



UNIVERSIDAD SANTO TOMAS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

Opción de grado plan de negocio

LIBRI

Camilo Andrés Cepeda Pedraza

Diego Felipe Beltrán Rojas

Natalia Flórez Cañón

Bogotá 2019

Universidad Santo Tomas

Tabla de contenido

Tabla de contenido	2
1. Abstract	4
2. Resumen Ejecutivo	5
2.1. Justificación	5
2.2. Problema	6
2.3. Objetivos	8
2.3.1. General	8
2.3.2. Específicos	8
2.4. Descripción preliminar del producto o servicio	9
2.5. Metodología	11
2.6. Futuro general del sector al cual pertenece la empresa del plan propuesto	14
3. Planeación estratégica	16
3.1. Misión	16
3.2. Visión.....	16
4. Características del sector económico al que pertenece el producto o servicio	17
5. Objetivos estratégicos	20
6. Objetivos tácticos	21
7. Objetivos Operacionales	22
8. Filosofía del negocio	23
9. Know How	25
10. Concepto del producto o servicio.....	26
11. Usos y manejo del producto o servicio.	31
12. Imagen y Marca	32
13. Logo	33
14. Slogan.....	34
15. Resumen de modelo de negocio.....	35
16. Estudio de Mercado	37
16.1. Investigación del mercado - Presentación de resultado de la metodología aplicada	37
16.2. Análisis de la demanda y determinación del nicho de mercado.	42
16.3. Determinación del precio.	44
16.4. Pronóstico de ventas.....	45
17. Plan de mercadeo	47
17.1. Estrategias de distribución	47
17.1.1. Distribución Indirecta:	47
17.1.2. Canal corto	48
17.2. Estrategias de promoción.....	48
17.3. Publicidad - Marketing.....	49
17.4. Fidelización.....	50
17.5. Postventa - servicio al cliente.....	51

18.	Estudio de Operaciones.....	54
18.1.	Descripción y formalización del proceso - Diagrama de flujo.	54
18.2.	Distribución de planta e inversiones en infraestructura	54
18.3.	Costos operativos.	55
18.4.	Inversiones en capital de trabajo.	57
19.	Estudio Organizacional.....	58
19.1.	Organigrama.....	58
19.2.	Descripción del cargo y manual de funciones.	58
19.2.1.	Gerente General	58
19.2.2.	Área financiera y contable	61
19.2.3.	Área comunicaciones y alianzas	63
19.2.4.	Área de IT	65
19.3.	Requisitos legales del proyecto.....	67
19.4.	Gastos administrativos	68
19.5.	Metodologías de Motivación	69
19.6.	Mecanismos de Liderazgo	71
20.	Estudio financiero	76
20.1.	Presupuesto	76
20.2.	Supuesto Probable.....	76
20.2.1.	Préstamo.....	78
20.2.2.	Flujo de caja y balance general probable	78
20.2.3.	Estado de resultados escenario probable.....	81
21.	Indicadores financieros en otros posibles escenarios.....	83
21.1.	Supuesto pesimista.....	83
21.1.1.	Flujo de caja pesimista	84
21.1.2.	Estado de resultados pesimista.....	84
21.2.	Supuesto optimista	86
21.2.1.	Flujo de caja optimista	87
21.2.2.	Estado de resultados optimista	87
22.	Indicadores de evaluación financiera	89
23.	Bibliografía	90

1. Abstract.

En Latinoamérica históricamente se ha presentado el fenómeno de bajos niveles de lectura respecto a zonas más desarrolladas en Europa y Asia. Particularmente en Colombia los niveles de lectura se han incrementado a partir del año 2012, (Rojas, 2019) pero aún no se llega a las cuotas de lectura de los lugares antes mencionados. Por lo tanto, para poder impulsar los índices de lectura se propone lanzar una aplicación móvil la cual incentiva los hábitos de la lectura eliminando las barreras que se presenta a la hora de escoger un libro. A lo largo de este trabajo se determinará la factibilidad técnica y financiera de la aplicación propuesta, y se desarrollaran todas las estrategias para lanzar el aplicativo al mercado.

2. Resumen Ejecutivo

2.1. Justificación

Día a día cambia la forma en que se interactúa con el mundo en cuanto a cómo la tecnología se adecúa a la vida de las personas, por lo que para poder afrontar esta transición es necesario adaptarse al entorno y sus nuevas tendencias. Lo que se busca con este proyecto es responder a la necesidad de aumentar los índices de lectura en Colombia a través de las nuevas tecnologías, especialmente en esta época en donde la mayoría de personas cuenta con una pequeña computadora en su teléfono celular.

Con esta aplicación se quiere responder a la necesidad de ubicar a Colombia dentro del grupo de los países más educados de Latinoamérica en el año 2025 según el plan de desarrollo del presidente Duque, debido a que el objetivo principal es eliminar cualquier barrera de entrada que se presente para buscar una lectura (*República, 2019*)

Se sabe que el leer trae grandes beneficios para fomentar la educación, ya que es una de las principales formas de obtener conocimiento, también mejora el vocabulario y la comunicación, pilares básicos para crear cultura. (*República, 2018*)

Con base en lo anterior, este proyecto crea una base de datos en donde se albergue la mayor cantidad de publicaciones literarias para así incrementar la posibilidad de que los usuarios que prefieren comprar sus libros encuentren sus lecturas de interés mediante alianzas con las librerías privadas más grandes de Bogotá y si los usuarios prefieren

tomarlos en préstamo, se pueden conseguir en las bibliotecas públicas en esta modalidad sin ningún costo para el usuario.

2.2. Problema

En los tiempos actuales la lectura se encuentra en peligro de ser dejada a un lado, porque está compitiendo con otros pasatiempos que pueden ser más llamativos y fáciles de consumir como los videojuegos o las plataformas de video en streaming, especialmente para las nuevas generaciones, que son aquellas que más exposición han tenido a estas nuevas tendencias y con el pasar de los años han perdido el interés por la lectura como hobby, generando un detrimento en el nivel cultural de las nuevas generaciones.

Adicionalmente, en Latinoamérica se ha dado el caso que históricamente no ha sido una región que se destaca por sus hábitos de lectura en comparación a otras zonas del mundo y particularmente en Colombia en el año 2012 tenía indicadores desalentadores respecto a este apartado, sin embargo, esto poco a poco ha cambiado (de 1,9 libros leídos por persona en un año según la encuesta del [DANE](#), pasó a un 3,1 en 2017 según la Encuesta Nacional de Lectura). , hasta el punto de que al día de hoy nuestro país ha superado a países como Chile y Argentina en libros leídos por persona en un año (2,9 libros por año para los dos países).

