prescindir de lo que sobra. Menos es más. Pero para identificar lo superfluo es necesario reconocer esas piezas esenciales dentro de los productos y servicios ofrecidos.

Nada de lo que está en este documento tiene la plena seguridad de permanecer en el tiempo, los tiempos cambian, los productos innovan pero siempre su alma queda intacta; porque es su sello, su razón de ser.

1. Presentación

1.1. Presentación del proyecto

1.1.1 Identificación del proyecto

Nombre del proyecto	Moviliapp
Localización del proyecto	Colombia- Bogotá
Tipo de proyecto	Proyecto social con ánimo de lucro.
Sector de actividad	Tecnología, socialización, espacio público y privado.
Alcance del proyecto	Este proyecto empieza con una visión nacional de lanzamiento local por ciudades estratégicas, tal es el caso de Bogotá, sin embargo tiene una gran posibilidad

	de convertirse en un producto de escalable a nivel regional y global .
Nombre de los promotores o emprendedores	Johanna Durán Rivera María Claudia Licona
Dirección y teléfono de contacto.	Bogotá D.C. - Colombia

1.1.2 Descripción de la actividad

Concepto de negocio

La empresa Moviliapp tiene como idea de negocio ser una alternativa de movilidad eficiente para personas que se encuentren en situación de discapacidad física, ya sea desde su nacimiento, desarrollo, edad o por hechos accidentales. Una aplicación móvil para que esta población tenga la posibilidad de experimentar la ciudad, con la misma facilidad que el resto de la población.

Para este propósito se identificaron 2 públicos, 1. Empresas público y/o privadas con atención al público y que presenten una estabilidad considerable dentro del mercado colombiano. 2. Usuarios, que para este caso serán el rango de ciudadanos colombianos con discapacidad física o motriz, que se encuentren residiendo en la ciudad de Bogotá.

Dentro de los objetivos funcionales de la aplicación se encuentra la geolocalización de los usuarios y la referenciación de la app, para notificar sitios accesibles cercanos en donde podrá realizar determinada actividad; ya sea trámites o actividades de

ocio y recreación; estos lugares tendrán una guía de movilidad al interior de los establecimientos/empresas para que las personas con discapacidad física, sepan exactamente a donde llegar para realizar su ingreso y objetivo dentro. Adicional y sólo activo para las usuarios premium, habrá un Botón de acción o Call to action para que los usuarios tengan acceso de forma fácil a servicios especiales dentro de estas empresas, o negocios, ya sea prestamo a una silla de ruedas, muletas, o acceso a una atención inmediata según sea el caso.

Nuestra plataforma estará disponible únicamente para dispositivos móviles o tablets que corran bajo el sistema operativo Android.

Origen de la idea

Según estudios del Dane en el 2013 basados en en el censo del 2005 se proyectó que en Colombia hay un total aproximado de 1'062.917, es decir, 2,3% de la población Colombiana, se encuentra en situación de discapacidad a la fecha.

Esta información nos permite identificar la problemática de nuestro proyecto, sustentados en estudios realizados para la población con discapacidad en Colombia

"La discapacidad es un concepto que evoluciona y que resulta de la interacción entre las personas con deficiencias y las barreras debidas a la actitud y al entorno que evitan su participación plena y efectiva en la sociedad, en igualdad de condiciones con las demás".

Convención de la ONU, 2006

Según informes del ministerio de salud de Colombia en el país se maneja un concepto de rehabilitación integral para personas con discapacidad, que establece la visión multidimensional y social de las personas con discapacidad lo que implica acciones continuas y coherentes dirigidas al individuo a su familia y a su comunidad, desarrolladas por diferentes campos como la salud, educación, trabajo, cultura, recreación, el deporte, el transporte, la comunicación, entre otros.

En Colombia se necesita anidar mayores esfuerzos que permitan apoyar de una manera más efectiva a las personas con discapacidad física y su derecho a desarrollar su vida como cualquier otro ciudadano. Es una deuda que tenemos como país y que debemos empezar a subsanar.

1.1.3 Oportunidad de negocio

Necesidad u oportunidad identificada

Se identifica una principal necesidad de inclusión social para todas las personas con discapacidad, debido a que vivimos en una ciudad caótica y con altos índices de complejidad para desplazarse de un lado a otro.

Siendo esta nuestra principal preocupación ya que según la ley estatutaria 1618 se define que “Es deber del estado Colombiano garantizar y asegurar el ejercicio efectivo de los derechos de las personas con discapacidad, mediante la adopción de medidas de inclusión, acción afirmativa y de ajustes razonables y eliminando toda forma de discriminación por razón de discapacidad”, en concordancia con la Ley 1346 de 200g.

De tal manera se logra identificar que para las personas con discapacidad aún hay muchas limitaciones en cuanto a temas de movilidad, inclusión y espacios con fácil acceso para todas estas personas.

Oportunidad de negocio

En la ciudad aún se identifican ciertas barreras para las personas con discapacidad física; a este factor es importante agregarle el momento que vive Colombia a nivel tecnológico en uso de móviles inteligentes, lo que nos lleva a preguntarnos ¿Acaso no es este el mejor de los momentos para implementar propuestas de base tecnológica para lograr mejorar la calidad de vida cotidiana y social en la vida de las personas con este tipo de discapacidad?

Moviliapp es una de esas alternativas que incentivan y promueven la mejor accesibilidad para la movilidad en la ciudad, que temas simples se pueden solucionar con tan solo dar un clic en su teléfono inteligente y será más importante cuando la movilidad de las ciudades sea pensada desde la necesidad de los que siempre han sido discriminados en los diseños y propuestas de tránsito ciudadano en espacios públicos y privados.

1.1.4 Objetivos y cronograma del proyecto

Objetivo del proyecto

- Funcionar como localizador de lugares cercanos en donde hacer determinados trámites y que cuenten con instalaciones y servicios de atención rápida y eficiente para personas con discapacidad.

- Servir de CallToAction entre los usuarios con discapacidad física y la empresas que presten atención y herramientas especiales para estos usuarios. Tales como, sillas de rueda, filas de atención exclusiva.

Nuestra plataforma estará alojada en internet y será un punto de información accesible, indispensables para la construcción de ciudades incluyentes para todos.

<i>Actividades a desarrollar</i>			
Actividades		¿Cuándo? (estime un periodo de tiempo en semanas o meses)	Duración (estime un tiempo en días o semanas)
1	Reunión de emprendedores bases para realizar flujo de objetivo de desarrollo	Mayo	Semana 2, 3,4.de mayo
2	Desarrollo Frontend de la aplicación móvil	Junio	Semana 1,2,3,4
3	Desarrollo Backend de la aplicación móvil	Julio	Semana 1,2,3,4

4	Pruebas pilotos en diversos dispositivos Android	Agosto	Semana 1,2,3,4
5	Lanzamiento	Septiembre	Semana 1,2,3,4
6	Retroalimentación de clientes pioneros	Octubre	Semana 1,2,3,4
7	exposición de mejora de desarrollo y diseño	Noviembre	Semana 1,2,3,4
8	Activación plan de marketing	Diciembre, Enero, Febrero, Marzo, Abril, Mayo.	Semana 1,2,3,4
9	Seguimiento mes a mes de impacto en las diferentes campañas	Junio	Semana 1,2,3,4
10	Reunión plan de mejora resultados obtenidos en comparación con los esperados y proyectados para la implementación de la segunda fase	Julio	Semana 1,2,3,4

	del proyecto en otras ciudades del país.		
--	--	--	--

1.2. Presentación del equipo emprendedor

Johanna Durán Rivera:

Comunicadora Social, Relacionista pública, apasionada por temas de inclusión social que ayuden a mitigar la pobreza, ve en Moviliapp una proyección para el desarrollo del país, por medio de herramientas multimedia que ayude a mitigar las limitaciones que la sociedad han creado para las personas con discapacidad, aportando y creyendo que la pobreza de estas personas dependen de la mentalidad y la discriminación que a diario sufre este grupo de individuos, no sólo en la capital del país sino en toda Colombia.

María Claudia Licon:

Comunicadora social con experiencia en el cubrimiento digital de eventos y marketing de contenidos online en empresas culturales. Si bien, nunca ha trabajado en proyectos digitales ligados conectados con personas en situación con discapacidad; ve en Moviliapp una opción interesante para abrir posibilidades a partir de la tecnología a este grupo poblacional con la meta principal de lograr un mayor compromiso social y empresarial en la creación de espacios públicos y privados accesibles a las personas con discapacidad.

2. La oportunidad de negocio: Análisis del mercado

2.1. Productos

2.1.1 Descripción del producto o servicio.

Producto 1

Nombre del producto: Acceso premium para usuario

Descripción general: El acceso a la app es gratuito y puede descargarse desde la appstore de cualquier dispositivo Android, sin embargo es una app en formato de app limitado que le impide a los usuarios utilizar los Call to action en las empresas suscritas. Esto generará desgaste y pérdida de tiempo.

¿Qué necesidades satisface?: La necesidad de valorar el tiempo de las personas con discapacidad tanto como el del resto de las personas. Esta población tiene intereses diferentes de acuerdo a su condición y merecen atenciones especializadas a su medida. Ya sea como parte del diseño de accesos y un espacio de atención al cliente apropiado, además de la posibilidad de utilizar herramientas disponibles para un mejor tránsito y experiencia en los entornos.

Producto 2

Nombre del producto: Suscripción premium anual para empresas/ locales

Descripción general: La suscripción de tu empresa en la plataforma de geolocalización y búsqueda de lugares accesibles es gratuita, sin embargo Moviliapp presta servicio premium para las empresas que quieren diferenciarse y ofrecer valor agregado a su presencia en la plataforma. Existe la posibilidad de obtener un call to action directo para que sus clientes logren recibir atención personalizada y a su vez, una guía audiovisual única de acuerdo al tipo de discapacidad que tenga.

¿Qué necesidades satisface?: La necesidad de generar compromiso con los clientes de la empresa o local que hacen parte de la población con discapacidad, además de obtener mayor visibilidad de su responsabilidad social con la sociedad en temas de inclusión y espacios accesibles para todos.

Producto 3

Nombre del producto: Donación voluntaria

Descripción general: Empresas interesadas en hacer parte de procesos de inclusión social que mitiguen en parte las limitaciones físicas que las personas con discapacidad presentan al momento de enfrentarse en una ciudad como Bogotá y las necesidades básicas de movilidad en un entorno álgido.

¿Qué necesidades satisface?: La necesidad de co-forjar cambios reales en la ciudad. Una necesidad emotiva de hacer parte de la solución uno de los muchas problemáticas sociales que se desprenden del alto índice de exclusión en el habitan diversas poblaciones vulnerables en el país.

2.1.2 Aspectos diferenciales

Producto 1

Nombre del producto: Acceso premium para usuario.

Aspectos que marcan la diferencia:

- Es un producto exclusivo para personas con discapacidad
- Representa una manera de compartir y replicar las mejores experiencias de la vida social de esta población.
- Creación de una micro-comunidad de experiencias alrededor de los espacios públicos y privados accesibles en las ciudades.

Producto 2

Nombre del producto: Suscripción premium anual para empresas/ locales

Aspectos que marcan la diferencia:

- Es una exposición publicitario dirigida a una población específica
- Capacidad de ser reconocidos por el resto de la población como una empresa con un alto sentido y valor por su responsabilidad social.

Producto 3

Nombre del producto: Donación voluntaria

Aspectos que marcan la diferencia:

- Por cada \$1000 pesos donados 1 usuarios no-premium podrá utilizar el servicio premium de manera gratuita.
- El placer de ayudar y comprometerse con causas sociales que están a la vanguardia en el mundo.

2.2. Mercado

2.2.1 Segmento objetivo

Según el DANE la Encuesta Anual de Servicios correspondiente al año 2010 investigó un total de 5.343 empresas, clasificadas según la CIIU Revisión 3 AC,1 en servicios de alojamiento y suministro de alimentos y bebidas (grupos 551 y 552); actividades complementarias y auxiliares al transporte, actividades de agencias de viajes, correo y telecomunicaciones (divisiones 63 y 64); actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler (divisiones 70 a 74); servicios de educación superior privada (parte de grupo 805); actividades relacionadas con la salud humana privada (parte de grupo 851) y actividades de cinematografía, radio, televisión, otras actividades de entretenimiento y otras actividades de servicios (grupos 921, 922 y 930). Estas empresas fueron seleccionadas de acuerdo con los criterios descritos en la ficha metodológica que se incluye al final de este boletín.

“Según las cifras entregadas por la Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio (Confecámaras), en nueve meses se conformaron 171.563 empresas de personas naturales y 49.502 sociedades, que representan el 77% y 23%, respectivamente, siendo Bogotá y Antioquia las ciudades con mayor emprendimiento.

El presidente de Confecámaras, Julián Domínguez, explicó que este comportamiento está asociado a varios factores, entre los que destacó la confianza que genera Colombia por el buen manejo de la economía y el auge de la inversión. Sin embargo, uno de los temas que más pesa hoy en día son los beneficios de la Ley 1429 de Formalización y Generación de Empleo.”

Basados en las Encuestas de Hogares con Discapacidad del DANE cuyos datos se reportan en el Estudio de Caracterización de Discapacidad en Colombia de la Fundación Saldarriaga Concha (2010), éstas son algunas cifras en relación con las personas con Discapacidad en Colombia que se tomarán como referencia base para la cuantificación del mercado de este proyecto:

- A medida que aumenta la edad de las personas, se presenta una mayor prevalencia de la discapacidad; en la mujer es mayor a partir de los 35 años.
- Del total de personas registradas, el 48.4% presenta dificultades para el movimiento del cuerpo, brazos y piernas; 41.7% presenta alteraciones en el sistema nervioso (mentales); el 40.7% deficiencias visuales; y el 30.3% presenta alteraciones del sistema cardio-respiratorio y defensas.
- El 34.2% de las personas registradas desconocen la causa de la discapacidad.

