

TRABAJO DE GRADO

APP CARGANDO

JULIÁN ANDRÉS GÓMEZ MARTÍNEZ

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL DIVISIÓN DE CIENCIAS
SOCIALES**

COMUNICACIÓN SOCIAL PARA LA PAZ

BOGOTÁ D.C.

2021

TRABAJO DE GRADO

APP CARGANDO

JULIÁN ANDRÉS GÓMEZ MARTÍNEZ

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL DIVISIÓN DE CIENCIAS
SOCIALES**

COMUNICACIÓN SOCIAL PARA LA PAZ

BOGOTÁ D.C.

2021

Resumen

App Cargando es una iniciativa que surge como trabajo de grado con el ánimo de integrar las narrativas de la información desde la comunicación con la interconexión terrestre dando así una solución a una problemática de uno de los sectores económicos más grandes del País como lo es el transporte; el gremio de transportadores han manifestado su necesidad de buscar alternativas, medios de comparación y facilidad en el momento de contar con la carga a los diferentes destinos del País, así las cosas y desde la innovación en los medios de comunicación se plantea la iniciativa de una APP que conecte a los transportadores con los medios comunicativos y las empresas analizando su aceptabilidad y disposición a hacer uso de ellas como medio de desarrollo económico.

DEDICATORIA

A Dios quien ha sido soporte y guía, a mis padres y hermanos por el apoyo recibido y creer en mí, a mis docentes quienes a diario se preocuparon por fortalecer académica y personalmente a cada uno de sus estudiantes.

AGRADECIMIENTOS

A la universidad Santo Tomas, docentes, directivos, estudiantes como familia que contribuyen día a día al crecimiento personal y profesional desde una perspectiva ética y espiritual como parte de la integridad del ser humano.

Tabla de contenido

1. Introducción

Título de la propuesta

2. Justificación

3. Producto y/o servicio

3.1. Definición servicio

3.2. Características del servicio.

3.3. Producción y/o servicios directos o por terceros

3.4. Productos o servicios en el mercado

3.5. Definición grupos de interés o stakeholders

3.5.1. Por cercanía

3.5.2. Por influencia

3.5.3. Por responsabilidad

3.5.4. Por dependencia

4. El cliente

4.1. Caracterización del cliente Trabajo de campo

4.2. Necesidades del cliente.

4.3. Motivos por los que el cliente adquiriría el servicio.

4.4. Estrategias comunicativas de persuasión

4.5. Herramientas para motivar el cliente

5. La competencia

5.1. Empresas con objeto igual en el sector

5.2. Perfil de la competencia.

5.3.Ventaja competitiva

5.4.Análisis del entorno:

5.5.Nichos de mercado

6. Equipo de trabajo

6.1. Estructura Orgánica

6.2. Organigrama

6.3. Perfiles de los integrantes del equipo

7. Precio

7.1. costos fijos de ejecución.

7.2.Costo variable

7.3.Punto de equilibrio

7.4. Disposición del cliente para pagar

7.5. Medios de pago

8. Proyección plan financiero

8.1.Costos de inversión para inicio

8.2.Tiempo estimado para recuperar inversión

8.3.Líneas de financiación.

9. Análisis de riesgos Descripción de las posibles alarmas a futuro

9.1.Matriz de riesgo

10. Fundamentación conceptual del negocio

10.1. Fundamentación (líneas teóricas): Marco teórico de la propuesta.

10.2. Planeación estratégica

10.3. La Comunicación y su aporte en la idea de negocio

- 10.4. Razon social empresarial
- 10.5. Sistema de negocio
- 10.6. Proveedores
- 10.7. Aliados estratégicos comerciales, ventajas de las alianzas.
- 10.8. Medios de propagacion
- 10.9. Normatividad y Beneficios ante la DIAN
- 10. Medición y Análisis de resultados
- 11. Conclusiones y Recomendaciones

1. INTRODUCCIÓN

Hoy por hoy la comunicación y las nuevas tecnologías se ha convertido en el medio más importante de transmitir un mensaje en el mundo, cada vez aumentan más los medios para hacerlo y las TICs han formado una parte vital y fundamental en el desarrollo de las mismas. *Zeller (2018)*, indica cómo *las Tecnologías de la Información y de la Comunicación explora toda forma de intercomunicación, permiten la adquisición, producción, almacenamiento, tratamiento, comunicación, registro, acceso y presentación de datos, información y contenidos en forma alfanumérica, imágenes, videos, sonidos, vibraciones, temperaturas, movimientos, acciones a distancia. Son herramientas muy importantes, gracias a estas se llega a obtener una mejor cadena de valor mediante las cuales se tiene una alta relación para mejorar las características de los procesos.*¹ Si miramos por ejemplo una empresa, un producto o un servicio que se ofrece, nos damos cuenta de la importancia que tiene darlo o conocer y presentarlo al mercado de forma óptima para los resultados que se esperan, sabiendo que el receptor decodifica de diferentes maneras el mensaje y es por ello surge la necesidad de presentarlo de la forma más precisa.

Con este proyecto se pretende implementar una APP que funcione las TICs y un plus didáctico publicitario, a su vez de interrelacionar las diferentes vías de comunicación y una población objetivo **del transporte** y las áreas afines de suministros para estos mismos, teniendo en cuenta que brindamos una excelente opción de facilitar la posibilidad de encontrar carga en los diferentes puertos, empresas, negocios y distribuidores que se encuentran en los diferentes trayectos nacionales además de múltiples beneficios que gestionamos como; alianzas estratégicas con diferentes servidores del gremio transportador como: estaciones de gasolina, montallantas,

¹ Mintic, 2019, aspectos básicos de la industria 4.0

restaurantes, hoteles, etc... Así mismo buscamos que las relaciones económicas de este gremio y del país se vean directamente beneficiadas por la app Cargando.

Título de la propuesta

Desarrollo de una aplicación como medio tecnológico de comunicación en el sector transporte de carga terrestre

2. JUSTIFICACIÓN

La APP Cargando brindará de forma oportuna, óptima, agradable y de fácil acceso comunicaciones a empresas generadoras de carga y de insumos con la necesidad de ser transportados garantizando una efectiva logística entre los gremios y demás interesados generando impulso en la logística del sector transporte y mejora de la comunicación terrestre en Colombia y de otros sectores comerciales que de una u otra forma hacen parte del sector, también es una oportunidad para los hoteles, restaurantes, lavaderos, servitecas entre otras, quienes dentro de la aplicación podrán **promocionar** sus productos y servicios en el sector transporte garantizando así su incremento de clientes y sostenibilidad en el mercado así como el de nosotros App Cargando.

Las tecnologías mediáticas son de extrema importancia como medio de reproducción, reconocimiento, comunicación e información en general, es así que con la App, se podrá determinar el impacto de las comunicaciones y su factibilidad en la solución a la problemática planteada más adelante, facilidades para los transportadores y empresas de transporte, soportado en la investigación, además de resultados de la eficiencia del uso de las TIC's como parte de la sostenibilidad económica.

3. PRODUCTO - SERVICIO

3.1. Definición del producto o servicio

APP CARGANDO consistirá en una aplicación de comunicación informática que será utilizada en móvil para facilitar la logística del servicio del transporte de carga a través de información oportuna y correcta de las cargas dispuestas en los diferentes puntos de despacho en Colombia. Con la app se quiere garantizar un acceso rápido y sencillo de la información comercial. Así garantizamos contribuir al desarrollo seguro y estable de las empresas transportadoras de la carga y transportadores del País, como muchos más gremios que se ven beneficiados, hotelería, turismo, gastronomía y muchos más de la economía del país.

La comunicación ayudará a mejorar la productividad y la producción por vía terrestre del territorio nacional.

La APP Cargando, será un medio de información y de comunicación para que los usuarios (Transportadores, empresas de Transporte, propietarios de vehículos, intermediarios de carga, empresas despachadoras, entre otros), accedan fácilmente a garantizar la necesidad de transporte de carga y aumentar su productividad. De manera adicional se informará sobre la disponibilidad de carga, el tipo de producto, el valor del flete, el trayecto a recorrer, el valor de anticipo, forma de pago, tiempos de recorrido, estado de las vías, entre otros aspectos, además de las pautas publicitarias donde se promocionan diferentes campos que también contribuyen a la economía transportadora.

Esto contribuirá a que la APP genere resultados desde el enfoque de tecnológico y mediático de comunicación suministrando información de **logística** masificando la información a diferentes

partes interesadas² del producto, como empresas de transporte, transportadores, familias, hoteles, restaurantes, estación de servicio, montallantas, servitecas.

App abrevia la palabra de origen inglés denominada Appliaction, y la cual consiste en una aplicación diseñada en un software y que se puede utilizar o ejecutar en Smartphone y dispositivos con características similares.

Con la creación de la App, se busca facilitar en cualquier momento dependiendo la ubicación, la disponibilidad de carga, valor de flete, enturnamiento, estado de vías, promociones comerciales, entre otros, para los transportadores y empresas transportadoras del País.

El desarrollo de la App iniciará con la fase de diseño, donde se realizarán los diagramas de lenguaje unificado de modelado, estableciendo los actores de la aplicación, los códigos del software para la necesidad específica, colores, entre otros que atraerán el cliente.

Etapas de la App

3.1.1. Conceptualización

Diseño, creación de la idea, se definen las necesidades de los usuarios.



Imagen: elaboracion propia

3.1.2. Definición

En esta etapa se realizará la identificación de la población de interés y sus funciones, es el trabajo del desarrollador.



Imagen: tomada de internet, <https://www.istockphoto.com/es/vector/redes-sociales-personas-dibujos-animados-gm932580426-255589465>

² Las partes interesadas se consideran a las personas, grupos o similares que afectan positiva o negativamente dentro de la empresa por su funcionamiento y ejecución. (Clientes, trabajadores, usuarios, beneficiarios, entre otros)

3.1.3. Diseño

Creación del aspecto visual, manejo de colores, trabajo del diseñador para plasmar las ideas de atención al cliente.

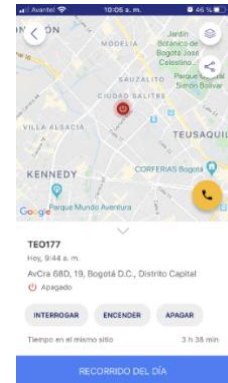


Imagen: satelital SATRACK

3.1.4. Desarrollo

Interpretación en códigos de las ideas diseñadas para la App, verificación de funcionamiento, corrección de errores.



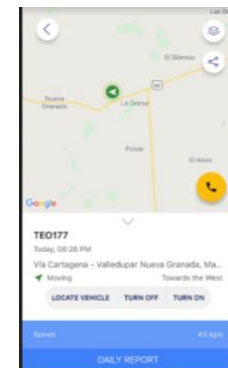
Imagen: satelital SATRACK

3.1.5. Publicación

Se da a conocer a la población objetivo y demás partes interesadas de la aplicación.

3.1.6. Alimentación y seguimiento

Control de las necesidades y funcionamiento de la App, retroalimentación y actualización continúa.



3.2. Características del servicio

La APP CARGANDO, será de fácil uso y manejo para estar al alcance de todos los usuarios, la cual nos ayudará a minimizar la problemática de falta de uso por parte de personas adultos mayores, ya que manejaremos un interfaz fácil y didáctico donde no habrá la dificultad para detectar carga para los transportadores y el cumplimiento de las empresas de transporte.

Estará compuesta por varias características:

- GPS para ubicación del usuario a los puntos más cercanos de disponibilidad de carga.
- Mapa de ubicación con distancias.
- Marcador de velocidad del vehículo.
- Ubicación en google maps, de cada una de las empresas asociadas a la APP, para facilidad de acceso.

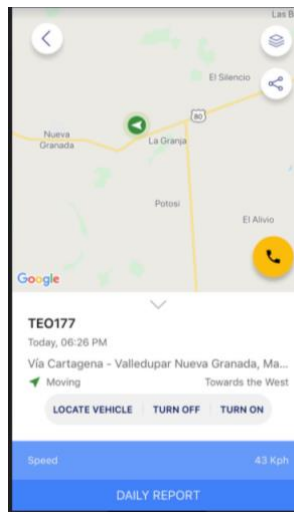


Imagen 1: -seguimiento Mula TEO 177-satelital satrack

- Descripción de la disponibilidad de carga, valor de flete, trayecto disponible.
- Solicitud para turno antes de llegar a la empresa de carga.
- Alianzas comerciales con proveedores de seguros, llantas, repuestos, talleres de mecánica, revisión tecnicomecanica entre otros servicios necesarios para el mantenimiento y

sostenibilidad del medio de transporte a fin de acceder a beneficios de descuentos por uso de la aplicación.

- Medio de publicidad de hoteles, restaurantes, tiendas y demás de consumo para el transportador.

Se trabajará específicamente en las características:

Tangibles como:

- El núcleo
- El precio
- El diseño

Características Intangibles como:

- La calidad del servicio y del producto con altos estándares para satisfacción de los clientes.

3.3. Producción y/o servicios directos o por terceros

La app CARGANDO, será prestadora de servicios directos, donde el transportador y las demás partes interesadas en el proceso podrán acceder a la aplicación con la compra y descarga de la misma, se estará realizando continua actualización y seguimiento a la misma.