Tomando estos dos últimos países como referencia es vital prevenir el fenómeno que se está presentando allí, ya que los índices de lectura vienen a la baja como lo indicó en una entrevista para el portal “Soy Pensante” Marisol Vera directora de la editorial Cuarto

Propio (editorial chilena fundada en 1984) para el caso de Chile (*Soypensante.cl, 2016*) y para Argentina el diario La Nación indica que solo cuatro de diez argentinos leyeron un libro en 2017 dando como resultado que la población lectora cayera un 22%. (*Lanacion.com.ar, 2016*)

2.3. Objetivos

2.3.1. General

- Evaluar la factibilidad del plan de negocios consistente en el desarrollo de la aplicación Libri con el fin de estimular mejores hábitos de lectura en la población colombiana.

2.3.2. Específicos

- Determinar el tamaño de la demanda que puede atender este proyecto.
- Explicar con el detalle necesario el servicio que presta el aplicativo Libri.
- Desarrollar la evaluación económica y financiera de este proyecto.

2.4. Descripción preliminar del producto o servicio

Al ingresar a la aplicación por primera vez a todos los usuarios les pedirá crear una cuenta, ya que será necesario contestar unas preguntas, por ejemplo: ¿Qué género literario le llama la atención? o si tiene preferencias por un autor determinado, con el objetivo de encontrar cuales son las posibles lecturas de interés. La información suministrada será guardada en la cuenta, por lo que al ingresar una segunda vez no será necesario contestar las preguntas nuevamente.

Una vez creada la cuenta y contestadas las preguntas para personalizar sus preferencias, cada usuario contará con un perfil público en el cual tendrá la opción de “seguir” dentro del mismo, con el fin de poder conectar amigos, conocidos y personas de interés, y así saber qué libros han terminado, las calificaciones que han otorgado y las lecturas que tienen en la sección “para leer”.

En el menú de entrada el usuario se encontrará en la página principal de la aplicación, en donde podrá visualizar las lecturas recomendadas, una breve sinopsis de las mismas y los lugares en donde las podrá ubicar, tanto de forma gratuita por medio de las bibliotecas públicas, o pagando en las librerías de grandes superficies tanto en formato físico o virtual.

La aplicación contará con un sistema de puntos en el cual el usuario subirá de nivel al cumplir ciertas metas, como lo sería terminar un libro, recomendar la aplicación a un amigo, reseñar un libro (debido a que el usuario tendrá la oportunidad de calificar el libro

con un sistema de puntuación de cinco estrellas siendo 5 excelente y 1 no recomendado); y a medida que el usuario suba de nivel en el sistema de puntos se le otorgarán descuentos en la compra de libros.

2.5. Metodología

A continuación se describen los pasos a seguir para la realización de la metodología según los autores Hernández, Fernández y Baptista, (McGRAW-HILL, Hernandez, 2014) donde esta metodología está enfocada en la creación de negocio.



- **Problema de investigación:** En esta parte lo que se desea es establecer el problema inicial por el cual se desarrolla la idea de negocio, en este caso luego de realizar varias encuestas y a través de una vivencia, se da las barreras para la lectura y por lo tal el gran desinterés y desde este medio es por el cual se da el problema de investigación.

- **Objetivos de investigación:** El objetivo inicial de la investigación, se da para establecer por medio de lluvia de ideas que se va a realizar para quitar esas barreras por medio de la idea de negocio, en este punto se realizan varias entrevistas, para determinar las frustraciones reales de los clientes potenciales y las posibles alegrías que tenían para determinar lo que se puede desarrollar en el proyecto y de esa manera aliviar las frustraciones y que realmente el proyecto a desarrollar solucione alguna necesidad que tengas los clientes.

- **Tipo de investigación:** El tipo de investigación a desarrollar en este proyecto es investigación aplicada, ya que se desea resolver un problema que perjudica a un tipo de población, en este caso la falta de lectura provoca una falta de culturización.

- **Fuentes de datos:** Para este proyecto las fuentes de datos usadas, básicamente se da por la encuesta ENLEC, que es la encuesta que desarrolla el DANE para determinar los índices de lectura y determinar el promedio de cantidad de libros que lee una persona en Colombia diario y se segmenta por ciudades y es de esa encuesta que se toman los datos principales para desarrollar el proyecto.

- Hipótesis de investigación: La hipótesis inicial se da por vivencias y se generan supuestos de lo que sucede por lo cual las personas en Colombia no leen, luego de esto lo que se realiza es una selección de personas es decir el nicho y de desarrollar encuestas para determinar si realmente lo indicado son los motivos por los cuales las personas en Colombia e inicialmente en Bogotá no leen y se establece que la hipótesis inicial si es la que se da luego de realizar las encuestas.

- Diseño de investigación: Este diseño como tal se toma a partir de las encuestas realizadas por el DANE, es de allí que solo se dan algunas preguntas adicionales para determinar el problema inicial y las hipótesis correctas.

- Selección de la muestra: La muestra se da luego de validar que según el estudio realizado por el DANE de lectura nacional en Colombia, lo que se realiza es tomar la población de Bogotá, ya que es una de las ciudades que más leen en Colombia e igualmente porque es la ciudad inicial en donde se desarrollará el lanzamiento de la aplicación, igualmente la muestra se da por personas en Bogotá que cuenten con un Smartphone.

- **Recolección de datos:** Para este proyecto se toman los resultados de la encuesta realizada por el DANE, por lo cual la selección de datos se da por la ciudad seleccionada en este caso Bogotá, la única recolección de datos que se da es una pequeña muestra de 30 encuestas para validar realmente las frustraciones de un usuario y se aplica en personas que cuenten con un Smartphone.

- **Análisis de datos:** El análisis de los datos se da inicialmente tomando la población inicial de Bogotá y validando si realmente las hipótesis iniciales se mantienen o que variables se dan, en este caso la variable adicional son los Ebooks.

- **Presentación de resultados:** Inicialmente al ser el método de investigación tomado de encuestas realizada, la presentación de datos se toma de las gráficas presentadas por el DANE con el resultado del estudio realizado y se toma para el proyecto los datos de Bogotá y de la edad proyectada del nicho de mercado planteado.

2.6. Futuro general del sector al cual pertenece la empresa del plan propuesto

En Colombia debido al crecimiento de los índices de lecturas, también se ha visto un crecimiento en las ventas de ejemplares, tanto en el mercado nacional como en el extranjero ya que en el 2008 el total de ejemplares vendidos fue de 34.313.516 libros mientras que en el 2017 fue de 36.803.003 de libros. Este crecimiento en ventas también ha llevado a un aumento de en la facturación total, debido que ha crecido un 24% en

ambos mercados, siendo en el 2008 el valor facturado de \$73.900.246 mientras que en el 2017 fue de \$540.197.644 (*Como está el sector editorial en Colombia, 2019*)

Otro factor que interesa destacarse es la forma como se lee, tanto de manera física como virtual. Según la Cámara Colombiana del Libro la venta de libros digitales representó el 3% de la ventas totales en el 2018 donde se vendieron 38 millones de ejemplares, menos de 1 libro por persona; sin embargo hay una revolución silenciosa en el estudio: los libros de texto para los estudiantes son un complemento de plataformas, porque ahora tienen códigos para interactuar con sus contenidos digitales. (*Arango, T. 2019*)

3. Planeación estratégica

3.1. Misión

Libri es una empresa de software que busca mejorar los hábitos de lectura de la población colombiana mediante el desarrollo de aplicativos que faciliten el acceso de los lectores a la oferta de publicaciones.

