



W.O.T.A

TRABAJO DE GRADO
CREACIÓN DE EMPRESAS

Responsables:

Miguel Angel Loaiza Carvajal

Asesor:

Gonzalo Florián Velásquez

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
Facultad de Cultura Física, Deporte y Recreación
Bogotá D.C.
Mayo 2023

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	4
NOMBRE	7
LOGOTIPO	7
SLOGAN.....	7
MISIÒN.....	8
VISIÒN.....	8
FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA.....	8
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	10
MARCO NORMATIVO	18
CAPITULO I: PROPOSICIONES DE VALOR.....	19
CAPITULO II: SEGMENTOS DE MERCADO.....	22
CAPITULO III: CANALES.....	26
CAPITULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES	30



CAPITULO V: INGRESOS.....	34
CAPITULO VI: RECURSOS CLAVES.....	38
CAPITULO VII: ASOCIACIONES CLAVES	45
CAPITULO VIII: ACTIVIDADES CLAVES	50
CAPITULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS	55
CAPITULO X: EVALUACIÓN FINANCIERA	63
LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO.....	72
REFERENCIAS	73



INTRODUCCIÓN

Actualmente los avances tecnológicos son la base en la que se basa la comodidad de la población, facilitando lo que son las actividades más comunes para las personas como es la propia comunicación, contacto e interacción con otros. Reemplazando la forma en cómo los demás ponen en acción tales labores, incorporando dentro de cada medio, la tecnología como apoyo, o como principal solvente de la actividad (Campos, 2008). Favoreciendo la simplicidad en el día a día de las personas, creciendo al mismo tiempo la necesidad del uso de estas, como es la aparición del uso masivo y el crecimiento exponencial de los dispositivos móviles, más específicamente de los Smartphones. Haciendo que cada una de las personas obtenga uno de estos dispositivos inteligentes como objeto de uso esencial cotidiano.

Con lo anterior, se reconoce el poder de utilización que tiene el manejo de los smartphones y respectivamente a las herramientas digitales con las que ofrece la experiencia de multitud de instrumentos intrínsecos, como son las propias aplicaciones que si bien en un principio eran diseñadas como herramientas de trabajo básico y ofertaban información general, se ha ido incrementado la amplitud de su variedad gracias a las nuevas tecnologías que mediante un software o programación más complejo ofrecen transporte, ubicación, ocio, sustento económico, entretenimiento, control financiero, información y la comunicación, que en el mundo moderno termina siendo esencial para conectar con otros generando un impacto de gran relevancia en cada uno de los campos a la hora de transmitir los conocimientos necesarios a la población, siendo expresada con el mayor detalle sin que se pierda la mínima información (Sánchez, 2011). Como el económico, político, ambiental, educativo, entre otros como es el caso de la salud y deportivo.



Y es en este contexto, que el uso de smartphones es un importante ayudante frente a la prevención, tratamiento y seguimiento de varias posibles enfermedades como es el caso de la medicina o como la prescripción, planificación y seguimiento del entrenamiento físico y deportivo, gracias a que hay aplicaciones con referencias, o con funciones para apoyar decisiones que facilitan profesional, Sin embargo, pese a este beneficio, también se encuentran varios desafíos. Por un lado, los problemas de software, que cambian constantemente en el mundo moderno. En segundo lugar, que el contenido y la información en esas aplicaciones no siempre es fiable, debido a que normalmente se crean y desarrollan por profesionales no expertos en salud o deporte, en tercer lugar, se encuentra una “sobrecarga” de apps donde hay más de 650.000 apps en iTunes y sumando, y dentro de tal número se pueden encontrar las “health apps” destinadas al campo de la nutrición, dietas, balance energético, consejos, ejercicio, etc. (San Mauro, Gonzales & Collado, 2014).

Es en ese caso que el ejercicio físico es uno de los campos frecuentados frente a aplicaciones de salud se refiere, dejando claro que tal se define como cualquier movimiento corporal producido por el sistema locomotor mediante la utilización de la energía metabólica producida por el cuerpo de manera programada. planificada y dosificada (Cordero, 2014) es por ello que dentro de multitud de aplicaciones cuyo fin o medio es el ejercicio físico, aunque ayude a promoverlo no es el camino con mayor proceder, eficiencia o fidelidad. En primera instancia por la poca fiabilidad y validez de la información comunicada a los usuarios, también por la casi nula legitimación profesional del campo y tercero por la no individualización de cada caso dejando de lado la especificidad del usuario, en vista de que las aplicaciones móviles son aquellas que fueron desarrolladas para ejecutarse en dispositivos móviles, dejando dimensiones reducidas, información y capacidad limitada de almacenamiento, etc. (Enriquez, 2014)



Las aplicaciones suponen un avance social que a simple vista puede que sea una ventaja en el mundo de la salud. Sin embargo, la mayoría de las aplicaciones que hay en el mercado son bastante simples, dado que estas explicaban cómo hacer ejercicios concretos o mostrando un diccionario de ejercicios. para realizar, no son seguras (desde el punto de vista de la evidencia científica), ni útiles (desde el punto de vista de su funcionalidad), pero cuando hay supervisión profesional, puede acompañarse de resultados muy beneficiosos. Su mal uso, podría derivar en una falta de información en la salud pública. (San Mauro et.al 2014). Con lo anterior, es que, si se normaliza y mejoran las aplicaciones, podrían suponer una herramienta de gran utilidad para la sociedad. En este mismo sentido se propone W.O.T.A que genera una interactividad generalizada entre usuario entrenador personalizada/grupal donde puede tener a disposición participativa por las dos partes, para que haya una sinergia positiva en desarrollo del entrenamiento de las múltiples disciplinas que el profesional oferte y el usuario quiera ingresar.

Con todo y lo anterior, dentro de los siguientes capítulos del corpus el cual es obtenido en el capítulo (Creación de Empresa) del módulo Emprendimiento e Innovación en el Repositorio de la Universidad) Corredor (2022), se dará paso a explicar los diferentes segmentos distribuidos en la herramienta de gestión estratégica denominado Móldele Canvas, permitiendo exponer en un panorama global cada uno de los componentes o áreas fundamentales de negocio de la aplicación como es su infraestructura, su oferta, sus clientes y finanzas; y se construye a partir de 9 bloques o módulos de contenido. Finalizando con la evaluación financiera de la aplicación y su respectivo lienzo que tendrá aspectos internos de la empresa, como la red de socios, estructura de costos, actividades clave, recursos clave. Y, como aspectos externos a la empresa, se encuentra la propuesta de valor, el



segmento de mercado, los canales, la relación con clientes y la fuente de ingresos.

-NOMBRE:

W.O.T.A. (World Open Training App)

-LOGOTIPO:

En primera instancia dentro de este logo se encuentra un fácil reconocimiento en cuanto a las dos letras que dentro del propio nombre suenan con mayor entonación cuando se nombra las siglas del nombre, en segunda instancia se denota alrededor de las letras una corona triunfal, tal corona formada por hojas de laurel, tal representación era entregada a gente reconocida por sus grandes logros en cada una de sus campos en la antigua Roma, adoptando este reconocimiento de lo que será la aplicación dentro de su campo el cual es la actividad física y deportiva.



-SLOGAN:

El slogan quiere representar lo que la aplicación quiere entregar a los usuarios, un mundo del entrenamiento digital a disponibilidad de cualquier persona, un mundo donde se puede fortalecer el cuerpo trabajando con distintas personas locales o a distancia, un mundo donde los usuarios podrán



entrenar en sus disciplinas o tendrán la oportunidad de trabajar bajo una nueva experiencia y disciplina gracias a la app y un mundo a disposición para los entrenadores que quieran proyectar, planificar y dar sus entrenamientos a los demás.

“El mundo para ti”

-Misión:

W.O.T.A. Promueve la realización de actividad/ejercicio físico por medio de dispositivos móviles, para personas que quieran optar por nuevas experiencias o, por el contrario, expandir sus conocimientos y disciplinas dando a elección de múltiples prácticas deportivas y de métodos de entrenamiento físico para que ello esté al alcance de la mano de forma sencilla y rápida.

-Visión:

W.O.T.A. Busca ser una de las aplicaciones con mayor demanda y utilidad de entrenamiento físico dentro de las bases operativas de IOS y Android en los próximos 7 años o hasta finalizando el año 2030, siendo una de las primeras aplicaciones con el modelo de negocio que genere mayor accesibilidad a encuentros directos mediante clases PMT o presenciales de entrenamiento personalizado o grupal de múltiples disciplinas a personas a nivel nacional e internacional.

FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA

W.O.T.A es una empresa que se construye con la intención de expandir el entrenamiento deportivo y actividad física para la salud a disposición de cualquier persona que tenga acceso a un dispositivo



inteligente, debido a que ayudara no solamente a la accesibilidad y facilidad de poder practicar múltiples actividades físicas en un día o a la semana, sino que también ayuda a personas que quieran tener entrenamientos personalizados y grupales, sin tener que asistir a instalaciones específicas para esos fines, donde podrán escoger un horario disponible que les convenga y la especialidad de la clase que a la que quieran asistir.

Aquello hace que los valores que se desarrollan gracias a la actividad/ejercicio físico estén presentes en el uso de la app, como es la Sociabilidad gracias a cada una de las clases que será encargada por entrenadores presencial o virtualmente y a la participación dentro de clases grupales éxito personal, autoimagen, autonomía obtenida por las prácticas de las disciplinas disponibles en la aplicación, por otro lado, para los entrenadores acentuaran actividades que deberán de corresponder con una responsabilidad social, pasión y calidad del servicio ya que ello será la base de cualquier clase de entrenamiento físico generando una nueva oportunidad en el mercado nacional, dando a nuestros clientes apego y afinidad para participar en las diferentes disciplinas y generando oportunidad de sustento para los que quieran dar sus servicios de entrenamiento por medio de la app. W.O.T.A se construye globalmente, pero se vive localmente, esto refiriéndose a que los vales que ofrecerá la aplicación como:

-La confianza: Entregando a sus usuarios y entrenadores fácil apertura a solución de sus problemas, inconvenientes o dudas con respecto a las clases, uso de la aplicación, métodos de pago, etc. De forma eficiente.

-Los conocimientos compartidos: Debido a que los profesores, entrenadores, coaches, mentores y maestros son docentes que guiaran a los usuarios de forma apasionada, transmitiendo sus conocimientos mediante las clases.



-La curiosidad: Esto frecuentado a los usuarios que quieran experimentar nuevas formas y métodos de entrenamientos de múltiples disciplinas, a las que puedan asistir de forma presencial o virtual, con la asistencia de diversos entrenadores que acompañaran a los usuarios en cada paso.

-La Seguridad: Todos los datos personales serán muy apreciados y estarán asegurados por W.O.T.A. Donde no serán compartidos ni difundidos sin la autorización previa del usuario/entrenador en cuestión, así mismo seguridad frente al pago de los entrenadores para garantizar el libre curso y el reintegro de dinero, para garantizar una experiencia será a los miembros de W.O.T.A.

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

W.O.T.A. o por sus siglas en ingles Word Open Training App es una aplicación de naturaleza comercial se basa en la generación de servicios de entrenamiento físico, para satisfacer la necesidad de no solamente el consumidor (que optara para la elección de clases grupales o personalizadas que disponga), sino también en la producción de empleo y oportunidades para los entrenadores físicos profesionales, licenciados, tecnólogos entre otros, que requieran la App para ejercer su disciplina. Presentando una salida para el sector deportivo y de actividad física, mejorando no solo la calidad de vida de manera innovadora sino dando lugar a nuevos empleos.

Así mismo, da la oportunidad de opciones de ingresos para los entrenadores físicos que necesiten y quieran dar sus clases por medio de dispositivos móviles a disposición de cualquier público que quiera estar inmerso, sea PMT (por medio de la tecnología) o por medio de



agendamientos de manera presencial, generando así, la posibilidad de realizar ejercicio físico en el lugar que quiera y disponga para hacerlo, teniendo la compañía virtual o presencial de los entrenadores que les ayudaran y apoyaran en el proceso de la clase.

Para ello se tomó conforme a la investigación realizada, referencias a competencias que estén compartiendo intereses comunes de forma directa, como es el nombre de páginas web posicionadas en el campo de proporción de servicios de entrenamiento grupal y personalizado de manera presencial o virtual como: “Superprof” y “Mis aliados” que se encargan de acciones similares a las que se quiere acercar W.O.T.A. Pero con diferencias frente a su estructura y manera de acceder a sus servicios, sin embargo, compartiendo un modelo similar de trabajo, así mismo, se toma en cuenta la aplicación “Freeletics” que forma parte de las aplicaciones reconocidas o con posicionamiento de entrenamiento físico offline encontrada en las dos bases de sistemas operativos como es Android y IOS.

Tabla 1. D.O.F.A. de las competencias Directas e Indirectas

COMPETENCIAS	FORTALEZAS	DEBILIDADES
Mis aliados (Pagina web)	<ul style="list-style-type: none"> • Facil entendimiento y uso • Libertad de precios • Conexión profesor alumno • Pago anticipado • Pago online y presencial 	<ul style="list-style-type: none"> • Diversidad de clases con múltiples enfoques • Poco reconocimiento y uso de usuarios • Enfoque solamente a pocas ciudades a nivel nacional
Superprof (Pagina web)	<ul style="list-style-type: none"> • Posicionamiento • Facil entendimiento y uso • Libertad de precios • Conexión profesor alumno • Pago por anuncio no por servicio 	<ul style="list-style-type: none"> • No es intermediario de pago entre usuario y entrenador • Enfoque al anuncio del entrenador más que a la metodología de sus clases • Nula categorización de las disciplinas.



		<ul style="list-style-type: none"> • Poca variedad de disciplinas
Freeletics (Aplicación)	<ul style="list-style-type: none"> • Posicionamiento • Entrenamiento físico generalizado • Fácil accesibilidad • Fácil entendimiento y uso 	<ul style="list-style-type: none"> • Nula individualización con el usuario • Enfocada únicamente al acondicionamiento físico • No hay supervisión ni acompañamiento de un profesional • Multitud de competencias directas en plataformas.
COMPETENCIAS	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Mis aliados (Página web)	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios dados a nivel nacional • Posicionamiento en aplicaciones móviles • Infraestructural de la interfaz 	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia con enfoque hacia el ejercicio/actividad física • Categorización y diversificación de múltiples disciplinas
Superprof (Página web)	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios dados a nivel global • Posicionamiento en aplicaciones móviles • Infraestructural de la interfaz 	<ul style="list-style-type: none"> • Amplitud de método de pago • Aplicación con conexión directa usuario/entrenador • Clases de prueba para un abordaje a la aplicación seguro
Freeletics (Aplicación)	<ul style="list-style-type: none"> • Sin costo • Planeación realizada por el usuario • Entrenamiento 	<ul style="list-style-type: none"> • Acompañamiento y asistencia de manera virtual y presencial de expertos en el campo

De acuerdo con el DOFA de competencias directas como indirectas, se establece en consideración un tema en común que tiene cada uno de los negocios establecidos, estos son el cubrimiento de un segmento de mercado encaminado a la realización de actividad/ejercicio físico, cada uno presentado ideas, medios atracción e interés divergentes, pero con un mismo fin, extender la realización de actividad y ejercicio físico por medio de las tecnologías para que la población tenga mayor facilidad, accesibilidad, esparcimiento, ya sea, de forma indirecta como es la proporción de ejercicios establecidos para que el usuario de manera individual pueda escoger,



modificar y realizar dentro de un “diccionario” de ejercicios y a si formar un entrenamiento offline, sin el apoyo de algún entrenador o por el contrario, buscar por medio de páginas web una conexión directa de personas que buscan entrenadores personales para realizar su ejercicio físico de manera grupal o individual de manera virtual o presencial.

Tabla 2. Promedio de Precios por Hora de la competencia Directa e Indirecta

	Superprof precios de entrenadores por Hora	Superprof Precio Media	Superprof Precio Total
1	\$ 20.000,00	\$ 36.071,43	\$ 36.782,14
2	\$ 30.000,00	Superprof Mensualidad	
3	\$ 50.000,00	\$ 19.900,00	
4	\$ 55.000,00		
5	\$ 35.000,00		
6	\$ 35.000,00		
7	\$ 35.000,00		
8	\$ 35.000,00		
9	\$ 35.000,00		
10	\$ 35.000,00		
11	\$ 35.000,00		
12	\$ 35.000,00		
13	\$ 35.000,00		
14	\$ 35.000,00		
	Mis Aliados precios de entrenadores por Hora	Mis Aliados precio Media	Mis Aliados Precio Total
1	\$ 50.000,00	\$ 46.666,67	\$ 46.666,67
2	\$ 60.000,00		
3	\$ 30.000,00		
	FreeLetics precio mensual	Freeletics Precio por Hora	Freeletics Precio por Hora de entrenamiento al mes
1	\$ 22.854,85	\$ 31,31	\$ 816,24

Datos obtenidos frente a la observación y análisis de cada una de las competencias, precios actuales de los negocios hasta Marzo 2023



Cada una de las aplicaciones presentadas tienen aspectos que las hacen competencias con una fuerte capacidad de adaptación así mismo en la captación de clientes y usuarios para su uso, por un lado, "Superprof" aparte de tener ya un nicho ya desarrollado y posicionamiento de presentación de clases, también se enfoca no solamente en el entrenamiento físico sino que se enfoca en la conexión del profesor y estudiantes, y estos con la presentación de las clases de diversos temas. Sumando con lo anterior, se encuentra dentro de los métodos de pago con una diferencia frente a lo que propone W.O.T.A. Y es que esta Página web obtiene ingresos para poder contactar con los profesores expuestos en su página web, así mismo cobra para postularse dentro de su página web para ser visualizado por los usuarios, cobrando un aproximado de 19.900 pesos colombianos al mes para poder contactar con los profesores, siendo el el valor de cada profesor agregado por cada uno de ellos como el criterio de los mismos parezca el mas concorde a su calidad, tiempo y dedicación remunerada.