- El 37.7% de las personas registradas requiere ayuda de otra persona (cuidador). De ellos, el 26% son personas entre los 15 y 44 años de edad (edad productiva) y el 42% son mayores de 60 años.
- El 45% de personas registradas son de estrato 1; y el 35% son del estrato 2.
- De las personas registradas, el 30.8% están con incapacidad permanente para trabajar (sin pensión); el 23.9% realizan oficios del hogar; y el 15.5% están trabajando. De éstos últimos, el 26.2% lo hacen en servicios y el 25.2% en el sector agrícola.
- El 35,1% de las personas con discapacidad no tienen acceso a agua potable.
- Del total de personas registradas que perciben actitudes negativas, el 38% corresponde a su mismo grupo familiar (especialmente niños y personas mayores) y el 19% a amigos y compañeros (especialmente niños entre 5 y 14 años).
- El 76% de las personas con discapacidad perciben barreras físicas en su entorno inmediato.
- De las personas registradas, el 48.5% percibe barreras en la vía pública (andenes, aceras, calles y señalización) y el 46.9% en la vivienda.
- Los principales espacios de participación de las personas registradas se encuentran con la familia, las actividades religiosas y deportivas y de recreación.
- El 10.60% de las personas registradas utilizan medios escritos para información y comunicación; el 63,30% utiliza la radio; el 64,90% utiliza la TV; el 26,10% el teléfono; el 2,20% el internet.

- El 27,3% de las personas con discapacidad registradas no están afiliadas a salud, especialmente niños de cero a 4 años. De ellos, el 79% son de estratos 1 y 2.
- El 72.5% de las personas registradas pertenecen al régimen subsidiado.
- El 85.1% de las personas registradas no reciben rehabilitación. De ellas el 63.1% es por falta de dinero y el 16.3% no sabe.

Según la Organización Panamericana de la Salud (OPS), Colombia presenta una tasa de personas con discapacidad del 12% de la población (Aproximadamente 4 millones de personas), de los cuales el 48.4% presentan discapacidad física (Aproximadamente 1.936.000 personas).

Por otro lado, se estima que sólo en el año 2013 se crearon 80.300 empresas en la ciudad de Bogotá; desde el proyecto Moviliapp nos concentraremos en sucursales bancarias, hospitales privados/públicos, restaurantes, centros de salud, parques y espacios públicos administrados por la alcaldía distrital y/o la gobernación de Cundinamarca, además de sitios de ocio y entretenimiento, por lo general empresas grandes y medianas que llevan más de 10 años en el mercado colombiano con un alto índice de crecimiento.

Como se especificó anteriormente, se piensa ofrecer este producto en Colombia, concentrándose en ciudades estratégicas principales, para luego cubrir ciudades intermedias por lo general más pequeñas. Existe una gran cantidad de población discapacitada en ciudades pequeñas y/o pueblos, pero queremos concentrarnos en la población que presenta una mayor posibilidad de compra de nuestro producto o servicio.

Perfil del segmento objetivo:

- Personas con discapacidad del segmento objetivo:

Nuestro mercado objetivo de clientes está segmentado en dos categorías:

1. Personas con discapacidad física: (personas en silla de ruedas, muletas o con limitaciones para salir solos de casa)
 2. Enfermeras, familiares o conocidos que tienen a su cargo una persona de la tercera edad y que necesitan saber cuales son los lugares más accesibles para salir con ellos.
- Empresas del segmento objetivo
 - Personas y empresas nacionales y extranjeras con interés de realizar donaciones económicas para apoyar proyectos de inclusión en espacios públicos y privados para personas en situación de discapacidad.

2.2.2 Competencia

Competidores directos e indirectos:

Competidores directos: Hay diversas aplicaciones que se encargan de mejorar la movilidad de las personas en ciudades con alto número de habitantes, sin embargo app reconocidas que ayuden a mejorar esta problemática para las personas con alguna discapacidad son limitadas e incluso para Colombia no hay ningún proyecto similar a moviliapp.

Competidores indirectos: En Colombia se identifican varias organizaciones y fundaciones encargadas de ayudar a mejorar la calidad de vida de las personas con

discapacidad, es por esta razón que las catalogamos como competidores indirectos, porque de alguna u otra manera buscan inclusión social para la problemática que no todos ven.

Análisis y evaluación de los elementos claves para competir

En la actualidad existen diversos servicios en plataformas y aplicaciones móviles basados en localización web aplicada a las redes sociales. En ese sentido, es la geolocalización la que permite referenciar un dispositivo fijo o móvil en una ubicación geográfica. La mayoría de estos servicios existentes responden a la necesidad de los usuarios de compartir sus experiencias en espacios determinantes para su vida social. Sin embargo, estos servicios no son muy útiles y eficiente para las personas con discapacidad física, que tienen otro tipo de exigencias y expectativas hacia los lugares en donde deberá forjar su vida, con cualquier otro ciudadano.

Es en esta necesidad donde nace Movili App una aplicación móvil de localización de espacios accesibles y cercanos, amigables a las necesidades de las personas con discapacidad física que se movilizan en sillas de ruedas, muletas o con ayuda permanente. Un servicio de localización aplicado a la redes sociales y enfocado en visibilizar acceso y ayudas especiales que determinadas empresas del sector público y privado han puesto a disposición de este grupo poblacional.

Conclusiones del análisis

A diario en Colombia se arrojan datos de las principales problemáticas que tienen las personas con alguna clase de discapacidad ya sea motriz, visual o física, y en muchos de los casos se recalca la falta de proyectos que ayuden a solucionar esta problemática social.

Lamentablemente solucionar problemas de movilidad para todas estas personas con algunas limitaciones, son trabajos e iniciativas que llevan mucho tiempo y grandes inversiones y en mucho de los casos no aplica para todas discapacidades.

Sin embargo Moviliapp ve una alternativa viable por medio de la tecnología que es un campo de exploración constante en el país y que a diario hay personas que buscan solucionar algunas limitaciones por medio de las appstore que encuentran en todos sus teléfonos inteligentes o tabletas.

Según datos arrojados por el DANE el incremento de ventas en celulares de alta gama está en un 60% para el país, aunque es claro que nuestro target no está enfocado en las personas que compran celulares inteligentes, estos datos son de interés debido a que la app estará disponible en las appstore, aunque no sean clientes directos son clientes potenciales.

En conclusión el proyecto de Moviliapp tiene como resultado un mercado amplio que se ve interesado en la ejecución de nuevas herramientas tecnológicas de inclusión social aplicables a un entorno social en la ciudad comprometidos con las personas con problemas de movilidad.

Oportunidades que se identifican:

Moviliapp se muestra como una herramienta útil para solucionar problemas de movilidad para las personas con discapacidad física, hasta el momento en Colombia no se conoce una iniciativa como esta que tenga como principal prioridad mejorar la atención a los ciudadanos que demandan un tipo de atención más personalizada por su condición ante la sociedad.

Los costos en los que deben incurrir los usuarios y las empresas que decidan unirse y convertirse en aliados estratégicos del proyecto tienen gran variedad de ventajas debido a que le inyectan a su empresa un valor agregado en cuanto a la inclusión social y atención personalizada, para los usuarios la ventaja es poder salir de casa sin limitaciones y apoyándose en la app para ahorrar tiempo y hacer sus actividades sin limitaciones.

En cuanto al costo es una iniciativa que nace pensada en satisfacer las necesidades de movilidad de las personas y mejorar la atención por parte de las empresas para este grupo de personas a un bajo costo y que les permita convertir sus instalaciones en sitios accesibles para todos.

Estrategias para el proyecto:

El proyecto tiene como estrategia central unir a la mayor cantidad de empresas públicas, privadas, ONGs que les interese tomar una nueva alternativa de atención primaria para personas con discapacidad física.

Moviliapp aparte de proyectarse ante la comunidad como una aplicación para teléfonos inteligentes y tabletas, busca convertirse en aliado estratégico para el acompañamiento y adaptación de personal que atenderá las personas y los requerimientos que se hagan por medio de la app.

3. Estrategia de comercialización

3.1 La estrategia de mercadeo

3.1.1 Producto

Producto 1

Nombre del producto: Acceso premium para usuario

Descripción general:

El acceso a la app es gratuito y puede descargarse desde la appstore de cualquier dispositivo Android, sin embargo es una un formato de app limitado que le impide a los usuarios utilizar los Call to action en las empresas suscritas. Esto generará desgaste y pérdida de tiempo.

¿Qué necesidades satisface?:

La necesidad de valorar el tiempo de las personas con discapacidad tanto como el del resto de las personas. Esta población tiene intereses diferentes de acuerdo a su condición y merecen atenciones especializadas a su medida. Ya sea como parte del diseño de accesos y un espacio de atención al cliente apropiado, además de la posibilidad de utilizar herramientas disponibles para un mejor tránsito y experiencia en los entornos.

Aspectos que marcan la diferencia:

- Es un producto exclusivo para personas con discapacidad
- Representa una manera de compartir y replicar las mejores experiencias de la vida social de esta población.
- Creación de una micro-comunidad de experiencias alrededor de los espacios públicos y privados accesibles en las ciudades.

Motivación de compra: Posibilidad de suplir necesidades básicas que ayudan a sobrellevar los problemas de movilidad que se le presenta en la ciudad para actividades cotidianas y de ocio.

Importancia del producto en el público objetivo:

- Comparte el lugar en donde te encuentras y decirle al mundo que estuviste en un lugar incluyente de la ciudad.
- Encuentra el lugar más cercano a la medida de tus necesidades y expectativas.
- Mirá una guía interna de cómo movilizarse en el lugar donde te encuentras.
- Solicita servicios especiales de manera gratuita a través de esta aplicación.

Producto 2

Nombre del producto: Suscripción premium anual para empresas/ locales

Descripción general:

La suscripción de las empresas en la plataforma de geolocalización y búsqueda de lugares accesibles es gratuita, sin embargo Moviliapp presta servicio premium para las empresas que quieren diferenciarse y ofrecer valor agregado a su presencia en la plataforma. Existe la posibilidad de obtener un call to action directo para que sus clientes logren recibir atención personalizada y a su vez, una guía audiovisual única de acuerdo al tipo de discapacidad que tenga.

¿Qué necesidades satisface?:

La necesidad de generar compromiso con los clientes de la empresa o local que hacen parte de la población con discapacidad, además de obtener mayor visibilidad de su responsabilidad social con la sociedad en temas de inclusión y espacios accesibles para todos.

Aspectos que marcan la diferencia:

-Es una exposición publicitario dirigida a una población específica

-Capacidad de ser reconocidos por el resto de la población como una empresa con un alto sentido y valor por su responsabilidad social.

Motivación de compra:

Las empresas públicas o privadas verían la posibilidad de brindar un valor agregado al servicio que ofrecen, a demás que se convierten en empresas incluyentes en la lucha contra las limitaciones sociales y de infraestructura para las personas con discapacidad física en la ciudad de Bogotá.

Importancia del producto en el público objetivo:

- Hay una porción importante de tus clientes que presentan problemas de movilidad y confían en que tu empresa puede ser ese granito indispensable para mejorar día a día su calidad de vida.
- Crear una imagen positiva alrededor de tus apuestas en temas de responsabilidad social e inclusión para tus clientes con discapacidad física.
- Visibiliza tu empresa o negocio como una opción cercana y accesible para tus clientes en situación de discapacidad física.
- Crea una guía interna de tu local que le presente detalladamente a esta población como movilizarse y disfrutar de todos los servicios /productos que ofreces.

Una manera eficaz de mostrar las herramientas o servicios especiales con los que cuenta tu empresa para mejorar sustancialmente la experiencia de esta población en tu negocio.

3.1.2 Precio

Variables para la fijación de precios:

- Costos de mantenimiento de la plataforma
- Costos de Hosting Dominio
- Adaptación a diferentes dispositivos
- Equipo humano de soporte
- Campañas de marketing

Lista de precios:

- Producto 1

Nombre del producto: Acceso premium para usuario.

Precio: \$1000/Mes

- Producto 2

Nombre del producto: Suscripción premium anual para empresas/ locales

Precio: \$35.000/mes - Por año.

3.1.3 Comunicación

Nombre de la Empresa: MOVILIAPP

Imagen:

Movili App

Medios de comunicación a utilizar: Internet , Radio y Tv.

Principales actividades:

- Actividad 1: Campañas de posicionamiento de marca

Objetivos: Fortalecer el reconocimiento de marca entre los ciudadanos.

Medios a Utilizar: Radio, tv

Frecuencia de la actividad: la campaña publicitaria para radio y tv estará programada para un periodo de 6 meses de lunes a domingo en horario prime time.

Valor de inversión: \$15.000.000

Actividad 2 : Campaña publicitaria en Marketing digital

Objetivos: Incentivar el

Medios a Utilizar: SEO- SEM(facebook ads Twitter ads Google Adword-E-mail - Social Media

Frecuencia de la actividad: Diaria

Valor de inversión: 5.000.000

- Actividad 3 : Campaña BTL en lugares estratégicos (reuniones de esta población)

Objetivos: Llegar directamente a los centros de apoyos y mostrarles que existe una nueva alternativa que tiene como objetivo apoyar y visibilizar espacios accesibles, diseñados para que todos podamos vivir experiencias grandiosas con familiares y amigos.

Medios a Utilizar: BTL - Voz a voz

Frecuencia de la actividad: Semanal durante los primeros 3 meses

Valor de inversión: 300.000 por visita.

3.2 Objetivos comerciales y proyecciones de ventas

3.2.1 Objetivos comerciales

Expectativa comercial:

- Generar mayor compromiso de las empresas públicas y privadas acerca del diseño de espacios y herramientas que permitan mejorar en entorno y la vida cotidiana de las personas con discapacidad.
- Ampliar el radio de sitios e independencia dentro de la ciudad de las personas con discapacidad.
- Generar una comunicación doble vía entre las empresas y sus clientes en situación de discapacidad.