3.2. Visión

Para el año 2033 Libri será reconocida internacionalmente como una empresa altamente competitiva en los mercados digitales que busca tener impacto social, además de proveer sus servicios a la mayoría de países de América Latina.

4. Características del sector económico al que pertenece el producto o servicio

La economía en Colombia en los últimos años ha venido bajando sus niveles de crecimiento en cuanto al producto interno bruto (PIB) dado principalmente por la crisis petrolera que se dio a finales del 2013 y principios del 2014, donde se evidenció una caída del precio del petróleo y la disminución de exportaciones a los principales compradores como lo eran Estados Unidos, China, España, Panamá, etc. y esto junto al alza del dólar provocó que Colombia cayera en un estancamiento económico donde su porcentaje de crecimiento baja con respecto a años anteriores y donde su desempleo aumenta. *(Americanagroup.com.co, 2015)*

Sin embargo, Colombia empieza a retomar su crecimiento económico, en lo corrido del primer trimestre del 2019 se establece un PIB del 3% con respecto al crecimiento acumulado del PIB en el año 2018 el cual se estableció en 2,8%. *(Id.presidencia.gov.co, 2019)*

Al ver reflejado este aumento en la economía colombiana y esta constante recuperación de un estancamiento económico, se evidencia una mejoría en los distintos sectores económicos, centrándonos principalmente en el sector de servicios en el que se encuentra el proyecto Libri.

Este sector de servicios se encuentra dividido en subsectores en los cuales se encuentra el de “entretenimiento y otros” y en este se engloban todas las secciones de entretenimiento como Deportes, tv, videojuegos, lectura, etc.; al analizar el crecimiento efectuado del primer trimestre del 2017 en dicho subsector se estableció un crecimiento de 5,1% inferior con el crecimiento que obtuvo al respecto con el primer trimestre del 2018 con un 6.0% de crecimiento, por lo que se puede evidenciar un crecimiento en el sector del entretenimiento derivado de la expansión de mercados digitales que permiten un mayor alcance de diferentes formas de recreación, a través de plataformas virtuales o redes sociales. (Clavijo S, 2018)



En Colombia debido al crecimiento de los índices de lecturas, también se ha visto un crecimiento en las ventas de ejemplares, tanto en el mercado nacional como en el

extranjero ya que en el 2008 el total de ejemplares vendidos fue de 34.313.516, mientras que en el 2017 fue de 36.803.003. (*Cómo está el sector editorial en Colombia, 2019*)

Según la Cámara Colombiana del Libro en Colombia está ocurriendo un fenómeno en el cual las editoriales han disminuido el número de ejemplares por cada edición de un libro, pero han aumentado el número de títulos publicados desde 2008. Por lo tanto, se puede ver que en este momento se publican más obras, pero en menores cantidades (*Cámara Colombiana del Libro, 2012*)

5. Objetivos estratégicos

- Contar con una red de más del 90% de cobertura entre librerías públicas, editoriales y librerías privadas.
- Alcanzar el mayor tráfico de compra del mercado de libros electrónicos en Bogotá.
- Lograr que el 40% de nuestros usuarios realicen un desembolso mínimo de \$20.000 pesos al mes.
- Mantener una calificación de 4.0 dentro de appstore como de playstore.
- Crear un branding propio con el cual nuestros usuarios se sientan identificados.
- Alcanzar una rentabilidad del 10% sobre la inversión inicial.

6. Objetivos tácticos

- Lograr una alianza con las siguientes bibliotecas públicas distribuidas en Bogotá:
 - La Victoria
 - Lago Timiza
 - El Tunal Gabriel García Márquez
 - Usaquén- Servitá
 - La Giralda

- lograr una alianza con dos de las principales librerías privadas del país como lo son: Panamericana y la Librería Nacional.

- Vincular dentro de las opciones de compra plataformas de libros Ebook como Play Store y Appstore.

- Establecer contacto con el Ministerio de Cultura para crear vínculos con bibliotecas públicas.

- Establecer los convenios pertinentes con la Librería Panamericana y Librería Nacional para acceder a su portafolio de publicaciones.

7. Objetivos Operacionales

- Crear cuentas empresariales en Twitter, Facebook e Instagram, donde se publicarán novedades de la aplicación, lanzamientos de libros y promociones en las grandes librerías y eventos de forma diaria.
- Crear cuentas en Twitter, Facebook e Instagram de la aplicación para la promoción de la misma e interacción directa con los usuarios.
- Promocionar la aplicación a través de influencers dedicados a la reseña de libros de habla hispana.
- Crear un sistema de FeedBack para que los usuarios reporten errores en la aplicación o problemas con adquirir el libro para que puedan ser corregidos rápidamente.
- Crear un sistema de servicio al cliente en donde el tiempo máximo de respuesta sea inferior a 72 horas.

8. Filosofía del negocio

Libri será una organización en donde se fomente el trabajo en equipo y cada opinión será escuchada y valorada para aportar valor a la empresa, y de esta manera fomentar la participación de todos los integrantes de Libri, generando así una cultura organizacional en donde todos sean escuchados para mantener la innovación y motivación al máximo.

Así mismo se quiere aportar con esta empresa un cambio cultural, en donde la lectura tome un lugar importante dentro de la vida de nuestros usuarios, ya que es bien sabido que la lectura trae muchos beneficios para quienes la practican de forma recurrente, y en consecuencia generar mayor calidad de vida en nuestros usuarios.

Nuestros Valores:

- **Solidaridad:** será el constante apoyo a los colaboradores de la organización, reconociendo las destrezas y habilidades profesionales para con ello crecer tanto como empresa como personalmente.
- **Respeto:** En Libri promovemos un trato digno y cordial a todos los miembros de la organización para cada una de la toma de decisiones siguiendo los fundamentos y normas de Libri.

- Lealtad: Es muy importante en la organización y significa pertenencia y confidencialidad en la información que maneja cada integrante.
- Compromiso: Realizar cada actividad responsablemente en torno a los beneficios y tareas generando buenos resultados siempre asumiendo grandes retos.
- Equidad: La equidad en cuanto al trato de las personas siempre será uno de los pilares para tomar decisiones dentro de Libri, ya que en esta empresa tendrán cabida todo tipo de personas sin importar su condición sexual o racial, ya que lo que valorará dentro de esta empresa serán las ideas de quienes la integran.
- Honestidad: Crear un entorno en donde no existe el temor a reconocer errores es importante, para así poder mejorar cada día aprendiendo de ellos, sin dejar de buscar siempre una mejora continua dentro de los procesos que se desarrollen dentro de Libri.

9. Know How

Las alianzas son el mayor diferenciador frente al mercado de aplicaciones enfocadas en la lectura, debido a la alianza con el Ministerio de Cultura donde se abren oportunidades enfocadas a la lectura gratuita, teniendo acceso hasta de 165 bibliotecas públicas en donde se encontrará un amplio catálogo de libros para satisfacción de cada usuario.