3.4. Empresas con similar objeto social

De acuerdo a la investigación adelantada en el Registro Único Empresarial, se encontró registro de la empresa LoadsApp en la CCB Camara comercio en la ciudad de Bogota, con las siguientes características

.Imagen Soporte Registro único empresarial- investigación empresas del sector

3.5. Definición de los grupos de interés

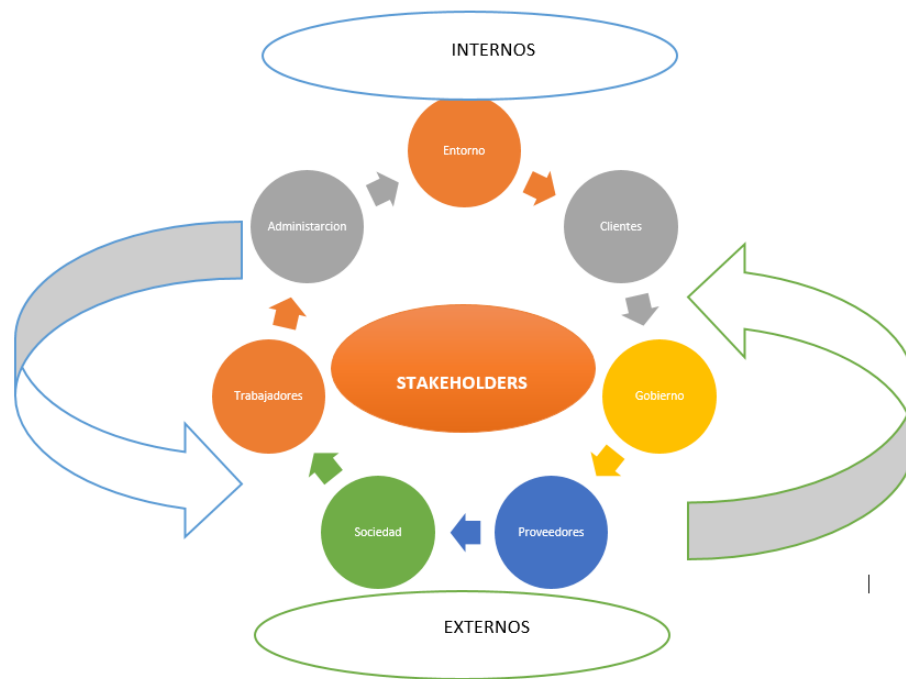


Imagen: grupos de interés - Elaboración propia

3.5.1. Cercanía

Las partes interesadas internas como trabajadores y transportistas de la región en especial del municipio de Duitama.

3.5.1.1. Transportadores

En este gremio se tendrá como población objetivo a todos los propietarios y conductores de tractomulas y que no están asociados a las empresas de carga sino que lo hacen de manera independiente, es decir el 80% del gremio transportista.

El valor de los fletes (costo por viaje realizado pago por tonelada cargada y pactado de acuerdo al trayecto), varía mucho, no todas las empresas aplican la tabla expedida por el Ministerio de

Transporte, sino por el contrario ponen sus propios valores generando inequidad, y afectando la utilidad de los transportadores, teniendo en cuenta que los costos directos como peajes, alimentación, hospedaje, lavado, parqueo, cargue, descargue, ACPM esté afectado por costo del petróleo a nivel mundial, aumentan el valor de consumo en viaje con respecto a lo que se paga por flete sin garantía de la carga en los dos trayectos lo que produce sobre costos y falta de recursos para la sostenibilidad del sector económico.

Por ejemplo, un viaje con las siguientes características

Producto	CARBON		
Empresa	TECNOCARBONES		
Origen	Sogamoso	Destino	Cali
toneladas	35,5		
valor tonelada	\$ 100.000,00		
valor flete	\$ 3.550.000,00		
ANTICIPO	\$ 2.200.000,00		
COSTOS			
	ACPM	\$ 1.300.000,00	
	Cargue	\$ 60.000,00	
	peajes	\$ 531.800,00	
	paso de finca	\$ 20.000,00	
	parque	\$ 8.000,00	
	lavada plancha	\$ 35.000,00	
	descargue	\$ 180.000,00	
	porcentaje viaje	\$ 284.000,00	
		\$ 2.418.800,00	
	excedente anticipo	-\$ 218.800,00	
Saldo por cobrar		\$ 1.350.000,00	

(Fuente: Gómez Julián, 2021)

Teniendo en cuenta los galones de ACPM necesarios, el número de peajes en el trayecto y los demás costos inherentes al viaje, se observa que el anticipo no ha sido suficiente para suplir esos costos directos; adicional, se realiza un descuento de impuestos como retención en la fuente e Impuesto Comercio (ICA), y aquellos cargos que cada municipio imparte de forma adicional. De otro lado, se debe tener en cuenta el salario del conductor, el mantenimiento general del vehículo, imprevistos como fallas mecánicas que realizando el balance económico es muy ajustado para garantizar el desarrollo de la actividad.

3.5.2. POR INFLUENCIA

3.5.2.1.Red de contactos

De acuerdo a la idea de negocio y de las necesidades para llevarla a cabo, inicialmente se presentará la idea para ser impulsada con el apoyo de MINTICS y APPS.CO con el ánimo de contar con una base sólida de impulsión de la empresa y posicionamiento de la empresa, desde la experiencia en el tema y que generan beneficio a la economía del País.

3.5.2.2.Mintics

Mediante la Ley 1341 o ley de las TICS, desde el Ministerio de las tecnologías se implementan políticas y proyectos con el fin de garantizar que el territorio Nacional aumente la cobertura a estas herramientas aun en los lugares rurales o de difícil accesibilidad.

Apps.co

APPS.CO, ha sido una idea del Gobierno Nacional desde MINTICS, donde se apoya al emprendedor de negocios digitales, se presenta la oportunidad de socializar o exponer la idea de

negocio y con su apoyo se ofrecen capacitaciones, formación, apoyo económico y acompañamiento durante el desarrollo y ejecución de la idea.

Es así que desde su inicio hasta la fecha ha desarrollado más de 2.715 beneficiarios y es uno de los emprendimientos digitales más grande en Colombia, promoviendo la generación de empresas y fortaleciendo algunas ya creadas.

3.5.2.3. Aliados del negocio

La implementación de APP CARGANDO, conlleva a la inversión de recursos económicos que en estos momentos no se encuentran como ingreso o capital base para inicio sin ayuda, de acuerdo a ello surge la necesidad de alianza estratégicas y socios inversionistas que inyecten capital y garanticen la ejecución de la idea.

Este socio podrá ser de carácter privado o pretenderé la búsqueda del apoyo de APPS.CO y del SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE con su línea FONDO EMPRENDER, que brinda la oportunidad de presentación de la idea de negocio y el apoyo económico para la ejecución del mismo y siendo este el capital inicial de la empresa apalancado por la Nación y en pro de un beneficio para miles de colombianos y empresas en el País.

3.5.3 POR RESPONSABILIDAD

DIAN

La Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), entidad adscrita al Ministerio de Hacienda y Crédito Público, se constituyó como Unidad Administrativa Especial, mediante Decreto 2117 de 1992, cuando el 1º de junio del año 1993 se fusionó la Dirección de Impuestos Nacionales (DIN) con la Dirección de Aduanas Nacionales (DAN).

Mediante el Decreto 1071 de 1999 se da una nueva reestructuración y se organiza la Unidad Administrativa Especial Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN). De igual manera, el 22 de octubre de 2008, por medio del Decreto 4048 se modifica la estructura de la Unidad Administrativa Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. El 26 de abril de 2011 mediante el Decreto 1321 se modificó y adicionó el Decreto 4048 de 2008, relacionado con la estructura de la Unidad Administrativa Especial Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. El 17 de julio de 2015 mediante Decreto 1292 se modifica parcialmente la estructura de la Unidad Administrativa Especial Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales.³

Cámara de comercio

Las Cámaras de Comercio estarán sujetas en sus actos de administración, gestión y contratación, a las normas de carácter público que les sean aplicables a los particulares que ejercen funciones administrativas por delegación legal, cuando así se disponga expresamente en las mismas, la cual tiene diferencias con la aplicable a los delegatarios de funciones públicas en virtud de un contratos o un acto administrativo, las cuales que deberán ser tenidas en cuenta por tratarse de normas de aplicación restrictiva y exegetica.⁴

Todas las empresas deben realizar los estatutos y formalizarlo ante la cámara de comercio de su ciudad, luego de ello se remite a la DIAN donde se adquiere el NIT o número de identificación tributaria, guían a los empresarios en emprendimiento, capacitaciones en fortalecimiento y alianzas empresariales.

3.5.3. Industria y comercio

El impuesto ICA, es aplicado únicamente a nivel municipal y varía de acuerdo al estatuto tributario de cada uno de ellos, debe ser declarado de forma anual y de acuerdo a los ingresos obtenidos en el desarrollo del ejercicio en la ciudad de creación o funcionamiento registrado.

³ <https://www.dian.gov.co/dian/entidad/Paginas/Presentacion.aspx>

⁴ <https://www.confecamaras.org.co/representacion-de-la-red/introduccion-a-camaras-de-comercio>

3.5.4. Por dependencia

Trabajadores

Socios

4. CLIENTE

4.1. Caracterización de los clientes

El cliente objetivo de la App CARGANDO, es el transportador de la clase media, clasificados de acuerdo a un estudio demográfico, y tomando como partida el municipio de Duitama Boyacá, que es la cuna de los transportadores junto con otros municipios de Boyacá (Susacón, Samaca, Sogamoso entre otros).

Los clientes se han caracterizado también de acuerdo a las edades, el género ha sido 99% masculino y un 1% femenino.

Dentro de las variables conductuales se han analizado variables de preferencia y la posible tasa de utilización del producto.

4.2. Necesidades y problemas significativos de los clientes

En entrevista con diferentes transportadores donde el objeto se fundamentó se basó en la búsqueda de necesidades para optimizar el desarrollo diario de labores se evidencio como el desconocimiento rápido o falta de información sobre la disponibilidad de fletes, valores, trayectos se ha convertido en un problema que limita el desempeño y genera pérdida económica y de tiempo en la ejecución laboral.

Es así que se realiza mediante llamadas telefónicas que en ocasiones no tienen pronta respuesta o no es precisa en la información, generando desgastes en desplazamientos a fin de garantizar la carga a transportar pero que en ocasiones ya ha sido designada a otros vehículos o que demandan

tiempos largos de espera que generan costos adicionales de hotel, alimentación, parqueaderos entre otros que puedan surgir, además de afectar los tiempos de retorno a sus hogares para disfrutar con sus familias.

Manifiestan que las herramientas de comunicación e información son insuficientes para garantizar agilidad y seguridad en una óptima ejecución laboral que les presente disponibilidad inmediata y con facilidad para la toma de decisiones y optimización económica y de tiempos.

4.3.Motivaciones de compra del cliente

Transportador

El cliente compra la App con el ánimo de adquirir información de manera rápida y con facilidad de interacción, de los beneficios que recibirá y de lo que representa para su economía lograr optimizar los tiempos de espera y la certeza de garantizar la carga por trayecto.

Empresa de carga

Contar con la disponibilidad de transporte para cumplir con los compromisos de carga y lograr la sostenibilidad de sus empresas, además de las mejoras en utilidad y servicio al cliente.

Comerciales

Es una oportunidad adicional para la promoción de elementos, variedad de productos y servicios adicionales garantizando que los usuarios harán uso de sus ofrecimientos y posibles promociones que impulsan el negocio y probablemente ayudarán al posicionamiento y preferencia por el cliente.

4.4.Estrategias comunicativas para la persuasión del cliente

Imagen publicitaria: se realizará un excelente trabajo en la imagen corporativa de la APP CARGANDO, logrando llamar la atención del cliente, que se convierta en fácil recordación y al verlo los sentidos lo identifiquen, que sea apelativa a fin de convencer que compren el producto.

El Slogan: Como componente del anuncio publicitario que sea conciso, llamativo, fácil de aprender y repetir.

El sonido, el espacio y la palabra en la publicidad: haciendo especial énfasis a la palabra para así destacarse sobre los demás elementos y generar esa recordación.

4.5.Herramientas para motivar el cliente

Con el ánimo de motivar los clientes se utilizarán medios como Twitter, whatsapp, instagram, mensajes por texto y mail, adicional se trabajara en la página en internet donde se presente información acerca de la empresa, quienes somos, cual es el propósito, quién puede adquirirla.

Se utilizaran estos medios teniendo en cuenta el tipo de población objetivo y que estos son los medios más utilizados por ellos.

4.6.Caracterización del cliente

Descripción del Cliente

El cliente objetivo de la App CARGANDO, es el transportador de la clase media, clasificados de acuerdo a un estudio demográfico, y tomando como partida el municipio de Duitama Boyacá, que es la cuna de los transportadores junto con otros municipios de Boyacá (Susacón, Samaca, Sogamoso entre otros).

Los clientes se han caracterizado también de acuerdo a las edades, el género ha sido 99% masculino y 1% femenino.

Dentro de las variables conductuales se han analizado variables de preferencia y la posible tasa de utilización del producto.