- Aumentar con el tiempo en un porcentaje considerable las suscripciones premium de empresas con el fin de que no sea necesario cobrarle entrada paga a los usuarios.

Variables de determinación de la proyección de ventas:

- Costos de producción (Desarrollo de la app, mantenimiento de la app, innovación , gastos fijos en la app, equipo de desarrollo humano).
- Costos de soporte (Herramientas tecnológicas, equipo humano)
- Posible demanda existente, su condición social, económica y educativa.

Propósito

Tenemos varios propósitos fundamentales en la empresa moviliapp, cada uno de ellos encaminado al cumplir objetivos determinantes sociales y económicos de nuestro producto.

Los usuarios potenciales, las personas con discapacidad, son a la vez beneficiarios y razón de ser de nuestra empresa, sin ellos en valor social de la marca no existiría y perdería sentido cualquier interés adicional. Moviliapp es consciente de la situación laboral, social y económico que atraviesan la mayoría de las personas pertenecientes a esta población, por eso deseamos que este servicio sea en lo posible gratuito para ellos. Si no fuese una de nuestras principales motivaciones, consideramos imposible hacer cualquier tipo de proyección de descargas o costos de inversión necesarios.

Otro punto importante, que se evidencia dentro de los propósitos del proyecto es la importancia como responsabilidad social que tienen las empresas públicas y privadas de gran tamaño que cuentan con clientes pertenecientes a esta población.

Necesitamos realizar una sensibilización empresarial frente a temas de inclusión que toquen los derechos de las personas con discapacidad física.

Por último y no menos importante; Moviliapp ve al resto de los ciudadanos no pertenecientes a esta población como sujetos de presión social-empresarial de cambios en lo que tiene que ver con donaciones de personas naturales y/o jurídicas.

Meta

Convertirnos en la aplicación líder del mercado a nivel nacional en la creación de espacios incluyentes para el cambio social e inclusión de personas con limitaciones físicas para bogotá en el primer ciclo de desarrollo de Moviliapp

3.2.2 Proyecciones de ventas anuales

La proyección de ventas del año 1 es de: 155 ventas del servicio premium para usuarios por \$1.860.000 . Y 334 ventas del servicio premium para empresas por \$160.320.000. Para un total global de 489 ventas por \$162.180.000

El total de la proyección de ventas de los años 2 y 3, es de \$210.834.000 y \$295.167.600, respectivamente.

*Ver Proyección de ventas Año 1 en Plan económico - cuadro 4

4. Diseño del modelo productivo Operativo

4.1.1. Marco tecnológico

MoviliApp será una aplicación móvil inicialmente para sistema operativo Android, utilizando Java, Ajax, Node.js, MongoDB como herramientas backend principales.

Una de las razones por que se ha escogido estos lenguajes y tecnologías es por la simplicidad y el peso a la hora de construir aplicaciones que se usarán en tiempo real por el usuario final.

Tecnológicamente este proyecto se realizará en 5 fases que son:

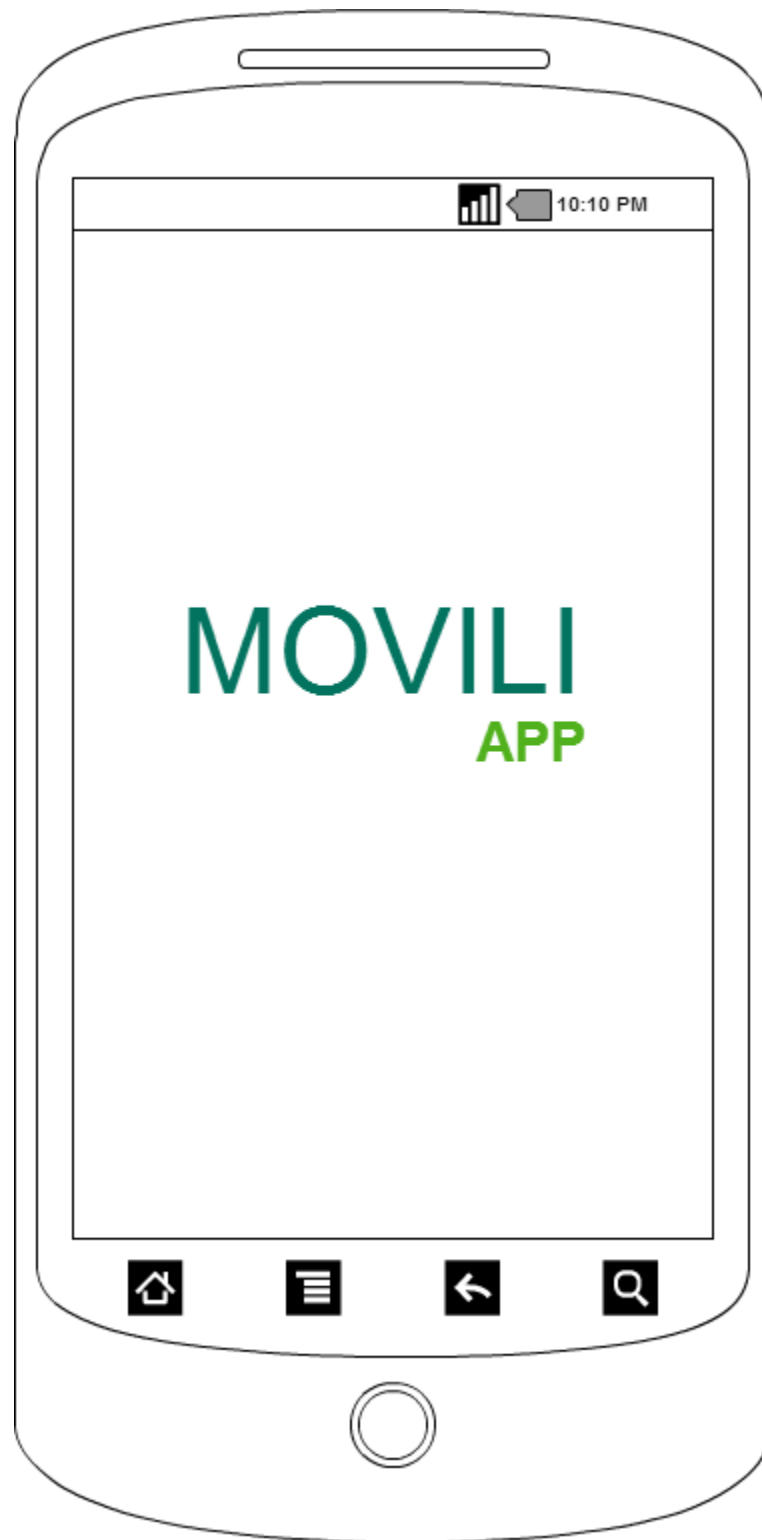
1. Desarrollo Plan estratégico y visión integral del proyecto: Misión y visión del proyecto, estructurar contenidos y equipos de desarrollo y ejecución necesarios.
2. Desarrollo Frontend: Es la etapa que se encarga de maquetar la estructura semántica del contenido (HTML), codificar el diseño en hojas de estilo (CSS) y agregar la interacción con el usuario (Javascript).
3. Desarrollo Backend: Es la labor de ingeniería que compone el acceso a bases de datos y a generación de plantillas del lado del servidor.
4. Retroalimentación de la funcionalidad
5. Desarrollo de mejoras.

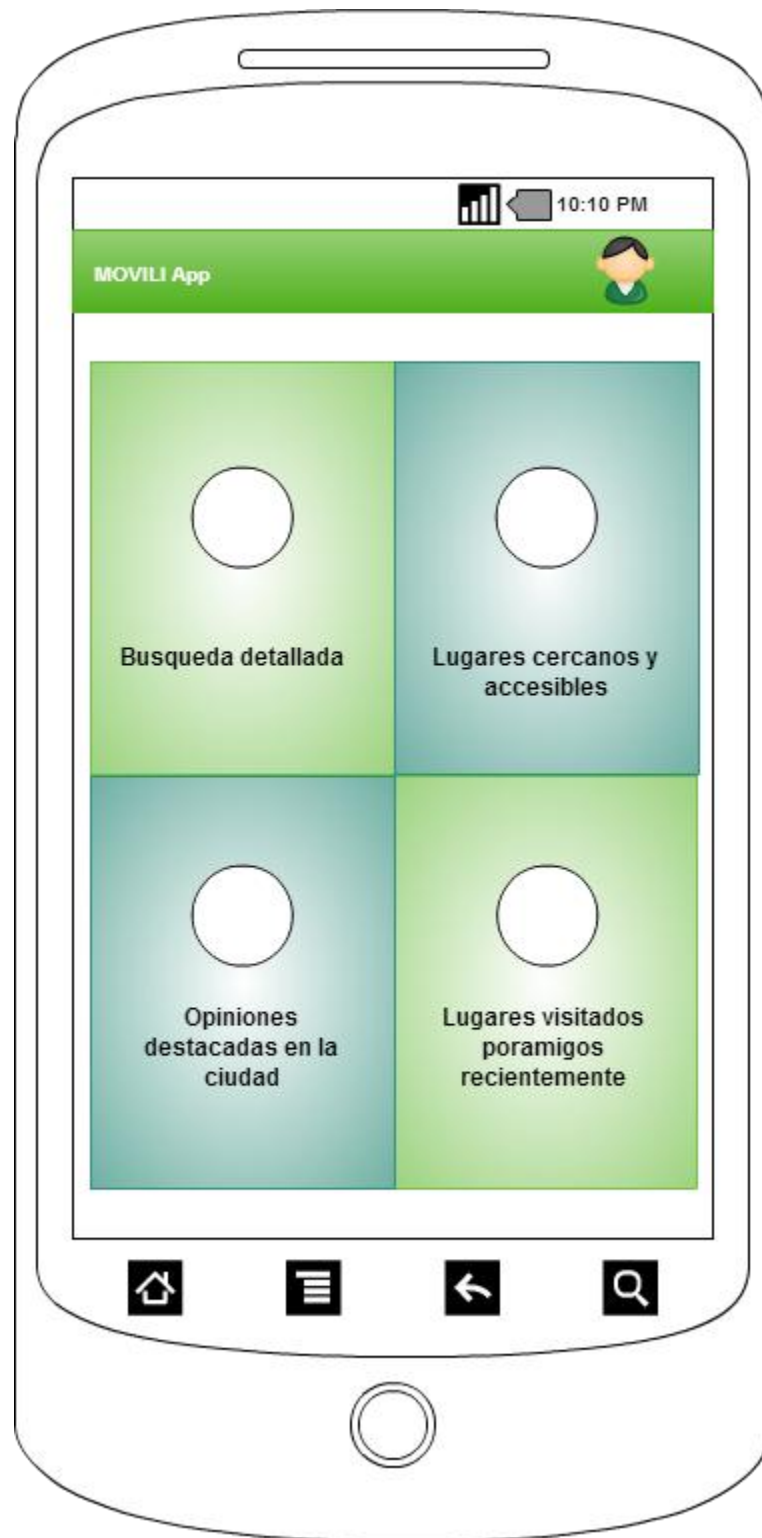
4.1.2. Componente multimedia

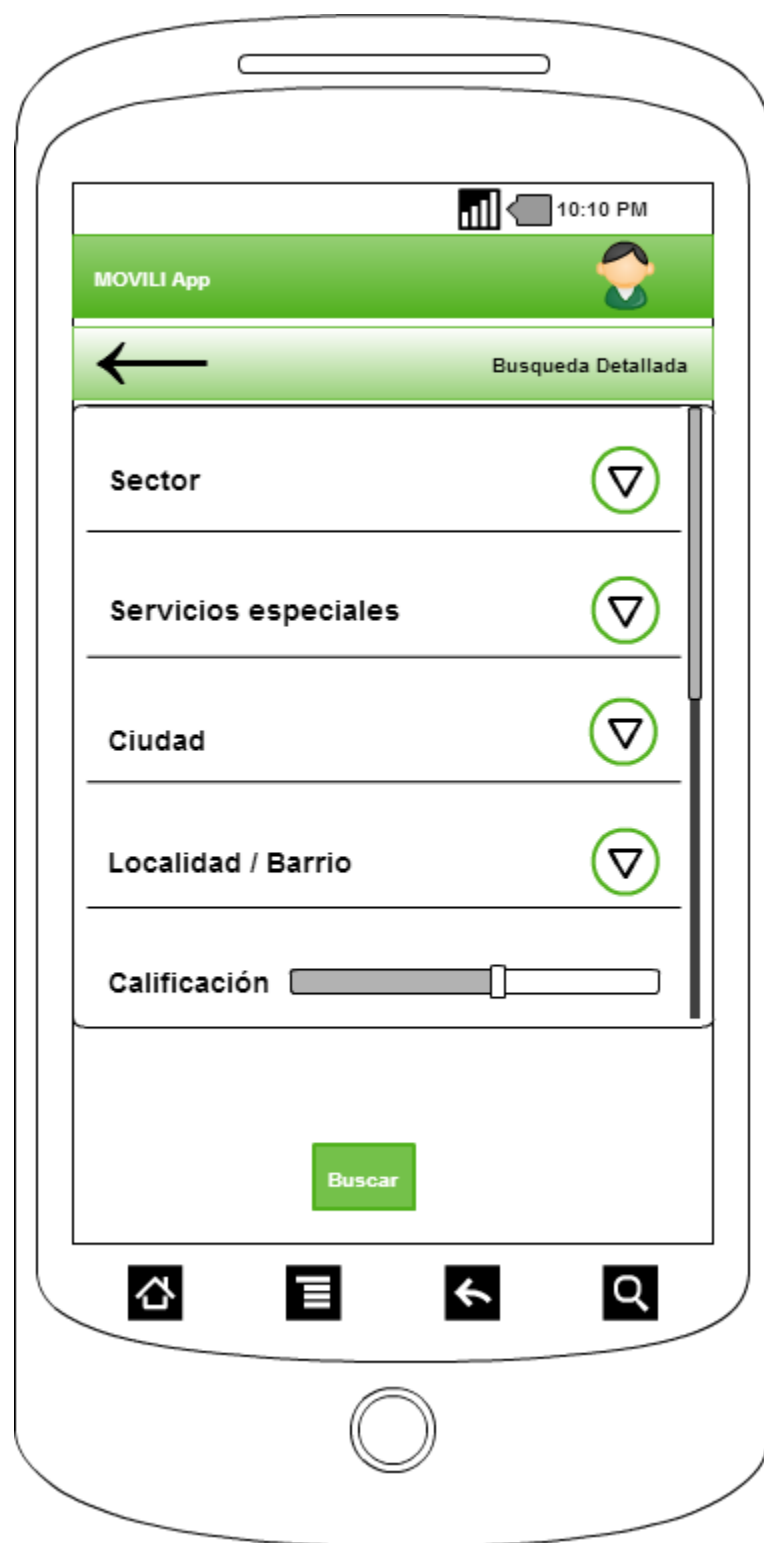
Dentro del desarrollo del proyecto tecnológico Moviliapp, coexisten diversos ingredientes multimediales, como son los tutoriales de uso y expectativa de la aplicación, además de la guía de accesibilidad que se realizará por empresa con el fin de construir una comunicación empresa - usuario , alrededor de las expectativas y necesidades de la población con discapacidad.