10. Concepto del producto o servicio

Libri es una organización destinada al fomento del hábito de la lectura a través de la búsqueda y recomendación de libros ajustándose a las preferencias del usuario, ya que estará conectada con bases de datos de bibliotecas públicas, casas editoriales y librerías de grandes superficies con el fin de contar con un catálogo amplio de géneros literarios, también la aplicación indicará el punto de venta o biblioteca pública en donde encontrará el libro deseado, una breve sinopsis del mismo, cuántas unidades quedan del producto y su valor en caso que desee adquirirlo.

Al ingresar a la aplicación por primera vez a todos los usuarios les pedirá crear una cuenta, ya que será necesario contestar unas preguntas, por ejemplo: ¿Qué género literario le llama la atención? o si tiene preferencias por un autor determinado, con el objetivo de encontrar cuales son las posibles lecturas de interés. La información suministrada será guardada en la cuenta, por lo que al ingresar una segunda vez no será necesario contestar las preguntas nuevamente.

Dentro de las preguntas que serán hechas en el primer inicio de sesión se indicará si ya ha leído anteriormente y de ser afirmativa la respuesta podrá señalar cuáles fueron dichas lecturas. El usuario tendrá la libertad de introducir la cantidad de libros leídos que desee, y con esto filtrar aún más las posibles nuevas lecturas, ya que se contará con información más específica respecto a autores y temáticas de interés.

Una vez creada la cuenta y contestadas las preguntas para personalizar sus preferencias, cada usuario contará con un perfil público en el cual tendrá la opción de “seguir” dentro del mismo, con el fin de poder conectar amigos, conocidos y personas de interés, y así saber qué libros han terminado, las calificaciones que han otorgado y las lecturas que tienen en la sección “para leer”.

En el menú de entrada el usuario se encontrará en la página principal de la aplicación, en donde podrá visualizar las lecturas recomendadas, una breve sinopsis de las mismas y los lugares en donde las podrá ubicar, tanto de forma gratuita por medio de las bibliotecas públicas, o paga en las librerías de grandes superficies tanto en formato físico o virtual. Los libros que le interesen dentro de la sección recomendados los podrá agregar a una lista de “para leer” que se encuentra dentro del perfil de la cuenta, y con lo que puede crear una base de datos de los libros que quiere leer en un futuro.

Para incentivar la lectura adicionalmente de recomendar lecturas de interés, la aplicación contará con un sistema de puntos que se explicará a continuación:

Los niveles serán de uno (1) “principiante”, dos (2) “amateur”, tres (3) “entusiasta” , cuatro (4) “lector” y cinco (5) “erudito”. El subir de nivel conlleva obtener beneficios como descuentos exclusivos en libros, descuentos exclusivos para eventos de cultura

(como la feria del libro), libros gratis y atención de consultas preferenciales; estas recompensas se irán obteniendo a medida que el usuario suba de nivel.

La forma en la cual se subirá de nivel es obteniendo experiencia y la cantidad para subir es la siguiente: uno (1) “principiante” es el nivel inicial y necesitará 500 de experiencia para subir al nivel dos (2) “amateur”, para el siguiente nivel será necesario obtener 1000 de experiencia, ya en el nivel tres (3) “entusiasta” para subir al siguiente se requerirá 1500, y por último de cuatro (4) “lector” a cinco (5) “erudito” necesitará 2000 de experiencia.

La experiencia se obtendrá al cumplir con tareas que serán llamadas en la aplicación “hitos”, y abarcaran actividades como: seguir a un amigo, tener 5, 10 y 15 libros en la “sección para leer”, terminar 1, 3, 5, 8, 10, 12, y 15 libros, rentar un libro de una biblioteca pública, comprar un libro, reseñar un libro (sistema que será explicado más adelante), recomendar la aplicación a un amigo, iniciar sesión en la página web, y al completar una de estas tareas ganará entre 50 y 200 de experiencia según la dificultad del logro alcanzado.

Los usuarios tendrán la oportunidad de calificar los libros con un sistema de puntuación de cinco estrellas siendo 1 “no recomendado”, 2 “no es para mí”, 3 “entretenido”, 4 “recomendado” y 5 “obra maestra”. Los usuarios podrán calificar el libro en cualquier momento y la recopilación de las calificaciones dadas por estos mismos serán mostradas

en cada libro calificado respectivamente. La aplicación también permitirá agregar aparte de la calificación un comentario respecto al libro, y los comentarios dados serán mostrados junto a las calificaciones.

A continuación, se detalla la interfaz del menú de opciones, que se encontrará al deslizar hacia la derecha en el menú principal; se abrirá una pestaña donde podrá encontrar las siguientes opciones:

- Ver perfil: Podrá ver las calificaciones que le ha otorgado a los libros, y los libros que ha agregado en “para leer”, también podrá en dicho apartado introducir el libro que está leyendo actualmente para indicar en qué página lleva la lectura.
- Seguidos: Aquí encontrará los perfiles de los usuarios a los cuales sigue, y al entrar en cada uno de ellos le mostrará las lecturas actuales que tenga cargado dicho perfil, las calificaciones que ha otorgado y las lecturas que tiene pendientes. Los usuarios que tengan más de 150 seguidores tendrán otro tipo de perfil público, el cual será llamado “mentor”, por lo tanto las calificaciones que otorgue a libros se mostrarán por encima de los demás usuarios, y también dentro de un perfil mentor tendrá un apartado exclusivos donde podrá colocar lecturas recomendadas para los otros usuarios.

- Ajustes: Podrá cerrar sesión, tener acceso a preguntas frecuentes en caso de algún problema con la aplicación y los términos y condiciones. Encontrará el correo que se asoció a la cuenta, cambio de contraseña y cambio de nickname.
- Sistema de puntos: En este apartado el usuario encontrará cuál es su avance en el sistema de niveles, cuales hitos ha alcanzado y cuáles tiene que realizar para poder avanzar de nivel con los respectivos beneficios que conlleva subir el sistema de puntos.
- Comunidad: Encontrará las últimas noticias del mundo literario y promociones en las librerías de grandes superficies.

11. Usos y manejo del producto o servicio.

Como se detalla anteriormente al realizar uso de la aplicación solo se requiere de contar con un Smartphone para hacer la descarga de la misma por medio de la tienda de aplicaciones (Play Store o Appstore) con la que cuente el dispositivo.

El manejo de libri será mediante una interfaz fácil y sencilla que será intuitiva para cada nuevo usuario que la adquiera, además contará con un layout que atrae a las personas para un uso continuo de la misma.

Igualmente gracias a las interacciones que se pueden dar, esto generará que exista una gran comunidad de lectores y la aplicación se haga más común entre nuevos interesados por la lectura y entre aquellos que ya cuentan con este hobby, brindándoles facilidad al momento de encontrar un libro, reseñarlo y compartirlo con la comunidad lectora.