Siguiendo con las Aplicaciones presentadas se encuentra a "Mis Aliados" donde tiene un caso muy similar al caso anterior, pero esta pagina web se enfoca mayoritariamente en los clientes y en las comodidades que pueden obtener vía web, se encuentran casos no solamente de entrenamiento y ejercicio físico dado por profesores virtuales, sino que se encuentran servicios así como lo nombran ellos "Una comunidad para encontrar a tu experto ideal" emparentado a los clientes con expertos en un campo específico, ya sea para el hogar, mascotas, familia entre otras necesidades varias. Por el contrario que el caso anterior, los métodos de remuneración frente al pago de los usuarios o el uso de los servicios por ellos y "los Aliados" se encuentra una semejanza frente a la idea que propone W.O.T.A. Y es el cobro por comisión por servicio dado, debido a que el precio es fijo por los aliados expertos, la página web obtiene sus ingresos por un porcentaje de el precio fijado por los aliados.



Por último, se encuentra la aplicación “Freeletics”, con esta aplicación el punto de comparación es diferente y por ello es una competencia Indirecta, esto debido a que aunque el segmento al cual se enfoca y agrupa gran parte de su desarrollo es igual que la aplicación W.O.T.A. las cuales son personas que quieren realizar actividad/ejercicio físico, la metodología que utiliza la aplicación así como la estructura la cual propone W.O.T.A. es diferente, siendo una aplicación de entrenamiento Offline generalizado para ciertos objetivos (sin individualización), con una biblioteca de ejercicios a realizar, múltiples maneras de organización y fortalecimiento, también están las rutinas de entrenamiento que personas del mundo comparten desde su experiencia para realizar, ya sea en lugares específicos como es el caso de los gimnasios o el hogar con implementos recursivos para estos fines. De esta se destaca a su vez el diferente tipo de remuneración frente a la obtención de ganancias por parte de la aplicación debido a que esta ofrece su producto de manera gratuita pero incompleta para el uso de cualquier tipo de persona con teléfono inteligente, sin embargo, esta cobra a los usuarios que quieren obtener el uso completo de la aplicación repartido por paquetes mensuales trimestrales o anuales.

Tabla 3. Rentabilidad de la competencia Directa e Indirecta

#	COMPETENCIAS DIRECTAS E INDIRECTAS	PRECIOS DE SERVICIOS la hora	RENTABILIDAD COMPETENCIA al mes
1	SUPERPROF	\$ 36.782,14	\$ 1.029.900,00
2	MIS ALIADOS	\$ 46.666,67	\$ 1.306.666,67
3	FREELETICS	\$ 816,24	\$ 22.854,85
	Promedio costos de competencias	\$ 28.088,35	\$ 786.473,84



Analizando los precios de los servicios por hora de las competencias, se destaca que frente a las dos primeras competencias (las cuales corresponden a las competencias directas), se obtiene un precio promedio por hora para los entrenadores que ofrecen su servicio dentro de estas plataformas web, dando precio promedio al mes por cliente constante, debido a que Según la OMS (2020) se debe de realizar 30 minutos de actividad física al día, esto hace que sumando en total en la semana se obtenga 3 horas y media de actividad/ejercicio físico, sin embargo, dentro de la página web se cuenta la hora de entrenamiento como unidad de tiempo completo del servicio que presta y un precio por esa hora completa, siendo el caso, una suma de 7 horas semanales como mínimo y al mes llegando a ser 28 horas de clases realizadas por cliente (teniendo en cuenta dentro del promedio la constancia continua del cliente).

Por el otro lado, se debe de resaltar una situación diferente de la competencia indirecta el cual es la aplicación “FREELETICS”, debido a que el modelo de negocio de esta aplicación es diferente el que visualiza tanto las competencias directas como la misma aplicación W.O.T.A. Debido a que la obtención de ingresos es fija por la obtención de la versión completa de la aplicación, siendo un precio constante por mes, pudiendo utilizar la aplicación cuantas horas sea posible por el cliente, por esta razón se diferencia con respecto a los demás la diferencia de precio frente a los otros dos competidores, en primera instancia se destacó las horas totales del mes (730 horas) para sacar un promedio real de la rentabilidad, destacando un resultado ilustrado en la Tabla 2. No obstante, de igual forma que la competencia, se tomó en cuenta los datos obtenidos de la OMS para su rentabilidad, destacando las mismas 28 horas de entrenamiento por usuarios al mes y se obtuvo el resultado ilustrado en la Tabla 3.

De esta forma, W.O.T.A. aportará de manera estratégica a cubrir la misma necesidad de expandir la actividad/ejercicio físico por medio de las



tecnologías, agrupando características que hagan que el usuario pueda acceder de manera sencilla y simple, para ello se establece desde un punto de partida la realización y desarrollo de una aplicación móvil con enfoque al entrenamiento físico, Según Huckvale (2015) los desarrollos tecnológicos destinados a la salud incluyen también a las aplicaciones que estén destinadas directa o indirectamente a originar, mantener o mejorar los comportamientos y hábitos sanos, aportando a la mejora de la calidad de vida y el bienestar de las personas, de esta manera la Aplicación W.O:T.A. estaría dentro de esta categoría.

Para este fin y en vista que actualmente, las aplicaciones móviles frente a salud o “mHealth” tienen mayor potencial como para proporcionar a las personas los medios necesarios para organizar, gestionar y realizar su propio manejo de la salud y mantenerse sanos más constantemente, mejorando así su calidad de asistencia sanitaria, salud y confort (Alonso & Mirón, 2017). Es por esta y otras razones, las cuales se mencionarán en el documento, se opta por la realización de una aplicación móvil. Debido a su potencial, alcance y su distribución a los usuarios para que estos elijan la actividad/ejercicio físico que quieran realizar.

Es por ello, por lo que se tendrá en cuenta la versatilidad que tiene los sitios web como “Superprof” y “Tus Aliados” para exhibir a los socios entrenadores de múltiples disciplinas a disposición, siendo ordenadas por su categorización y su respectiva clasificación por niveles, también teniendo énfasis en las clases, sus metodologías y las descripciones dadas de estas, para mayor conocimiento de los usuarios y así acceder a ellas con mayor confianza y seguridad. Dando como proporción de servicios donde el usuario obtenga entrenamientos para ellos, dejando de lado los entrenamientos generalizados encontrado en las aplicaciones como “Freeletics” ofreciendo mediante a una conexión directa (presencial o virtual) clases con el socio entrenador.



-Marco Normativo

Normatividad que Rige W.O.T.A.

NORMA	AÑO	DESCRIPCIÓN
Ley 23 "Sobre derechos de autor"	28 de enero 1982	En Colombia la normatividad que se encarga de regular los derechos de autor es principalmente el derecho de la propiedad intelectual desde la cual se considera necesario entrar a analizar la protección jurídica de las aplicaciones móviles
Decisión Andina 486	2000	Norma de carácter supranacional que se encarga de regular el derecho de la propiedad industrial en los países de la Comunidad Andina de Naciones (Colombia, Perú, Bolivia y Ecuador) "No se considerarán invenciones: a) los descubrimientos, las teorías científicas y los métodos matemáticos; [...] e) los programas de ordenadores o el soporte lógico, como tales; y, f) las formas de presentar información"
Ley 1915	2018	Esta Ley protege exclusivamente la forma literaria, plástica o sonora, como las ideas del autor son descritas, explicadas, ilustradas o incorporadas en las obras literarias, científicas y artísticas.



CAPITULO I: PROPOSICIONES DE VALOR

En este apartado debe de haber una solución que solvente de forma creativa o innovadora, talentosa y “Única” que se diferencie de proposiciones existentes hacia esa necesidad que se quiere cubrir (Vargas, Calva, & Camacho, 2015). Debe existir un factor de haga que el cliente al cual nos estamos dirigiendo decante por nuestro producto o servicio destacando entre la competencia, aplicando una correspondencia viable entre la propuesta de valor y el segmento de clientes, lo cual lleva a entender y dimensionar el producto mínimo viable. No se debe sesgar con la idea de negocio, no en términos de producto sino de la solución. (Ferreria, 2016).

Tabla 4. Preguntas y respuestas: Propuesta de Valor

PREGUNTAS	RESPUESTAS (W.O.T.A.)
<i>¿Qué ofrezco y por qué me prefieren?</i>	W.O.T.A. Ofrece generar y obtener servicios de actividad/ejercicio físico Por medio de enlaces entre clientes y entrenadores potenciales mediado por la aplicación móvil en Smartphones.
<i>¿Qué valor entregamos al cliente?</i>	Se entrega un servicio de entrenamiento dirigido personalizado, semi personalizado o grupal de manera virtual o presencial con la calidad que entregan los socios entrenadores certificados dentro de la app.
<i>¿Cuál de los problemas de nuestro cliente estamos solucionando?</i>	Se soluciona la poca especificidad que hay en los entrenamientos dados por las aplicaciones móviles descargables, así mismo soluciona la forma de obtención y conexión de clases de entrenamiento físico y su realización.
<i>¿Qué necesidad estamos satisfaciendo?</i>	La necesidad de los clientes de encontrar entrenamientos en horarios poco habituales, encontrar variedad de disciplinas y asistir a diversas clases sin compromisos a largo plazo.



Dentro de la propuesta de valor W.OT.A. tiene en su sector, elementos adecuados para la solución de las necesidades del segmento de mercado, buscando resolver varios problemas de los clientes frente al campo del entrenamiento físico. En este caso la aplicación tiene una mezcla de tres propuestas de valor que hacen que obtenga de manera redundante, amplitud frente a su valor dentro del mercado:

La personalización:

La personalización dentro de los servicios y productos que ofrecen las compañías es un importante valor añadido que satisface al cliente, inclinándose, atrayéndolo y encariñándolo, estableciendo un vínculo que favorece la relación a corto y largo plazo (Zhang, Chen & Lee, 2013; López, San Martín & Jiménez, 2016) Por ello la aplicación W.O.T.A. Logrará dirigir y fortalecer ese vínculo por medio de enlazar a los usuarios con una gama amplia de clases a la cual puedan asistir según las disciplinas que tenga a disponible y que pueda abarcar, obteniendo demanda de parte de los usuarios que tengan mayor afinidad, gusto o decantación por la clases personalizadas, semi personalizadas o grupales, de manera presencial o virtual, obteniendo a disposición variedad de servicios con horarios accesibles dependiendo de la zona horaria y la dificultad para los usuarios de encontrarla. Lo anterior hace que se supla la necesidad de encontrar clases por los medios convencionales y facilitar los servicios (dados y ejecutados por entrenadores inmersos en el campo), encontrando dentro de esto:

- Entrena en el horario más conveniente
- Entrena varias y diferentes disciplinas
- Seguimiento directo con el entrenador
- Información del precio
- Información del entrenador y sus clases



Junto con lo anterior, también se encuentra otras de las propuestas de valor que tiene poseerá esta aplicación; en este caso beneficiando tanto a los usuarios como a los que usan la aplicación para dar el servicio o los socios entrenadores.

La accesibilidad:

La accesibilidad se ubica dentro de W.O.T.A. Debido a que su desarrollo se facilita la interacción usuario-entrenador para concordar una clase, el rápido manejo del teléfono móvil hace que las características sobre la conveniencia, interactividad, inmediatez, personalización, ubicuidad, localización sea efectiva para las aplicaciones descargables (Pedersen, 2005; Zhang et al, 2013). Por el lado del usuario, encontrando diversas disciplinas y su hora de realización de la clase, nivel de dificultad, y calificación del entrenador y su clase, para poder cerciorar la calidad de dicho entrenamiento y, por el otro lado, encontramos a los socios entrenadores que proporcionan su perfil y sus clases de entrenamiento físico, teniendo la oportunidad de obtener clientes de forma sencilla, promoviendo sus clases dentro de su campo laboral de manera eficiente por medio del teléfono móvil, alcanzando mayor facilidad de obtención de clientes para sus clases PMT o encuentros presenciales.

La comodidad y utilidad:

Mencionando lo anterior, se acuerda que el uso de la aplicación ayudara a las personas a promover la actividad/ejercicio físico debido a la versatilidad que tienen las aplicaciones, cuya posibilidad de participar en ellas está en buscar las clases, el horario y entrenador que estén disponibles dentro del listado, entrenadores con sus propias metodologías y niveles de dificultad de la clase, con un horario que puede ser viable y útil, sin tener que comprometerse tanto por su horario como por espacios o formas de pago, encontrando características que lo acompañan como:



- Fuente de ingresos adicional
- Flexibilidad en días y horarios de trabajo
- Fácil procedimiento de pago
- Propuesta del costo de su respectiva clase
- Durabilidad flexible de la clase

Siguiendo la idea anterior, se esclarece en la propia propuesta de valor, la existencia de dos beneficiarios, generando una estrategia clave resaltante que destaca frente a los competidores directos e indirectos, no solo en la versatilidad de presentar dentro de un mismo espacio múltiples clases virtuales o presenciales de diferentes disciplinas físicas, sino que también presenta la amplitud del de uso que los usuarios/entrenadores pueden emplear en diferentes horarios, metodologías y duración.

CAPITULO II: SEGMENTOS DE MERCADO

Para el segmento de mercado, se debe de tener en cuenta que la propuesta de valor que se quiere idealizar y desarrollar debe de corresponder con el alcance de los clientes los cuales se quiere acoger, por ello, un error común que se atisba es la obsesión por encontrar la mayor cantidad de clientes sin filtro alguno, pensando en que cuanto más se abarque, mejor. Debido a esto no todos los clientes en el mercado son potenciales para la empresa. Inicialmente se debe de focalizar un grupo de cliente que, según cómo evolucione la empresa durante el tiempo se puede permitir ampliar la vista a nuevos clientes potenciales y así dilatar o cambiar los segmentos del mercado (Osterwalder, 2011). Se debe segmentar para conocer el nicho y así mismo generar las oportunidades previstas por el negocio. Escoger uno o varios de ellos, desarrollar sus productos/servicios dando paso a estrategias a medida de cada segmento seleccionado, con una orientación más a largo plazo. (Valdivia, 2015).



Tabla 5. Preguntas y respuestas: Segmentos de Mercado

PREGUNTAS	RESPUESTAS (W.O.T.A.)
<i>¿Para quién estamos creando valor?</i>	La aplicación W.O.T.A. Crea valor para sus innumerables clientes que quieran asistir y dar clases de entrenamiento físico por medio de las presentaciones y enlaces con los entrenadores.
<i>¿Quiénes son nuestros clientes más importantes?</i>	Los clientes importantes para W.O.T.A. son personas que quieren entrenar de manera virtual o presencial, personalizada o grupal, por medio de una aplicación móvil, así mismo, también están los socios entrenadores, quienes son los que por medio de W.O.T.A. Podrán exponer y dar sus clases y entrenamientos para la obtención de clientes.

La segmentación puede definirse como “el proceso de dividir un mercado en segmentos o grupos identificables, más o menos similares y significativos, con el propósito de que el mercadólogo ajuste las mezclas de mercadotecnia a la medida de las necesidades de uno o más segmentos específicos, en este caso se destacan 4 variables de segmentación: La Geográfica (donde y como es la ubicación del publico), Demográfica (perfil y rasgos de los clientes), Psicográfica (características psicológicas) y la conductual (comportamientos del consumo dirigido), (Robin & Torres, 2001).

En el caso de W.O.T.A. Como aplicación tiene a dos importantes segmentos del mercado, por un lado, un grupo determinado para los usuarios que utilizaran la aplicación en el sentido de obtención y empleo del servicio de entrenamiento mediado por la aplicación, por el otro, se encuentra el grupo el cual utilizara la aplicación como medio para disponer, exponer y realizar el servicio de entrenamiento, estos, por ende, siendo los socios entrenadores.



El Mercado de masas:

En este sentido se toma dentro del segmento de importancia el mercado de masas, esto debido a que los servicios los cuales quiere promover W.O.T.A. son para todo público que posea un Smartphone o teléfono inteligente, no se filtra a la población por sus características, sino que el negocio se basa en centra el entrenamiento de múltiples disciplinas a disposición del público en general, con una necesidad de realización de actividad/ejercicio físico en horarios cómodos y de fácil acceso.

- Buscan servicios de entrenamiento virtual de calidad.
- Personas que buscan mayor accesibilidad a entrenamiento personalizado o grupal
- Personas con poca disponibilidad de tiempo
- Personas que quieren entrenar a distancia y virtual
- Personas que buscan entrenar en zonas favorables

A su vez, es reforzada por el público que genera el servicio, esta aplicación está determinada a que la base para originar, mostrar, realizar y dirigir lo servicios a disposición sean los socios entrenadores, ya que se centra en un público la cual su necesidad es la obtención de entrenamiento físico, por ende, la ocupación y labor de los entrenadores es proporcionar servicios donde se satisfaga esa necesidad, para el beneficio de los socios entrenadores, y así, poder tener la oportunidad de obtención tanto de clientes como de ingresos de forma diferente; Y, para adquirir tal oportunidad y beneficio se puede optar por realizar clases de actividad/ejercicio físico de forma presencial o PMT.