4.7. Modelo de negocio e innovación

App CARGANDO es una idea que quiere integrar I+D, la innovación y desarrollo en las TIC's para dar solución a un problemática que atraviesa uno de los sectores productivos del País como lo es el transporte de carga terrestre, en referencia específica de que el Transportador en un tiempo real, pueda saber la disponibilidad de carga, lugar, trayecto, pago y posibilidad de turno para agilizar su proceso de cargue y descargue, además de garantizar los trayectos de viaje de ida y vuelta y no generar gastos adicionales o desgaste del vehículo por falta de material o disponibilidad de carga en los puertos o demás lugares de acuerdo a las necesidades

Es una App innovadora, teniendo en cuenta que apenas inicia en el mercado y es diferente a los conceptos tradicionales de llamada e intermediarios.

Para el análisis de la innovación se han adelantado cuestionamientos con respecto a

- Propuesta de valor: ofrecer productos y servicios personalizados y a un bajo costo
- Cadena de valor: Por medio de la aplicación (uso de las Tic's), de fácil acceso y para cualquier usuario.
- Modelo de ingresos: generando ingresos no solo por el valor de la App sino por las alianzas comerciales y complementos de la aplicación.

4.8. El producto y/o servicio y su representación como una solución única.

De acuerdo a los análisis de los servicios en esta línea de comercio, se evidencia que actualmente esta relación comercial entre empresas y transportadores se realiza vía telefónica o por medio de

intermediarios lo que está generando pérdida de dinero y poca garantía de aseguramiento de la carga, es por ello que la App es una solución única y productiva para facilitar tiempos, costos, economía.

4.9.Mercadeo, distribución y posicionamiento de la App

Mercadeo digital: Actualmente, independientemente del lugar donde se encuentre la persona, las redes sociales ahora son parte fundamental en el desarrollo de las actividades diarias y más vistos por todo público sin distinción alguna. Es por ello que la App se promociona inicialmente por este medio.

5. LA COMPETENCIA

5.1.Registro de empresas del sector

Perfil de la competencia.

LoadsApp, es una empresa de procedencia norteamericana con sede en Miami, dedicada principalmente a la disponibilidad de carga de contenedores en puertos marítimos desde las bahías norteamericanas a Colombia y algunas partes al interior del País. Ha llegado a Colombia en el mes de Julio de 2019, y al momento cuenta con un aliado comercial que es COPETTRAN (empresa de transporte de pasajeros y carga).



5.2. Perfil de la competencia: Competidores directos e indirectos.

En Colombia actualmente funciona la App LoadsApp que funciona con el ánimo de conectar las empresas y los transportadores, es una empresa Estadounidense ubicada en la dirección 8400 NW 36 Street. Suite 450 – Miami Fl, 33166, con sede en Bogotá en la Carrera 11 B # 99-25 Piso 5-102 y 103.

Durante el desarrollo de la APP se encontraran diferentes formas de competencia comenzando por los intermediarios del transporte que se encargan de búsqueda de viajes de carga pesada, las nuevas empresas podrán competir con precio, publicidad, innovación, aunque el sector es muy amplio y con alta capacidad para otros.

5.3. Ventaja competitiva

Análisis de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas		
Fortalezas	APP CARGANDO	LoadsApp
¿Qué ventajas tiene su empresa?	Es Nacional, la información se presenta en idioma español	Experiencia (10 años en el mercado)
¿Cuáles son sus principales competencias?	Transporte de carga tipo pesada terrestre.	Transporte fluvial y de contenedores
¿Dónde gana más dinero?	uso de la App y alianzas comerciales	En transporte de puerto a puerto internacional
¿Qué está haciendo bien?	Adaptación a las necesidades del País y el transportador	Organización y control
Debilidades		

¿Qué áreas evita?	Transporte fluvial y de carga liviana	Transporte de carga pesada dentro del país
¿Qué está haciendo mal?	Aun en perfeccionamiento de la estructura organizacional	Facilidad en el uso de la App
¿Qué necesita mejorar?	optimización de tiempo	Facilidades para acceso y uso de la aplicación
Oportunidades		
¿Los Nichos que faltan a su competencia?	comercio a pequeña escala	Transportistas independientes de carga pesada terrestre.
¿Nuevas tecnologías?	SI, de fácil aplicación y al alcance de toda la población	SI
¿Nuevas necesidades de los clientes?	SI	SI
Amenazas		
¿Obstáculos que solucionar?	presupuesto económico	promoción del App
¿Normativa gubernamental?	NO	NO
¿Vulnerabilidades?	Sostenimiento	Irse del Pais

5.4.Análisis del entorno.

El transporte es una de las locomotoras económicas del País sosteniendo a miles de familias en Colombia, especialmente en los municipios de Duitama, Susacon, Samaca, Sogamoso, Nobsa y otro municipio del departamento de Boyacá.

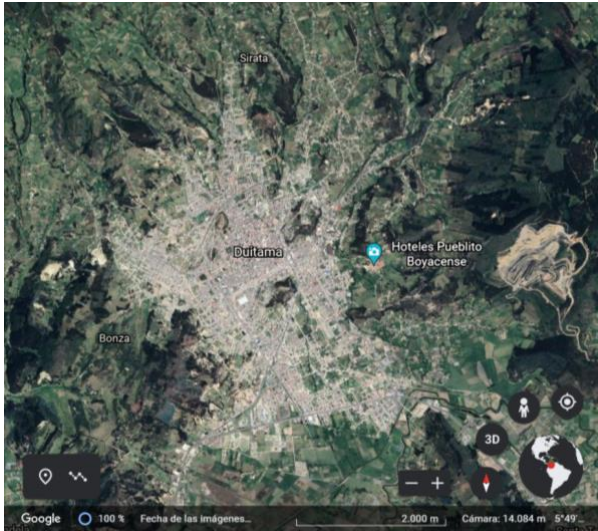


Imagen - Municipio de Duitama – Boyaca, fuente: tomada de google earth - <https://earth.google.com/web/search/Samac%c3%a1,+Boyac%c3%a1/@5.70407108,-72.95525611,2491.85306475a,91153.17723577d,35y,0h,0t,0r/data=CigiJgokCea1RSW4dhdAEdYKTDroJBdAGbsBEGndPILAIvUBXr79RFLA>

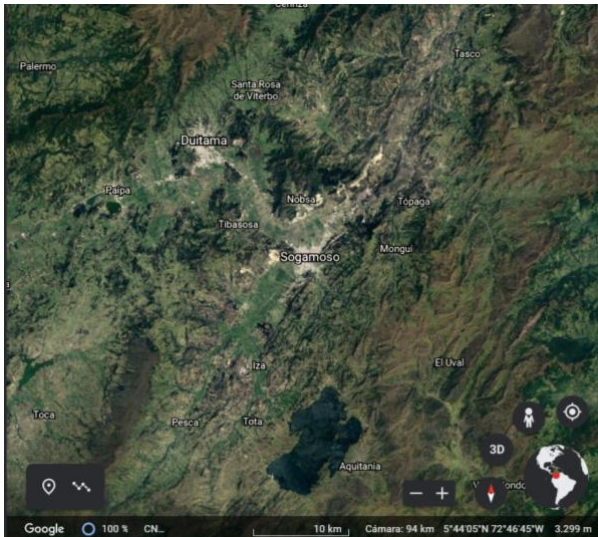


Imagen – Municipios deptamanto– Boyaca, fuente: el autor. <https://earth.google.com/web/search/Samac%c3%a1,+Boyac%c3%a1/@5.70407108,-72.95525611,2491.85306475a,91153.17723577d,35y,0h,0t,0r/data=CigiJgokCea1RSW4dhdAEdYKTDroJBdAGbsBEGndPILAIvUBXr79RFLA>

Factores	Descripción	Variables a considerar
Económicos	Fuentes de ingresos	Crecimiento del Producto Interno Bruto Evolución de formas de vida desempleo
Socio culturales	Características de la población – cultura de fiesta - Celebraciones católicas - Educación familiar	Tasa de natalidad en aumento Valores sociales, éticos Compromiso laboral
Políticos	Gobernantes Políticas publicas	Políticas de fletes Regulación del transporte

Se hace necesario entender nuestro posicionamiento y profundizar la propuesta en relación a nuestros competidores, precios, especificaciones canales de venta, será un trabajo continuo.



Imagen: PEST – elaboración propia

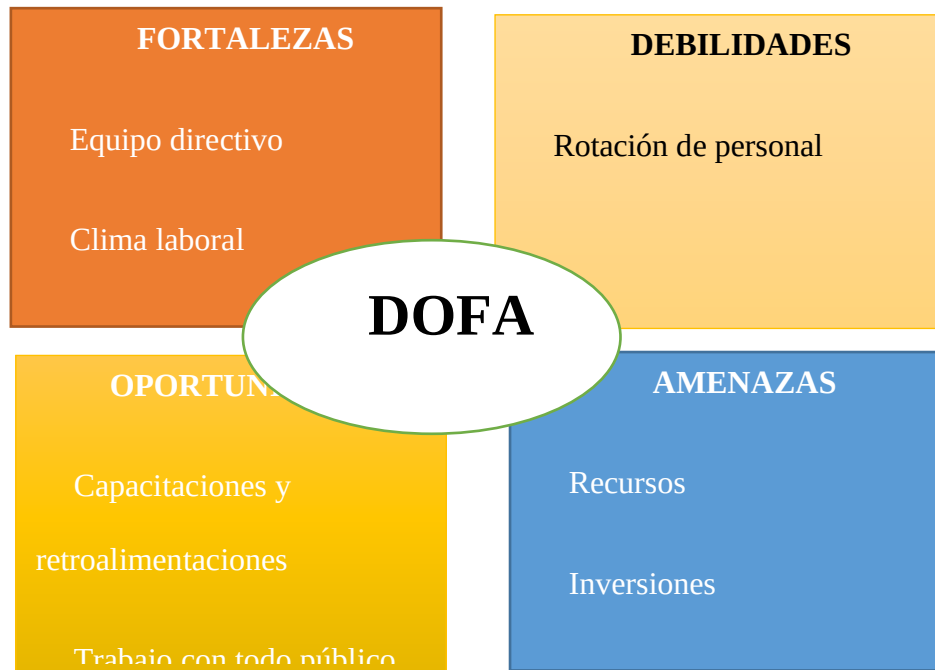
5.5. Nichos de mercado

Es fundamental conocer los diferentes nichos de mercado y es la primera herramienta para ser certero en la inversión, el cual se ha identificado con el menor número de competidores y alianzas estratégicas, se ha enfocado a un nicho que pocos indagan que son los mecánicos, lavaderos, restaurantes quienes se beneficiaran directamente con la APP y donde no se ha centrado la atención del transporte dentro de un gran segmento como los transportadores y las empresas transportadoras.

6. EQUIPO DE TRABAJO

6.1.Estructura Orgánica

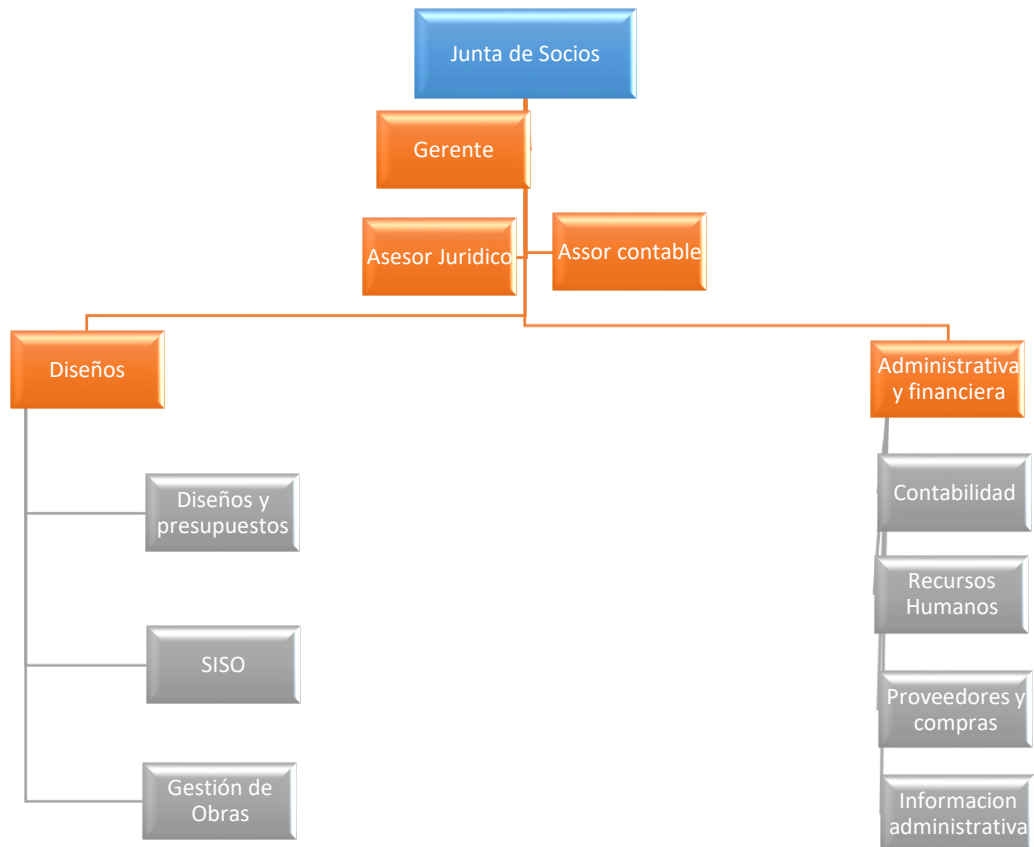
Una de las labores de la Junta de Socios es la de toma de decisiones y supervisión de cada mando jerárquico y que debe tener conocimiento de cada una de las líneas y órganos que componen la estructura empresarial.