12. Imagen y Marca

Libri, desea ser percibida por los usuarios como la aplicación líder N°1 en lectura y que realmente genere un hábito en ellos y aporte valor por medio de cada una de las actualizaciones y lo más importante que sea atractiva por la actualización de los catálogos de libros ofrecidos por cada una de las bibliotecas, editoriales y plataformas que hacen parte de Libri.

Igualmente al otorgar un fácil acceso a los libros de interés de cada usuario, se genera una gran experiencia al evitar la frustración y el trabajo en la búsqueda, por lo cual Libri será una gran marca reconocida por dar todos los elementos necesarios para que cada usuario cree el hábito de la lectura y lo refuerce día a día con esta aplicación de forma que cuando se tenga una conversación de libros lo primero que venga a la mente de los usuarios sea Libri.

13. Logo

Con el logotipo, lo que se desea es identificar la marca de Libri por medio de un símbolo que resalta entre los usuarios y que transmita un mensaje claro, el cual lo explicaremos a continuación:

El logo inicia por un búho, el cual a lo largo de la historia ha sido un símbolo de la lectura por su gran inteligencia y amplio conocimiento, estos animales siempre se ligan a una gran sabiduría, que es lo que se desea que se logre por medio de la lectura y por supuesto con Libri, por ello al tener un Buho, la imagen de las personas asocia de inmediato a sabiduría

En la siguiente parte se verá la palabra LIBRI, realizando alusión a la marca, con lo cual se desea transmitir que la aplicación está 100% encaminada a ayudar a las personas a encontrar sus lecturas deseadas, por lo tanto se buscó refugio en otros idiomas y se encontró que “Libro” en italiano es “Libri”, al ser una palabra altamente recordable, se estableció que con esta se identificaría el proyecto.



14. Slogan

Por medio del Slogan, lo que se desea es dar a conocer el valor de la marca Libri a los usuarios, y por supuesto que transmita el mensaje que se desea dar, por lo cual el slogan del Libri es:

“Nuevos mundos por conocer”

Debido a que se sabe que por medio de la lectura se tiene acceso a muchas historias, cuentos, fantasías, aventuras, conocimientos y demás, con este slogan se desea que al tener la aplicación las personas se retengan a conocer más de la lectura, y a si mismo que se motiven con cada una de las novelas o historias que pueden encontrar y así imaginar cada palabra descrita y conocer nuevos mundos plasmados en un texto.

15. Resumen de modelo de negocio

SOCIOS CLAVE	ACTIVIDADES CLAVE	PROPUESTA DE VALOR	RELACIÓN CLIENTES	SEGMENTO CLIENTES
<p>El Ministerio de Educación</p> <p>Librerías privadas</p> <p>Bibliotecas públicas</p> <p>Editoriales</p>	<p>Realización de alianza con las principales librerías.</p> <p>Promoción de la aplicación</p> <div data-bbox="459 968 724 1115" style="border: 1px solid black; background-color: #cccccc; padding: 5px; text-align: center;"> RECURSOS CLAVE </div> <p>El principal recurso sería el financiamiento.</p> <p>El alquiler de una base de datos para recopilar la información de cada librería.</p> <p>Un sistema de soporte para la aplicación.</p>	<p>Suplir la necesidad de la búsqueda de libros que no se encuentran fácilmente en cualquier librería por falta de ejemplares, además de recomendación de libros y un método de incentivos para promover la lectura.</p>	<p>Establecimiento de una comunidad dentro de la aplicación para recibir una retroalimentación y mejora de la misma.</p> <div data-bbox="984 968 1279 1115" style="border: 1px solid black; background-color: #92d050; padding: 5px; text-align: center;"> CANALES </div> <p>Mediante el uso de redes sociales como Facebook o Instagram, además de la utilización de métodos de promoción más convencionales como afiches en las principales librerías y por último un canal por el cual influencers promocionen la aplicación.</p>	<p>Libri está dirigido a personas de los 14 años en adelante, con la capacidad de tener un smartphone, de estrato 2 en adelante y que tengan afinidad o curiosidad por la lectura.</p>

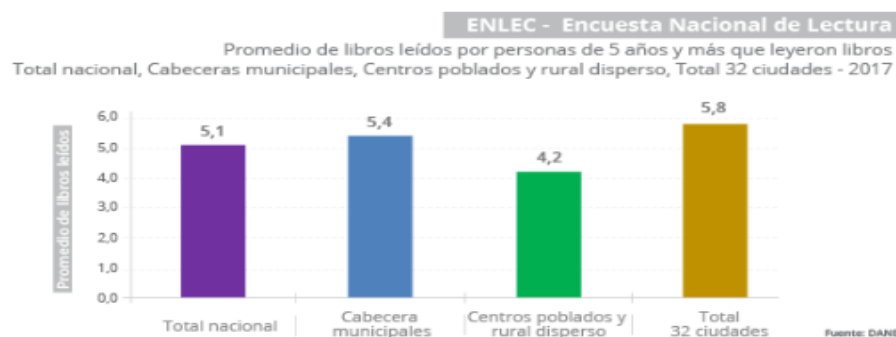
ESTRUCTURA DE COSTOS	FUENTES DE INGRESOS
<p>Costos fijos: los servidores para la base de datos y el programador para tener la aplicación funcionando ante cualquier eventualidad.</p> <p>Costos variables: fallas técnicas de la base de datos, fallas en la aplicación.</p>	<p>Publicidad mostrada en la aplicación</p> <p>Subsidios por parte del gobierno al promover sus distintas bibliotecas.</p> <p>Porcentaje por libros vendidos en librerías por medio de la app.</p>

16. Estudio de Mercado

16.1. Investigación del mercado - Presentación de resultado de la metodología aplicada

Para este proyecto se utilizó la encuesta ENLEC realizada por el DANE en el 2017 y publicada en el 2018, en donde se recopilaron datos respecto a cómo están evolucionando los índices de la lectura en Colombia, y es en este estudio donde se identificó la necesidad de brindar herramientas adicionales para ayudar a incrementar estos resultados.