- Entrenadores de múltiples disciplinas
- Obtención de clientes para los entrenadores
- Gana dinero dando entrenamientos virtuales



- Proporciona clases personalizadas o grupales por dispositivos móviles.
- Desean ser socios de entrenamiento virtual.

De esta manera se permite saber que W.O.T.A. Dentro de su segmentación de mercado y según sus variables se entiende que dentro de la segmentación la Geográfica NO hay filtros de personas a las que queramos hacer llegar, por el contrario, se quiere llegar y sobrepasar las barreras de zona horaria y de idioma ya que se tiene proyectado que W.O.T.A. sea un lanzamiento que progresivamente este abierto en todo el mundo. Dentro de la segmentación demográfica y enfocada a los usuarios se requiere que sean mayores de edad, quieran y dispongan de la realización de actividad y ejercicio físico, y su disposición a la variedad de metodologías que hay frente a las clases disponibles en la aplicación y por parte de los entrenadores que sean certificados en el entrenamiento físico o aspectos similares para garantizar la calidad y confiabilidad de las clases dadas en la app.

También, se encontró que dentro de la segmentación psicográfica se encontró dentro de los dos grandes grupos a los que va dirigido la aplicación y es el uso, gusto y afinidad con las tecnologías más específicamente hablando con las aplicaciones, debido a que por medio de esta es por el cual se van a desarrollar y realizar los servicios de entrenamiento físico, aparte de tener intereses en asistir o en dar clases grápeles, personalizadas, virtuales o presenciales. Y, por último dentro de la segmentación la conductual se identificó que la interacción con los servicios dados o realizados tanto para los usuarios como para los socios entrenadores sea de manera respetuosa y honesta, ya que el servicio parte tanto de los que recurrían al uso de los servicios como a los que lo generan, siendo una interacción continua que se tendrá.



Tiene dos segmentos importantes a los cuales darles enfoque para que puedan de igual forma corresponder con la demanda y uso de la aplicación, por un lado los usuarios que van a usar los servicios para hacer actividad/ejercicio físico, y por el otro, se encuentra los socios entrenadores que van a dar el servicio, siendo segmentos que van a tener interacción mutua convergiendo y teniendo el enlace con ellos mismos, estando la aplicación para proporcionar el medio de comunicación y entrenamiento para tales fines.

CAPITULO III: CANALES

Teniendo la idea anterior, se debe de definir cuál va a ser el canal de conexión que la aplicación va a tener con los usuarios y entrenadores. Las propuestas de valor llegan a los clientes por medio de canales de comunicación, distribución y venta (Ferreria, 2016). Este elemento incluye también los canales que se van a utilizar para exponer y hacerles llegar a los clientes el valor que ofrece W.O.T.A. Siendo un factor que se utiliza el enfoque de un solo canal de comunicación. Los beneficios son mayores, no obstante, el desarrollo, sustento y gestión puede ser Complejo, encontrando con mayor viabilidad el equilibrio entre los diversos tipos de canales, para así, integrarlos de forma que forme una experiencia agradable hacia los clientes y, por lo tanto, los ingresos aumenten lo máximo posible. (Osterwalder, 2011).

Para poder coincidir sobre el canal que correspondería al que utilizara W.O.T.A. se deben de responder preguntas que relacione, aclare y de paso al entendimiento sobre los canales de la aplicación:



Tabla 6. Preguntas y respuestas: Canales

PREGUNTAS	RESPUESTAS (W.O.T.A.)
<p><i>¿Qué canales prefieren nuestros segmentos de mercado?</i></p>	<p>La interacción de clientes en W.O.T.A. se decanta por el canal Indirecto- para descargar la aplicación dentro de las bases operativas y a su vez Directo-Venta por Catálogo, observándolo ya dentro del funcionamiento de la aplicación encontrando una variedad de clases, horario, diciplinas y entrenadores con los cuales quieran pagar para entrenar.</p>
<p><i>¿Cómo establecemos actualmente el contacto con los asociados y clientes?</i></p>	<p>Por la naturaleza que tendrá W.O.T.A. Los clientes y entrenadores tendrán que comunicarse entre si para poder establecer aspectos más específicos de la clase a entrenar, así mismo los dos grupos podrán comunicarse mediante chat dentro de la aplicación, MSM y e-mail, sobre nuevas clases, promociones, etc.</p>
<p><i>¿Cuáles tienen mejores resultados?</i></p>	<p>La interacción directa, permitiendo que se cerciore la información o mensaje a transmitir con la mayor veracidad y calidad posible.</p>
<p><i>¿Cuáles son los más rentables?</i></p>	<p>Los canales más rentables o eficaces son los directos</p>
<p><i>¿Cómo nos integramos o adecuamos a las actividades de los clientes?</i></p>	<p>Integrándose dentro de los procesos de manera personal en los casos que los usuarios y socios entrenadores entrenen de manera presencial, y virtual cuando tenga que ser PMT. Así mismo la publicidad debe de ser expuesta por presentaciones del uso de la aplicación en anuncio virtuales.</p>

Canal Indirecto:

W.O.T.A poseerá canales donde los usuarios tendrán contacto mediante la plataforma de descarga para acceder a la misma app, en este sentido es un canal propio Indirecto, debido a que el producto en cuestión a descargar es la aplicación encontrada en las tiendas virtuales de IOS o Google Play, donde a su vez la interacción en un principio va a ser por las dos tiendas online correspondidas según sean dentro de sus bases operativas, en cada una de ellas se encuentra en un mismo sentido de evaluación, una calificación de la propuesta de valor que presenta la app, y



sin dejar de lado, la comunicación enlazada de las bases operativas y la aplicación.

- Bases operativas (Android, IOS)

Canal Directo:

Complementando lo anterior, se emplea también dentro de este mismo canal de comunicación la interacción que tiene los usuarios con los socios entrenadores, ya sea para la adecuación y parámetros para la realización de la clase como la misma interacción durante el servicio. Cómo se lleva diciendo, la aplicación dispondrá para los usuarios la disponibilidad de integrarse a una clase PMT o concertar un encuentro para una clase presencial, las dos de forma personalizada o grupal. Al finalizar la clase, el usuario tendrá el poder de calificar la clase, su calidad y dejar comentarios acerca de ella para que los futuros clientes puedan leer e informarse acerca de la dinámica de la clase y entrenador. También cada pago de servicio virtual o en algunos casos presenciales se realizará por medio de la app. Por último, se debe de tener en cuenta que la misma publicidad que tendrá la aplicación es de manera online, dentro de páginas con mayor flujo de personas y tránsito activos en las redes sociales para captar a la mayor audiencia y así conozcan la aplicación W.O.T.A.

- Plataforma web
- Publicidad online

Así pues, la comunicación que empleará en su desarrollo y durante su uso continuo la aplicación W.O.T.A. Será una comunicación Indirecta y directa, con los respectivos clientes: Usuarios y entrenadores, en primera instancia, la primera oportunidad de comunicación será dentro de las tiendas online de las dos bases operativas (Android y IOS), para ello se tendrá que establecer dentro de su periodo de desarrollo la opción a futuro realizada por



los programadores para que esté disponible en las dos opciones en el mercado de la aplicaciones móviles, para que esta este a la vista como múltiples competidores.

- Planificación de desarrollo para cada una de las bases operativas
- Desarrollo de cada uno de los parámetros que deben de estar para que pueda ser compatible en Android y IOS
- Evaluación en el periodo de pruebas para obtención y solución de errores
- Exposición en el mercado de aplicaciones móviles en cada una de las bases operativas.

Así mismo tendrán comunicación directa mutua entre usuario y entrenador, cuando los usuarios encuentren el catálogo de disciplinas, clases y entrenadores disponibles dentro de la aplicación.

- Presentar las clases a ofrecer por parte de socio entrenador
- Usuario interesado en realizar Actividad/ejercicio físico
- Usuario busca dentro del catálogo de disciplinas disponibles y accede en la de mayor interés
- Usuario accede en la clase del socio entrenador de la disciplina interesada
- Usuario establece primer contacto con el socio entrenador para entrar a la clase virtual o acordar el lugar de entrenamiento presencial.

Y a su vez, como forma de publicidad y promoción de la propia aplicación, se tendrá en cuenta anuncios en sitios web o redes sociales donde se pueda tener una gran capacidad de exhibición por parte de W.O.T.A. Para lo anterior, Se requiere:



- Haber realizado la planeación de la idea a publicitar
- Realizar la publicidad con el toque o idea de W.O.T.A.
- Establecer en que redes sociales se quiere realizar la publicidad.
- Compartir cada una de las ideas planeadas en las redes sociales en las cuales W.O.T.A. quiere atraer clientes potenciales.

Haciendo alusión a lo anterior, se debe de tener en cuenta que el producto a entregar es una aplicación, un producto de intangibilidad pero que dentro de este dará y generara servicios de entrenamiento físico y otras disciplinas, con lo anterior se responde que varios de las fases de comunicación que tiene los canales del modelo Canvas están intrínsecos o corresponden dentro de los canales indirectos y directos explicados anteriormente, donde el canal de información evaluación, compra y entrega estará disponible dentro de las tiendas de los sistemas operativos de IOS debido a que es una aplicación que estará como producto descargable a cualquier persona que lo vea en el catálogo de ejercicio físico tanto de Android como de IOS y dentro del canal de posventa se tiene que tener en cuenta que se cuenta un canal directo que ya entraría dentro de las funciones interactivas que tendrá la aplicación a la hora de la participación respectiva a los servicios expuestos en la aplicación, dándoles la opción a los usuarios de poder comentar, calificar, y tener servicios de apoyo al cliente si llega a tener dudas, problemas e inquietudes con algún proceso realizado.

CAPITULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES

La habilidad para crear, potenciar o mantener relaciones con los clientes puede convertirse en punto fuerte que resulte como factor diferenciador frente a los competidores. Por esta razón es necesario definir



qué tipo de relación desea tener con cada segmento de clientes que puede ser de captación, fidelización o estimulación de las ventas. Según Chaguay (2019) menciona que las relaciones con los clientes se establecen, se mantienen y en algunos casos se perduran de forma independiente en los diferentes segmentos de mercado. Alternativa que W.O.T.A. tiene en cuenta para ofrecer cierta libertad a los clientes potenciales y general una adherencia con los servicios que ofrece.

Tabla 7. Preguntas y respuestas: Relación con los Clientes

PREGUNTAS	RESPUESTAS (W.O.T.A.)
<i>¿Qué tipo de relación queremos establecer y mantener nuestro cliente?</i>	W.O.T.A. Tiene la intención de establecer una interacción autónoma, sencilla, intuitiva y rápida.
<i>¿Qué relaciones hemos establecido con cada segmento?</i>	Depende del segmento al cual se refiera, frente a los clientes; Una forma de relación comercial. Por el otro lado, la relación creada para los socios entrenadores será de prestación de servicios para la plataforma electrónica de entrenamiento físico.
<i>¿Cuál es su costo?</i>	No aplicaría, puesto que no se ha adquirido ningún aplicativo para este fin.
<i>¿Cómo se integran nuestros asociados y clientes en nuestro modelo de negocio?</i>	Se asocian como clientes y socios entrenadores.

Dentro de la relación con el cliente se encuentran las dos principales que la app integrara en su modelo de negocio y de su respectiva comunicación online están:

El autoservicio:



Declinándose esta opción por parte de los clientes, donde su primera interacción es la proporción de datos personales para su registro dentro de la base de datos e identificarlo como usuario de W.O.T.A. De igual manera, con esta información se reconocerá a la persona para que la correspondencia de información acerca de novedades y acciones realizadas en la aplicación sea dirigida correctamente al usuario (por medio de MSM o e-mails), también tener histórico sobre dudas, comentarios, inconvenientes, etc. Para que se proporcione una mejor comunicación individualizada con el cliente, y así hacer saber la información básica de cada usuario de la app.

Al mismo tiempo, se ofrece tanto al usuario como al socio entrenador soporte frente a inconvenientes que tengan, siguiendo el paso a paso y filtros sobre los inconvenientes generados, presentando en primera instancia respuestas predeterminadas alimentadas a lo largo de las actualizaciones respecto a las dudas comunes recolectadas dentro del histórico, si se persiste la duda, se prestara dentro de los servicios disponibles de W.O.T.A. ayuda de soluciones rápidas vía chat automatizada para dar solución de problemas, dudas e inquietudes y, en última instancia, si el conflicto o algún caso atípico continua, se prestara soporte en líneas atención directa con el soporte de la aplicación W.O.T.A.

- Se requiere registro del usuario
- Soporte a usuarios y entrenadores

La creación colectiva:

Al margen de este tipo de relación con el cliente, se reafirma en dos situaciones la creación colectiva que dispondrá W.O.T.A. El primer encuentro es mediado las tiendas de las bases operativas donde estará disponible para descargar la aplicación, estos clientes los cuales hayan tenido la oportunidad



de utilizar la aplicación para su respectivo fin, podrán expresar mediante un sistema calificativo, la experiencia obtenida durante el uso de la aplicación, al igual que un comentario que extienda su opinión, retroalimentación o crítica, su gusto o disgusto encontrado dentro de la aplicación en general y comentarios que lo exponga hacia los demás.

Frente a la otra situación se encuentra dentro de la aplicación, más explícitamente en las calificaciones y comentarios de las clases/servicios dados por los socios entrenadores del mismo modo que a los propios entrenadores, donde se adopta un sistema similar de calificativo mediado por estrellas, donde 1 es “muy malo” y 5 “muy bueno” y sus respectivos comentarios expresando su experiencia, didáctica o metodología de la clase o en su caso la calidad del socio entrenador que dio el servicio, para así, informar a los nuevos usuarios sobre ello, proporcionando así una observación colectiva contractiva dentro de la aplicación.

- Social media
- Reseñas
- Calificaciones

Con lo anterior se expresa que la aplicación tendrá una relación con el cliente autónoma donde las interacciones de los usuarios-entrenadores, usuarios-usuarios usuarios-aplicación y entrenadores-aplicación será mayoritariamente autónoma, siendo en casos para soporte y ayuda frente a inquietudes o problemas generados por líneas autónomas y en casos específicos con ayuda directa, del mismo modo a la interacción para el uso de la aplicación como tal, son creaciones de opiniones colectivas y recopiladas, entre los clientes.



CAPITULO V: INGRESOS

Dentro de este apartado se señala la remuneración planeada que tendrá la empresa, ingresos que se obtienen por las propuestas de valor que son ofrecidas. Determinar las fuentes económicas de la idea de negocio es un aspecto fundamental y necesario si se quiere obtener el sustento y con cierto camino el éxito. Las fuentes de ingresos son la retribución de las acciones, desarrollo, y entrega del producto o servicio, la consecuencia y resultado de los demás módulos, no obstante, paradójicamente debe de ser prioridad para cualquier empresa, es decir, antes de empezar, dentro de la planeación de la idea se debe saber cuáles serán las fuentes de ingresos (Osterwalder, 2011).

Sin embargo, la evolución, progreso y éxito será definido por su modelo, debido a que los clientes forman y constituyen el centro de los modelos de negocios basado en cuantas más ventas, más ingresos se obtendrá, y así mismo también más gastos, pero con un beneficio que se podrá reinvertir. Cada Fuente de ingreso debe de tener los mecanismos para que esos lleguen a donde deben de llegar, siendo gestionado de forma diferente por cada uno de los modelos de negocios.

Tabla 8. Preguntas y respuestas: Ingresos

PREGUNTAS	RESPUESTAS (W.O.T.A.)
<i>¿Qué precio están dispuestos a pagar nuestros asociados y cuál nuestros clientes?</i>	De acuerdo con los ingresos, el precio que pagaran los clientes de las clases encontradas a lo largo de la aplicación será acomodados subjetivamente por los propios socios entrenadores que corresponda respecto a los servicios y calidad que generaran, siendo alrededor de precios promedio encontrados normalmente. De acuerdo con el ingreso total adquirido por clase o servicio realizado, W.O.T.A. obtendrá un 20% de comisión.
<i>¿Cómo pagan o</i>	Se ofrece alternativas como pago con tarjeta débito o crédito, y



<i>pagarán?</i>	solo en casos de servicios en modalidad presencial pago de contado
<i>¿Qué otras fuentes diferentes de dinero tendrán la empresa además de los que ingresan por ventas?</i>	Ninguna otra estipulada hasta el momento. Si embargo se planea el ingreso de asociaciones especiales de empresas para la obtención de cupones donde se pueda cajeear mediante códigos y así tener descuentos para los trabajadores de tales empresas.

Como se plantea W.O.T.A. Referente a su remuneración y utilidad, se obtiene claridad gracias a sistemas de negocio similares frente a este aspecto, uno de los referentes respecto a esta fuente de ingreso es la aplicación de Uber, debido a que plantea el mismo caso contrastado por las personas que ofrecen el servicio en ese caso los socios entrenadores serían los socios conductores y por viaje realizado, Uber cobra una comisión de un 25% por el servicio (Uber, 2023).