6.2.Organigrama

De acuerdo a la necesidad de organizar la estructura de la empresa se genera un organigrama, con el ánimo de integrar cada proceso y contralar las acciones dentro de la misma.



6.3.Perfiles de los integrantes del equipo

NOMBRE	CARGO	COMPETENCIAS
Julián Andrés Gómez Martínez	Propietario – comercial	Estudiante de Comunicación Social.
Iván Ariel Alba	Desarrollador	Ingeniero Electrónico, con experiencia en creación de software.
Luis Hernando Zafra	Diseñador	Ingeniero de sistemas, con experiencia en creación de Apps
Angie Lorena Ariza	Contadora	Contador Público con experiencia en contabilidad empresarial.

Reglamento interno de trabajo

Estará sujeto al código sustantivo del trabajo.

7. PRECIO PRODUCTO Y SERVICIO

7.1.Costo fijo del producto o servicio.

Costos fijos: son los costos constantes generados en la empresa para el sostenimiento de la empresa y que no varían como salarios, servicios públicos, arrendamientos y otros necesarios para el funcionamiento.

INSUMOS	UNIDAD	VALOR POR UNIDAD
INTERNET	Mes	\$ 60.000,00
Derecho de APP Android	UN	\$ 150.000,00
Derecho de App IOS	Anual	\$ 396.000,00
comunicaciones y publicidad	GL	\$ 1.200.000,00
celulares	UN	\$ 800.000,00
Interacción Apps con GPS	Anual	\$ 1.800.000,00
Interacción Apps con mail y redes sociales	Anual	\$ 1.800.000,00
Interacción con pagina web	GL	\$ 7.800.000,00

7.2.**Costos variables:** son costos que todos los meses no serán del mismo valor y pueden que sean necesarios o no.

INSUMOS	UNIDAD	VALOR POR UNIDAD
Ingeniero Electronico	Mes	\$ 2.800.000,00
Ingeniero de Sistemas	Mes	\$ 2.800.000,00
software	UN	\$ 8.500.000,00
Equipo de computo	UN	\$ 1.800.000,00
Costos de desplazamiento Y Viáticos	GL	\$ 800.000,00

7.3.**Punto de equilibrio:** consiste en los ingresos que servirán para suplir los costos fijos mas los costos variables.

7.4.Valor de venta del producto o servicio

NOMBRE PRODUCTO	PRECIO DE VTA UNIT.
Empresas inscritas a la App	380.000
Empresas comerciales	300.000
comisiones	5%

El valor es cobrado por una única vez para la inscripción y de forma mensual una actualización por valor de \$70.000 pesos.

Adicionalmente a ello se espera sostenibilidad con la publicidad y anuncios que se promuevan por la App.

7.5.Precio de la competencia.

Se realiza un cobro de comisión por cada carga aceptada por la App que oscila entre el 3 y el 8% dependiendo el trayecto, cantidad y peso del elemento transportado

7.6.Valor que el cliente esta dispuesto a pagar

De acuerdo a la encuesta realizada a los transportadores, la pregunta número 11 se enfocó a la posibilidad del pago y la disposición por uso de la misma, para lo cual se presentaron unos rangos de valores sobre los que podría oscilar el uso de la App a lo cual se concluyó

11. en qué rango estaría el dinero que está dispuesto a costear mensualmente por la App	70% de 50.000 a 80.000 20% de 80.000 a 100.000 10% de 100.000 a 200.000
---	---

De acuerdo a ello se ha planteado un valor mensual de \$70.000, teniendo como referencia otras Apps usadas en el desarrollo de la actividad como servicio satelital, control combustible entre otras.

Los Transportistas concluían que era un precio que resultaba más económico haciendo una relación costo – beneficio, entre los días que en ocasiones se pierden por la espera de disponibilidad de carga, o las comisiones a los intermediarios.

7.7. Medios de pago ofertados.

Efectivo

PSE

Convenios efecty

Tarjetas de crédito

8. PLAN FINANCIERO

8.1.Inversión operacional

Para iniciar operaciones se requiere un capital de TREINTA Y CINCO MILLONES SEISCIENTOS NOVENTA Y CUATRO MIL PESOS M/CTE (35.694.000)

COSTOS
APP CARGANDO

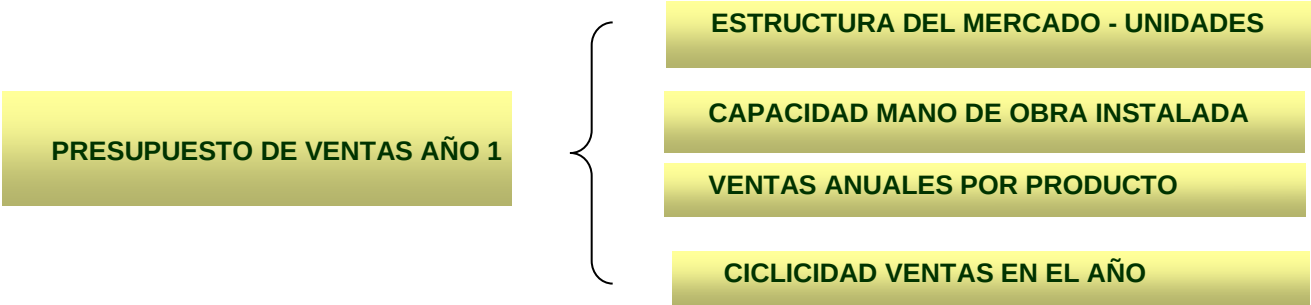
INSUMOS	UNIDAD	VALOR POR UNIDAD	CANTIDAD	total
Ingeniero Electrónico	Mes	\$ 2.800.000,00	1	\$ 2.800.000,00
Ingeniero de Sistemas	Mes	\$ 2.800.000,00	1	\$ 2.800.000,00
software	UN	\$ 8.500.000,00	1	\$ 8.500.000,00
Equipo de computo	UN	\$ 1.800.000,00	2	\$ 3.600.000,00
INTERNET	Mes	\$ 60.000,00	3	\$ 180.000,00
Derecho de APP Android	UN	\$ 150.000,00	1	\$ 150.000,00
Derecho de App IOS	Anual	\$ 396.000,00	1	\$ 396.000,00
comunicaciones y publicidad	GL	\$ 1.200.000,00	1	\$ 1.200.000,00
Creación APP en plataforma	Hr	\$ 94.500,00	24	\$ 2.268.000,00
Costos de desplazamiento Y Viáticos	GL	\$ 800.000,00	1	\$ 800.000,00
celulares	UN	\$ 800.000,00	2	\$ 1.600.000,00
Interacción Apps con GPS	Anual	\$ 1.800.000,00	1	\$ 1.800.000,00
Interacción Apps con mail y redes sociales	Anual	\$ 1.800.000,00	1	\$ 1.800.000,00
Interacción con página web	GL	\$ 7.800.000,00	1	\$ 7.800.000,00
TOTAL		\$ 30.800.500,00		\$ 35.694.000,00

Nota: UN –Unidad GL Global

PRESUPUESTO DE VENTAS AÑO 1

Nombre del Proyecto
Nombre del Emprendedor

APP CARGANDO
Julian Gomez



ESTRUCTURA DEL MERCADO - UNIDADES

PRODUCTO	MERCADO POTENCIAL CLIENTES	CONSUMO ANUAL PER CÁPITA	VENTA UNIDADES AÑO 1	PARTICIPACIÓN % MERCADO OBJETIVO	MENSUAL
Empresas inscritas a la App	200	50	200	2,00%	
Empresas comerciales	80	200	80	0,50%	
Total			280		

VENTAS ANUALES POR PRODUCTO

NOMBRE PRODUCTO	UNIDADES A VENDER	PRECIO DE VTA UNIT.	VENTAS TOTALES \$ AÑO 1
Empresas inscritas a la App	200	380.000	76.000.000
Empresas comerciales	80	300.000	24.000.000
SUBTOTAL	280	680.000	100.000.000

PERIODO	INCREMENTO ANUAL PRECIO %	BASE + INCREMENTO
Año 2		100%
Año 3		100%
Año 4		100%
Año 5		100%

4- CICLICIDAD VENTAS EN EL AÑO

CALIFICACIÓN COMPORTAMIENTO VENTAS	CALIFICACIÓN
Muy alto	9
Alto	7
Normal	5
Bajo	3

De acuerdo a la estacionalidad califique los meses según la tabla anterior		AÑO 1 UNIDADES	AÑO 1 VENTAS \$
Enero	3	14	5.000.000
Febrero	3	14	5.000.000
Marzo	5	23	8.333.333
Abril	5	23	8.333.333
Mayo	5	23	8.333.333
Junio	7	33	11.666.667
Julio	7	33	11.666.667
Agosto	7	33	11.666.667
Septiembre	5	23	8.333.333
Octubre	5	23	8.333.333
Noviembre	5	23	8.333.333
Diciembre	3	14	5.000.000
Total	60	280	100.000.000

8.2. Tiempo para retorno de inversión

Se requiere un tiempo de 6 meses para la recuperación de la inversión logrando sostener la venta de las unidades proyectadas para cada mes del año y luego de analizar variables como época y comportamiento del mercado.

8.3. Financiación externa de ser necesaria.

La financiación corresponderá a un valor de TREINTA MILLONES CIENTO VEINTICUATRO MIL PESOS, los cuales serán solicitados a particular o entidad financiera.

Adicionalmente a ello se tiene proyectado la presentación a fondo emprender de la APP CARGANDO, y poder contar con el 100% de la financiación y apoyo de Tecnologías con el Servicio Nacional de Aprendizaje.

9. ANÁLISIS DE RIESGOS

9.1. Matriz de riesgo

RIESGO	EXPLICACIÓN	IMPACTO	LINEA DE ACCION
FINANCIEROS	Ausencia Capital financiero	Afectación a la ejecución y funcionamiento de la App	Contar con respaldo financiero de particular o entidad Bancaria
	Imposibilidad de cumplimiento de obligaciones financieras como intereses o cuotas	Cobros coactivos y reportes negativos	Proyección de flujo de caja mensual
	Demora en los pagos de los clientes	Sostenibilidad de la empresa	Capital de trabajo que soporte las posibles demoras y no retrase el funcionamiento de la empresa.
LEGISLATIVOS	Constitución de la empresa cumpliendo con los parámetros establecidos y conformando estatutos que sean funcionales y apropiados para el funcionamiento de la empresa	Inicio de proceso en Supersociedades e intervención de la misma	Asesoría Jurídica y legal por parte de personal especializado en el área y la cámara de comercio.
	Incumplimiento de la legislación en materia laboral	Situaciones en inspección de trabajo o juzgados por reclamación de derechos.	Realizar las contrataciones y desarrollo de las labores de acuerdo al código sustantivo del Trabajo que rige en el País. Además del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo.
	Caída de las redes o fallas en el sistemas de hosting o inconvenientes con permisos de los	Perdida de dinero e insatisfacción de los clientes	Capacitación permanente de las plataformas y la forma de actualización

MERCADO	sistemas android o Ios		
	Dificultades de los clientes para el manejo de la App, Al ser una App de fácil acceso y diseñada para toda la población, de pronto pueda generar inconvenientes con los clientes al no entender alguna parte de la app o tener desconfianza en su uso.	Disminución de Clientes y afectación del mercado.	Publicidad continua que genere confianza, explicación del uso de la App, beneficios y accesibilidad.

10. FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL DEL NEGOCIO

10.1. Fundamentación (líneas teóricas)

El transporte ha venido siendo catalogado como una de las líneas de la economía más importante del País, así lo manifiesta el informe económico de la Nación de acuerdo con los siguientes datos:

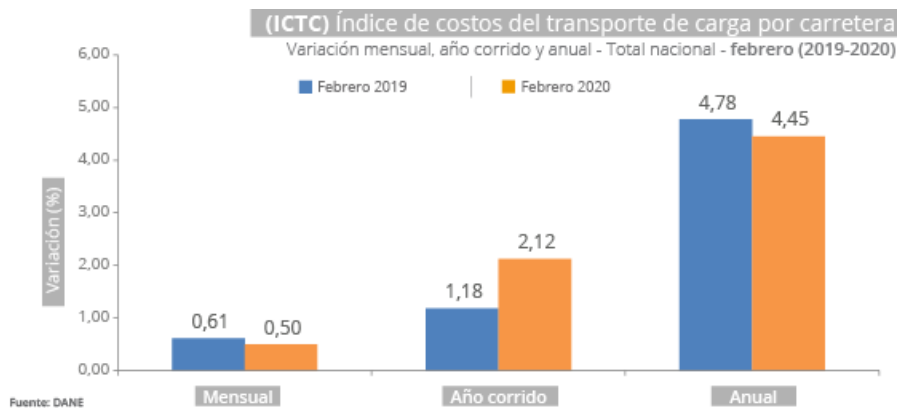
Durante el 2018, la economía colombiana registró una tendencia creciente pasando de un año 2017 donde durante los cuatro trimestres el crecimiento no llegaba al 2%, a niveles del orden de 2,8% en el segundo y tercer trimestre de 2018. Con estos resultados se tiene una tasa de 2,5% para los primeros tres trimestres del año y es probable que Colombia termine el 2018 con un crecimiento alrededor del 2.8%, (Cuentas Nacionales DANE, 2018-2019) (DANE, 2019) ”⁵, además de ello y de acuerdo con la ANDI, en el año 2019 y proyección del actual año, el país ha tenido como prioridad el fortalecimiento de la infraestructura “Colombia tiene puestos los ojos en el desarrollo de su infraestructura vial, no solo de las concesiones que vienen de años anteriores en las obras de primera, segunda y tercera generación, sino también en la importancia y expectativas en el paquete de 30 carreteras, de proyectos de APP de cuarta generación de dimensiones nunca antes vistas en el país. Estos proyectos tienen un efecto importante en la economía, acelerando el gasto económico en obras civiles y los sectores que encadena, así como en la competitividad logística, tiempos y costos del transporte” ⁶

Teniendo en cuenta el informe anterior el sector transporte tiene una proyección positiva, porque el Gobierno está dispuesto a fortalecer la inversión en el sector y al uso de las TICs, además de destinación de recursos para estado de las vías y contando que en Colombia es la única alternativa de transporte de carga pesada económica y que recorre el País completo garantizando el abastecimiento de todo tipo de materiales desde el amazonas a punta gallinas.