5,1 libros es el promedio de libros leídos al año por personas de 5 años y más, que leyeron libros, en el total nacional



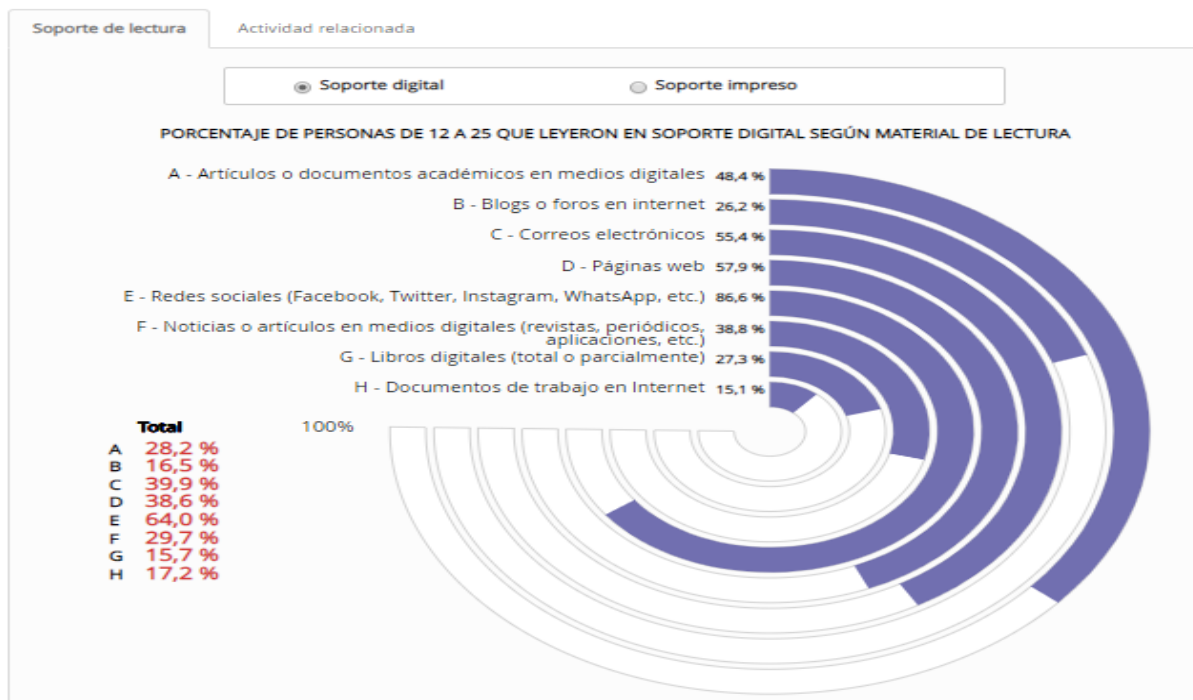
En 2017, en lectura impresa, lo que más leen las personas de 5 años y más, son libros: en el total nacional 51,7%, en las cabeceras municipales 52,4%, en los centros poblados y rural disperso 49,0% y en el promedio de las 32 ciudades 54,6%.

A continuación se detallará con gráficas los resultados relevantes de la encuesta ENLEC que fueron utilizados para determinar la población objetivo, y los canales que son necesarios para garantizar que los lectores obtengan todos los facilitadores necesarios para cultivar su hábito de lectura.

Hábitos de lectura de personas de 12 a 25

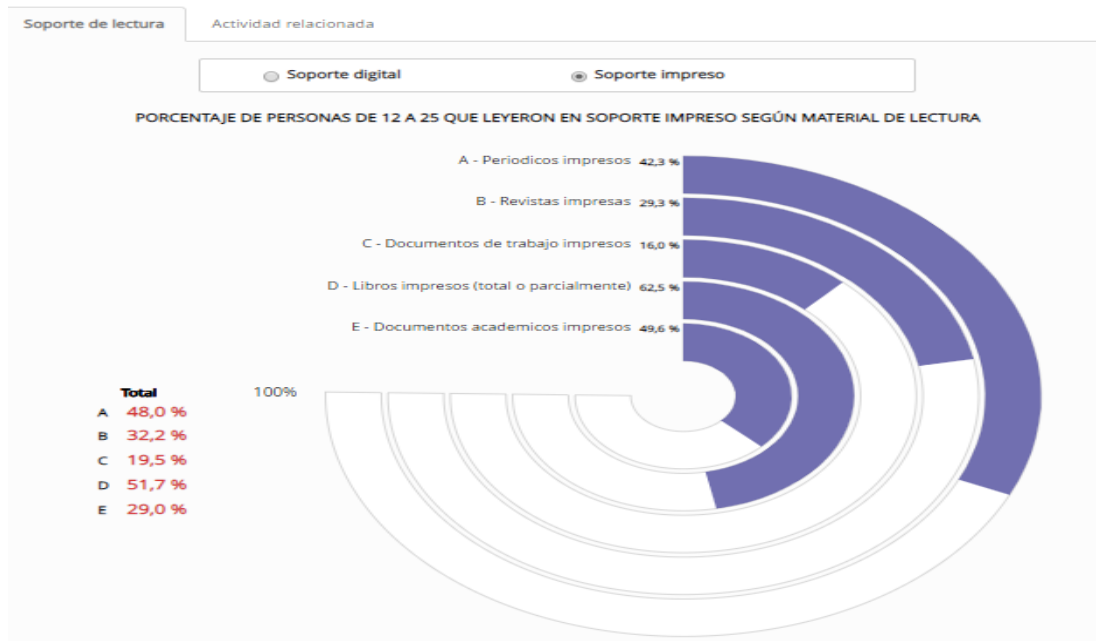
Hábitos de lectura de personas de 12 a 25*, Total nacional

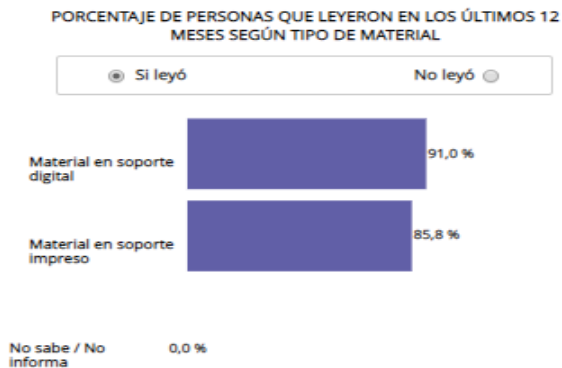
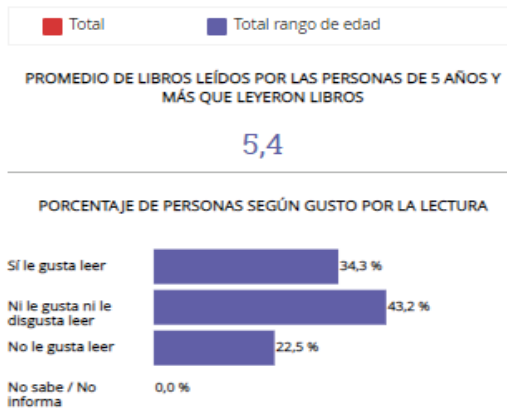
*Se excluyen las personas de 12 años y más que no saben leer y escribir