Gastos de Carretaje:

Con lo anterior, se presenta W.O.T.A. Como una aplicación que obtendrá del mismo modo que el caso anterior, comisiones por clases o servicios realizados por los socios entrenadores, siendo un nicho de obtención de clientes de manera virtual y cómoda y su vez de generar ingresos de forma alternativa. Sin embargo, a diferencia de Uber, que el precio establecido depende de circunstancias como (tarifas especiales, demanda, distancias, entre otros servicios a disposición) W.O.T.A. Plantea que son los propios socios entrenadores que presentaran sus precios dentro de la aplicación.

Complementado lo anterior es de acuerdo con esos ingresos, que el precio que pagaran los clientes de las clases encontradas a lo largo de la aplicación será acomodado subjetivamente por los propios socios entrenadores que corresponda respecto a los servicios y calidad que generarán, siendo alrededor de precios promedio encontrados normalmente.



Con lo anterior el ingreso total adquirido por clase o servicio realizado, W.O.T.A. obtendrá un 20% de comisión. Con ello se plantea que la aplicación adopte métodos alternativos de pago como es el caso de tarjeta débito o crédito, y solo en casos de servicios en modalidad presencial pago de contado

- Cobro de comisión por clase o servicio realizado
- Precio subjetivo del socio entrenador, por tipo de disciplina y dinámica de la clase.

Primer año

❖ Proyección de Ventas:

PROYECCIÓN DE VENTAS 2024-2025								
MES	Precio por hora de clase	Socios entrenadores	Clases Realizadas al día por el Socio entrenador	Personas clases dadas al mes	Valor del ingreso obtenido promedio por hora	Valor promedio del ingreso obtenido por día	Valor promedio del ingreso obtenido por Mes	RENTABILIDAD
1	\$ -	0	0	0	\$ -	\$ -	\$ -	#DIV/0!
	\$ -	0						
	\$ -	0						
2	\$ -	0	0	0	\$ -	\$ -	\$ -	#DIV/0!
	\$ -	0						
	\$ -	0						
3	\$ -	0	0	0	\$ -	\$ -	\$ -	#DIV/0!
	\$ -	0						
	\$ -	0						
4	\$ -	0	0	0	\$ -	\$ -	\$ -	#DIV/0!
	\$ -	0						
	\$ -	0						
5	\$ -	0	0	0	\$ -	\$ -	\$ -	#DIV/0!
	\$ -	0						
	\$ -	0						
6	\$ -	0	0	0	\$ -	\$ -	\$ -	#DIV/0!
	\$ -	0						
	\$ -	0						
7	\$ -	0	0	0	\$ -	\$ -	\$ -	#DIV/0!
	\$ -	0						
	\$ -	0						
8	\$ -	0	0	0	\$ -	\$ -	\$ -	#DIV/0!
	\$ -	0						
	\$ -	0						
9	\$ -	0	0	0	\$ -	\$ -	\$ -	#DIV/0!
	\$ -	0						
	\$ -	0						
10	\$ -	0	0	0	\$ -	\$ -	\$ -	#DIV/0!
	\$ -	0						
	\$ -	0						
11	\$ 60.000	4	5	4060	\$ 253.000	\$ 1.265.000	\$ 22.770.000	\$ (30)
	\$ 50.000	10						
	\$ 35.000	15						
12	\$ 60.000	5	5	4480	\$ 282.000	\$ 1.410.000	\$ 25.380.000	\$ 328
	\$ 50.000	11						
	\$ 35.000	16						

Segundo año:

❖ Proyección de Ventas:



PROYECCIÓN DE VENTAS 2025-2026									
MES	Precio por hora de clase	Socios entrenadores	Clases Realizadas al día por el Socio entrenador	Personas clases dadas al mes	Valor del ingreso obtenido promedio por hora	Valor promedio del ingreso obtenido por día	Valor promedio del ingreso obtenido por Mes	RENTABILIDAD	
1	\$ 60.000		7	5	5180	\$ 333.000	\$ 1.665.000	\$ 29.970.000	\$ 4.463
	\$ 50.000		13						
	\$ 35.000		17						
2	\$ 60.000		8	5	5600	\$ 362.000	\$ 1.810.000	\$ 32.580.000	\$ 4.581
	\$ 50.000		14						
	\$ 35.000		18						
3	\$ 60.000		9	5	6020	\$ 391.000	\$ 1.955.000	\$ 35.190.000	\$ 1.609
	\$ 50.000		15						
	\$ 35.000		19						
4	\$ 60.000		10	5	6440	\$ 420.000	\$ 2.100.000	\$ 37.800.000	\$ 4.769
	\$ 50.000		16						
	\$ 35.000		20						
5	\$ 60.000		11	5	6860	\$ 446.000	\$ 2.230.000	\$ 40.140.000	\$ 4.808
	\$ 50.000		16						
	\$ 35.000		22						
6	\$ 60.000		12	5	7420	\$ 482.000	\$ 2.410.000	\$ 43.380.000	\$ 2.376
	\$ 50.000		17						
	\$ 35.000		24						
7	\$ 60.000		13	5	7980	\$ 518.000	\$ 2.590.000	\$ 46.620.000	\$ 4.921
	\$ 50.000		18						
	\$ 35.000		26						
8	\$ 60.000		14	5	8540	\$ 554.000	\$ 2.770.000	\$ 49.860.000	\$ 4.966
	\$ 50.000		19						
	\$ 35.000		28						
9	\$ 60.000		15	5	9100	\$ 590.000	\$ 2.950.000	\$ 53.100.000	\$ 2.973
	\$ 50.000		20						
	\$ 35.000		30						
10	\$ 60.000		16	5	9940	\$ 643.000	\$ 3.215.000	\$ 57.870.000	\$ 5.049
	\$ 50.000		22						
	\$ 35.000		33						
11	\$ 60.000		17	5	10780	\$ 696.000	\$ 3.480.000	\$ 62.640.000	\$ 3.355
	\$ 50.000		24						
	\$ 35.000		36						
12	\$ 60.000		18	5	11620	\$ 749.000	\$ 3.745.000	\$ 67.410.000	\$ 5.127
	\$ 50.000		26						
	\$ 35.000		39						

Tercer año:

❖ Proyección de Ventas:

PROYECCIÓN DE VENTAS 2026-2027									
MES	Precio por hora de clase	Socios entrenadores	Clases Realizadas al día por el Socio entrenador	Personas clases dadas al mes	Valor del ingreso obtenido promedio por hora	Valor promedio del ingreso obtenido por día	Valor promedio del ingreso obtenido por Mes	RENTABILIDAD	
1	\$ 60.000		19	5	12040	\$ 778.000	\$ 3.890.000	\$ 70.020.000	\$ 5.118
	\$ 50.000		27						
	\$ 35.000		40						
2	\$ 60.000		18	5	11620	\$ 749.000	\$ 3.745.000	\$ 67.410.000	\$ 5.085
	\$ 50.000		26						
	\$ 35.000		39						
3	\$ 60.000		19	5	12040	\$ 778.000	\$ 3.890.000	\$ 70.020.000	\$ 3.489
	\$ 50.000		27						
	\$ 35.000		40						
4	\$ 60.000		18	5	11620	\$ 749.000	\$ 3.745.000	\$ 67.410.000	\$ 5.085
	\$ 50.000		26						
	\$ 35.000		39						
5	\$ 60.000		19	5	12040	\$ 778.000	\$ 3.890.000	\$ 70.020.000	\$ 5.118
	\$ 50.000		27						
	\$ 35.000		40						
6	\$ 60.000		18	5	11620	\$ 749.000	\$ 3.745.000	\$ 67.410.000	\$ 3.398
	\$ 50.000		26						
	\$ 35.000		39						
7	\$ 60.000		19	5	12040	\$ 778.000	\$ 3.890.000	\$ 70.020.000	\$ 5.118
	\$ 50.000		27						
	\$ 35.000		40						
8	\$ 60.000		18	5	11620	\$ 749.000	\$ 3.745.000	\$ 67.410.000	\$ 5.085
	\$ 50.000		26						
	\$ 35.000		39						
9	\$ 60.000		19	5	12040	\$ 778.000	\$ 3.890.000	\$ 70.020.000	\$ 3.489
	\$ 50.000		27						
	\$ 35.000		40						
10	\$ 60.000		18	5	11620	\$ 749.000	\$ 3.745.000	\$ 67.410.000	\$ 5.085
	\$ 50.000		26						
	\$ 35.000		39						
11	\$ 60.000		19	5	12040	\$ 778.000	\$ 3.890.000	\$ 70.020.000	\$ 3.496
	\$ 50.000		27						
	\$ 35.000		40						
12	\$ 60.000		18	5	11620	\$ 749.000	\$ 3.745.000	\$ 67.410.000	\$ 5.079
	\$ 50.000		26						
	\$ 35.000		39						



Generalizando lo anterior, se plantea que W.O.T.A. Obtenga ingresos de forma de Gasto por Carretaje, debido a que se expone en obtener comisiones del 20% por servicios que den los socios entrenadores. No obstante, no cierra puertas para la obtención de fuentes de ingresos alternativas como empresas afiliadas para la obtención de cupones entre otras ideas. Para ello y para el entendimiento frente al caso de W.O.T.A. Se plantea un escenario hipotético donde se proyecta un flujo de Caja de la aplicación y su actividad frente a ingresos y egresos obtenidos e idealizados dentro de futuros 36 meses. Ilustrado y explicado en el apartado Evaluación financiera.

CAPITULO VI: RECURSOS CLAVES

Para poder desarrollar el proyecto y que la aplicación salga a flote, es necesario reconocer los activos y recursos clave que se requieren como piezas imprescindibles, bases y fundamentales, siendo estos los engranajes de la idea empresarial. Los recursos clave se refieren a los activos más importantes para desarrollar, crear, mantener y ofrecer la propuesta de valor y de que el modelo de negocio funcione en la realidad (Montoya, Bolaños & Silva, 2016), encontrando medios con los que se va a contar como lo son: Los recursos técnicos, físicos, tecnológicos, físicos, talento humano, etc.

Para poder saber que tipos de recursos se necesitaran para la creación de la aplicación es necesario de realizar un estudio sobre los recursos y sus costos, el análisis de este elemento depende, en gran medida, que el negocio se proyecte y llegue a ser viable, no por parte de clientes dispuestos a pagar por el servicio debido a la propuesta de valor y su acogida dentro de su segmento de clientes, encajando en el mercado sino bien porque desde un comienzo establecer mayores o menores recursos



requerirán de mayores o menores esfuerzos financieros, intelectuales, de acuerdos con terceros, etc. (Osterwalder, 2011).

Tabla 9. Preguntas y respuestas: Recursos Clave

PREGUNTAS	RESPUESTAS (W.O.T.A.)
<p><i>¿Qué recursos físicos, logísticos, humanos y económicos requiere nuestra propuesta de valor, los canales de distribución, las fuentes de ingreso y la manera de relacionarnos con nuestros asociados y clientes?</i></p>	<p>W.O.T.A. Requerirá para su creación, desarrollo establecimiento, mantenimiento y posicionamiento de recursos idóneos como:</p> <p>Recursos Tecnológicos: Dentro de estos Recursos se establecerá estrategias para realizar publicidad con un toque propio de la empresa para publicitar la aplicación, en los diferentes tiempos de desarrollo y lanzamiento de W.O.T.A. Para ello se deberá de tener materiales para estos fines</p> <p>Recursos Físico-Tecnológicos: Así mismo dentro de estos recursos estará la adquisición de un Hoster donde será el cimiento el cual se establecerá la infraestructura y base de la aplicación.</p> <p>Talento humano: Se requerirá de personal operativo (empresa de terceros) que tengan una visión y adherencia frente al proyecto, aparte de desarrolladores de aplicaciones y sus conocimientos técnicos para crear, desarrollar y mantener la aplicación. Del mismo modo se requerirá de personal para el apoyo en campos financieros y jurídicos.</p> <p>Otros Recursos: Dentro de estos recursos, se encuentran pagos mensuales donde el fin de esto, es la obtención de visualizaciones por medio de publicidad online y digital en grandes plataformas que haya gran número de tráfico. También se encuentran aspectos enfocados en la creación y sustento de la idea como “prototipo de idea” o mantener la marca registrada para evitar problemas legales, así mismo, se encuentran los recursos económicos que es el monto que se requerirá para llevar a cabo la adquisición de los demás recursos.</p>

De lo anterior, W.O.T.A. como generador de servicios de forma digital, tiene dentro de su misión y visión la creación y sustento de una aplicación que funcione dentro de las dos principales bases operativas (Android y IOS)



para eso se debe de proyectar su realización y por ello necesita estudiar que tipo de recursos necesita para llegar a tal proyección. Cada uno de estos recursos está enfocado en un campo que cumple el propósito y razón del desarrollo de la aplicación, encontrando los más básicos y **SOLO LOS NECESARIOS** que le compete a W.O.T.A. Obtenerlos.

Recursos Tecnológicos:

Tabla 10. Recursos Tecnológicos:

Recursos	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	Características
Cámara	1	\$ 4.499.000	\$ 4.499.000	Canon
Lente				
Micrófono	1	\$ 188.900	\$ 188.900	Takstar
Trípode	1	\$ 95.000	\$ 95.000	Beston
Micrófono	1	\$ 79.900	\$ 79.900	Boya
Trípode aro	1	\$ 89.900	\$ 89.900	PLR
Software edición video	1	\$ 253.400	\$ 253.400	Adobe Premiere Pro empresas
			\$ 5.206.100	

Dentro de estos Recursos se establecerá estrategias, encontrando materiales para la realización de fotografías, y videos que ayuden a realizar publicidad con un toque divergente, diferencial, propio de la empresa para tener un posicionamiento reconocimiento sobre la propuesta de valor de la aplicación, en los diferentes tiempos de desarrollo y lanzamiento de W.O.T.A. a su vez se encuentra un software que ayude a los de talento humano a facilitarles el trabajo de edición de los productos obtenidos.



Recursos Físico-Tecnológicos:

Tabla 11. Recursos Físico-Tecnológicos:

Recursos	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	Características
Services, Microsoft Azure, Digital Ocean	1	\$ 250	\$ 182.839	Hoster y servicios disponibles en cada una de las plataformas
			\$	182.839

Como cualquier modelo de negocio digital con una propuesta de valor similar o desarrollo de aplicación se necesita de un lugar o espacio donde se lleve a cabo la realización de la aplicación. Se ha observado en muchas de las situaciones que se requiere de servidores físicos, donde se establecen computadores, espacios físicos, refrigeradores, energía, etc. Que tendrán la acción del sostenimiento y obtención de toda la infraestructura, datos, lenguaje y software de W.O.T.A. Para que esta se establezca y se mantenga en línea sin ningún problema o inconveniente.

Sin embargo, hay opciones más factibles como la obtención de Hosters que “Rentan” aquellos servidores y espacios, dependiendo de la infraestructura, densidad, uso, constancia, tránsito, etc. de la aplicación de los cuales se encuentran Amazon, Microsoft y Google, además, estos negocios no solamente ofrecen espacios sino servicios adicionales que podrán acompañar a la aplicación a que obtenga mayor valor como es la automatización de respuestas frente a inquietudes gracias a el desarrollo de AI (Inteligencias artificiales), estadísticas por históricos de clientes y visión futura de la utilidad. Siendo un costo fluctuante por uso de estas y demás servicios,

No obstante, este recurso tiene un costo variable, ya que depende de lo que se desarrolle durante el camino, al igual que su mismo sustento, tráfico de clientes y servicios adicionales, y para la obtención de un precio



real dentro de estas opciones se necesita que la aplicación este en desarrollo o en su debido caso en el mercado y uso. Debido a lo anterior, en la Tabla 11 se muestra un costo fijo, ya que se tomo un precio de la competencia “Digital Ocean” que ofrece amplios servicios de Hoster adjuntados en paquetes donde se ofertan múltiples permisos, capacidades y servicios a un precio que redondea aproximadamente el de la competencia que propone Amazon, Microsoft y Google.

Talento humano:

Tabla 12. Talento humano:

Recursos	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	Características
Frontend	2	\$ 3.000.000	\$ 6.000.000	vida laboral min 1 año
Back-end	2	\$ 3.000.000	\$ 6.000.000	vida laboral min 1 año
UI/UX	2	\$ 3.000.000	\$ 6.000.000	vida laboral min 1 año
Product manager	1	\$ 500.000	\$ 500.000	recomendación personal y laboral, trabajando min 5 años
Jefe de marketing	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	Inicio de vida laboral pero con intereses de aprender y de entrenamiento
Personal de mantenimiento	1	\$ 300.000	\$ 300.000	vida laboral min 5 años
Contador	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	vida laboral min 2 años
Asesoría jurídica	1	\$ 500.000	\$ 500.000	recomendación personal y laboral, trabajando min 5 años
			\$ 21.300.000	

Para la creación de la aplicación se requerirá de un equipo de trabajo que sea sinérgico, a su vez que tenga un personal operativo donde tengan diferentes campos de trabajo como desarrolladores para que la construcción de la aplicación sea de mayor confiabilidad y calidad posible, para ello se



contrata una empresa de terceros que comparta una visión y adherencia frente al proyecto W.O.T.A. Aparte de desarrolladores de aplicaciones y sus conocimientos técnicos para crear, desarrollar y mantener la aplicación. Del mismo modo se requerirá de personal para el apoyo en campos financieros, jurídicos y de marketing.