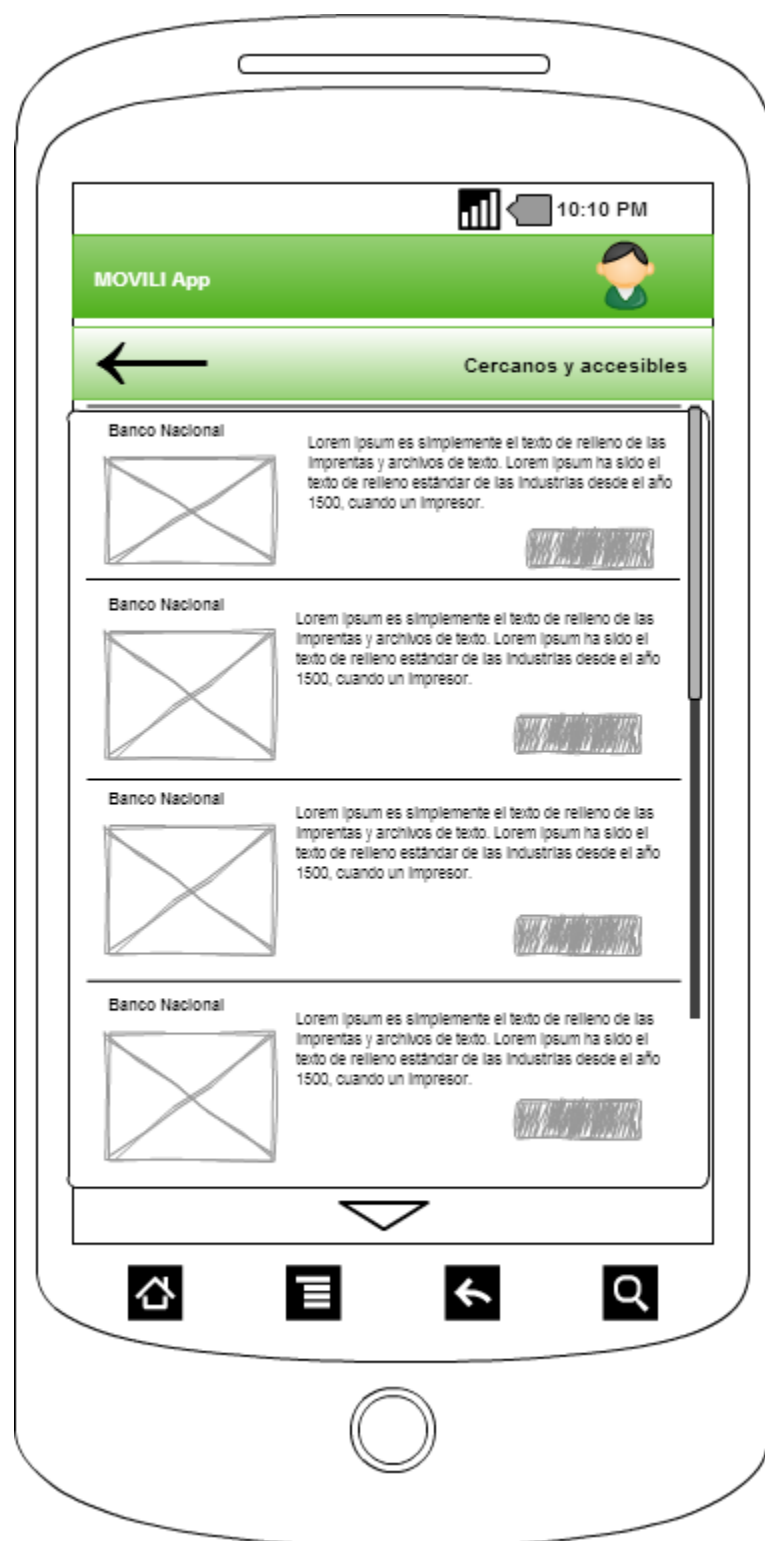
También se realizarán campañas trasmedia para incentivar las donaciones por parte de personas naturales o jurídicas que quieran apoyar el proyecto y sus beneficiarios.

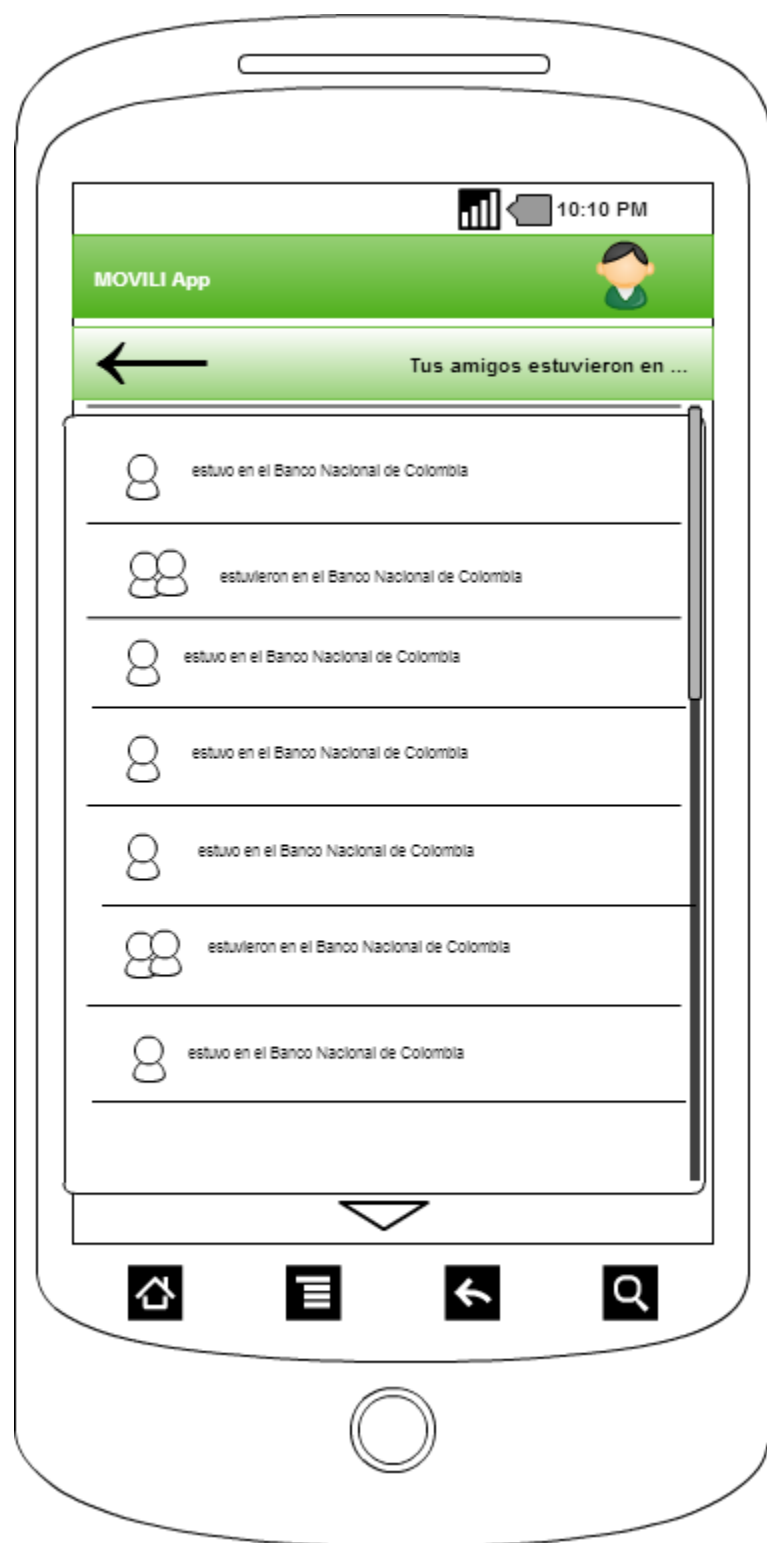
4.1.3. Prototipado tecnológico-visual rápido