Hábitos de lectura de personas de 12 a 25*, Total nacional

*Se excluyen las personas de 12 años y más que no saben leer y escribir

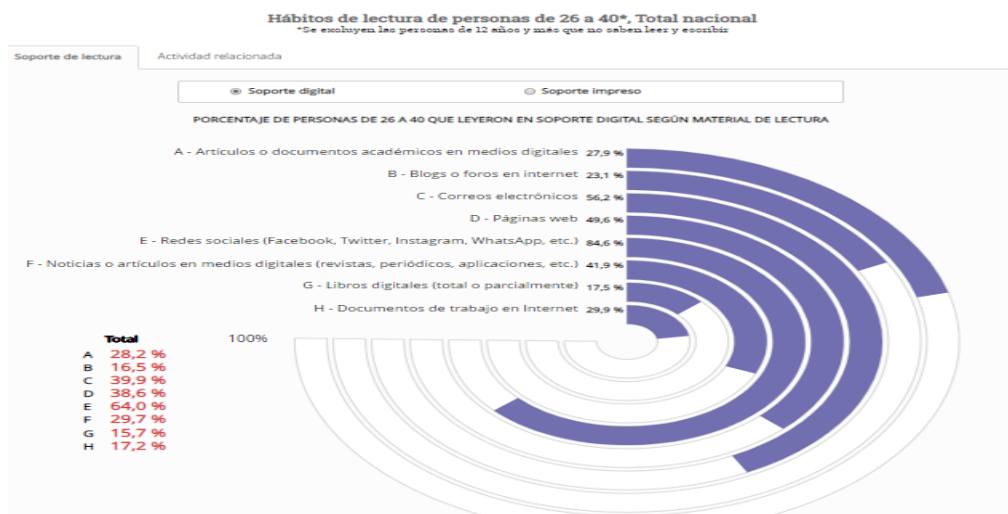




Fuente DANE - ENLEC 2017

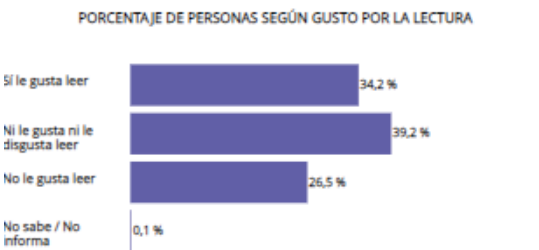
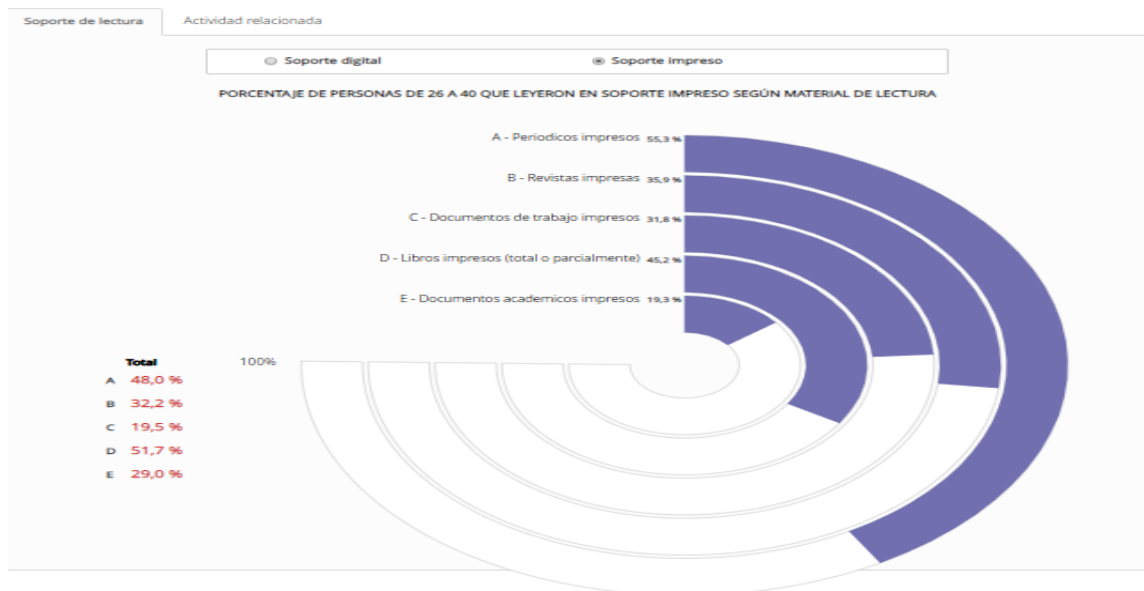
Fuente DANE - ENLEC 2017