Otros Recursos:

Tabla 13. Otros Recursos:

Recursos	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	Características
Solicitud Registro de una marca	1	\$ 1.116.500	\$ 1.116.500	La vigencia de una marca registrada es de 10 años contados a partir de su fecha de concesión.
Renovación de la marca	0	\$ 608.500	\$ -	Una marca debe renovarse dentro de los 6 meses anteriores a su vigencia.
Registro y renovación frente a la Camara de comercio	1	\$ 1.348.000	\$ 1.348.000	
GIVEAWAY INSTAGRAM	12	\$ 26.376	\$ 316.512	W.O.T.A.
Publicidad Instagram	1	\$ 85.000	\$ 85.000	Instagram
Publicidad YouTube	1	\$ 570.000	\$ 570.000	YouTube
Publicidad Google	1	\$ 675.000	\$ 675.000	Google
			\$ 4.111.012	

Dentro de estos recursos, se encuentran pagos mensuales donde el fin de esto, es la obtención de visualizaciones por medio de publicidad online y digital en grandes plataformas que haya gran número de tráfico para que permita mostrar la publicidad realizada por W.O.T.A. A su vez también se



encuentran aspectos enfocados en la creación y sustento de la idea como “prototipo de idea” o mantener la marca registrada para evitar problemas legales, así mismo, se encuentran los recursos económicos que es el monto que se requerirá para llevar a cabo la adquisición de los demás recursos.

- Hostler con servicios para el sector del entretenimiento virtual
- Desarrolladores de aplicaciones
- Producción propia por parte de los entrenadores
- Departamento de Atención al Cliente
- Producción de publicidad

La aplicación W.O.T.A. es de propiedad editada y administrada por World Open Training App SAS, World Open Training App SAS viene siendo una empresa de tecnología colombiana con sede la ciudad de Bogotá D.C ubicada en la Carrera 119 # 77b 49. Con Soporte y respuesta en la siguiente dirección de correo electrónico: Miguel6sant@Gmail.com con un **Capital Autorizado** de \$251.403.350.00 P/C. o \$ 55.000 dólares, donde el colchón o % de imprevistos por algún valor atípico o valores inesperados es del 30% de la inversión inicial del proyecto W.O.T.A. siendo más específicamente de 75.421.005 P/C

Como se viene diciendo los recursos son el sustento de la aplicación, lo que va a ser que el modelo de negocio sea funcional, para ello como el modelo de negocio que acoge W.O.T.A. Esta enfocado en el sector digital, por ello se necesitan recursos distintos frente a negocios físicos con propuestas de valor y segmentos de valor similares, muchos de los recursos mostrados en las tablas anteriores llegaran a ser costos fijos, variables y no operacionales entre otros a lo largo de los 36 meses de proyección de la aplicación.



CAPITULO VII: ASOCIACIONES CLAVES

Las asociaciones claves tiene que ver frente a las actividades a realizar o también frente a determinados recursos que se adquieren fuera de la empresa. Es decir, que se deben de definir las estrategias de networking para la obtención de contactos potenciales, socios o proveedores. Osterwalder y Pigneur (2010), citados por Ferreira (2016) describen que es una red que contribuye al funcionamiento del modelo de negocios con el fin de optimizar, reducir riesgos frente incertidumbres adquiridas antes, durante y pos-actividades, el adquirir recursos o realizar actividades de beneficio mutuo.

Así pues, para saber que posibles socios pueden están en contacto con la aplicación W.O.T.A. Es necesario responder las siguientes preguntas para despejar el campo, encontrando:

Tabla 14. Preguntas y respuestas: Asociaciones Clave

PREGUNTAS	RESPUESTAS (W.O.T.A.)
<i>¿ Quiénes son nuestros asociados y socios comerciales clave?</i>	W.O.T.A corresponde jurídicamente a una sociedad de acciones simplificadas hasta el momento con 1 accionista (Miguel Angel Loaiza Carvajal). Sin embargo, se planea que la optimización para el desarrollo de la infraestructura este establecida en el Hoster de Amazon Web Services (AWS), al igual que una empresa de programadores de aplicaciones (terceros), para el desarrollo del código de la app.
<i>¿ Quiénes son nuestros proveedores?</i>	Los Socios Entrenadores, los cuales serán los que expongan, promuevan, realicen y dirijan las clases o servicios de entrenamiento.
<i>¿ Qué recursos adquirimos desde nuestros asociados, socios, comerciales y proveedores terceros?</i>	Gestión de la creación y desarrollo de la infraestructura de la aplicación así mismo del sustento y actividad operante de la aplicación, también de generar los servicios que estarán a disposición de los clientes.



<p>¿Qué actividades realizan nuestros asociados, socios comerciales y proveedores?</p>	<p>Nos proporcionan un “dominio” o lugar donde se realizará la aplicación, así como demás servicios que ayuden a aumentar el valor de la aplicación, también la propia creación del funcionamiento de WOTA e igual de importante la generación de servicios para los clientes.</p>
<p>¿Lo que nos suministran es producido directamente por ellos?</p>	<p>Es facilitado y suministrado puesto a que no es un producto al cual se realice un intercambio, sin embargo, los servicios proporcionados por los socios entrenadores, si es una producción realizada por ellos mismos.</p>

Complementando la tabla anterior, se destaca que W.O.T.A. Tiene como prioridad tres asociaciones clave para la correcta creación, funcionamiento y sustento del proyecto, teniendo por un lado los proveedores del espacio “dominio” donde se podrá realizar la infraestructura de la aplicación, así como el soporte de datos, pasivos y activos durante el funcionamiento de la aplicación, así mismo se cuneta con los desarrolladores donde en su grupo de trabajo donde se tendrá dentro de sus labores la creación, sustento y mantenimiento de la aplicación contratando a una empresa de terceros que sea compatible con lo que se tiene planteado y, por ultimo están los propios socios entrenadores que son los que realizaran los servicios a través de la aplicación, haciendo llegar sus clases de actividad/ejercicio físico a los clientes potenciales.

Optimización y economía de escala:

Dentro de este aspecto se encuentra la forma más básica de enlace frente socio y empresa, debido a que este ítem soluciona y asigna los recursos necesarios para que se puedan realizar las actividades clave, en este caso se encuentran tres Hosters los cuales proporcionan la mejor calidad frente a “Dominios” de aplicaciones se refiere por un lado encontrándose a Amazon con su Amazon Web Services como Microsoft con su Microsoft Azure o Google con Google Cloud Platform, cada uno enfocado



en cosas especializadas, pero en cualquiera de los tres casos se puede tener el espacio para desarrollar la aplicación.

De igual forma, no solamente renta el espacio de construcción donde va a estar ubicado W.O.T.A. Sino que también tienen servicios complementarios que pueden mejorar de manera imprescindible la construcción de la app como es la inclusión de inteligencia artificial para servicio al cliente, GPS para la ubicación y posicionamiento para los encuentros presenciales entre clientes y socios entrenadores de manera presencial, estadísticas como complemento financiero y de mercado, software para reconocimiento facial para los socios entrenadores para evitar la suplantación, entre muchas otras.

- Hosters Amazon (ASW), Microsoft (Azure), Digital Ocean o Google.

Compra de determinados recursos y actividades:

Por lo general las actividades que las empresas deben de realizar son efectuadas por otras organizaciones y dentro de este caso no es la excepción debido a que para el completo desarrollo, sustento y mantenimiento de la ampliación se necesita de un grupo de desarrolladores especializados en aplicaciones móviles para la creación de W.O.T.A. Tenido en cuenta que las empresas pueden tener su propio grupo de desarrolladores para realizar dichas actividades, está por lo general suelen tener una gran cantidad de recursos humanos y por ende mayor capital de inversión, en casos de empresas emergentes como es el caso, se contratan a empresas de terceros que se encargaran de dichas actividades, adicionalmente estas empresas son las responsables de la infraestructura la cual estará basada la aplicación, siendo un socio fundamental no solamente para su creación, sino para su mantenimiento debido a que son los propios creadores los que saben cómo es la funcionalidad de la aplicación.



Y por último y no menos importante los socios entrenadores los cuales son la principal y única fuente que generara tanto los servicios cómo los flujos que tendrá W.O.T.A. Siendo el motor de servicios de entrenamiento de la aplicación, donde son ellos mismos que establecerán los precios de los servicios a dar, los mismos que presentaran sus clases y así mismos para generar los entrenamientos de las múltiples disciplinas de actividad/ejercicio físico que estarán disponible en W.O.T.A.

- Socios Entrenadores.
- Empresa de equipo de desarrolladores de aplicaciones.

Nombre de las asociaciones	Beneficio para W.O.T.A.	Beneficios para las asociaciones
Hoster	Para W.O.T.A. Tener un Hoster es equivalente a tener un espacio para la creación de la infraestructura de la aplicación, y capacidad de guardado de datos utilizados y captados por la aplicación. De igual forma, se tiene en cuenta que dependiendo del Hoster que se obtenga como Asociado, se obtendrán servicios extra para expandir las funciones que ofrecerá a los usuarios.	Para el Hoster que acoja a W.O.T.A. Como aplicación que usará sus servidores disponibles, Tendrá dentro de su historial y posibilidad de exhibir a W.O.T.A. como empresa que dentro de su “dominio” Se encuentra desarrollada y establecida, demostrando su potencial, calidad y características como Hoster y a su vez la compatibilidad frente a múltiples proyectos que a futuro pueden tenerla en cuenta como Asociación de mayor conveniencia,



		aumentando así su lista de clientes.
Socios Entrenadores	Los Socios entrenadores son la base por la cual esta aplicación expondrá y exhibirá las clases que piensa tener, debido a que son los propios socios entrenadores los que generaran, realizaran y Dirigirán las clases que ofrecerá y expondrá W.O.T.A.	Los Socios entrenadores pueden tener la oportunidad de ofrecer sus servicios sin realizar publicidad propia, ni Realizar una la búsqueda directa de clientes para dar sus servicios, ya que gracias a W.O.T.A. serán entrenadores que estarán a la visualización de los clientes que capte la aplicación al igual que la posibilidad de ofrecer un espacio virtual para dar las clases virtuales o el espacio para pactar los lugares donde se realizarán las clases presenciales.
Empresa de desarrolladores	Para W.O.T.A. La búsqueda y contrato de una empresa que capte la idea, construya, desarrolle, mantenga y tenga una visión similar a la que se propone, es un factor fundamental para la misma W.O.T.A. ya que son los constructores que expondrán	Para la empresa de terceros los cuales se acordará un contrato para la realización y desarrollo de la aplicación aparte de tener la remuneración económica por el trabajo realizado, tendrán dentro de su historial la realización de



	<p>plasmaren las ideas de la aplicación por medio de lenguaje informático.</p>	<p>una aplicación que puede tener una proyección mundial, siendo no solamente un cliente donde se pueda exhibir como proyecto de éxito sino que se tendrá en cuenta la empresa para seguir trabajando de manera lineal frente a los requerimientos que tenga W.O.T.A.</p>
--	--	---

Con lo anterior, se presenta los socios clave que la aplicación W.O.T.A. Tendrá que disponer para la correcta creación, funcionamiento y mantenimiento en el transcurso de los periodos planeados dentro de los 36 meses de proyección, donde están los que permitirá el espacio para la creación de la app, como los mismos socios que crearán la infraestructura que estaría en dicho espacio y los que pondrán en uso la aplicación para dar los servicios de entrenamiento.

CAPITULO VIII: ACTIVIDADES CLAVES

Para que el modelo de negocio funcione y tenga una proyección fructífera frente a sus ventas y desarrollo, se necesita conocer, saber y tener en cuenta, qué actividades se deben de llevar a cabo para que la empresa sea una empresa de valor, saber las estrategias necesarias para potenciarla,



estableciendo relaciones con los clientes, percepción y recepción de ingresos, etc. Siendo uno de los factores de requerimiento clave de transmisión y visualización en el mercado. (Osterwalder & Pigneur, 2010; Ferreira, 2016)

Para poder coincidir sobre qué actividades debería de priorizar y tener en cuenta W.O.T.A. Se deben de responder preguntas que relacione, aclare y de paso al entendimiento sobre los canales de la aplicación:

Tabla 15. Preguntas y respuestas: Actividades Claves

PREGUNTAS	RESPUESTAS (W.O.T.A.)
<i>¿Qué actividades clave se requieren realizar para poder hacer nuestra propuesta de valor?</i>	W.O.T.A. Requiere de Actividades clave donde el enfoque principal va destinado al desarrollo y soporte de la aplicación, control y calidad de entrenadores capacitados, visualización y categorización de las disciplinas y clases y publicidad/marketing de la aplicación.
<i>¿Qué actividades clave requieren nuestros canales de distribución?</i>	Para los canales de distribución es fundamental las actividades clave de desarrollo y soporte de la aplicación siendo divididas en 4 grupos, planeación, desarrollo, tiempo prueba y mejoras y publicación. Para que este a disposición de descarga de las personas en los dos sistemas operativos, así mismo para que los clientes dentro de la aplicación puedan tener una visualización mas certera de que clase o profesor escoger es del canal directo, es una actividad intrínseca de la fase de desarrollo anterior ya que va concomitante al diseño y creación de W.O.T.A.
<i>¿Qué actividades clave requiere la relación con el cliente?</i>	Al igual que el caso anterior, en la actividad clave que se realizara, hay una fase fundamental que va a depender para la relación con el cliente y es el desarrollo y los servicios disponibles que existen dentro de ASW, Microsoft Azure o Google con Google Cloud Platform para el acople de sistemas automatizados al igual que obtención de chat online para soporte del cliente.
<i>¿Qué actividades clave requiere las fuentes de ingreso?</i>	Para aquellas actividades se va a requerir de operaciones base dentro de la fase de desarrollo para que se gestione el servicio de pagos en línea que permita a las personas y empresas realizar transferencias electrónicas de dinero.



De lo anterior, se rescata que para el sustento y que la aplicación sea un muy buen modelo de negocio, W.O.T.A. Debe de priorizar cuatro fases fundamentales que siguen las aplicaciones móviles para su creación y éxito. Estas cuatro fases están compuestas de actividades clave segmentadas en la producción de la aplicación y servicios, en la resolución de problemas y en la misma plataforma, en primera instancia las fases están organizadas por la planificación de la idea, aplicabilidad, determinación del modelo, e interfaz de la aplicación, en segunda fase se encuentra el desarrollo de la de la aplicación, estructurada por terceros dentro del Hoster seleccionado (siendo este el que mayor tiempo y recursos dispone), en tercera instancia está un lanzamiento beta para posibles corrección de errores y pruebas del uso de la aplicación en situaciones varias. Y, por último, es el lanzamiento donde va a estar incluida la publicidad y marketing para mayor visualización de la aplicación frente a personas y futuros clientes

Producción de los servicios de entrenamientos:

Dentro de la parte de producción, como anteriormente se estaba hablando, hay cuatro fases fundamentales para la creación de una aplicación, donde se concierne que esta misma se obtiene en las dos primeras fases y perfeccionamiento en la tercera, en este sentido, las actividades clave para la entrega del producto final que va a estar subido en las dos bases operativas, van a estar intrínsecas dentro de las fases de planeación desarrollo y mejoras. Adicionalmente para la entrega de los servicios de actividad/ejercicio físico, será entregado por parte de los socios entrenadores, ya que son los gestores principales de las clases que van a estar a disposición y promocionadas dentro de la aplicación, en este caso W.O.T.A. Controlará los permisos y contratos de los entrenadores que dispondrán su servicio al juicio de los clientes donde las palabras profesionalismo y calidad serán primordiales.



La generación de estos servicios en primera instancia va a ser por medio del registro de los socios entrenadores seguido de sus complementos de datos profesionales y de su(s) disciplina(s) la cual va a llevar a cabo su gestión y realización, con sus respectivas especificaciones, si realizara entrenamientos virtuales grupales, o entrenamientos virtuales personalizados, o presenciales grupales/personalizados, requerimientos y horarios de la clase entre otras descripciones que estarán a la vista de los usuarios para que estos mismos puedan escoger y seleccionar a que clase quieren asistir. De esta forma multitud de entrenadores podrán mostrarse por medio de la aplicación sus servicios de las clases encontradas y disponibles en la aplicación, donde se encontraran dentro de la primera versión disciplinas como: Pilates, calistenia, yoga, Hiits, rumba, zumba, boxing y entrenamiento personal.

De esta forma y viendo el desarrollo de la aplicación se añadirán multitud de disciplinas en posteriores actualizaciones para mayor variedad de entrenamientos que W.O.T.A. quiera disponer

- Promoción de Actividad/Ejercicio físico por medio de clases presenciales o virtuales.
- Evaluaciones y contratos

Resolución de Problemas:

En este apartado está la resolución de dudas, inquietudes, problemas e inconformidades que tienen los clientes y socios entrenadores con la aplicación. Este soporte va a ser brindado (en gran medida) por los servicios proporcionados por el Host (Amazon, Microsoft, Google) donde se realizará la infraestructura de la aplicación. Con ello y como se menciona con anterioridad, la relación con los clientes frente a la solución de problemas va a ser por solución automatizada de la aplicación y, en casos atípicos, poco



frecuentados o especiales de los usuarios, se tendrá un soporte al servicio al cliente para resolverlo con la mayor efectividad.