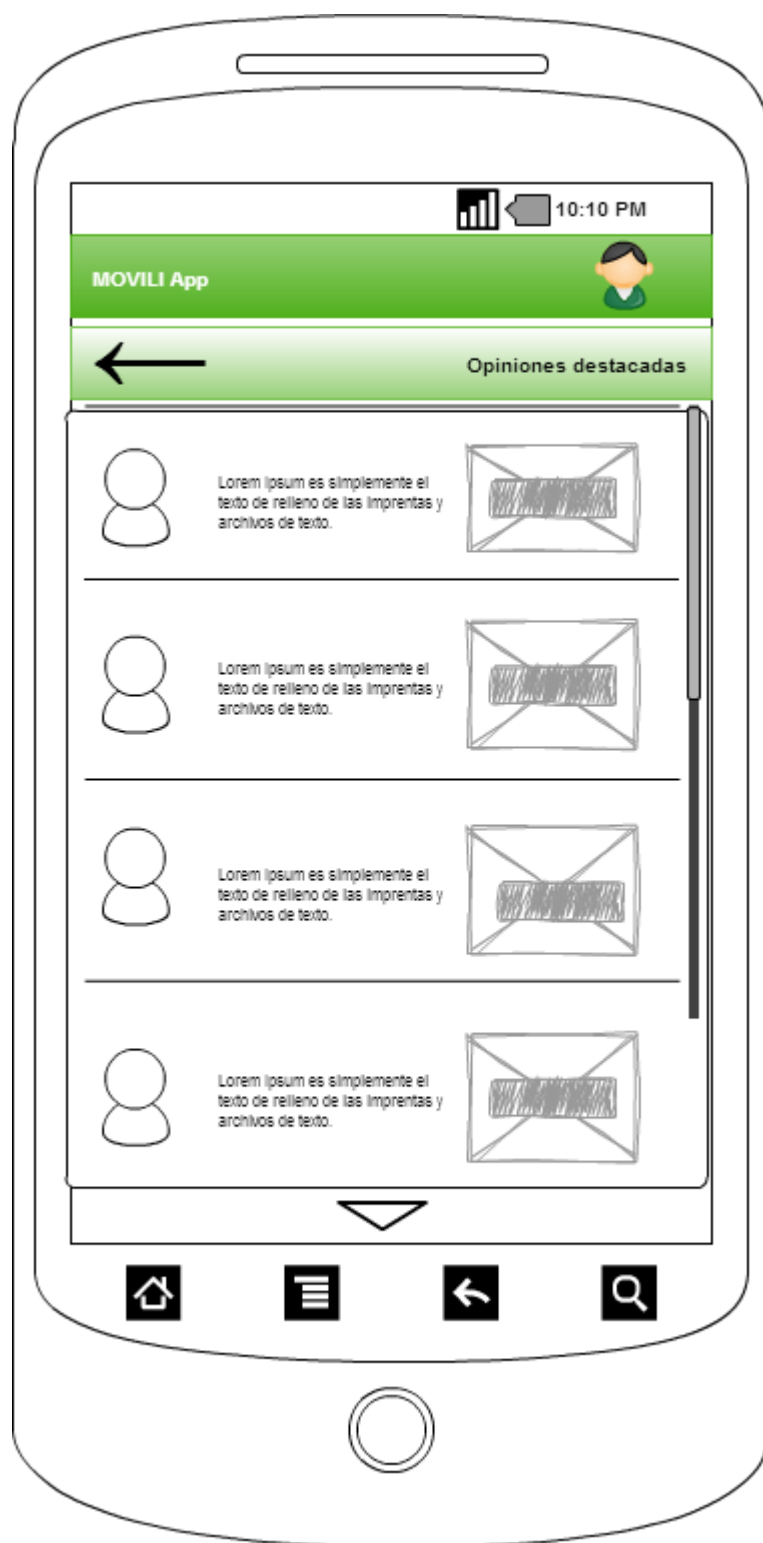


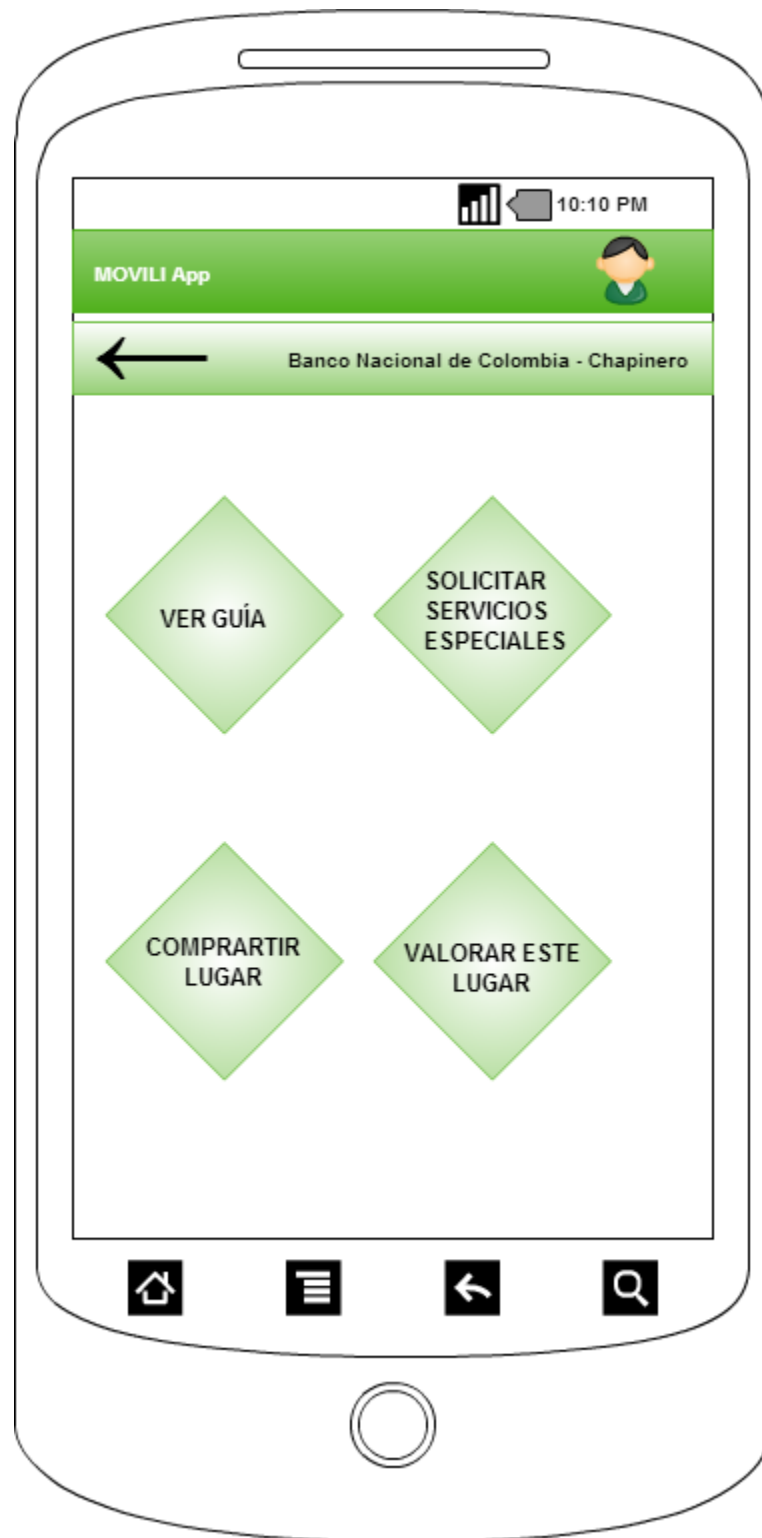






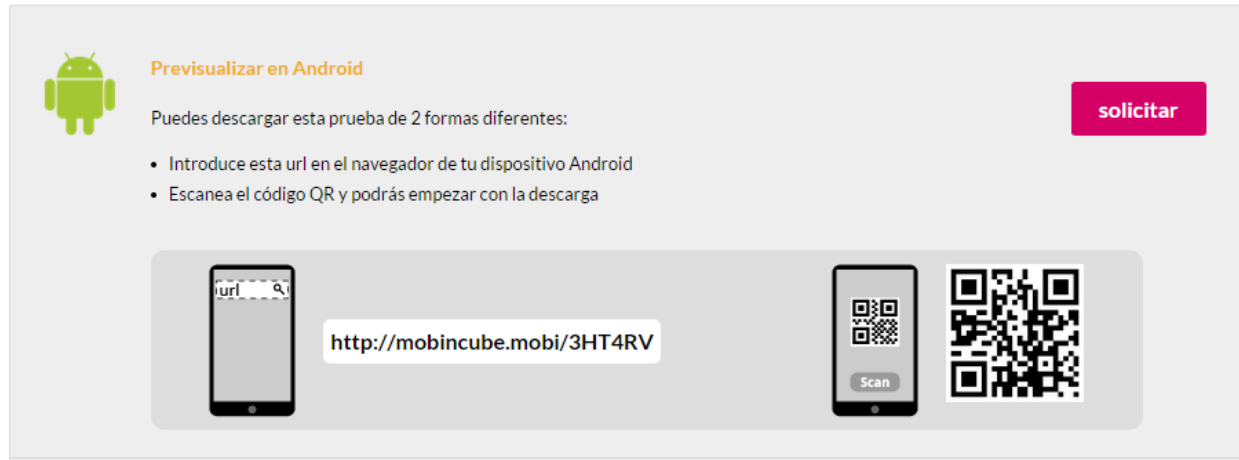






4.1.4 Prototipado producto y servicio (beta)

Si usted desea vivir la experiencia del entorno moviliapp y cuenta con un dispositivo Androip puede descargarla, tal y como se muestra en el siguiente aplicativo.



Una vez haya disfrutado de la experiencia, nos encantará conocer su opinión y sugerencias del servicio, las tendremos en cuenta.

5. La estrategia de producción

5.1.1 Ficha técnica del producto o servicio

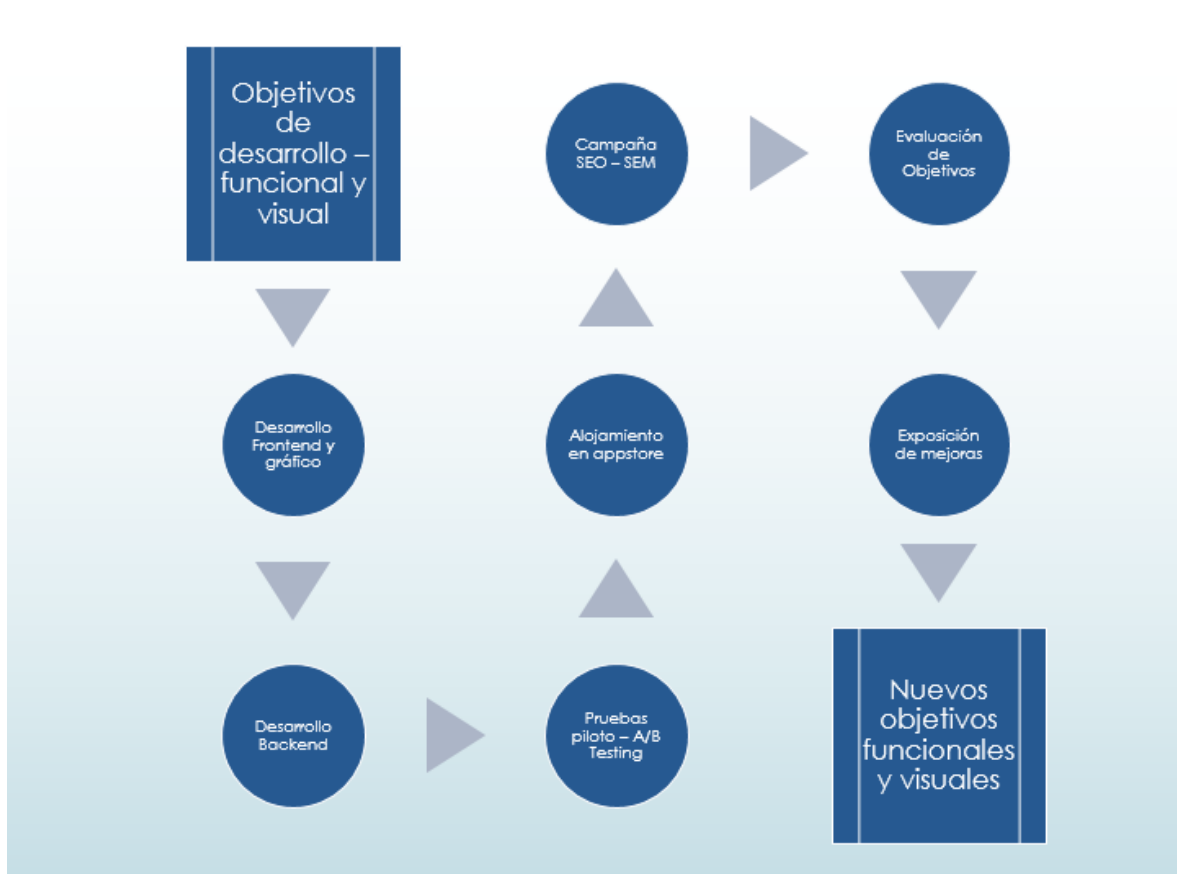
A razón que, Moviliapp es un producto intangible disponible en dispositivos móviles, sus materiales son: Espacio de alojamiento BBDD , Hosting y dominio.

De acuerdo a un balance realizado por el equipo del proyecto, se necesitaría de un máximo de 10.000 personas (cifra meta de alcance en usuarios y empresas) para sostener la aplicación. Por lo que, por unidad de servicio para usuarios tendría un valor de \$200, teniendo como meta 3000 usuarios; y para empresas/locales comerciales sería de \$3.752, teniendo como meta 7000 empresas.

Sin embargo lo proyectado para el año1 sería de:

155 - Usuarios premium

5.1.2 Proceso de elaboración



5.1.3 Equipos e infraestructura necesarios

INVERSIÓN INICIAL					
Nº	Terrenos	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD	TOTAL
1					-
SUBTOTAL					-
Nº	Construcciones , Bodegas y Locales	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD	TOTAL
1					-
SUBTOTAL					-
Nº	Vehículos de Transporte y Carga	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD	TOTAL
1					-
SUBTOTAL					-
Nº	Maquinaria y Equipo de Producción	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD	TOTAL
1	Computadores		1.500.000	4	6.000.000
2	Cámara reflex semi profesional		1.200.000	1	500.000
3	Equipo digital grabador de audio		600.000	1	5.950.000
4	Kit de luces		400.000	1	900.000
5	Audifonos		70.000	4	500.000
SUBTOTAL					13.850.000
Nº	Muebles y Enseres	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD	TOTAL
1	Tableros acrílicos		70.000	4	280.000
2	Tableros de corcho		70.000	2	140.000
3	Escritorios		150.000	7	1.050.000
4	Sillas de oficinas		150.000	10	1.500.000
5	Mesa redonda de reuniones		350.000	1	350.000
SUBTOTAL					3.320.000
Nº	Legalización y Licencias de Funcionamiento	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD	TOTAL
1	Matrícula mercantil		380.000	1	380.000

2	Registro de marca		180.000	1	180.000
SUBTOTAL					560.000
N°	Computadores y Otros Equipos de Oficina	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD	TOTAL
1	Teléfono de atención soporte para empresas y usuarios		70.000	4	280.000
2	Impresora		500.000	1	500.000
3	Smartphone		850.000	7	5.950.000
4	Aire acondicionado		900.000	1	900.000
5	Nevera		500.000	1	500.000
6	Cafetera		90.000	1	90.000
SUBTOTAL					8.220.000
N°	Otras Inversiones Preoperativas	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD	TOTAL
1					-
SUBTOTAL					-
TOTAL INVERSIÓN INICIAL					25.950.000
EJECUCIÓN DE LA INVERSIÓN TOTAL					100%

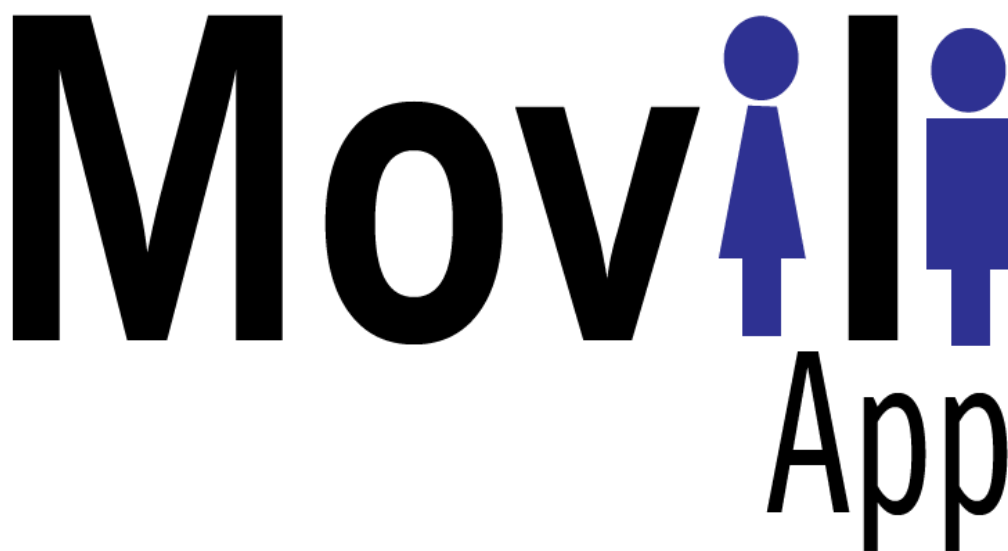
5.1.4 Necesidades de personal y organización del trabajo

Contamos con dos comunicadores sociales con experiencia en productos tecnológicos en internet, que son co-fundadores de MOVILIAPP, adicional a ello requerimos de un desarrollador que quiera trabajar con un salario de 2.000.000 más un porcentaje del 5 % de la compañía, requerimos de los servicios de un diseñador gráfico, con experiencia UX y que maneje la psicología móvil; un factor determinante será un miembro encargado 100% del marketing digital de la compañía que tenga ingredientes de un Growthacker nativo y que crea fielmente en el SEO y las potencialidades de crecimiento sin altas cifras de inversión.

Finalmente y durante un periodo de prueba contrataremos a una persona que colabore al equipo en reuniones con empresarios y cadenas de mercado para vender el producto de una manera más efectiva.