⁵ <https://imgcdn.larepublica.co/cms/2018/12/28132344/ANDI-Balance-y-Perspectivas.pdf>
2.7 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 I-2010II III IV I-2011II III IV I-2012II III IV I-2013II III IV I-2014II III IV I-2015II III IV I-2016II III IV I-2017II III IV I-2018II III IV COLOMBIA: CRECIMIENTO ECONÓMICO EVOLUCIÓN PIB TRIMESTRAL (%) Fuente: Cuentas Nacionales, DANE 24

⁶ http://www.andi.com.co/Uploads/ANDI%2020Balance%20y%20Perspectivas_636882495815285345.pdf

Actualmente y de acuerdo con los informes del DANE, El **ICTC** (Índice de Costos de Transporte por Carretera), que permite medir las variaciones promedio de precios de un conjunto representativo de bienes y servicios necesarios para garantizar la movilización de un vehículo prestador del servicio del transporte de carga por carretera en el país a lo largo del tiempo



Actualmente los transportadores buscan en las empresas que necesitan el servicio de carga y verifican el flete (valor por tonelada de carga transportada) y su trayecto a fin de realizar un análisis de la viabilidad del viaje de acuerdo con las distancias, número de viajes y probabilidad de carga para retorno y completar así el trayecto terrestre A a B y B a A o C.

En muchos lugares de carga se encuentran los llamados “intermediarios”, a los cuales se les cancela un dinero y ayudan a obtener un turno para el vehículo y así garantizar carga en uno de los trayectos de viaje y costear los ingresos económicos suficientes para su sostenibilidad

Lo anterior refleja la situación que viven diariamente muchos de los transportadores del país sobre la disponibilidad de carga, casi el 78% de las empresas en Colombia requieren del servicio de transporte por carretera para recorridos en todo el país, generando que las empresas abusen y en ocasiones no cumplan con las tablas de fletes establecidas sino que pagan menos del valor, lo que ocasiona aceptar y disminuir su posibilidad de ingresos.

Actualmente en Colombia existen más de 500 empresas registradas del sector transporte, según un informe de la revista DINERO (Revista Dinero, 2019), más de 150 han entrado en proceso de liquidación o modificación o reestructuración, lo que genera una gran preocupación en las empresas y en los transportadores que dependen de ellas. Esta situación se ha venido presentando debido a la disminución en los costos de la tabla de fletes y al aumento constante de ACPM, gasolina, lubricantes aceites y demás derivados péticos, peajes, lo que ha generado que se afecte la sostenibilidad de este sector.

10.2. Planteamiento estratégico:

Contexto empresarial

Nombre o razón social	APP CARGANDO
Dirección	Calle 6ª N° 37-107
Ciudad	Duitama – Boyacá
Teléfono	3102544246
Objeto social	Creación, implementación y puesta en marcha de sistemas de comunicación satelital mediante la generación de APP para conexión de vías terrestres con disponibilidad y transporte de carga.
Código CIIU – Clasificación de Actividades Económicas CIIU	6202: Actividades de consultoría informática y actividades de administración de instalaciones informáticas

	6130: Actividades de telecomunicación satelital
	6190: Otras actividades de telecomunicaciones ⁷

Planteamiento estratégico:

a. Misión

Ser la aplicación líder en innovación y desarrollo, conformado por un equipo colaborador, proporcionando soluciones innovadoras ajustadas a sus necesidades, incrementando la proactividad y siendo competitivo en el mercado.

b. Visión

Hacia el 2025 deseamos ser una empresa reconocida elegida por su propuesta innovadora, productos, servicios y la garantía en la ejecución de sus procesos de forma transparente y eficaz mediante la adopción de soluciones tecnológicas asequibles y de fácil uso. Labor que será desarrollada de forma ética por un grupo de profesionales que disfruten su trabajo en un ambiente motivador.

c. Valores

Respeto. Consigo mismo y con los demás, por el trabajo y las actividades a desarrollar, valorando el personal y las acciones de cada uno.

⁷ CIIU, cámara de comercio, clasificación de actividades comerciales.

Honestidad y transparencia. Con las actividades a desarrollar, compañeros y personal, con el compromiso y dedicación laboral.

Trabajo en equipo. Como eje fundamental del desarrollo social y económico de la empresa, trabajando en la consecución de un objetivo común con apoyados en cada uno de los miembros de la empresa.

Responsabilidad. Con la empresa, el cargo, las labores encomendadas, en el cumplimiento de las obligaciones, o el cuidado al tomar decisiones o realizar algo.

Tolerancia. Con mi trabajo, compañeros, clientes, proveedores y todas las partes interesadas del proceso, tolerancia basada en el respeto hacia lo otro o lo que es diferente de lo propio.

Calidad. En el Trabajo y desarrollo empresarial, cualidad de las cosas que son de excelente creación, fabricación o procedencia en el desarrollo de las actividades.

Inclusión Social. Todos somos iguales con capacidades diversas sin importar las limitaciones físicas o sociales, en la empresa hay cabida para todas las personas con ganas de trabajar, aportar, progresar.

Todos los valores enunciados serán trascendidos a cada uno de los hogares de la comunidad que hace parte de la empresa

d. Objetivos

Objetivo General

- Facilitar las comunicaciones entre las empresas Transportadoras y Transportadores de carga por vía terrestre para una mayor productividad del sector y del país.

Objetivos específicos

Corto plazo

- Identificar e investigar la problemática referente a la comunicación entre empresas y conductores en el sector de carga pesada por vía terrestre en el país.

Mediano plazo

- Evaluación de las metodologías de aplicación en comunicación y logística por vía terrestre, para desarrollo de la APP y servicio al cliente

Largo plazo

- Garantizar la sostenibilidad empresarial con innovación y posicionamiento en el mercado.

Postura ética:

Teniendo en cuenta la formación integral de la comunidad Santo Tomasina, y de los principios y valores que serán aplicados en el desarrollo empresarial y la aplicación del proyecto de grado se propende por un proceso transparente, de apoyo y donde se genere la confianza y el respaldo en ese granito de arena que se quiere hacer con este aporte a la interrelación de las vías terrestres, la comunicación y las personas.

10.3. Marco legal

En el desarrollo de la App, es necesario tener en cuenta la normatividad vigente aplicable para las aplicaciones móviles en el País, dentro de las normas a evaluar se encuentran las relacionadas a la propiedad intelectual, privacidad, protección de datos, consumidor, términos de uso, condiciones de uso de plataforma.

NORMA	DESCRIPCIÓN
Ley 23 de 1982 art 3 Titular derechos de autor	Regulación donde el titular podrá reservar sus derechos y generar lucro sobre el que no podrá ser superior al 60% de lo recaudado.
Ley 1581 de 2012	Consiste en el derecho constitucional de estar informados y con acceso a la información.
Decreto 1377 de 2013	Consiste en la protección de datos personales.
Ley 1480 de 2011	Derecho de los consumidores, respecto a la dignidad, intereses económicos, Riesgos a la salud, educación del consumidor, protección de niños y adolescentes.
Ley 527 de 1999 Reglamenta el acceso y uso de mensajes de datos y comercio electrónico.	Reglamentación información proveniente por mensajes al consumidor.
Ley 1341 de 2009 Ley Tecnologías de la Información y la Comunicación.	Políticas concernientes a las tecnologías de la información y comunicación
Constitución Política de Colombia 1.991	Carta magna de los derechos y deberes de los Colombianos.

10.4. La Comunicación y su aporte en la idea de negocio:

Desde la Comunicación se tejerá un lazo directo entre empresas de carga y transportadores en todo el país, teniendo en cuenta que también existen canales de comunicación alternativos, que serán exclusivamente para las alianzas comunicativas y publicitarias que tenga la app, con esto el objetivo es realizar posicionamiento de la APP. Dentro de las estrategias más importantes de la empresa están los canales de comunicación, de forma ascendente, horizontal y vertical, cada uno de ellos nos llevará al éxito interno y externo de la empresa.

La APP cargando será un medio de comunicación e información para los usuarios que accedan fácilmente a suplir las necesidades de transporte de carga y garantizar su productividad, con ella estarán informados de la disponibilidad de carga, el tipo de producto, el valor del flete, el trayecto a recorrer, el valor de anticipo, forma de pago, tiempos de recorrido, estado de las vías, todo desde un enfoque tecnológico y de comunicación suministrando y masificando la información a las

partes interesadas del producto, además del impulso de otros sectores comerciales que de una u otra forma hacen parte del sector, oportunidad para los hoteles, restaurantes, lavaderos, servitecas entre otras que se podrán promocionar y así también garantizar su incremento de clientes y sostenibilidad en el mercado.

La APP, será un medio de solución al que se le trabajará en un modelo de mejora continua y comunicativa para garantizar su éxito y permanencia en el mercado.

10.5. Normatividad y Beneficios ante la DIAN

Como empresa se estará obligado a cumplir con toda la normatividad, iniciando por consecución del NIT con trámite del Registro Único de tributación y con ello las obligaciones específicas como declarante de renta, declarante exógena, responsable de IVA, las cuales se cumplirán de forma mensual y anual de acuerdo a los tiempos establecidos por la Ley.

Leyes

- Ley 1943 de 28 de 2018

Decretos

- Decreto 000572 de 2021
- Decreto 000760 de 2020
- Decreto 000436 de 2020
- Decreto 1468 de 2019
- Decreto 1165 de 2019

Los beneficios tributarios serán reflejados en la inversión del gobierno nacional en el fortalecimiento de estrategias para el sector comercial y productivo.

10.5.EL NEGOCIO.

PROBLEMA

Identificación de la Problemática

Planteamiento del Problema:

Los transportadores del país no cuentan con una herramienta comunicativa que contribuya al aporte de la disponibilidad de carga, costos y trayectos

Fundamentación

“una de las afirmaciones más incontrovertibles es aquella que dice que *somos los relatos que producimos de nosotros mismos como sujetos y como culturas*”⁸, dicha afirmación soporta también como los medios de televisión, cine, digitales se han convertido en parte fundamental en el desarrollo del ser humano, mejorando la calidad de vida en muchas situaciones y permitiéndonos ver el mundo de una forma más particular, **creando soluciones** útiles y veraces en la evolución del mundo, se convierte entonces en una alternativa para apoyo **al desarrollo de la comunicación en vías terrestres** en el país, no solo en temas como ubicación satelital por GPS de la carga sino desde otras perspectivas que contribuyan a la agilidad y aseguramiento de la carga al sector transporte y con ellos a los conductores, dueños de vehículos, empresas de carga y demás interesados que se benefician de esta locomotora económica del sector transporte en Colombia, como lo hacen las diferentes ramas gubernamentales de nuestro país contribuyendo al desarrollo sostenible de la nación.

Teniendo en cuenta las líneas Narrativas, APP CARGANDO, tomará como base la línea de investigación, **Narrativas, representaciones y tecnologías mediáticas**, consistente en “*abordar el tema de las narrativas, las representaciones y las tecnologías mediáticas, a fin de contribuir con*

⁸ Rincon Omar, Narrativas mediáticas, pag 83, edit Gedisia, Barcelona 2013

la comprensión de la manera en que se configuran formas de representación desde diversos ámbitos de la comunicación, mediante las tecnologías de las informaciones”

La Narrativa es un Género Literario o permanente y que está presente en todas las culturas y épocas, según Alexis Márquez Rodríguez “se llama línea narrativa al orden o sentido en el que transcurren los hechos”, es así como la investigación que se plantea en este proyecto se iniciara con el estudio de los antecedentes en la problemática del transporte en Colombia y su evolución en el tiempo.