Para ello, se tiene visualizado dentro del diseño y desarrollo de la aplicación una opción del soporte al cliente con el cual ellos podrán interactuar, por medio de esta opción se presenta en primera instancia las dudas mas frecuentes o inquietudes que generalmente tendrán los clientes, p preguntas y respuestas predeterminadas de las preguntas más frecuentes, si las inquietudes persisten, se tendrá como se mencionaba con anterioridad uno de los múltiples servicios predispuestos por los Hosters el cual es la solución de dudas por medio de chats respondidos por la inteligencia artificial, respaldados por ellos, por ultimo si la persona no logra por estos medios la solución de sus dudas e inquietudes se prestara una última opción la cual es el soporte personalizado con el talento humano para ayudar y solventar los problemas del cliente. Con ello, se hace entender que las actividades clave relacionadas con la resolución de problemas va a estar intrínseco dentro de la fase de desarrollo y mejores de la aplicación.

- Desarrollo de la plataforma y soporte

Plataforma/Red:

En este caso y como el modelo de negocio está basado en una aplicación móvil, indica que su desarrollo en la plataforma como actividad clave va a estar presente continuamente, presentándose los servicios de las múltiples diciplinas a disposición en los horarios que los socios entrenadores disponga y además, en los casos de pago, debido a que dichos servicios ofrecidos y ofertados dentro de la aplicación van a ser y requerir mayoritariamente de operaciones de manera virtual, esto establecido dentro del desarrollo de la aplicación, para que este disponga de pagos en línea y permita a las personas o empresas hacer las transferencias electrónicas de manera segura.



- Categorización de las clases y sus disciplinas
- Marketing

Para que la aplicación tenga el éxito visualizado similar a como se expone en la proyección de ventas, se debe de seguir paso a paso actividades prioritarias o clave sobre aspectos base de cualquier modelo de negocio, como la producción de la aplicación y los servicios a dar, resolución de problemas y plataforma en sí. En el caso de W.O.T.A. Gran de su Valor engendrado son por razones preliminares antes de la entrega de la aplicación como es la funcionalidad de la app, su sencillez y confort que debe otorgar a los clientes para que así tengan mayor visualización de la promoción de las clases a disposición en la app y por otro lado, la generación del servicio de entrenamiento obteniendo variedad y calidad por parte de los socios entrenadores.

CAPITULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS

Dentro del último, pero no menos importante ítem del Modelo Canvas final se encuentra la estructura de costos, aquello es fundamental debido a que es necesario determinar cuáles son los costos más importantes involucrados en el negocio, pudiendo hablarse dentro de sus clasificaciones de tipologías del costo, como: Costos indirectos, directos, fijos y variables. Esta organización se realiza con el fin principal de determinar su importancia, distribución del coste de los recursos en las diferentes fases o etapas del negocio, sustento y operación activa del mismo (Osterwalder, 2011).

Para poder saber la organización de los costos en los que se basa y debe de tener en cuenta W.O.T.A. Se respondieron preguntas relacionadas



frente a este aspecto dando aclaración y sobre el porqué de su importancia dentro de la aplicación.

Tabla 16. Preguntas y respuestas: Estructura de Costos

PREGUNTAS	RESPUESTAS (W.O.T.A.)
<p><i>¿Cuáles son los costos y gastos más importantes que se generan en nuestro modelo de negocios?</i></p>	<p>Costos representativos de W.O.T.A.</p> <p>-Costos fijos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grupo de desarrollador de la aplicación • Jefe de marketing y publicidad en redes • Contador • Asesor jurídico • Sostenibilidad el nombre y marca de la aplicación <p>-Costos Variables</p> <p>-Hoster</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recursos utilizados por los Desarrolladores • Capacidad de la Infraestructura y su servidor • Proporción de servicios añadidos
<p><i>¿Cuáles son los recursos más costosos?</i></p>	<p>Los recursos más costosos destacados según W.O.T.A. Esta en los recursos de talento humano, más específicamente en los pagos fijos al personal de la empresa desarrolladora (terceros) y sus programadores por la creación de 0 de la aplicación.</p>
<p><i>¿Cuáles son las actividades más costosas?</i></p>	<p>Dentro de la producción o desarrollo de la aplicación debido a que es un tiempo continuo de establecer, desarrollar, nutrir y corregir la aplicación mientras es creada, siendo un tiempo indeterminado elaboración.</p>
<p><i>¿Existe alguna manera para que se puedan obviar o disminuir algunos costos?</i></p>	<p>Dentro de lo destacado, NO, debido a que ya se recolecto la información básica sobre la creación de una aplicación, siendo ello una base mínima de los recursos y costes para la creación de una aplicación proyectada como lo es W.O.T.A.</p>



Con la información anterior, se resalta los recursos que mayor generan costo, pero que, de igual manera, son primordiales para W.O.T.A. Son aquellos que son obtenidos gracias a la creación de la aplicación, esto debido a que se basa en un modelo de negocio virtual, siendo en su gran mayoría de desarrollo la estructuración del software de esta, para que pueda ser de uso comercial, y para que sea factible y viable la creación de la aplicación, se debe de priorizar costos a los programadores que va a estar continuamente nutriendo a W.O.T.A. y aportando sus conocimientos para su elaboración, sustento y mantenimiento, a su vez contar con los recursos que se vayan agregando y que sean posibles de usar por parte de del Hoster en donde se establezca la base de la aplicación.

Costos Fijos:

Tabla 17. Costos Fijos



COSTOS FIJOS					
RECURSOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	DESCRIPCIÓN	
Talento humano	Frontend	2	\$ 3.000.000	\$ 6.000.000	vida laboral min 1 año
	Back-end	2	\$ 3.000.000	\$ 6.000.000	vida laboral min 1 año
	UI/UX	2	\$ 3.000.000	\$ 6.000.000	vida laboral min 1 año
	Product manager	1	\$ 500.000	\$ 500.000	recomendación personal y laboral, trabajando min 5 años
	Jefe de marketing	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	Inicio de vida laboral pero con intereses de aprender y de entrenamiento
	Personal de mantenimiento	1	\$ 300.000	\$ 300.000	vida laboral min 5 años
	Contador	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	vida laboral min 2 años
	Asesoría jurídica	1	\$ 500.000	\$ 500.000	recomendación personal y laboral, trabajando min 5 años
Otros Recursos	GIVEAWAY INSTAGRAM	12	\$ 26.376	\$ 316.512	WOTA
	Publicidad Instagram	1	\$ 85.000	\$ 85.000	Instagram
	Publicidad YouTube	1	\$ 570.000	\$ 570.000	YouTube
	Publicidad Google	1	\$ 675.000	\$ 675.000	Google
	Imprevistos	1	\$ 100.000	\$ 100.000	Situaciones inesperadas o necesarias que requieren de suplirlo de manera económica
COSTOS FIJOS TOTAL			\$		23.046.512

Dentro de lo encontrado en la tabla anterior, se visualizan los costos los cuales son primordiales y van a estar presentes en casi la totalidad del tiempo de creación, desarrollo, sostenimiento y mantenimiento de la aplicación, se destaca en su mayoría al talento humano, ya que dentro de la situación que propone W.O.T.A. La creación de la aplicación no requiere de recursos relacionados a lo técnico, físico o tecnológicos debido a que es un modelo de negocio virtual, donde la extracción de los materiales de construcción para su elaboración, son provistos por los conocimientos de los programadores, compartidos con los recursos ofrecidos por el Hoster seleccionado, donde los costos se reducen por no ser una aplicación de base



nativa que requiera la inversión de servicios físicos, su renta por espacio, uso, mantenimiento y energía requerida para que este en funcionamiento, sino que renta un “dominio” virtual. Sin aquello no existiría la aplicación siendo no más que una idea no creada.

Por ello el talento humano no solamente es un costo base de cualquier desarrollo aplicación sino que va a ser el soporte que estará tanto post lanzamiento, debido a que la aplicación debe de tener un mantenimiento/supervisión continua o fraccionada sobre los datos contenido e información acumulada al transcurrir el uso de los usuarios y clientes. Cambiando las actividades de los programadores de creación a sustento de la aplicación. Así mismo es el caso de los costos continuos presupuestados para el marketing, debido a que se quiere establecer dentro de los planes de W.O.T.A. Realizar un marketing digital con el sello de W.O.T.A. Meses antes del lanzamiento de la aplicación así como después, de manera continua para cuando sea la fecha óptima para lanzarlo a las dos bases operativas ya tenga un posicionamiento en la mente de los clientes y entrenadores sobre la propuesta de valor.

- Desarrollo de software
- Costes legales
- Marketing y Publicidad

Costos Variables:



COSTOS VARIABLES (por servicio O UNIDAD)						
RECURSOS	CANTIDAD	VALOR por hora	VALOR TOTAL	DESCRIPCIÓN		
Recursos Físico-tecnológicos	Amazon Web Services, Microsoft Azure, Digital Ocean	Memory	4GB	\$ 250,46	\$ 182.839	RAM: Es memoria a corto plazo de un ordenador, donde se almacenan los datos que el procesador está utilizando en ese momento.
	VCPUS	2vCPUs	Procesador Virtual o unidad que interpreta las instrucciones de programa mediante operaciones básicas y lógicas			
	SSD Disk	25 GB	El disco duro es el sistema de grabación magnética para almacenar y recuperar archivos digitales.			
	Transfer (DATA)	5 TB	Transferencias de datos se refiere a la cantidad de datos transferidos hacia y desde la cuenta de alojamiento web hacia el servidor.			
COSTOS VARIABLES TOTAL	AL MES	\$	182.838,800			

Dentro de los costos variables se encuentra el Hoster que va a proporcionar el espacio virtual para que se cree la aplicación dependiendo del Hoster el cual se elija va a ser un cambio frente al costo variable que obtendrá W.O.T.A. Esto hace que sea impreciso establecer un costo debido a que va a variar por el mismo Hoster seleccionado (ya que ofrece distintos enfoques y recursos específicos) los servicios ofrecidos y utilizados por parte de la aplicación, el espacio utilizado por los programadores, la cantidad de flujo que tenga el uso de la aplicación frente a los clientes y socios entrenadores y la nutrición post lanzamiento de la aplicación.

No obstante, para poder concretar el estudio financiero proyectado para W.O.T.A. Se escogió un precio promedio de los servicios que podría utilizar la aplicación, según paquetes ofertados establecidos por la competencia de estos Hosters que expone estos mismos paquetes con precios fijos, pero con límites también establecidos de sus recursos dependiendo el paquete a elegir, el cual es el caso de Digital Ocean.

- Infraestructura tecnológica y soporte
- Empleados base



Frente a lo presentado anteriormente se infiere que los costos fijos y variables más importantes que necesita para su creación y sustento son relacionados a la creación de la aplicación más específicamente a los creadores de la aplicación y lo que necesitan ellos para que se obtenga un resultado óptimo y viable con ellos se destacan a su vez un estudio de costos extraído de la proyección a 3 años o 36 meses de operación activa de W.O.T.A.

❖ **Punto de Equilibrio:**



Punto de equilibrio en COSTOS			
Costo fijo cada mes	Costo variable del mes	Ventas totales	P.E en Ventas
\$ 23.046.512	\$ 182.839	0	#DIV/0!
\$ 23.046.512	\$ 182.839	0	#DIV/0!
\$ 23.046.512	\$ 182.839	0	#DIV/0!
\$ 23.046.512	\$ 182.839	0	#DIV/0!
\$ 23.046.512	\$ 182.839	0	#DIV/0!
\$ 23.046.512	\$ 182.839	0	#DIV/0!
\$ 23.046.512	\$ 182.839	0	#DIV/0!
\$ 23.046.512	\$ 182.839	0	#DIV/0!
\$ 23.046.512	\$ 182.839	0	#DIV/0!
\$ 23.046.512	\$ 865.939	4060	\$ 23.566.483
\$ 23.046.512	\$ 944.239	4480	\$ 23.560.208
\$ 5.767.977	\$ 899.100	5180	\$ 5.873.439
\$ 5.767.977	\$ 977.400	5600	\$ 5.874.035
\$ 24.267.977	\$ 1.055.700	6020	\$ 24.716.363
\$ 5.767.977	\$ 1.134.000	6440	\$ 5.874.995
\$ 5.767.977	\$ 1.204.200	6860	\$ 5.874.656
\$ 24.267.977	\$ 1.301.400	7420	\$ 24.716.429
\$ 5.767.977	\$ 1.398.600	7980	\$ 5.874.486
\$ 5.767.977	\$ 1.495.800	8540	\$ 5.874.417
\$ 24.267.977	\$ 1.593.000	9100	\$ 24.715.554
\$ 5.767.977	\$ 1.736.100	9940	\$ 5.874.111
\$ 5.767.977	\$ 1.879.200	10780	\$ 5.873.904
\$ 24.267.977	\$ 2.022.300	11620	\$ 24.712.902
\$ 6.114.056	\$ 2.100.600	12040	\$ 6.226.433
\$ 6.114.056	\$ 2.022.300	11620	\$ 6.226.150
\$ 25.724.056	\$ 2.100.600	12040	\$ 26.196.869
\$ 6.114.056	\$ 2.022.300	11620	\$ 6.226.150
\$ 6.114.056	\$ 2.100.600	12040	\$ 6.226.433
\$ 25.724.056	\$ 2.022.300	11620	\$ 26.195.676
\$ 6.114.056	\$ 2.100.600	12040	\$ 6.226.433
\$ 6.114.056	\$ 2.022.300	11620	\$ 6.226.150
\$ 25.724.056	\$ 2.100.600	12040	\$ 26.196.869
\$ 6.114.056	\$ 2.022.300	11620	\$ 6.226.150
\$ 6.114.056	\$ 2.100.600	12040	\$ 6.226.433
\$ 25.724.056	\$ 2.022.300	11620	\$ 26.195.676

En la interpretación que se obtiene apartir del resultado de la tabla "Punto de Equilibrio de COSTOS" finalizando el primer año se obtuvo el resultado de los mese de noviembre y diciembre, debido a que en el transcurso de este no hubo ningun ingreso por parte de la aplicación por el mismo desarrollo de esta, a excepción de los ultimos dos meses que para obtener un punto de ganancias y perdidas 0 se deben de obtener un valor de 23,566,483 pesos colombianos como ingresos al mes para tener una igualdad de condición con respecto a los egresos en el mes de noviembre y de 23,560.208 pesos colombianos en el mes de diciembre. Dentro del segundo año se evidencia fluctuaciones dentro del mismo, aumentos y disminución del punto de equilibrio, debido a que se disminuyen los precios fijos y los costos variables aumentan dependiendo la cantidad de usuarios entrenados y porque la aplicación dejo la etapa de desarrollo y se manteiene en vigilancia, actualización y sustento contantemente realizando estas acciones de forma trimestral, de igual forma pasa en el ultimo año, sin embargo se logra captar una aproximación dentro de la culmba de la tabla del "punto de equilibrio en COSTOS" donde se consideran que tales cifras son el estado de punto 0 de ingresos y egresos siendo esto como: Perdidas si es menor al valor presentado, o si es en mayor proporción como ganancias.



Punto de equilibrio en VENTAS			
Costo fijo cada mes	Costo variable del m	Ventas totales	P.E en VALOR
\$ 23.046.512	\$ 182.839	0	#jREF!
\$ 23.046.512	\$ 182.839	0	#jDIV0!
\$ 23.046.512	\$ 182.839	0	#jDIV0!
\$ 23.046.512	\$ 182.839	0	#jDIV0!
\$ 23.046.512	\$ 182.839	0	#jDIV0!
\$ 23.046.512	\$ 182.839	0	#jDIV0!
\$ 23.046.512	\$ 182.839	0	#jDIV0!
\$ 23.046.512	\$ 182.839	0	#jDIV0!
\$ 23.046.512	\$ 182.839	0	#jDIV0!
\$ 23.046.512	\$ 182.839	0	#jDIV0!
\$ 23.046.512	\$ 865.939	4060	0,60
\$ 23.046.512	\$ 944.239	4480	0,54
\$ 5.767.977	\$ 899.100	5180	0,12
\$ 5.767.977	\$ 977.400	5600	0,11
\$ 24.267.977	\$ 1.055.700	6020	0,42
\$ 5.767.977	\$ 1.134.000	6440	0,09
\$ 5.767.977	\$ 1.204.200	6860	0,09
\$ 24.267.977	\$ 1.301.400	7420	0,34
\$ 5.767.977	\$ 1.398.600	7980	0,08
\$ 5.767.977	\$ 1.495.800	8540	0,07
\$ 24.267.977	\$ 1.593.000	9100	0,28
\$ 5.767.977	\$ 1.736.100	9940	0,06
\$ 5.767.977	\$ 1.879.200	10780	0,06
\$ 24.267.977	\$ 2.022.300	11620	0,22
\$ 6.114.056	\$ 2.100.600	12040	0,05
\$ 6.114.056	\$ 2.022.300	11620	0,06
\$ 25.724.056	\$ 2.100.600	12040	0,23
\$ 6.114.056	\$ 2.022.300	11620	0,06
\$ 6.114.056	\$ 2.100.600	12040	0,05
\$ 25.724.056	\$ 2.022.300	11620	0,23
\$ 6.114.056	\$ 2.100.600	12040	0,05
\$ 6.114.056	\$ 2.022.300	11620	0,06
\$ 25.724.056	\$ 2.100.600	12040	0,23
\$ 6.114.056	\$ 2.022.300	11620	0,06
\$ 6.114.056	\$ 2.100.600	12040	0,05
\$ 25.724.056	\$ 2.022.300	11620	0,23

En la interpretación que se obtiene apartir del resultado de la tabla "Punto de Equilibrio en VENTAS" se encuentra dentro de la proyección de la aplicación WOTA visualizada que desde el primer mes en funcionamiento haya ganancias minimas dentro de un margen eproximado, por ende no se encuentra el punto de equilibrio en cuestión, sin embargo se identifica y obtiene frente a los datos obtenidos que para hayar un punto de 0 perdias y ganancias la aplicación debe de tener como minimo 2474 usuarios EN EL PRIMER MES DE NOVIEMBRE, y del mes de diciembre del primer año es de 2482 usuarios a los que ingresaron a las clases al mes para que sea el punto de equiliubrio, no obstante y al igual que el anterior punto de equilibrio, este no va a serfijo debdio a que el costo variable va a ser divergente dependiendo de la cantidad de usuarios obtenidos y captados en la aplicación, al igual que la complejidad de la infraestructura de la misma.