6. Manual de identidad corporativa

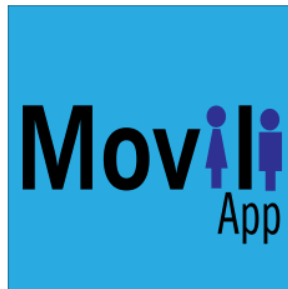
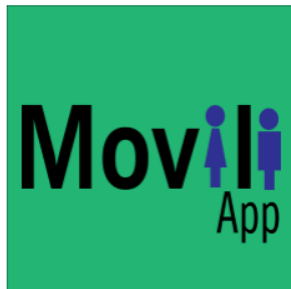
6.1. Logo



6.1.1. Usos correctos del logo

Nuestro logo está compuesto del nombre de la marca para garantizar que tenga un reconocimiento claro por parte de todos los usuarios del portal. Las dos i de la palabra Moviliapp estás hechas a partir de símbolos de hombres y mujeres. Estos símbolos asociados normalmente a géneros no contienen figuras alusivas a herramientas de movilidad como sillas de ruedas, caminadores y muletas a razón que, uno de nuestros principales objetivos como marca es ser una herramienta de apoyo para superar las barreras de las limitaciones y concentrarnos en la capacidad de la población con discapacidad y la responsabilidad que tenemos todos como ciudadanos de luchar y procurar un mejor presente y futuro, dentro de una sociedad incluyente.

El logo preferiblemente debe ser usado sobre un fondo blanco o claro.



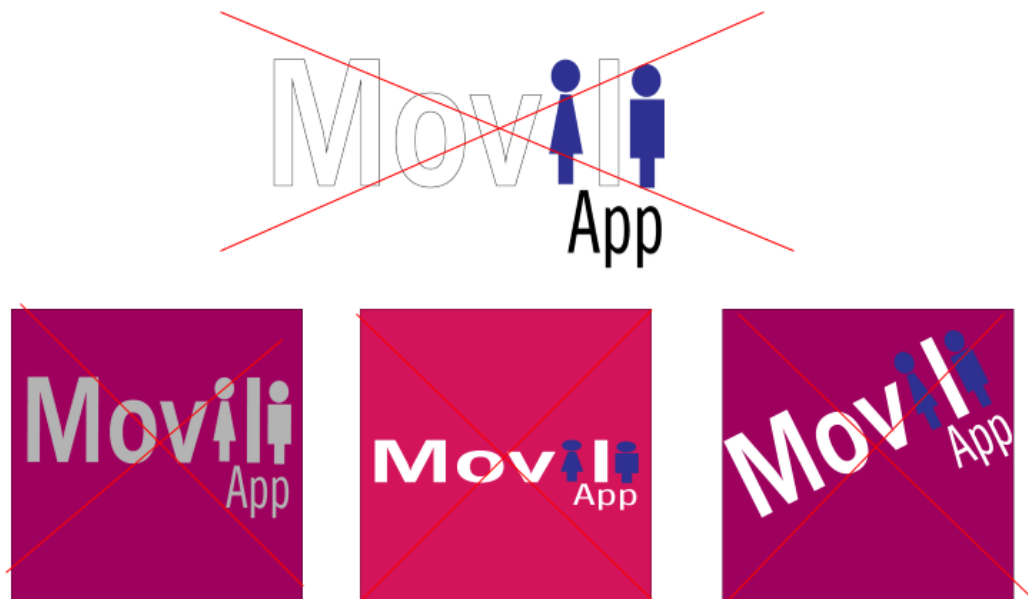
En caso de que su uso sea requerido en un fondo oscuro, lo recomendable es usarlo con letras blancas:



6.1.2. Usos incorrectos del logo

No se debe:

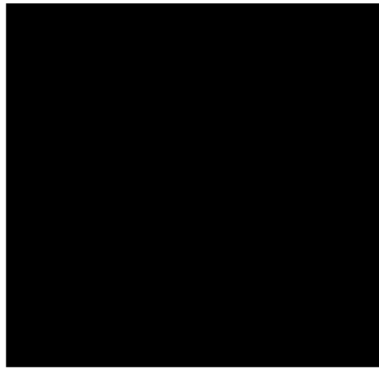
- Usar el logo con colores del mismo tono que el fondo.
- Escalar el logo desproporcionadamente
- Cambiar la orientación del logo
- Cambiar los colores del logo



6.2. Colores

6.2.1. Colores principales

Son los colores usados en el logo. Se encuentran los colores centrales de la marca, el azul que significa amistad y tranquilidad; y el negro de la fuente quiere reafirmar significados de fuerza y contundencia en el mensaje.



Negro
#000000
RGB = 0 ,0 ,0.
HSB = 237° - 68% - 0%
CMYK = 75%, 68% 67%, 90%



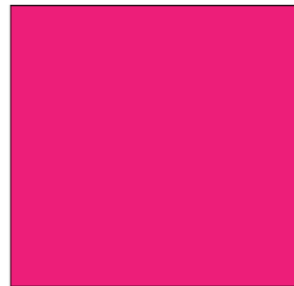
Azul
#2e3192
RGB = 46 ,49 ,146.
HSB = 237° - 68% - 57%
CMYK = 99%, 97% 3%, 1%

6.2.2. Colores secundarios

Son los colores utilizados en los fondos aceptados para la promoción y divulgación de la marca; que también se muestran en la página web y al interior de la app.



Verde
#22b573
RGB= 34, 181, 115



Rojo - rosa
#ed1e79
RGB = 237 ,30 ,121



Blanco
#ffffff
RGB= 255, 255,255



Negro
#29abe2
RGB = 41 ,171 ,226.

6.3. Tono de conversación

El tono de conversación de Moviliapp será un tono cercano y afable, nuestra principal meta es lograr comprometer a nuestros usuarios en las diferentes opciones de experimentación que ofrece nuestra app. Queremos conversar con ellos, como lo haría cualquiera de sus amigos al mostrarle sugerencias a demanda que permitan el disfrute de espacios públicos y/o privados, en su idioma nativo, haciendo uso de un vocabulario igual o similar al que usan en sus conversaciones con amigos.

Consideramos que Moviliapp no es una marca que requiera un tono serio y distante, pero es importante lograr que con un tono “relajado” en nuestra conversación se imprima un interés hacia nuestra propuesta que sobrepase el ocio, es decir, queremos que nuestra tono cercano no le reste valor e importancia a nuestra social de superar la exclusión de personas con discapacidad.

Moviliapp habla de forma casual, es una marca amigable, que intenta igualarse con sus usuarios, hacerlos sentir sus amigos, además de reflejar que vive y experimenta lo mismo que ellos, en pro de generar mayor vínculo y confianza.

6.4. Tipografía

6.4.1. Tipografía primaria

La fuente NewsGoth BT se usa en el logo en la palabra ‘Movili - App’

72 The quick brown fox jumps over the lazy dog.
60 The quick brown fox jumps over the lazy dog.
48 The quick brown fox jumps over the lazy dog.
36 The quick brown fox jumps over the lazy dog.
24 The quick brown fox jumps over the lazy dog. The quick brown fox
18 The quick brown fox jumps over the lazy dog. The quick brown fox jumps over the lazy dog.
16 The quick brown fox jumps over the lazy dog. The quick brown fox jumps over the lazy dog.
14 The quick brown fox jumps over the lazy dog. The quick brown fox jumps over the lazy dog.
12 The quick brown fox jumps over the lazy dog. The quick brown fox jumps over the lazy dog.
10 The quick brown fox jumps over the lazy dog. The quick brown fox jumps over the lazy dog.
8 The quick brown fox jumps over the lazy dog. The quick brown fox jumps over the lazy dog.

6.4.2. Tipografía secundaria

La fuente Google Fonts Open Sans se usa en el portal y dentro de la aplicación móvil.

Open Sans Light
Open Sans Regular
Open Sans Semibold
Open Sans Bold
Open Sans Extra Bold

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. In ut feugiat sem. Nunc luctus rhoncus tristique. Maecenas consequat sed lacus ac dignissim. Integer sit amet lobortis libero. Nulla sed congue tortor. Vestibulum ante ipsum primis in faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia Curae; Curabitur at lacus imperdiet, tristique erat a, pretium rat. Phasellus tempus mattis porttitor.

6.5. Iconografía

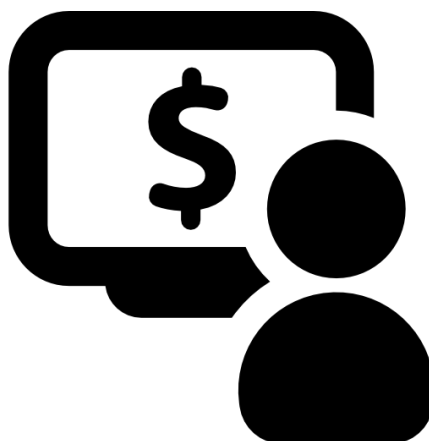
Icono geolocalización/sitios cercanos

Este icono es la imagen visual que georeferencia tu ubicación para mostrarte por medio de un mapa dónde te encuentras y los sitios o vías accesibles por las que puedes optar, según la necesidad.



Icono servicios premium

Este icono en la imagen visual de los servicios premium o pagos, cuando un usuario accede a esta opción es porque está interesado en apoyar económicamente el proyecto moviliapp.



Búsqueda detallada

Este icono representa visualmente la opción principal de búsqueda a demanda. Por ejemplo, un usuario en situación de discapacidad necesita ir a un banco a realizar un trámite pendiente, elige esta opción para buscar específicamente una sucursal bancaria accesible y cercana.



Call to action Premium

Este icono es la imagen visual de los servicios especiales que ofrecen algunas empresas, tal es el caso de préstamos de caminadores, muletas y/o sillas de ruedas, filas exclusivas, entre otros. Algunos de nuestros usuarios accederán a los beneficios de esta funcionalidad a partir de una suscripción paga (Servicio premium para usuarios).



icono sitios recomendados por amigos

Este icono representa visualmente un espacio de recomendaciones de amigos en la app.



6.6. Eslogan

“Experiencias de una ciudad accesible”

7. Pruebas del proyecto

Encuestas

Encuestas a personas con discapacidad:

1. sexo
 - a. Femenino
 - b. Masculino
2. Tu edad oscila entre los...
 - . 0 a 18
 - a. 19 a 24
 - b. 25 a 32
 - c. 33 a 45
 - d. mayor de 46
3. ¿Cuál es su principal problema de movilidad?
4. Tiene un teléfono inteligente propio?
 - a. Si

- b. No
- 5. ¿Usaría una aplicación móvil que facilite su movilidad en lugares públicos y privados importantes de la ciudad?
 - . Si
 - a. No
- 6. ¿Qué característica considera de mayor importancia en utilidad, usabilidad y funcionalidad en la app?
- 7. ¿Estaría dispuesto a pagar por servicios premium adicionales como: préstamo de sillas de ruedas y/o muletas, atención exclusiva, servicios de atención permanente?
 - a. Si
 - b. No
- 8. ¿Alrededor de cuánto estaría dispuesto a pagar por este servicio?
 - . De \$1000 a \$3000 mensuales
 - a. De \$3500 a \$6000 mensuales
 - b. Hasta \$10.000

Encuesta para empresas de servicios directos con clientes:

- 1. Nombre de la empresa

- 2. Barrio de ubicación

- 3. ¿Su empresa cuenta con espacios accesible para ciudadanos con discapacidad?
 - a. Si
 - b. No
- 4. Le gustaría mejorar la experiencia de estos clientes en sus local(es)?
 - . Si
 - a. No
- 5. Cuánto pagaría por un servicio de atención permanente virtual para esta población?
 - . \$25000 mensuales
 - a. \$35.000 mensuales
 - b. \$50.000 mensuales
 - c. Más de \$50.000 mensuales
- 6. ¿Qué características le gustaría encontrar en ese servicio?

Encuesta a ciudadanos que no presentan situación de discapacidad y empresas indirectas:

1. Usted es una empresa o una persona natural?
 - a. Empresa
 - b. Persona natural
2. Usted/la empresa está interesada en apoyar económicamente causas alrededor de la inclusión de ciudadanos en situación de discapacidad
 - . Si
 - a. No
3. ¿Cuánto estaría dispuesto a donar anualmente?

4. ¿Que características en especial le gustaría encontrar en un servicio digital de ayuda y movilización de ciudadanos con discapacidad?

Resultados de las encuestas y análisis

Target 1

Personas con discapacidad: Según resultados arrojados por la encuesta para determinar la inclinación que tienen las personas con discapacidad en cuanto a una plataforma que les ayude a solucionar los problemas de movilidad en Bogotá se logró identificar que de 10 personas nueve de ellas descargaría y usaría la aplicación para solucionar problemas cotidianos de movilidad y ubicación, nueve de ellos cuentan con teléfonos inteligentes y plan de datos y tan solo una persona niega poder acceder a la plataforma, mientras tanto 6 de ellos están dispuestos a pagar costos adicionales para poder obtener más beneficios como préstamos de

sillas de ruedas y atención primaria desde el momento que lleguen a los sitios con el apoyo de moviliapp.

Target 2

Encuesta para empresas de servicios directos con clientes:

De diez empresas encuestadas solo 3 aseguran tener las condiciones de acceso necesarias para personas con alguna limitación física y el 7 restantes de empresas aseguran no tener ninguna forma de acceso viable para estas personas, de esos diez todos están de acuerdo en que deben mejorar las condiciones para la atención y accesibilidad a las empresas, en cuanto al costo del servicio cinco empresas estarían dispuestas a pagar más de 50.000 pesos mensuales para convertirse en aliados estratégicos de la aplicación y mejorar la experiencia del usuario, otras tres están dispuestas a pagar hasta 50.000 pesos por hacer parte del grupo y las otras dos sólo están dispuestas a pagar 35.000, en cuanto a las características que le gustaría encontrar en la aplicación están de acuerdo en facilitar los servicios desde la aplicación para agilizar procesos para personas con discapacidad

Target 3

Encuesta para empresas de servicios directos con clientes:

6 de los encuestados son empresas y cuatro son personas naturales, de los diez encuestados todos aseguran estar dispuestos a hacer donaciones para que la aplicación funcione.