La narración puede ir del registro de un cambio (por lo general existencial) a exploración de sus causas (porque se produjo el cambio o la situación) o las consecuencias (que produjo, que nuevo orden instauró o no modificó) ⇔ (Ford, 2001:264), es así como en el sentido de la representación: los medios de comunicación expresan modelos de colocación del sujeto en ideologías, estrategias para estabilizar los significados respecto a temas claves como la mujer, los inmigrantes y los jóvenes. El argumento es que los medios de comunicación, a su vez, son ventanas abiertas al mundo, espejos de vida y referentes colectivos de los modos legítimos de ser en la sociedad que participan de la producción de la realidad hasta el punto de reproducirla en toda su densidad y consistencia, de liberar su sentido escondido y mostrar sus sobresaltos íntimo⁹

Por otra parte, como Representaciones y tecnologías mediáticas, se hace necesaria la investigación en cuanto a la aceptación de las NTIC`s por parte de la sociedad, como desde su inmersión en el medio han transformado las formas de vida y han facilitado o entorpecido el desarrollo económico y Social. El autor Villada Rojo en su libro Tecnología y contextos mediáticos, (2.003), dice que la información presenta cada vez más alternativas de servicios y valor agregado pero ha

⁹ Rincon Omar, Narrativas mediaticas, pag 97, edit Gedisia, Barcelona 2013

entorpecido otro gremio de la comunicación como lo son algunos medios en el aspecto que los periódicos, folletos, libros o en general los medios físicos de comunicación ya no cuentan con la misma aceptación y adquisición por parte de la población.

Con esta línea de investigación se plantea la inmersión en el uso de las tecnologías mediáticas en especial en la Sociedad y la comunicación de masas digital, donde es primordial el análisis de las interrelaciones de la comunicación y la tecnología, su aceptación y su evolución en el desarrollo económico y social, basados en la forma de interacción de las comunidades y la receptividad para toma de decisiones.

Con la aplicación de esta línea de investigación la App busca mejorar en las formas de vida y la posibilidad de su influencia en la mejora de la economía de cada usuario, además de la contribución a la disminución de una problemática económica en el país.

La App está conformada por tres componentes importantes

1. El módulo de control
2. El transportador o usuario de la App
3. La empresa de carga

Cada uno de ellos tendrá acceso a la App de forma diferente

- El módulo de control:

Realizara las actualizaciones continuas y permanentes del contenido de la aplicación, con innovación, facilidad en la accesibilidad y comunicación, noticias, anuncios entre otras.



Imagen: carga segura.co -montaje App, el autor

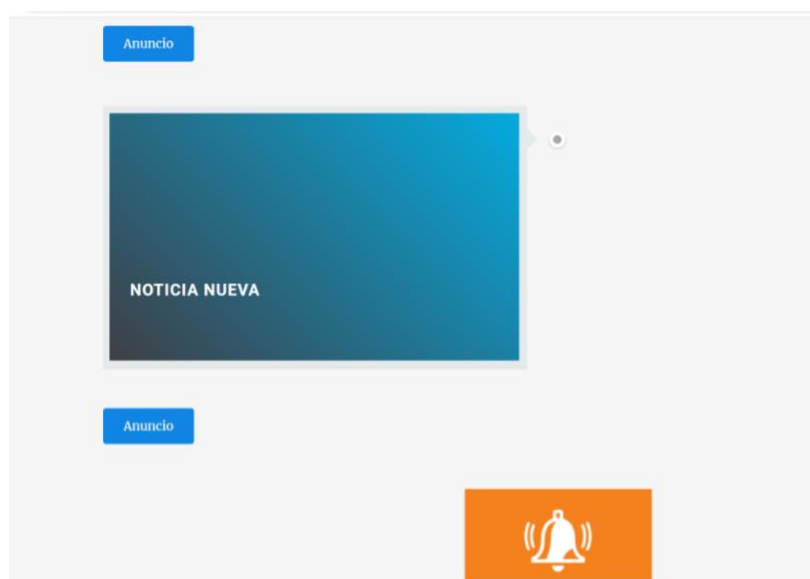


Imagen: carga segura.co –estructura noticias y anuncios, el autor

- El transportador o usuario de la App



Podrá crear un usuario y contraseña con el cual ingresara a la plataforma, podrá ver en tiempo real la disponibilidad de carga, tipo de carga, peso, valor y trayectos, allí mismo podrá postularse y enturnarse para cargar el viaje, facilitando tiempos de espera y garantía de carga, además podrá ver las noticias recientes con respecto al sector y demás relacionadas junto con anuncios de otras partes interesadas proveedoras de productos y servicios.

Cada usuario descargara la App en su teléfono androi y podrá interactuar desde su celular.

Imagen: cargasegura.co - inicio sesión App, el autor

Nombre de usuario

Contraseña

☐ Recuérdame

[Iniciar sesión](#)

[Registro](#) | [¿Ha olvidado su contraseña?](#)

Imagen: cargasegura.co - usuario App, el autor

- La empresa de carga

La empresa tendrá un usuario y contraseña con el cual podrá alimentar los formularios de disponibilidad de carga para vista del trasportador, este será fijo en el escritorio del computador y alimentado cada vez que sea necesario, allí podrá de forma continua actualizar y garantizar el cumplimiento a sus clientes.

The image shows a web form for a company to register cargo availability. The form is titled 'formulario empresa' and is set against an orange background. It contains several input fields and a submit button. The fields are organized into two columns. The left column includes 'Salida' (with 'Dirección' and 'ciudad' sub-fields), 'fecha y Hora', 'Bodega' (a dropdown menu currently showing '- Select -'), 'Descripción de la carga' (a large text area), and 'Requisitos del conductor' (a dropdown menu). The right column includes 'Destino' (with 'Dirección' and 'ciudad' sub-fields), 'fecha y Hora', and 'peso (ton)'. A blue 'Submit Form' button is located at the bottom left of the form.

Imagen: cargasegura.co – formulario empresa, el autor

This image shows the same form as the previous one, but with specific data entered. The 'Salida' field is filled with 'Vereda Morca' and 'Sogamoso'. The 'Destino' field is filled with 'Colcarbon' and 'Neiva'. The 'peso (ton)' field is filled with '34'. A calendar widget is open over the 'fecha y Hora' field, showing the month of November 2021. The date '18' is circled, indicating it has been selected. The 'Submit Form' button remains at the bottom left.

Imagen: cargasegura.co – partes formulario empresa, el autor

Salida		Destino	
Vereda Morca	Sogamoso	Colcarbon	Neiva
fecha y Hora		fecha y Hora	
30/11/2021		02/12/2021	
Bodegaje		peso (ton)	
Tráiler		34	
Descripción de la carga	Carbon en costal		
Requisitos del conductor			
Submit Form			

Imagen: cargasegura.co – formulario diligenciado empresa, el autor

10.5.1. EL TRANSPORTE Y SU EVOLUCIÓN EN EL TIEMPO

Desde inicios de los tiempos la necesidad de trasladar objetos y diferentes tipos de mercancía, a distintos lugares hizo que el hombre buscara las formas y medios, iniciando con los perros y luego con demás animales que daban la capacidad y fuerza para el objetivo a lograr , luego en la época de la prehistoria aparece la rueda que aún se considera uno de los más grandes inventos y que a nuestros tiempos sigue siendo utilizada de forma diaria, es así como se da origen a las carretas tiradas por hombres, caballos, bueyes, burros, la bicicleta, la moto que fue también creada como medio de guerra y posteriormente y junto con el petróleo el automóvil.

Es así como con esta evolución cambiaron los métodos de traslado y facilitaron la vida del ser humano no solo para transporte de mercancías sino también de personas y otros materiales, a raíz de ello ha evolucionado los tamaños y capacidades como el surgimiento del tráiler y con ellos los camiones, tractomulas y máquinas pesadas de mayor tonelaje y que se han convertido en medio económico y de sobrevivencia para muchos de los pobladores en el mundo.

Teniendo en cuenta el enfoque del trabajo de grado en la línea de Narrativas de la información y después de las lecturas e investigaciones adelantadas se evidencia que uno de los procesos que ha llevado la evolución del sector del transporte terrestre era la necesidad no solo de movimiento de mercancías sino la necesidad de comunicación rápida en diferentes partes del mundo y junto con ella uno de los medios más usados como lo es la mensajería, iniciando con cuervos y animales y continuando con el envío de cartas por agencias postales y reparto de los mensajeros.

Con ello se analiza como el ser humano está abierto y recepciona de forma positiva todo hecho o evolución en los medios de comunicación y formas de comunicarnos haciendo uso de diferentes

herramientas desde un inicio arcaico, manual y ahora en el mundo de las TIC`s, sin perder esencia y a sabiendas que aún no terminamos de conocer los procesos y avances tecnológicos que están por venir.

10.5.2. TRANSPORTE CARRETERO COLOMBIANO

En Colombia el transporte se ha convertido en una de las fuentes de ingreso mayoritaria del país, es así que en su mayoría cerca de un 56% pertenecen al gremio privado y un 44% al gremio público, se han realizado clasificaciones por parte del Instituto Nacional de Vías de acuerdo al número de ejes que componen los vehículos y junto con ello las condiciones de transitabilidad y costos de peje

Tipo de carro	Clasificación
Camión rígido de 2 ejes	C2
Tractomulas	C3 – C3S

Tabla. clasificación vehicular por ejes.

Todos los sectores económicos del País generan demanda de uso de transporte por carretera

Sector	Porcentaje
manufactura	51%
Agrícola y pecuario	31%

minero	18%
Exportaciones	10%

Tabla. Porcentaje % de uso de transporte terrestre por sectores

Red de contactos

Algunas de las empresas dedicadas a la carga terrestre son:

VIACARGO SAS

NUTITRANS

GYG TRANSPORTES

TRANSPORTE INTEGRAL DE CARGA S A

TRANSPORTES DE CARGA JWA SAS

TRANSPORTE DE CARGA RINCON S A S

IPOCOMA

TRANSPORTES VIGIA

COLTANQUES

SAFERBO

TRANSPORTE DE CARGA JRB Y H SAS

INVERSIONES Y TRANSPORTES RR S A S

TRANSPORTES DE CARGA GARCIA S A S

TRANSPORTES CHIQUINQUIRA

TRANSPORTE DE CARGAS ABADÍA S A S

TRANSPORTES DE CARGA JM S A S

TRANSPORTE Y CARGA NISSI S A S

TRANSMENA Y CARGA S A

TRANSPORTE DE CARGA GLOBAL S A S

TRANSPORTE DE CARGA 3D SAS

TRANSPORTES CARGAFLEX S A S

TRANSPORTES DE CARGA A LA MEDIDA S A S

FENIX LOGISTICA INTEGRAL S A

TRANSPORTES CARGAMOS S A S

TRANSPORTES DE CARGA DEL CESAR S A S

TRANSPORTE DE CARGA JUC SAS

TRANSPORTES DE CARGAS SJC S A S

TRANSPORTES DE CARGA FLOREZ SAS

TRANSPORTE DE CARGA MUISCA S A S

TRANSPORTES DE CARGA JR SAS

TRANSPORTES CARGAL SAS

DELTA CARGA COLOMBIA LTDA

TRANSPORTES DE CARGA DE CEMENTOS LTDA

TRANSPORTE Y SERVICIOS A LA CARGA TRANSERGA S A S

TMQ S A

TRANSPORTE DE CARGA DE LA FRONTERA SUR S A S

CATALUNA TRANSPORTE DE CARGA S A

MORENO Y GALVIS TRANSPORTES Y CARGA LTDA

Empresas Transportadoras

INVERTRAC: Empresa de transporte ubicada en Duitama Boyacá, con más de 30 años de experiencia en el sector del transporte.

INVERSIONES DANNY: registrada en la cámara de comercio de Bogotá, con funcionamiento en Tunja Boyacá, con 17 años de experiencia en el mundo del transporte de carga pesada por carretera y los combustibles.

DISTRIBUIDORA DE COMBUSTIBLES EL SOL Empresa registrada en Duitama, con 23 años de experiencia en transporte de carga terrestre y distribuidor de combustible y aceites.

CENTRO DE SERVICIOS INTEGRALES SALAZAR, Dedicada al servicio automotriz, latonería y pintura junto con tránsito por carretera.

TRANSPORTADORES PARTICULARES

Gonzalo Celi Angarita

Raúl Gómez Ángel

Ernesto Pineda Poveda

Jairo Pedraza

Miller Serrano

Luis Lara Morales

PROVEEDORES

ESTACIONES DE SERVICIO TERPEL, MOBIL, ESSO, PETROBRAS, BRIO.

CDA LA PERLA

CDA MONTEARROYO

SERVITECA GUADALAJARA

COMPRADORES

En este aspecto los usuarios de la APP CARGANDO serán las empresas de carga y los conductores y propietarios de tractomulas en el País. Dentro de la Población objetivo están las 500 empresas inscritas en el sector transporte y los más de 20000 transportadores del País

PROVEEDORES

En este aspecto las alianzas se adelantarán con el sector comercio de necesidades del sector transporte, proveedores de llantas, repuestos, accesorios, mecánica, lavadero de autos, aseguradoras, ARL, CDA, entre otros, con los que se pretende poder promocionar sus productos y servicios a cambio de beneficios para los usuarios de la APP.