Punto de equilibrio en UNIDADES		
Inversión inicial	Valor Promedio de los servicios	P.E en unidades
\$ 30.799.951	\$ 9.667	3.186
Inversión total inicial	Valor Promedio de los servicios	P.E en unidades
\$ 263.093.459	\$ 9.667	27.217
<p>En la interpretación que se obtiene apartir del resultado de la tabla "Punto de Equilibrio en unidades" se encuentra que la Aplicación W.O.T.A. Debe de obtener 3,186 servicios para la cubrir y recuperar la inversión Inicial, teniendo los recursos obtenidos, SIN EMBARGO, como la aplicación no es desarrollada y establecida desde el mes 0 sino que termina su proceso de planeación, construcción y prueba en el decimo mes, quiere decir que la aplicación tiene una inverción total de desarrollo de 263,093,459 pesos colombianos, haciendo que tal inverción sea cubierta hasta la obtención de un aproximado de 27,217 servicios realizados, En tal caso se analiza segun la proyección de ventas en los proximos 3 años, Se alcanza este punto de equilibrio a mediados del mes 16.</p>		

CAPITULO X: EVALUACIÓN FINANCIERA

Según Borello (2000), citado por Ardila & Uribe (2017), un plan de negocios también llamado plan económico o financiero, es una recopilación de instrumentos que ayudan a un negocio de forma sistemática y eficaz, aportando solides en la toma decisiones correctas y de inversión proyectando de manera financiera el comportamiento del negocio. Lo anterior depende del tamaño y estructuración de la empresa, de la experiencia gerencial o técnica de los directivos de la empresa.

Lo anterior es una introducción del estudio financiero realizado y proyectado a 36 meses de operación, iniciando desde el mes 0 donde se comienza la planificación e idea centrada de la aplicación W.O.T.A.



Primer año

Flujo de Caja:

WOTA																
NIT 901-450,256-9 (Inventado)																
FLUJO DE CAJA PROYECTADO - 1 AÑO																
DEL AÑO 2024																
DETALLE	MES 0	1 MES	2 MES	3 MES	4 MES	5 MES	6 MES	7 MES	8 MES	9 MES	10 MES	11 MES	12 MES	ANUAL		
DETALLE DE LAS CUENTAS																
DISPONIBLE CAJA Y BANCOS	\$ 251.403.350	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 22.770.000	\$ 25.380.000	\$ 48.150.000
INGRESOS OPERACIONALES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 22.770.000	\$ 25.380.000	\$ 48.150.000
TOTAL INGRESOS	\$ 0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 22.770.000	\$ 25.380.000	\$ 48.150.000
MENOS EGRESOS	\$ 0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
COSTOS FIJOS	\$ 0	\$ 23.046.512	\$ 23.046.512	\$ 23.046.512	\$ 23.046.512	\$ 23.046.512	\$ 23.046.512	\$ 23.046.512	\$ 23.046.512	\$ 23.046.512	\$ 23.046.512	\$ 23.046.512	\$ 23.046.512	\$ 23.046.512	\$ 23.046.512	\$ 275.558.144
COSTOS VARIABLES	\$ 0	\$ 182.839	\$ 182.839	\$ 182.839	\$ 182.839	\$ 182.839	\$ 182.839	\$ 182.839	\$ 182.839	\$ 182.839	\$ 182.839	\$ 182.839	\$ 182.839	\$ 182.839	\$ 182.839	\$ 2.194.055,5
GASTOS NO OPERACIONALES (uso de transacciones por bancos)	\$ 0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 683.100	\$ 761.400	\$ 1.444.500
RECURSOS TECNICOS COMPRA DE EQUIPOS	\$ 5.208.100	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
RECURSOS FISICOS (ADEC. INSTALACION)	\$ 1.348.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Régistro en la Cámara de comercio	\$ 1.118.500	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
SOLICITO REGISTRO DE LA MARCA	\$ 7.676.600	\$ 23.229.351	\$ 23.229.351	\$ 23.229.351	\$ 23.229.351	\$ 23.229.351	\$ 23.229.351	\$ 23.229.351	\$ 23.229.351	\$ 23.229.351	\$ 23.229.351	\$ 23.229.351	\$ 23.229.351	\$ 23.912.451	\$ 23.990.751	\$ 282.611.210
FLUJO DE EFECTIVO DEL PERIODO	\$ 243.732.750	\$ (23.229.351)	\$ (23.229.351)	\$ (23.229.351)	\$ (23.229.351)	\$ (23.229.351)	\$ (23.229.351)	\$ (23.229.351)	\$ (23.229.351)	\$ (23.229.351)	\$ (23.229.351)	\$ (23.229.351)	\$ (23.229.351)	\$ (1.142.451)	\$ 1.389.249	\$ (234.511.210)
SALDO DISPONIBLE	\$ 243.732.750	\$ 243.732.750	\$ 220.503.399	\$ 197.274.048	\$ 174.044.698	\$ 150.815.347	\$ 127.585.996	\$ 104.356.645	\$ 81.127.294	\$ 57.897.944	\$ 34.668.593	\$ 11.439.242	\$ 10.296.791	\$ 10.296.791	\$ 10.296.791	\$ 10.296.791
FLUJO DE CAJA DE ESTE PERIODO	\$ -	\$ (23.229.351)	\$ (23.229.351)	\$ (23.229.351)	\$ (23.229.351)	\$ (23.229.351)	\$ (23.229.351)	\$ (23.229.351)	\$ (23.229.351)	\$ (23.229.351)	\$ (23.229.351)	\$ (23.229.351)	\$ (23.229.351)	\$ (1.142.451)	\$ 1.389.249	\$ (234.511.210)
SALDO DISPONIBLE ACUMULADO	\$ 243.732.750	\$ 220.503.399	\$ 197.274.048	\$ 174.044.698	\$ 150.815.347	\$ 127.585.996	\$ 104.356.645	\$ 81.127.294	\$ 57.897.944	\$ 34.668.593	\$ 11.439.242	\$ 10.296.791	\$ 10.296.791	\$ 10.296.791	\$ 10.296.791	\$ 10.296.791

Utilidad:

RESUMEN							
UTILIDAD MENSUAL (pre impuesto de renta)	UTILIDAD ANUAL (pre impuesto de renta)	UTILIDAD ANUAL (pre impuesto de renta) en %	IMPUESTO DIAN MENSUAL 35%	IMPUESTO DIAN ANUAL 35%	UTILIDAD MENSUAL (post impuesto de renta)	UTILIDAD TOTAL (post impuesto de renta)	UTILIDAD TOTAL (post impuesto de renta) en %
\$ (19.542.601)	\$ (234.511.210)	-487%	\$ -	\$ -	\$ (19.542.601)	\$ (234.511.210)	-487%

Balance



WOTA SAS		
NIT 901-450,256-9 (Inventado)		
ESTADO DE RESULTADOS DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2024		
INGRESOS		\$ 48.150.000,00
INGRESOS OPERACIONALES	\$ 48.150.000,00	
DEVOLUCIONES	\$ -	
COSTOS		\$ 278.752.209,60
COSTOS	\$ -	
COSTOS FIJOS	\$ 276.558.144,00	
COSTOS VARIABLES	\$ 2.194.065,60	
UTILIDAD BRUTA		\$ -230.602.209,60
GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 2.464.500,00
GASTOS OPERACIONALES		
GASTOS CAMARA DE COMERCIO	\$ 1.348.000,00	
GASTOS REGISTRO DE MARCA	\$ 1.116.500,00	
GASTOS DE VENTAS		
INCENTIVOS		
UTILIDAD OPERACIONAL		\$ -233.066.709,60
INGRESOS NO OPERACIONALES		
FINANCIEROS		
DIVERSOS USO DEL DATAFONO		
GASTOS NO OPERACIONALES		\$ 1.444.500,00
FINANCIEROS	\$ 1.444.500,00	
DIVERSOS		
GASTOS EXTRAORDINARIOS	\$ -	
UTILIDAD NETA		\$ -234.511.209,60
IMPUESTO DE RENTA		\$ -
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTO		\$ -234.511.209,60

Página 3

Segundo año:

❖ Flujo de Caja:

WOTA														
NIT 901-450,256-9 (Inventado)														
FLUJO DE CAJA PROYECTADO - 1 AÑO														
DEL AÑO 2025														
DETALLE	MES 0	1 MES	2 MES	3 MES	4 MES	5 MES	6 MES	7 MES	8 MES	9 MES	10 MES	11 MES	12 MES	ANUAL
DETALLE DE LAS CUENTAS				Se da soporte a la aplicación			Se da soporte a la aplicación			Se da soporte a la aplicación			Se da soporte a la aplicación	
DISPONIBLE CAJA Y BANCOS	\$ 11.686.040													
INGRESOS OPERACIONALES		\$ 29.970.000	\$ 32.580.000	\$ 35.190.000	\$ 37.800.000	\$ 40.410.000	\$ 43.020.000	\$ 45.630.000	\$ 48.240.000	\$ 50.850.000	\$ 53.460.000	\$ 56.070.000	\$ 58.680.000	\$ 566.580.000
TOTAL INGRESOS		\$ 29.970.000	\$ 32.580.000	\$ 35.190.000	\$ 37.800.000	\$ 40.410.000	\$ 43.020.000	\$ 45.630.000	\$ 48.240.000	\$ 50.850.000	\$ 53.460.000	\$ 56.070.000	\$ 58.680.000	\$ 566.580.000
MENOS EGRESOS														
COSTOS FIJOS (+5,30% IPC)		\$ 5.787.877	\$ 5.787.877	\$ 24.267.877	\$ 5.787.877	\$ 5.787.877	\$ 24.267.877	\$ 5.787.877	\$ 5.787.877	\$ 24.267.877	\$ 5.787.877	\$ 5.787.877	\$ 24.267.877	\$ 143.215.725,6
COSTOS VARIABLES		\$ 162.838,8	\$ 162.838,8	\$ 162.838,8	\$ 162.838,8	\$ 162.838,8	\$ 162.838,8	\$ 162.838,8	\$ 162.838,8	\$ 162.838,8	\$ 162.838,8	\$ 162.838,8	\$ 162.838,8	\$ 2.194.065,6
GASTOS NO OPERACIONALES (uso de SIS, Financiers Bancarios)		\$ 899.100	\$ 977.400	\$ 1.055.700	\$ 1.134.000	\$ 1.204.200	\$ 1.301.400	\$ 1.388.600	\$ 1.495.800	\$ 1.593.000	\$ 1.736.100	\$ 1.879.200	\$ 2.022.300	\$ 16.696.800
RECURSOS TECNICOS COMPRA DE EQUIPOS														
ACTIVOS TECNOLOGICOS														
RECURSOS FISICOS (ADEC INSTALACION)														
Renovación en la Cámara de comercio	\$ 1.348.000													\$ 1.348.000
SOLICITUD REGISTRO DE LA MARCA														
TOTAL EGRESOS DE OPERACION	\$ 1.348.000	\$ 6.849.916	\$ 6.928.216	\$ 25.508.916	\$ 7.084.816	\$ 7.155.916	\$ 25.752.216	\$ 7.349.416	\$ 7.448.916	\$ 26.043.816	\$ 7.689.916	\$ 7.830.916	\$ 26.473.116	\$ 163.454.591
FLUJO DE EFECTIVO DEL PERIODO	\$ 10.338.040	\$ 23.120.084	\$ 25.651.784	\$ 9.681.084	\$ 30.715.184	\$ 32.984.084	\$ 17.627.784	\$ 39.270.584	\$ 42.413.384	\$ 27.056.184	\$ 50.183.084	\$ 54.809.984	\$ 40.936.884	\$ 393.105.408,8
SALDO DISPONIBLE	\$ 10.338.040	\$ 10.338.040	\$ 33.458.124	\$ 59.109.909	\$ 88.793.393	\$ 99.508.577	\$ 132.493.561	\$ 150.121.345	\$ 189.391.929	\$ 231.805.313	\$ 258.861.497	\$ 309.044.581	\$ 363.854.565	
FLUJO DE CAJA DE ESTE PERIODO		\$ 23.120.084	\$ 25.651.784	\$ 9.681.084	\$ 30.715.184	\$ 32.984.084	\$ 17.627.784	\$ 39.270.584	\$ 42.413.384	\$ 27.056.184	\$ 50.183.084	\$ 54.809.984	\$ 40.936.884	
SALDO DISPONIBLE ACUMULADO	\$ 10.338.040	\$ 33.458.124	\$ 59.109.909	\$ 88.793.393	\$ 99.508.577	\$ 132.493.561	\$ 150.121.345	\$ 189.391.929	\$ 231.805.313	\$ 258.861.497	\$ 309.044.581	\$ 363.854.565	\$ 404.791.448,2	



❖ Utilidad:

RESUMEN							
UTILIDAD MENSUAL (pre impuesto de renta)	UTILIDAD ANUAL (pre impuesto de renta)	UTILIDAD ANUAL (pre impuesto de renta) en %	IMPUESTO DIAN MENSUAL 35%	IMPUESTO DIAN ANUAL 35%	UTILIDAD MENSUAL (post impuesto de renta)	UTILIDAD TOTAL (post impuesto de renta)	UTILIDAD TOTAL (post impuesto de renta) en %
\$ 32.758.784	\$ 393.105.409	71%	\$ 11.465.574	\$ 137.586.893	\$ 21.293.210	\$ 255.518.516	46%

❖ Balance

WOTA SAS			
NIT 901-450,256-9 (inventado)			
BALANCE GENERAL A 31 DIC 2025			
ACTIVO			
ACTIVO CORRIENTE			
DISPONIBLE			
			\$ 404.791.449,20
CAJA			
BANCOS		\$ 404.791.449,20	
ACTIVOS FIJOS			
			\$ 5.206.100,00
EQUIPO TECNOLOGICOS		\$ 5.206.100,00	
TOTAL ACTIVOS			\$ 409.997.549,20

PASIVO			
PASIVO CORRIENTE			
			\$ -
PASIVO NO CORRIENTE			
			\$ -
OBLIGACIONES FINANCIERAS			
TOTAL PASIVOS			\$ -
PATRIMONIO			
			\$ 409.997.548,20
CAPITAL ACCIONARIO		\$ 251.403.350,00	
RESULTADOS ACUMULADOS		\$ -234.511.209,60	
RESULTADO DEL EJERCICIO		\$ 393.105.407,80	
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO			\$ 409.997.548,20

❖ Estado de Pérdidas y Ganancias:



WOTA SAS		
NIT 901-450,256-9 (inventado)		
ESTADO DE RESULTADOS DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE D E 2025		
INGRESOS		\$ 556.560.000,00
INGRESOS OPERACIONALES	\$ 556.560.000,00	
DEVOLUCIONES	\$ -	
COSTOS		\$ 145.409.792,20
COSTOS FIJOS	\$ 143.215.726,60	
COSTOS VARIABLES	\$ 2.194.065,60	
UTILIDAD BRUTA		\$ 411.150.207,80
GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 1.348.000,00
GASTOS PREOPERATIVOS GASTOS CAMARA DE COMERCIO	\$ 1.348.000,00	
GASTOS DE VENTAS		
INCENTIVOS		
UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 409.802.207,80
INGRESOS NO OPERACIONALES		\$ 16.696.800,00
FINANCIEROS	\$ 16.696.800,00	
DIVERSOS USO DEL DATAFONO		
GASTOS NO OPERACIONALES		\$ -
FINANCIEROS		
DIVERSOS		
GASTOS EXTRAORDINARIOS	\$ -	
UTILIDAD NETA		\$ 393.105.407,80
IMPUESTO DE RENTA		\$ -
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTO		\$ 393.105.407,80

Página 2

Tercer año:

❖ Flujo de Caja:

WOTA NIT 901-450,256-9 (inventado) FLUJO DE CAJA PROYECTADO - 1 AÑO DEL AÑO 2026														
DETALLE	MES 0	1 MES	2 MES	3 MES	4 MES	5 MES	6 MES	7 MES	8 MES	9 MES	10 MES	11 MES	12 MES	ANUAL
				Se da soporte a la aplicación			Se da soporte a la aplicación			Se da soporte a la aplicación			Se da soporte a la aplicación	
DETALLE DE LAS CUENTAS														
DISPONIBLE CAJA Y BANCOS	\$ 404.791.449													
INGRESOS OPERACIONALES		\$ 70.020.000	\$ 67.410.000	\$ 70.620.000	\$ 67.410.000	\$ 70.020.000	\$ 67.410.000	\$ 70.020.000	\$ 67.410.000	\$ 70.020.000	\$ 67.410.000	\$ 70.020.000	\$ 67.410.000	\$ 824.680.000
TOTAL INGRESOS		\$ 70.020.000	\$ 67.410.000	\$ 70.620.000	\$ 67.410.000	\$ 70.020.000	\$ 67.410.000	\$ 70.020.000	\$ 67.410.000	\$ 70.020.000	\$ 67.410.000	\$ 70.020.000	\$ 67.410.000	\$ 824.680.000
MENOS EGRESOS														
COSTOS FIJOS (+3.30% IPC)		\$ 6.114.056	\$ 6.114.056	\$ 25.724.056	\$ 6.114.056	\$ 6.114.056	\$ 25.724.056	\$ 6.114.056	\$ 6.114.056	\$ 25.724.056	\$ 6.114.056	\$ 6.114.056	\$ 25.724.056	\$ 151.888.669,2
COSTOS VARIABLES		\$ 182.838,8	\$ 182.838,8	\$ 182.838,8	\$ 182.838,8	\$ 182.838,8	\$ 182.838,8	\$ 182.838,8	\$ 182.838,8	\$ 182.838,8	\$ 182.838,8	\$ 182.838,8	\$ 182.838,8	\$ 2.194.065,6
GASTOS NO OPERACIONALES (uso de SIS. Financiers Bancarios)		\$ 2.100.600	\$ 2.022.300	\$ 2.100.600	\$ 2.022.300	\$ 2.100.600	\$ 2.022.300	\$ 2.100.600	\$ 2.022.300	\$ 2.100.600	\$ 2.022.300	\$ 2.100.600	\$ 2.022.300	\$ 24.737.400
RECURSOS TECNICOS COMPRA DE EQUIPOS														
ACTIVOS TECNOLOGICOS RECURSOS FISICOS (ADEC. INSTALACION)														
Renovación en la Cámara de comercio	\$ 1.348.000													\$ 1.348.000
SOLICITUD REGISTRO DE LA MARCA														
TOTAL EGRESOS DE OPERACION	\$ 1.348.000	\$ 8.397.495	\$ 8.319.195	\$ 29.007.495	\$ 8.319.195	\$ 8.397.495	\$ 27.926.195	\$ 8.387.495	\$ 8.319.195	\$ 29.007.495	\$ 8.319.195	\$ 8.397.495	\$ 27.926.195	\$ 190.088.135
FLUJO DE EFECTIVO DEL PERIODO	\$ 403.443.449	\$ 61.622.505	\$ 59.090.805	\$ 42.012.505	\$ 59.090.805	\$ 61.622.505	\$ 39.480.805	\$ 61.622.505	\$ 59.090.805	\$ 42.012.505	\$ 59.090.805	\$ 61.622.505	\$ 39.480.805	\$ 644.491.865
SALDO DISPONIBLE	\$ 403.443.449	\$ 403.443.449	\$ 465.065.955	\$ 524.156.760	\$ 566.169.265	\$ 625.260.071	\$ 686.882.576	\$ 726.363.382	\$ 787.985.887	\$ 847.076.693	\$ 889.089.198	\$ 948.180.004	\$ 1.009.802.509	
FLUJO DE CAJA DE ESTE PERIODO	\$ -	\$ 61.622.505	\$ 59.090.805	\$ 42.012.505	\$ 59.090.805	\$ 61.622.505	\$ 39.480.805	\$ 61.622.505	\$ 59.090.805	\$ 42.012.505	\$ 59.090.805	\$ 61.622.505	\$ 39.480.805	
SALDO DISPONIBLE ACUMULADO	\$ 403.443.449	\$ 465.065.955	\$ 524.156.760	\$ 566.169.265	\$ 625.260.071	\$ 686.882.576	\$ 726.363.382	\$ 787.985.887	\$ 847.076.693	\$ 889.089.198	\$ 948.180.004	\$ 1.009.802.509	\$ 1.049.283.314,4	



❖ Utilidad:

RESUMEN							
UTILIDAD MENSUAL (pre impuesto de renta)	UTILIDAD ANUAL (pre impuesto de renta)	UTILIDAD ANUAL (pre impuesto de renta) en %	IMPUESTO DIAN MENSUAL 35%	IMPUESTO DIAN ANUAL35%	UTILIDAD MENSUAL (post impuesto de renta)	UTILIDAD TOTAL (post impuesto de renta)	UTILIDAD TOTAL (post impuesto de renta) en %
\$ 53.707.655	\$ 644.491.865	0%	\$ 18.797.679	\$ 225.572.153	\$ 34.909.976	\$ 418.919.712	51%

❖ Balance

WOTA SAS			
NIT 901-450,256-9 (inventado)			
BALANCE GENERAL A 31 DIC 2026			
ACTIVO			
ACTIVO CORRIENTE			
DISPONIBLE			
			\$ 1.049.283.314,40
CAJA			
BANCOS		\$ 1.049.283.314,40	
ACTIVOS FIJOS			
			\$ 5.206.100,00
EQUIPO TECNOLOGICOS		\$ 5.206.100,00	
TOTAL ACTIVOS			\$ 1.054.489.414,40

PASIVO			
PASIVO CORRIENTE			
			\$ -
PASIVO NO CORRIENTE			
OBLIGACIONES FINANCIERAS			\$ -
TOTAL PASIVOS			\$ -
PATRIMONIO			
			\$ 1.054.489.413,40
CAPITAL ACCIONARIO		\$ 251.403.350,00	
RESERVA LEGAL			
RESULTADOS ACUMULADOS		\$ 158.594.198,20	
RESULTADO DEL EJERCICIO		\$ 644.491.865,20	
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO			\$ 1.054.489.413,40



❖ Estado de Pérdidas y Ganancias:

WOTA SAS NIT 901-450,256-9 (inventado)		
ESTADO DE RESULTADOS DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2026		
INGRESOS		
INGRESOS OPERACIONALES	\$ 824.580.000,00	\$ 824.580.000,00
DEVOLUCIONES	\$ -	
COSTOS		
COSTOS	\$ -	\$ 154.002.734,80
COSTOS FIJOS	\$ 151.808.669,20	
COSTOS VARIABLES	\$ 2.194.065,60	
UTILIDAD BRUTA		\$ 670.577.265,20
GASTOS ADMINISTRATIVOS		
GASTOS PREOPERATIVOS GASTOS CAMARA DE COMERCIO	\$ 1.348.000,00	\$ 1.348.000,00
GASTOS DE VENTAS		
INCENTIVOS		
UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 669.229.265,20
INGRESOS NO OPERACIONALES		
FINANCIEROS	\$ 24.737.400,00	\$ 24.737.400,00
DIVERSOS USO DEL DATAFONO		
GASTOS NO OPERACIONALES		
FINANCIEROS		\$ -
DIVERSOS		
GASTOS EXTRAORDINARIOS	\$ -	
UTILIDAD NETA		\$ 644.491.865,20
IMPUESTO DE RENTA		\$ -
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTO		\$ 644.491.865,20

❖ TIR:

DATOS PARA LA TIR		TIR (TASA INTERNA DE RETORNO) $((VF-IN)/IN)*100$
PROMEDIO DE COMISIÓN POR SERVICIO	\$ 9.666,67	2,80
CLASES REALIZADAS DE LA APLICACIÓN PROYECTADAS	245.980	280%
VALOR FINAL ESPERADO DE VENTAS	\$ 2.377.807.486,60	
INVERSIÓN INICIAL DE LA APLICACIÓN	\$ 626.203.935,60	

La anterior tabla toma en cuenta datos recolectados que son correspondientes a los 36 meses o tres años proyectados, de sus ingresos



esperados y aproximación del ingreso de comisión por clase dentro de este periodo. Teniendo en cuenta el resultado de la TIR sobre la aplicación W.O.T.A. Es un porcentaje que se obtiene al cabo de 3 años, siendo que los fondos o la inversión inicial aplicada para el desarrollo del proyecto que se retribuye es del 280%, alcanzando una cifra cercana al doble de inversión de retorno, en este caso se puede asumir que el proyecto será rentable.

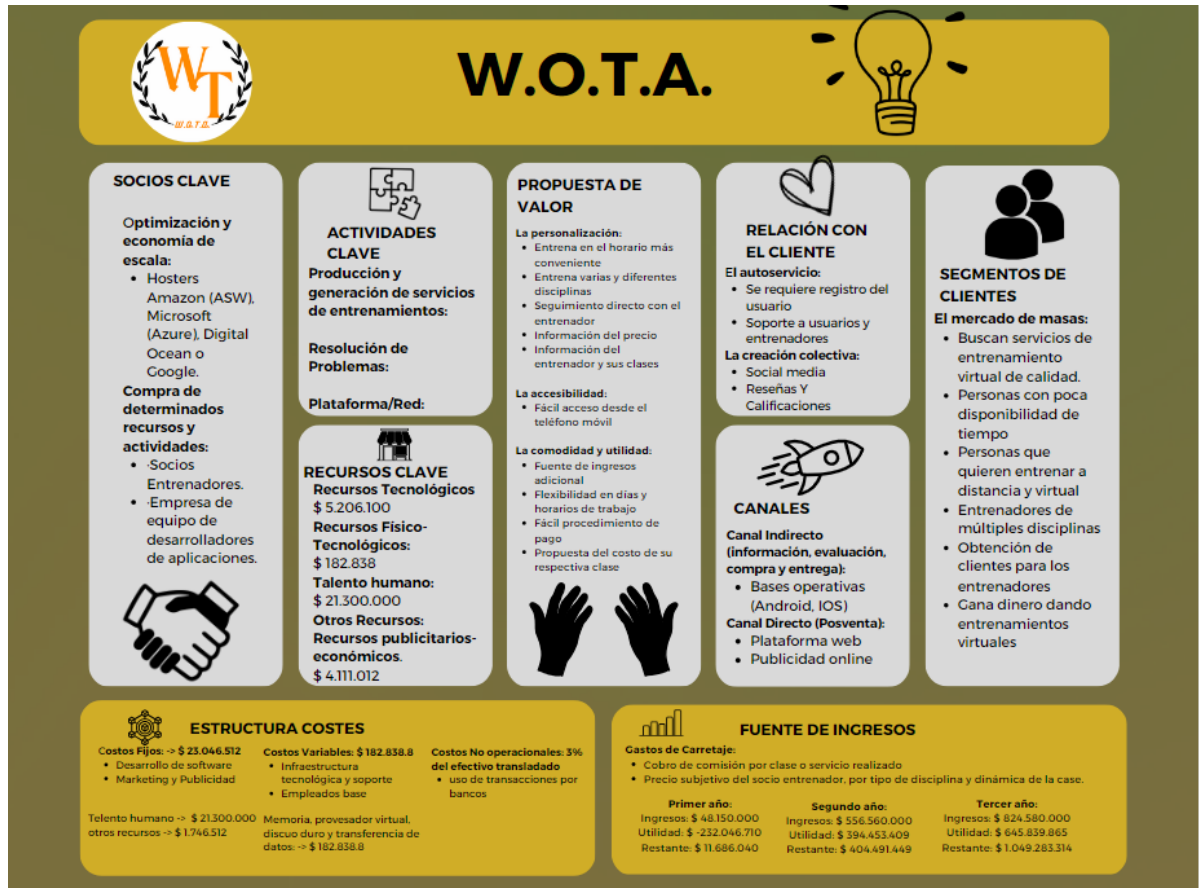
❖ **VPN:**

VAN (VALOR ACTUAL NETO) O VNP (VALOR PRESENTE NETO)	PRIMER AÑO	SEGUNDO AÑO	TERCER AÑO	VAN	
INVERSIÓN INICIAL DE LA APLICACIÓN	\$ 803.086.064,40	\$ 45.857.142,86	\$ 504.816.326,53	\$ 712.303.207,00	\$ 459.890.611,99
FLUJO DE CAJA DEL PRIMER AÑO	\$ 48.150.000,00	$\frac{FC_1}{(1+k)^1} + \frac{FC_2}{(1+k)^2} + \frac{FC_3}{(1+k)^3}$			
FLUJO DE CAJA DEL SEGUNDO AÑO	\$ 556.560.000,00				
FLUJO DE CAJA DEL TERCER AÑO	\$ 824.580.000,00				

Dentro de los datos obtenidos en la tabla anterior se destaca los resultados de la VAN o VPN debido a que realizando la sumatoria de cada año o recortando el periodo dicho anteriormente de 3 años en tres y su respectivo descuento del 5 por ciento en cada año, se obtienen valores positivos frente a las ventas proyectadas e ingresos obtenidos esperados al final de cada año, cubriendo la inversión inicial de la aplicación, por lo que se determina que la aplicación es rentable. Siguiendo con la rentabilidad que tendrá la aplicación W.O.T.A. se destaca el periodo de recuperación de inversión (PRI) y este se aclaró dentro del punto de equilibrio en unidades, donde se recalca de manera reiterativa que para lograr la misma inversión por la utilidad obtenida se necesita de 27.217 servicios generados y dados por medio de la aplicación, alcanzándose ese objetivo proyectado en el mes 16 o dentro del 4 mes del segundo periodo o año proyectado.



LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO



REFERENCIAS

Alonso-Arévalo, Julio, & Mirón-Canelo, José Antonio. (2017). Aplicaciones móviles en salud: potencial, normativa de seguridad y regulación. *Revista Cubana de Información en Ciencias de la Salud*, 28(3) Recuperado en 13 de abril de 2023, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2307-21132017000300005&lng=es&tlng=pt.

Ardila, T., & Uribe, H. (2017). Modelo de negocios para comercialización de películas y recubrimientos comestibles en Bucaramanga. I+D Revista de Investigaciones, 14 -24.

Campos, F. (2008). Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales. *Revista latina de comunicación social*, 63, 277-286.

Chaguay, L. L., Flores, J. C., Bayas, T. F., & Zapata, R. O. (2019). El modelo de negocio: metodología canvas como innovación estratégica para el diseño de proyectos empresariales. *Journal of Science and Research*, 4(CIEIS2019), 87-99.

Cordero, A., Masiá, M. D., & Galve, E. (2014). *Ejercicio físico y salud. Revista Española de Cardiología*, 67(9), 748–753. doi:10.1016/j.recesp.2014.04.007

Corredor Hernández, J. (2022). *Emprendimiento e innovación en la Facultad de Cultura Física, Deporte y Recreación*. Ediciones USTA.

Enriquez, J. G., & Casas, S. I. (2014). Usabilidad en aplicaciones móviles. *Informes Científicos Técnicos - UNPA*, 5(2), 25–47. <https://doi.org/10.22305/ict-unpa.v5i2.71>

Ferreira Herrera, D. C. (2016). El modelo CANVAS en la formulación de proyectos. *Cooperativismo & Desarrollo*, 23(107). <https://doi.org/10.16925/co.v23i107.1252>

Huckvale, K., Prieto, J.T., Tilney, M. *et al.* (2015). Unaddressed privacy risks in accredited health and wellness apps: a cross-sectional systematic assessment. *BMC Med* 13, 214. <https://doi.org/10.1186/s12916-015-0444-y>

López Catalán, B., San Martín Gutiérrez, S., & Jiménez Torres, N. H. (2016). El éxito del comercio móvil B2C: Factores de adopción y propuestas de valor de las empresas. *Cuadernos de Estudios Empresariales*. 2016, V. 26, p. 61-78.

Montoya, J., Bolaños, H., & Silva, A. (2016) Aplicación del Modelo Canvas para el mejoramiento administrativo de una comercializadora de lubricantes para automotores. Estudio de Administración de empresas. Universidad



UNAD. <https://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/working/article/view/1914/2140>

Organización mundial de la salud OMS (2020). Cada movimiento cuenta para mejorar la salud. <https://www.who.int/es/news/item/25-11-2020-every-move-counts-towards-better-health-says-who#:~:text=Las%20nuevas%20directrices%20recomiendan%20por,para%20los%20ni%C3%B1os%20y%20adolescentes.>

Osterwalder, A. (2011). Modelo Canvas. *Barcelona: Deusto SA Ediciones*. https://www.academia.edu/download/45818805/LECTURA_REFORZAMIENTO_MODULO_2.pdf

Robin, C. F., & Torres, C. A. (2001). Segmentación de mercados: buscando la correlación entre variables psicológicas y demográficas. *Revista colombiana de Marketing*, 2(2).

Sánchez Vega, E. (2011). El uso de las TIC; un hábito actual de los estudiantes universitarios. Buenas prácticas con TIC para la investigación y la docencia. Universidad de Málaga.

San Mauro Martín Ismael, González Fernández, Miguel, & Collado Yurrita, Luis. (2014). Aplicaciones móviles en nutrición, dietética y hábitos saludables: análisis y consecuencia de una tendencia a la alza. *Nutrición Hospitalaria*, 30(1), 15-24. <https://dx.doi.org/10.3305/nh.2014.30.1.7398>

Uber Technologies, inc. (2023) Términos y Condiciones de Uber. <https://www.uber.com/legal/es/document/?name=general-terms-of-use&country=colombia&lang=es>

Valdivia, J. (2015). Comercialización de productos y servicios en pequeños negocios o microempresas. España: IC Editorial.

Vargas, I. S., Calva, A. L. G., & Camacho, J. H. (2015). Business model canvas. *Ciencias Huasteca Boletín Científico de la Escuela Superior de Huejutla*, 3(5), 1-6.

ZHANG, R., CHEN, J. Q. y LEE, C. (2013). "Mobile commerce and consumer privacy concerns", *Journal of Computer Information Systems*, Vol. 53, nº 4, p. 31-38.