8. Plan administrativo

8.1. Estructura organizacional y cargos

Debido a que los primeros años de vida de los proyectos de emprendimiento, tienden a ser de arduo trabajo día y noche para lograr un nivel de crecimiento y visibilidad en el mercado. Desde Moviliapp hemos optado por constituir un equipo multidisciplinar, ligado a áreas de innovación, tecnología y Tics.

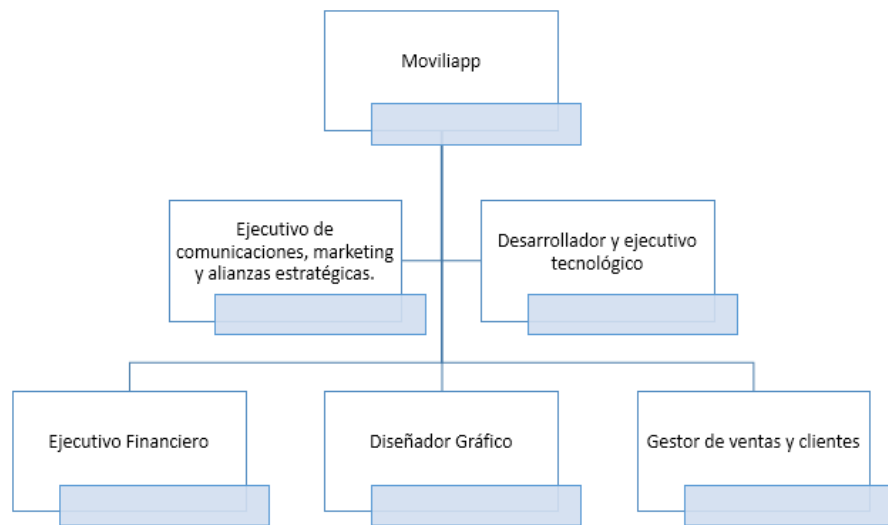
Equipo de trabajo Moviliapp:

Cargo	Funciones	No. de empleados	¿Socio?
Ejecutivo de comunicaciones, marketing y alianzas estratégicas	• Campañas de expectativa para lanzamiento de productos y ofertas. • Campañas de marketing online que reduzcan costos publicitarios y aumenten la presencia digital en nuestro target objetivo. • Piezas gráficas de apoyo a los objetivos de la empresa.	2	SI

	• Convenios y alianzas estratégicas con empresas y centros comunitarios de personas con discapacidad.		
Ejecutivo financiero	• Asesor en temas comerciales y financieros para innovar productos futuros u actuales de acuerdo al clima económico de nuestro target objetivo. • Realizar balances y libros de cuentas tal y como o establece la ley colombiana. • Pagos de nómina y contratos de prestación de servicios necesarios a futuro.	1	NO
Desarrollador	• Desarrollo Frontend del proyecto • Desarrollo Backend • Asesor tecnologico general de la aplicación móvil	1	SI

Diseñador Gráfico	• Elaborar piezas gráficas para las campañas de comunicación • Elaborar los diseños requeridos por el área de desarrollo para frontend • Diseño y elaboración de iconografía	1	NO
Soporte ventas y usuarios	• Soporte a clientes potenciales telefónicamente o vía correo. • Liderar área PQRS • Soporte a ventas vigentes	1	NO

8.2. Organigrama



8.3 Análisis DOFA

Debilidades:

- Sin experiencia en la creación de productos online para personas con discapacidad física
- Se carece de recursos económicos para iniciar el proyecto, por lo que se deben buscar opciones de inversionistas ángeles nacionales o extranjeros.
- No contamos con un desarrollador que pueda ocuparse totalmente del desarrollo del proyecto.

Oportunidades:

- No existen aplicaciones de este tipo para personas con discapacidad en Colombia
- Alianzas probables con empresas de cadena.
- Cobrar suscripción anual a empresas

- Posibilidad de donación para terceros con interés de apoyar el proyecto a sus principales beneficiarios.
- Amplia cobertura móvil

Fortalezas:

- Contamos con un gran equipo de comunicaciones, capaz de ejecutar un plan de marketing enfocado al crecimiento y a la captación de inversión.
- Relacionamiento corporativo
- Red de contactos alrededor de emprendimientos tecnológicos.

Amenazas:

- Los beneficiarios directos porcentualmente no poseen grandes condiciones económicas, que le permitan pagar el producto de manera directa y con gran demanda.
- Somos un país con poca conciencia alrededor de los espacios públicos y los derechos que tenemos de disfrutarlos sin distinción.
- Aún existe el pensamiento cultural de que las personas con discapacidad no pueden lograr independencia segura.

8.4 Aspectos legales

La empresa Moviliapp está constituida como una S.A.S. (Sociedad de acciones simplificadas), creada en la legislación colombiana por la ley 1258 de 2008, es una sociedad de capitales, de naturaleza comercial que puede constituirse mediante contrato o acto unilateral y que constará en documento privado. El documento de constitución será objeto de autenticación de manera previa a la inscripción en el registro mercantil de la Cámara de Comercio, por quienes participen en su

suscripción. Dicha autenticación deberá hacerse directamente o a través de apoderado.

Cuando los activos aportados a la sociedad comprendan bienes cuya transferencia requiera escritura pública, la constitución de la sociedad deberá hacerse de igual manera e inscribirse también en los registros correspondientes.

Una vez inscrita en el registro mercantil, formará una persona jurídica distinta de sus accionistas.

Para efectos tributarios, se rige por las reglas aplicables a las sociedades anónimas.

Las acciones y demás valores que emita la S.A.S no podrán inscribirse en el Registro Nacional de Valores y Emisores ni negociarse en bolsa.

Requisitos para constituir una S.A.S.:

- Nombre, documento de identidad, domicilio de los accionistas (ciudad o municipio donde residen).
- Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “sociedad por acciones simplificada”, o de las letras S.A.S.
- El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.

- El término de duración, si éste no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.
- Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.
- El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse.
- La forma de administración y el nombre, documento de identidad y las facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.

8.4.1. Normatividad vigente

Comercio Electrónico: Legislación Nacional - Colombia

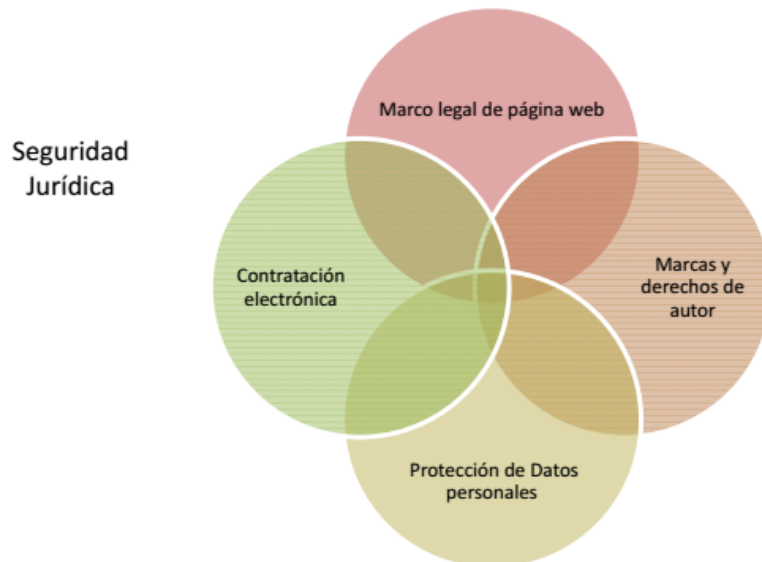
- Ley No 527 (1999)

Por medio de la cual se define y reglamenta el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales, y se establecen las entidades de certificación

- Ley 1221 de 2008. Ley Teletrabajo
- Ley 1273 de 2009. Delitos informáticos
- Ley 1341 de 2009. Ley de TIC y Sociedad de la Información

- Ley 1266 de 2008. Habeas Data
- Artículo 91. Ley 633 de 2000. Inscripción páginas web en el registro mercantil
- Decreto 1929 de 2007. Factura electrónica
- Ley 679 de 2001. Pornografía infantil
- Ley 23 de 1982. Derechos de autor
- Ley 1581 de 2012 y el Decreto 1377 de 2013. Uso de datos personales
- Código Civil
- Código de Comercio

Cuatro aspectos legales fundamentales



Marco legal de las páginas web/Aplicaciones:

- Términos de uso y condiciones
- Derechos de propiedad Intelectual e industrial en Internet
- Exclusión de responsabilidad.

- Política de privacidad
- Links
- Indicación de tarifas
- Spam

Informar al cliente

- Precio de la compra completa, expresar que incluye el precio
- Garantías aplicables cuando compra el producto/servicio
- Lugar y forma de presentación de reclamos
- Domicilio del empresario para efectos legales
- Dar información sobre la jurisdicción y la legislación aplicable

Permitir al cliente

- Acceda antes de comenzar la operación de compra a las condiciones generales de la contratación
- Acceda al contrato para detectar y corregir errores desde el propio sitio web
- Rechace, en caso de que no esté de acuerdo, las condiciones generales de compra, permitiéndole la cancelación de la operación de compra.

El empresario se compromete

- Utilizar un lenguaje sencillo y fácil de entender las condiciones de compra
- Disponer de un sistema de devoluciones, que pueda ser verificado por el cliente
- Guardar los diferentes modelos existentes de las condiciones generales de compra aceptados por cada comprador durante un término prudencial

Brindar información

- La confirmación de la correcta recepción del envío
- El momento exacto en el cual la compra se efectúa y se considera cerrada la contratación.
- Confirmación de la correcta recepción del pedido, con inclusión de los datos de la compra para información del cliente.
- La duración del periodo de revocación de la orden
- La fecha exacta en el que se hace el cargo del valor de la compra, especificando si la misma es con tarjeta crédito u otro medio de pago electrónico.

Derechos del cliente

- Disponga de un sistema fácil de comprensión que le guíe paso a paso durante todo el proceso de compra
- Consulte, en cualquier momento, la situación de su pedido en tiempo real
- Después de la aceptación del cliente, el empresario debe enviarle un acuse de recibo, o facilitarle la descarga o impresión de un documento de la contratación realizada.
- Después de celebrado el contrato, el cliente podrá solicitar información sobre la entrega del bien/servicio, la información deberá darse por la página web de la empresa, correo electrónico, teléfono u otros medios equivalentes.

Pago

- Ofrecer una información completa y sin errores sobre los sistemas de seguridad empleados para garantizar la seguridad y privacidad de las transacciones

- Dar al cliente la posibilidad de optar entre diferentes formas de pago que se pondrá a su disposición

La organización debe asumir un compromiso de:

- Usar un sistema seguro en las transacciones de pago
- Acreditar su identidad mediante el uso de un certificado digital de servidor

Entrega producto/Servicio

- Factura de compra
- Proceso de devolución
- Garantía del producto
- Hacer llegar, a través de medios propios o de un tercero, la mercancía solicitada en el plazo prometido y en buen estado
- Instrucciones de uso
- En caso de no poder cumplir plazos, avisar con antelación y proponer soluciones alternativas
- Asegurarse de que el cliente ha recibido el producto/servicio en los términos acordados

Comunicaciones comerciales

- Autorización, libre, previa
- Que exista una relación previa
- Que haya obtenido el contacto de una fuente accesible al público
- Indicar en «ASUNTO» si es «PUBLICIDAD» , «PROMOCIÓN»

- El correo electrónico, debe contar con una Política de Privacidad de la Organización (Ley 1266 de 2008 de 2009) y expresa de la persona y ley 1273

Obligaciones del sitio web o aplicación:

- Política de protección de datos personales
- Que los usuarios acepten previamente esta política, es decir antes de enviar sus datos personales
- La información mínima de la política de protección de datos personales
- Datos del responsable de la base de datos
- La finalidad para la cual se recogen los datos
- Derechos con los que cuenta el titular de los datos y como ejercerlos
- Indicar cuales son datos obligatorios y cuáles no.