11. ANÁLISIS Y MEDICIONES.

De acuerdo a las líneas narrativas y el enfoque del presente documento en “Narrativas, representaciones y tecnologías mediáticas”, se realizó la aplicación de otra encuesta con el ánimo de medir la aceptación y disposición del sector transporte para disponer y hacer uso de una herramienta comunicativa que ayudara a solucionar la problemática de acceso a la información rápida de disponibilidad de carga, valores y condiciones, garantizando efectividad del negocio y evitando pérdidas tiempo y dinero a este gremio tan importante de la economía nacional.

Para ello se entrevistaron 50 conductores en el municipio de Duitama – Boyacá teniendo en cuenta que esta ciudad es una de las de mayor preponderancia con respecto a la economía sustentada en el tráfico pesado y otras ciudades de Boyacá., en la entrevista se escuchó al conductor o propietario del vehículo y se aplicó adicional la encuesta con 11 preguntas para su posterior tabulación.

A las preguntas

Tabla encuesta a transportadores.

PREGUNTA	RESPUESTA
1. Cuál es su principal fuente de ingreso o actividad económica	100% respondió TRANSPORTE
2. Qué tipo de carrocería tiene su vehículo	30% tanque 10% planchón 60% carrocería
3. Cuál es su mayor complicación a la hora de cargar su vehículo	80% disponibilidad de la carga 10% pago por flete de carga 10% no tiene problemas
4. Las empresas de carga le garantizan los trayectos ida y vuelta para su vehículo	15% SI 80% NO 5% OCASIONALMENTE
5. Que debe hacer para buscar su carga de ida y regreso	75% buscan intermediario 5% se afilian a empresas de carga 20% buscan por su propia cuenta
6. Cuánto tiempo gasta para solucionar la carga en el trayecto de regreso	85% de 1 a dos días 10% medio día 5% no gasta tiempo

7. le gustaría tener acceso más rápido y directo a las empresas de carga	100% SI
8. Si le dijera que hay una aplicación que presenta la empresa y disponibilidad la usaría	100% SI
9. con que le gustaría que contara esta aplicación adicional a la empresa de carga y disponibilidad	Tipo de carga Cantidad Trayecto Valor flete y anticipo Tiempo de pago Tomar turno
10. Estaría dispuesto a pagar un costo económico razonable mensual por su uso	100% SI
11. en que rango estaría el dinero que está dispuesto a costear mensualmente por la App	70% de 50.000 a 80.000 20% de 80.000 a 100.000 10% de 100.000 a 200.000

Elaboración del autor

Análisis grafico

Pregunta 1

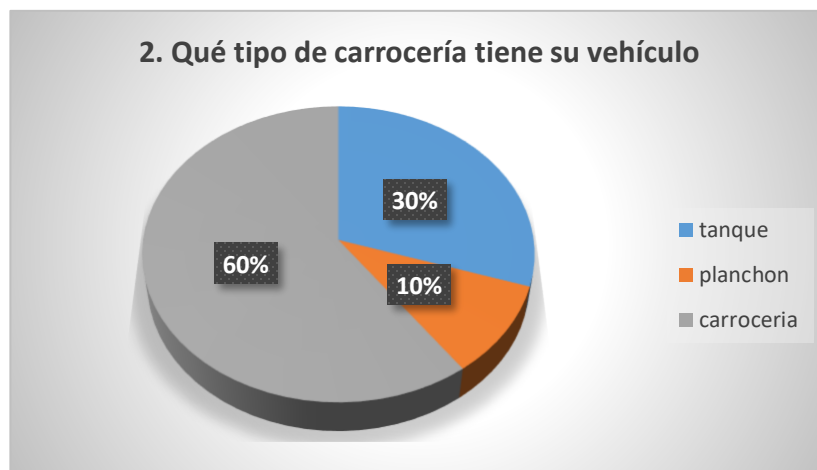
1. Cuál es su principal fuente de ingreso o actividad económica	Transporte Cotero Mecánico empresario
---	--

Trasporte 100%



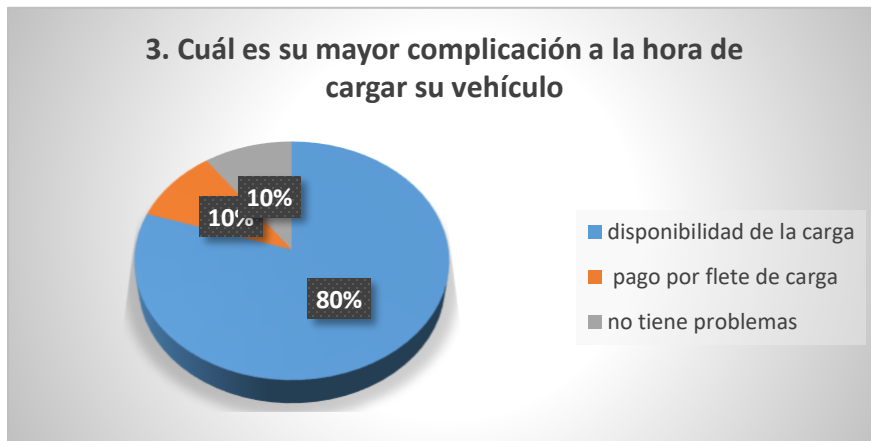
Pregunta 2

2. Qué tipo de carrocería tiene su vehículo	Tanque planchón carrocería
---	----------------------------------



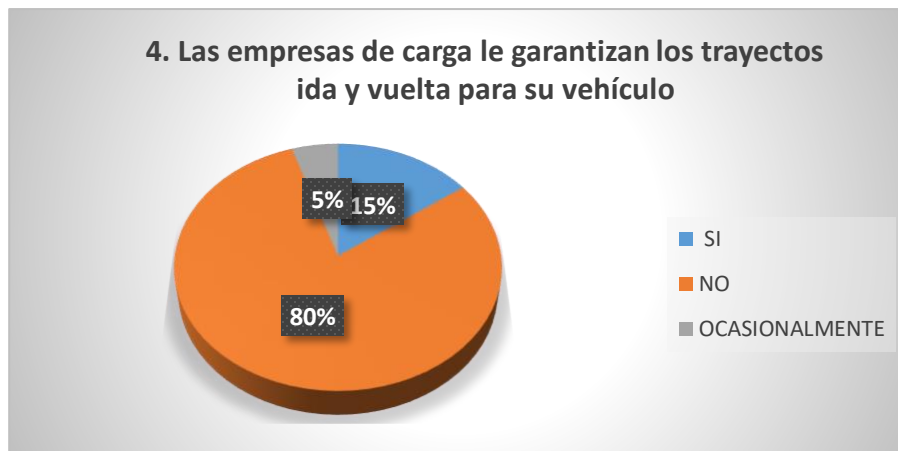
Pregunta 3

3.Cuál es su mayor complicación a la hora de cargar su vehículo	80% disponibilidad de la carga 10% pago por flete de carga 10% no tiene problemas
---	---

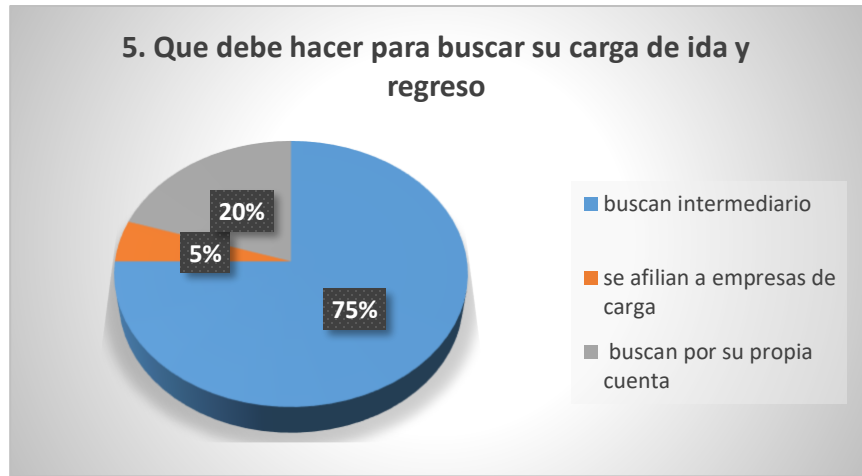


Pregunta 4

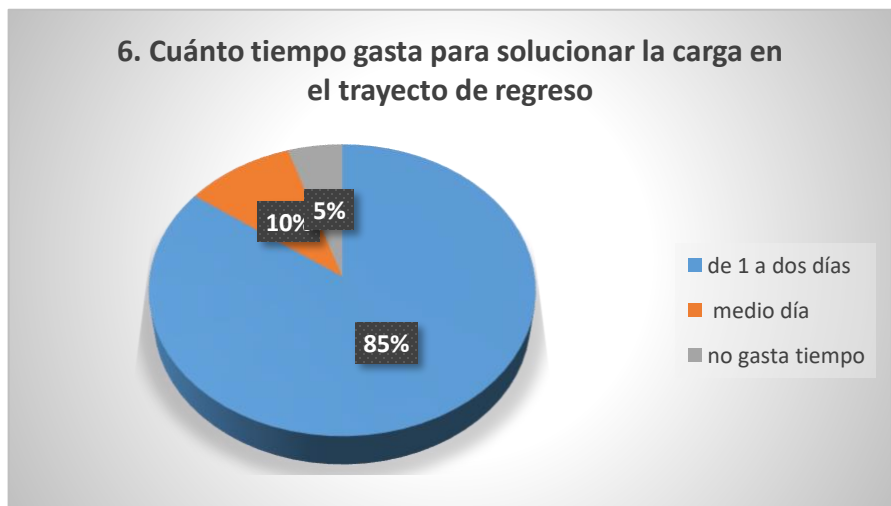
4. Las empresas de carga le garantizan los trayectos ida y vuelta para su vehículo	15% SI 80% NO 5% OCASIONALMENTE
--	---------------------------------------



5. Que debe hacer para buscar su carga de ida y regreso	75% buscan intermediario 5% se afilian a empresas de carga 20% buscan por su propia cuenta
---	--



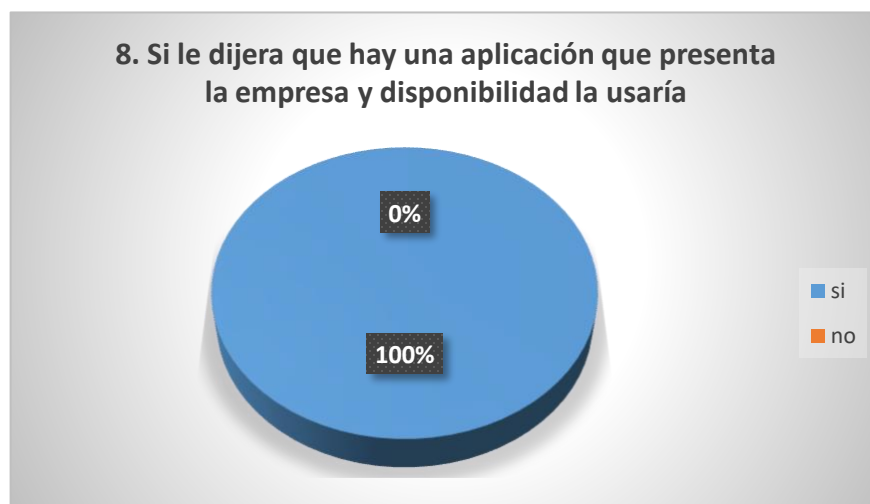
6. Cuánto tiempo gasta para solucionar la carga en el trayecto de regreso	85% de 1 a dos días 10% medio día 5% no gasta tiempo
---	--



7. le gustaría tener acceso más rápido y directo a las empresas de carga	100% SI
--	---------

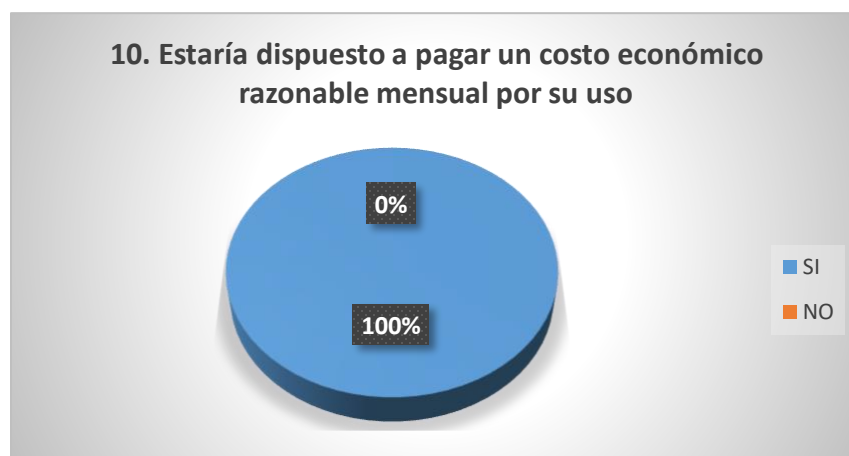


8. Si le dijera que hay una aplicación que presenta la empresa y disponibilidad la usaría	100% SI
---	---------



9. con que le gustaría que contara esta aplicación adicional a la empresa de carga y disponibilidad	Tipo de carga Cantidad Trayecto Valor flete y anticipo Tiempo de pago Tomar turno
---	--

10. Estaría dispuesto a pagar un costo económico razonable mensual por su uso	100% SI
---	---------



11. en que rango estaría el dinero que está dispuesto a costear mensualmente por la App	70% de 50.000 a 80.000 20% de 80.000 a 100.000 10% de 100.000 a 200.000
---	---