9. Plan económico – financiero

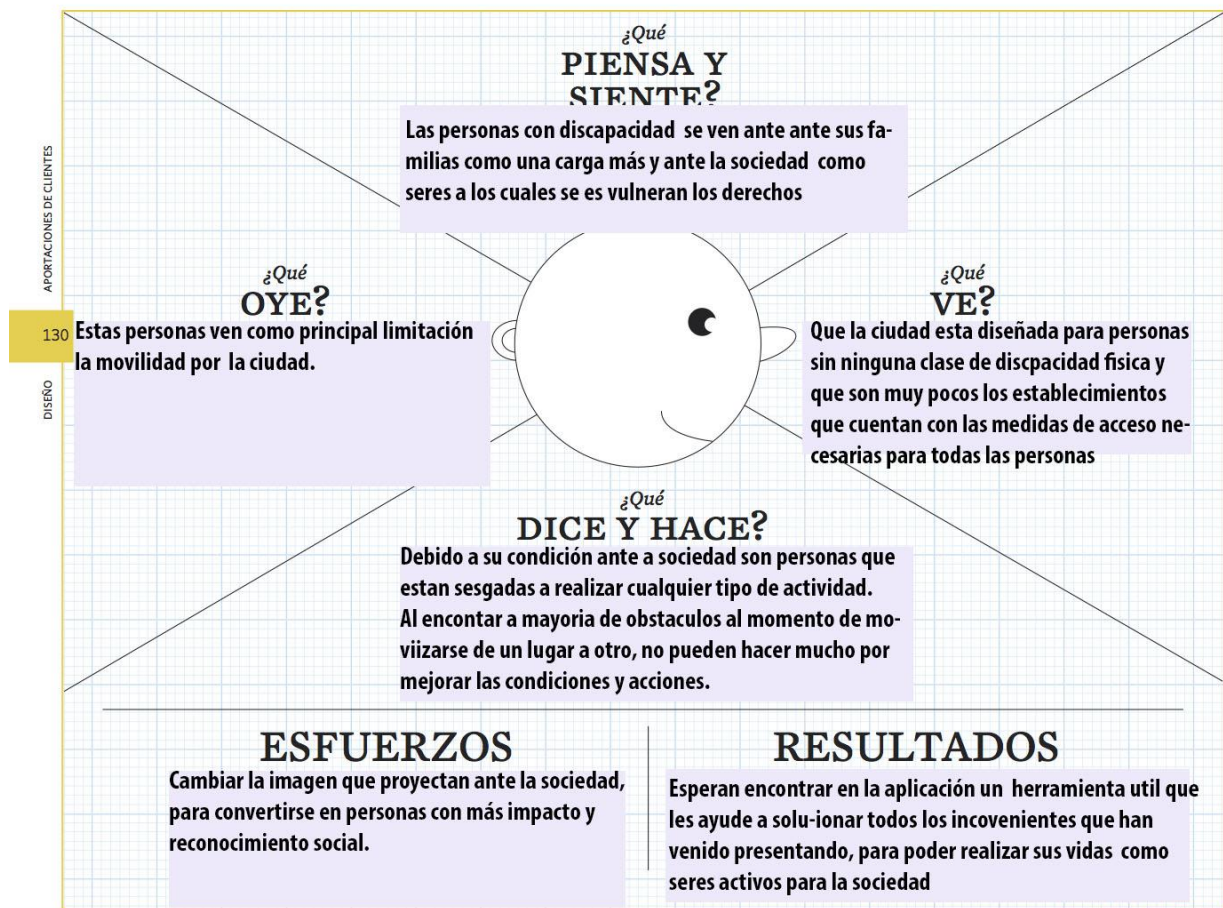
El plan económico financiero de la empresa Moviliapp tiene como principal objetivo presentar la inversión final , el costo total del proyecto y las proyecciones en materia de ventas y viabilidad de inversión para posible integrantes del equipo y/o agentes externos que deseen invertir en él.

*Ver documento 'Plan económico financiero' en formato excel.

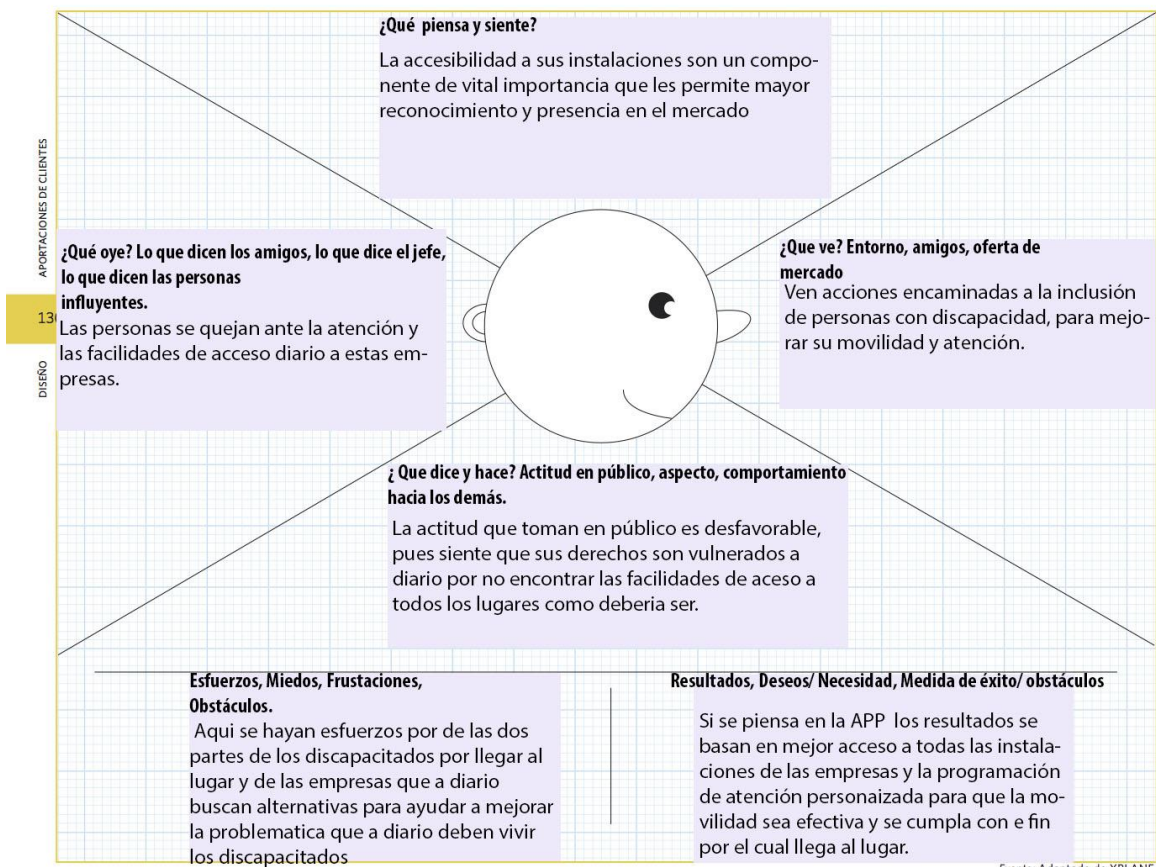
10. Anexos

10.1. Mapas de empatía

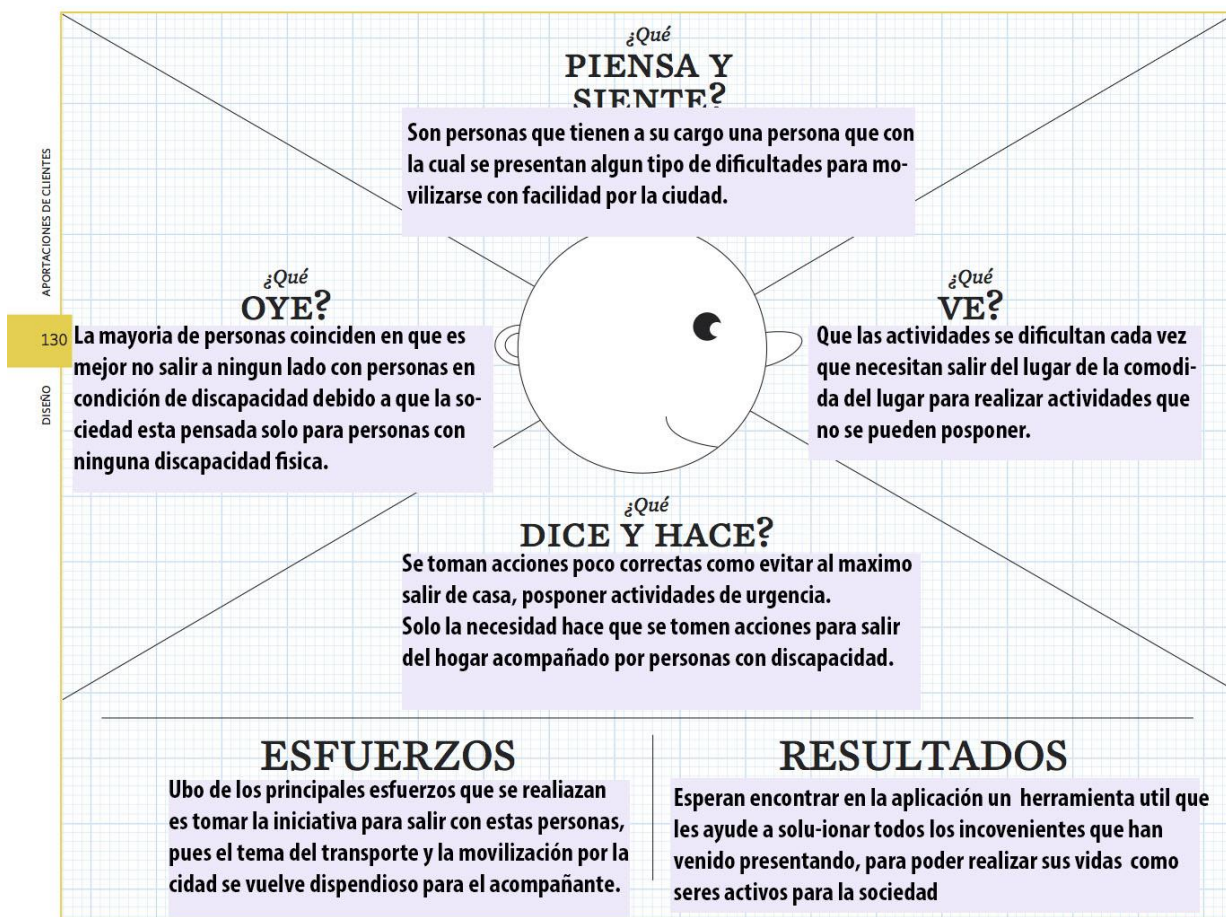
10.1.1. Target 1



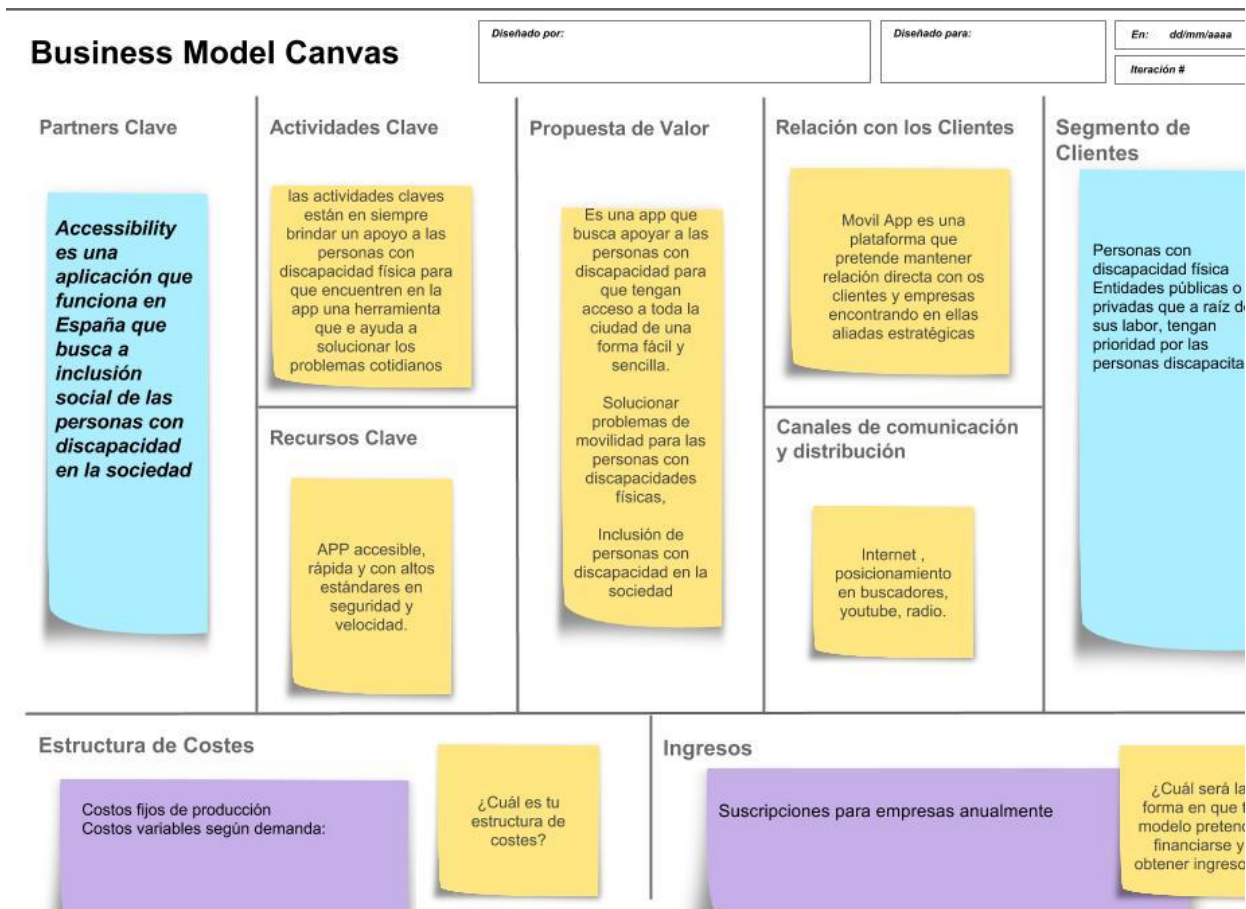
10.1.2. Target 2



11.1.3. Target 3



10.2. Canvas del modelo de negocio



10.3. Tabulación de resultados estudios de mercado

*Ver Adjunto Excel – Resultados estudios de mercado

11. Bibliografía

<http://www.rumbos.org.ar/orientaciones-practicas-de-atencion-pcd>

[http://www.lugareditorial.com.ar/extras/978-950-892-417-](http://www.lugareditorial.com.ar/extras/978-950-892-417-9_Ver%20fragmentos%20del%20libro.pdf)

[9_Ver%20fragmentos%20del%20libro.pdf](http://www.lugareditorial.com.ar/extras/978-950-892-417-9_Ver%20fragmentos%20del%20libro.pdf)

<http://www.cdc.gov/ncbddd/Spanish/disabilityandhealth/people.html>

https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/discapacidad/inform_estad.pdf

<http://discapacidadcolombia.com/>

<http://www.minsalud.gov.co/proteccionsocial/Paginas/DisCAPACIDAD.aspx>

http://www.redpapaz.org/inclusion/index.php?option=com_content&view=article&id=129&Itemid=127

<http://es.scribd.com/doc/25544984/1-4desarrollo-y-Prueba-de-Concepto#scribd>

http://www.liderazgoymercadeo.com/mercadeo_tema.asp?id=109

<http://159.90.80.55/tesis/000150265.pdf>

http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/11310/Documento_completo.pdf?sequence=1