Ficha de encuestados

Nombre	Ciudad	Ocupación	edad
Gonzalo Cely	Duitama	Transportador	63
Ernesto Pineda	Duitama	Transportador	62
Miller Pérez	Sogamoso	Transportador	42
Raúl Gomez	Duitama	Transportador	63
Carlos Marín	Jesús Maria	Transportador	50
Henry Marín	Jesús Maria	Transportador	45
Guillermo veloza	Barbosa	Transportador	56
Pedro velandia	Barbosa	Transportador	45
Carlos Pineda	Barbosa	Transportador	33
Camilo Ariza	Vélez	Transportador	31
Álvaro Salazar	Duitama	Transportador	52
Carlos Puentes	Duitama	Transportador	38
Arnoby Benavidez	Susacon	Transportador	39
Edwin Ardila	Susacon	Transportador	38
Carlos Suarez	Susacon	Transportador	44
Raúl Galvis	Duitama	Transportador	48
Ernesto Quiroga	Duitama	Transportador	52

Hernando Márquez	Duitama	Trasportador	49
Juan Carlos Pita	Duitama	Trasportador	52
Juan pablo oliveros	Susacon	Trasportador	45
Elasio marin	Duitama	Trasportador	47
Aldwin Zafra	Duitama	Trasportador	47
Jorge salinas	Duitama	Trasportador	45
Hernando Salazar	Duitama	Trasportador	45
Willman Salazar	Duitama	Trasportador	38
Juan Sebastián Zafra	Duitama	Transportador	42
Rosemeber Quiroga	Duitama	Trasportador	60
Gregorio Ariza	Duitama	Trasportador	54
Elkin vizcaíno	Duitama	Trasportador	36
Uriel Quiroga	Duitama	Trasportador	58
Alcias Coy	Duitama	Trasportador	62
Fernando González	Duitama	Trasportador	43
Jorge Cañón	Duitama	Trasportador	38
Oscar Bermúdez	Duitama	Trasportador	34
Oscar Gaitán	Duitama	Trasportador	45
Eduardo Benavidez	Duitama	Trasportador	48
Eduardo González	Duitama	Trasportador	46
José González	Duitama	Trasportador	44
Diego Castañeda	Duitama	Trasportador	47
Carlos Marin	Duitama	Trasportador	54
William Ariza	Duitama	Trasportador	58
Fernando Pulido	Duitama	Trasportador	47
David Ariza	Duitama	Trasportador	32
Gonzalo Bonilla	Duitama	Trasportador	49
José Maria Alba	Duitama	Trasportador	51
Moisés Ardila	Duitama	Trasportador	45
Carmelo Suarez	Duitama	Trasportador	36
Jaime Suarez	Duitama	Trasportador	39
Silvio García	Duitama	Trasportador	42
Andrés Olarte	Duitama	Trasportador	48

Teniendo en cuenta la tabla anterior se analiza que el rango de edades está por encima de los 30 años y que llega hasta los 65 años, es un dato que se analizó con respecto a la línea literaria, teniendo en cuenta que la narrativa escogida y el objeto del presente proyecto es el de analizar la aceptación de la población por medios de comunicación innovadores y soportados en la tecnología para el desarrollo de sus actividades diarias y laborales.

Así las cosas se observa como una población adulta en los resultados de las encuestas manifiesta estar dispuesta a abrir sus creencias y actuar en consecuencia a la evolución del mundo y la tecnología dentro de conocimientos de grupos sociales compartidos en este caso de la COMUNICACIÓN, y adaptarse a las tecnologías mediáticas y de la información como parte del desarrollo del ser y sostenibilidad en este campo de cambios no solo del pensamiento sino de expresiones como formas también del conocimiento social, llevando a que el pensamiento sea más certero y menos subjetivo en cuanto a la interpretación de la realidad y los cambios, al principio era difícil la adaptación se temía a las diferentes formas de cambio pero ha sido tan progresivo que actualmente la mayoría de personas en el mundo cuentan por ejemplo con un Smartphone y junto con ello una cuenta de whatsapp y un correo electrónico facilitando la interacción y acercando a los continentes.

De acuerdo a las narrativas todas las personas tienen una percepción diferentes, supongamos: en los textos o narrando las historias todos lo hacen de forma diferente, una de las situaciones que más presenta altercados en las redes sociales es la forma en como narramos los hechos y como cada lector la narra para sí, o para otros, de acuerdo a su interpretación, y en concordancia a los análisis adelantados por Wallerstein en cuanto a la construcción del conocimiento que hace la diferencia, aunado a las representaciones sociales, el conocimiento, el sentido común, donde estas nuevas formas de vida se convierten en fenómenos sociales, con la App Cargando se intervienen los elementos del lenguaje en la manera de representarlo, la comunicación en el área de realizarlo y el escenario para el desarrollo, el avance o por el contrario el detener o parar, además la incidencia de los sujetos que conforman grupos en la forma de ver y aceptar el mundo y lo que contrae formalizando una sola forma de actuar, adentrando en la globalización, sus cambios y formas de nueva socialización que incide en la comunicación.

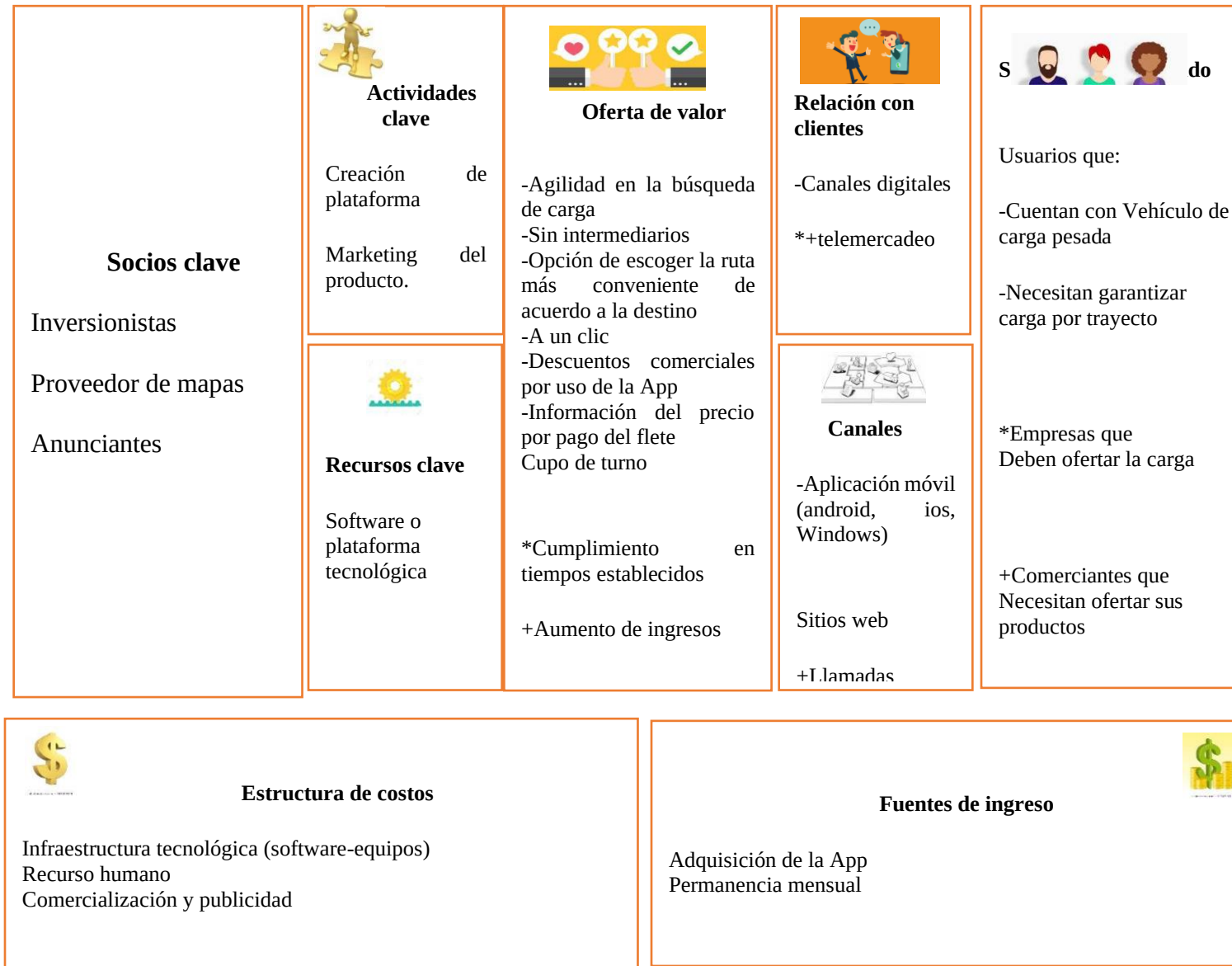
12. CONCLUSIONES

- Las “Narrativas, representaciones y tecnologías mediáticas” proporcionan una visión clara de la aceptación por parte del ser humano a las diferentes formas de comunicación y en especial al uso de la innovación tecnológica y su uso en el desarrollo del diario vivir y el comportamiento social de un grupo de individuos que se mueve por las masas.
- Es importante conocer cada uno de los gremios de los diferentes sectores económicos y sus necesidades a fin de contribuir desde la comunicación social a la solución de problemáticas que en ocasión se consideran ajenas a la temática pero que son de gran influencia en el desarrollo económico.
- El transporte terrestre es un medio de comunicación que interconecta por medio de las vías las diferentes ciudades y lugares del mundo, es así como una herramienta como la App cargando y como herramienta de comunicación tecnológica ayudara al mejoramiento de la eficiencia en la búsqueda de fletes y garantía de cargas proporcionando aumento de ingresos y evitando perdida de dinero y tiempo por desinformación o complicaciones al momento de búsqueda de carga.
- Para los transportadores y empresas transportadoras la App Cargando será una herramienta de fácil acceso y manejo que mejora la comunicación entre el transportador y las empresas transportadoras de modo eficaz a solo un clic.
- El emprendimiento de la App basada en la mejora y aceptación de este tipo de herramientas comunicativas y tecnológicas serán una puerta a la mejora de oportunidades con más accesibilidad a la oferta y demanda mejorando la calidad de vida de las partes junto con sus familias, adicional a la apertura de partes interesadas indirectas quienes por medio de

anuncios podrán presentar productos y servicios adicionales que aumentaran clientes y con ello ingresos.

- Las “Narrativas, representaciones y tecnologías mediáticas”, son una línea de la comunicación que ejerce influencia sobre las masas y sus comportamientos contribuyendo que desde el lenguaje y la narrativa permitan el desarrollo y la evolución o el bloqueo de una sociedad caminante a la globalización.

APP CARGANDO



13. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Cuello Javier, Vittone José, 2013, capítulos 1 y 5, diseñando Apps para móviles, junio 2013.
- K. TARAPANOFF (ed.) intelligence organizacional y competitive. Brasília: Unb, 2001, p. 209.
- Arthur A Thompson jr. y A. j. Strickland III. Administración estratégica: Textos y casos. Mexico: McGraw Hill, 2004, p. 339.
- Gazeta Mercantil, 3 de noviembre de 1996.
- G. J. HOOLEY, J. A. SAUNDERS Y N. F. PIERCY. Estrategia de marketing y posicionamiento competitivo. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2001, pp. 148 149.
- G. J. HOOLEY, J. A. SAUNDERS Y N. F. PIERCY. Estrategia de marketing y posicionamiento competitivo, op. cit. , pp. 142 143.
- GARY L. NEILSON, KARLA L. MARTIN Y ELIZABETH POWERS. "Los secretos de una ejecución exitosa de la estrategia", Harvard Business Review, junio de 2008, pp. 111 124.
- www.ineossilicas.com.br

- Carme Miralles-Guasch, Transporte y territorio urbano: del paradigma de la causalidad al de la dialéctica. Departament de Geografia, Universitat Autònoma de Barcelona. España, 2001.
- Claudia B. Romero, César Sánchez C., M. Sabrina Tafoya. Segmentación de Mercados y posicionamiento. <http://www.monografias.com> México.
- Comunidad Andina. Quienes somos. <http://www.comunidadandina.org/quienes.htm> _ Ferrer, A. América Latina y la globalización“. Revista. “CEPAL 50 años”: Reflexiones sobre América Latina y el Caribe“. 1998.
- <http://www.eclac.cl/publicaciones/SecretariaEjecutiva/7/lcg2037/ferer.htm>
- Gabriel Winter Optimización global en logística. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. España. 2000.
- Ginés de Rus, Javier Campos y Gustavo Nombela. Economía del transporte. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. España, 2003.
- Gerson Javier Pérez V La infraestructura del transporte vial y la movilización de carga en Colombia. Trabajo Sobre Economía Regional. Banco de la República. Cartagena. Octubre, 2005.
- Zeller, V., Hocken, C. & Stich, V. (2018). Acatech Industrie 4.0 Maturity Index – A Multidimensional Maturity Model. In: Moon, I., Lee, G. M., Park, J., Kiritsis, D. and von Cieminski, G. (Ed.) (2018). Advances in Production Management Systems: Smart Manufacturing for Industry 4.0, Frankfurt: Springer; pages 105 – 113