Hábitos de lectura de personas de 26 a 40

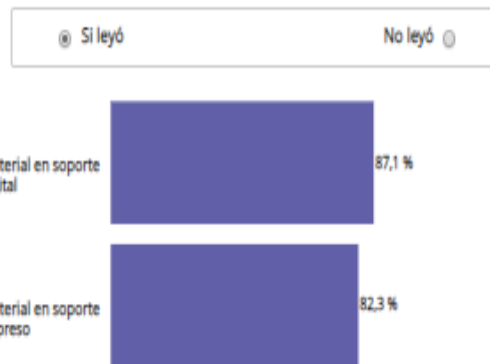


Hábitos de lectura de personas de 26 a 40*, Total nacional

*Se excluyen las personas de 12 años y más que no saben leer y escribir



PORCENTAJE DE PERSONAS QUE LEYERON EN LOS ÚLTIMOS 12 MESES SEGÚN TIPO DE MATERIAL

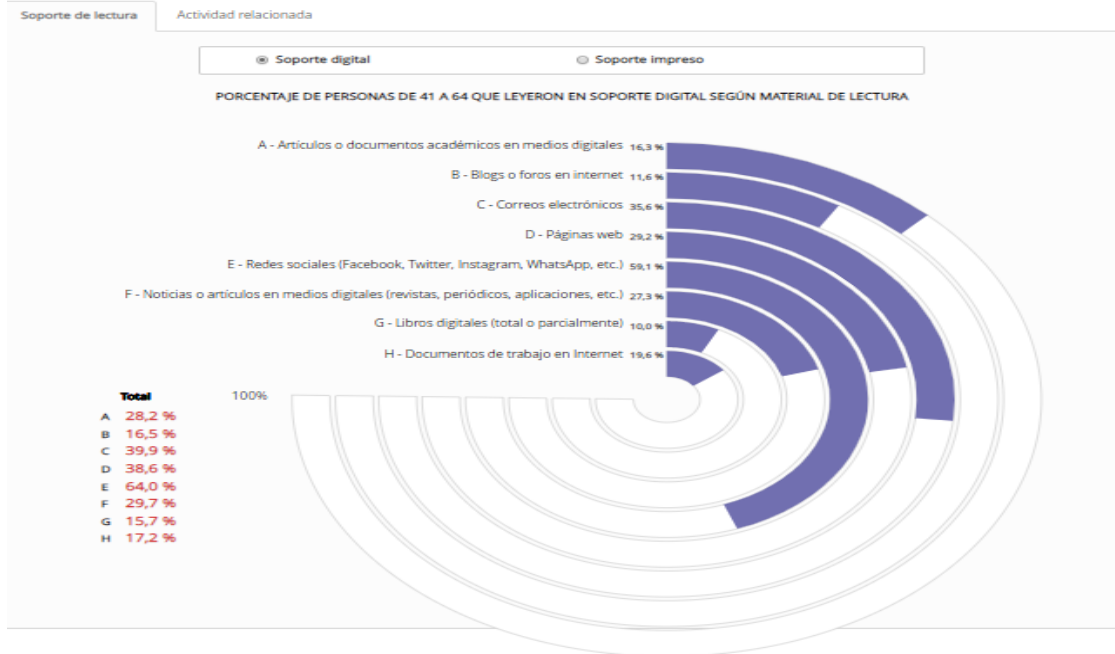


Fuente DANE - ENLEC 2017

Hábitos de lectura de personas de 41 a 64

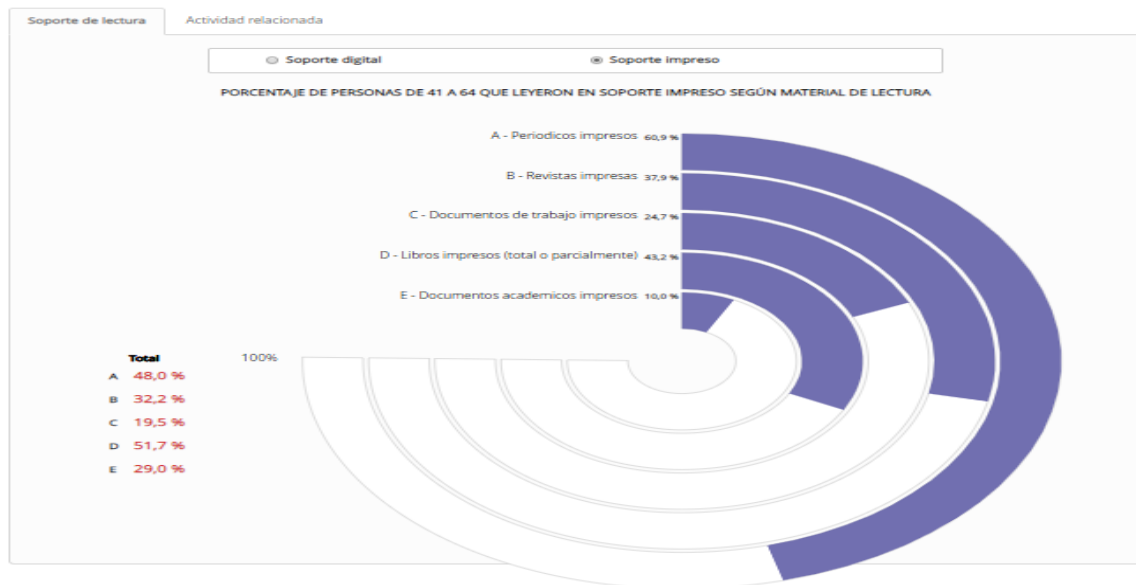
Hábitos de lectura de personas de 41 a 64*, Total nacional

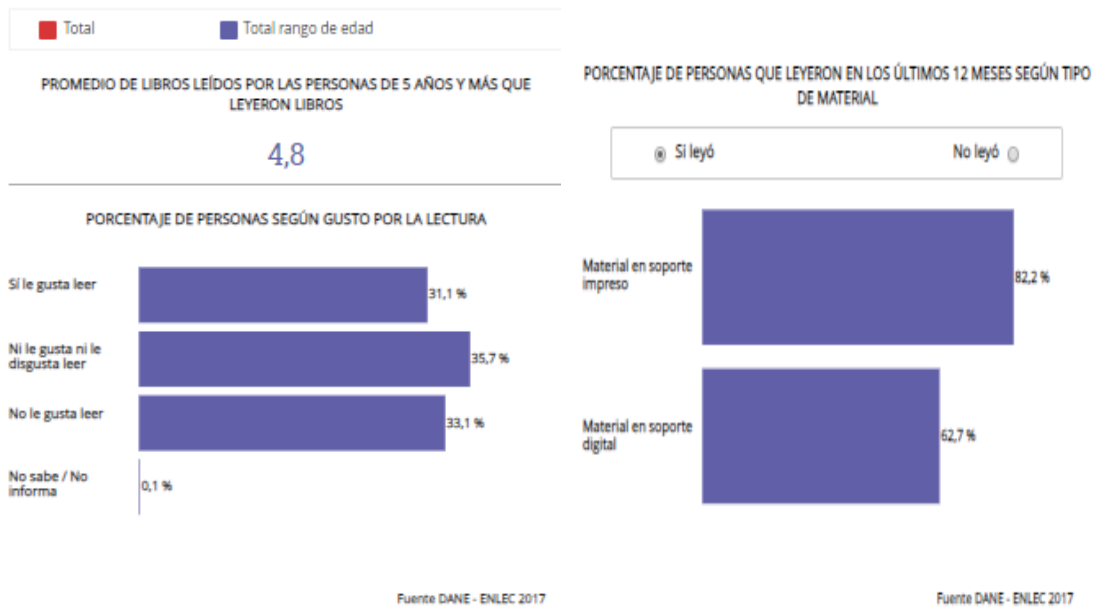
*Se excluyen las personas de 12 años y más que no saben leer y escribir



Hábitos de lectura de personas de 41 a 64*, Total nacional

*Se excluyen las personas de 12 años y más que no saben leer y escribir





16.2. Análisis de la demanda y determinación del nicho de mercado.

Para determinar el nicho de mercado al que se dirigirá Libri primero es necesario analizar el entorno en el que se desarrollara la aplicación, por lo tanto partiendo con la base del promedio en el cual una persona obtiene un smartphone y se comienza a formar hábitos de la lectura según la encuesta ENLEC es de los 12 años en adelante, partiendo de esta premisa se puede identificar desde dónde se quiere determinar el nicho de mercado.

Con la edad inicial determinada este proyecto se plantea tomar el nicho de mercado correspondiente inicialmente a Bogotá de la edad de 12 años hasta los 64 años, ya que es la franja de edades en donde se utiliza un smartphone por más tiempo y se lee con mayor frecuencia como lo indica el estudio de mercado. Una vez seleccionado el público al que

va ser dirigido la aplicación se determinará numéricamente a cuanto equivale la demanda.

(SerPadres.es, 2017)

La población objetivo son los habitantes que residen en Bogotá los cuales son 7.878.783 personas de las cuales se determinará el nicho de mercado siendo de acuerdo a las edades de las personas. El primer grupo tiene en cuenta hombres y mujeres residentes en Bogotá y con edades entre 12 y 25 años que según cifras del DANE son 1.917.504 de los cuales el 34,3% le gusta leer, es decir 657.703 personas entre esa edad. El segundo grupo lo conforman hombres y mujeres residentes en Bogotá con edades entre 26 y 40 años que según cifras del DANE son 1.908.286 de los cuales el 34,2% le gusta leer, es decir 652.633 personas entre esa edad. El tercer grupo lo conforma la población entre hombres y mujeres en Bogotá con edades entre 41 y 64 años que según cifras del DANE son 2.258.892 de los cuales el 31,1% le gusta leer, es decir 702.515 personas entre esa edad.

(DANE, 2015)

Esto da como resultado que entre todas las edades a las que va dirigida Libri (12 años a 64 años) corresponde a un total de 2.012.851 de personas, sin embargo a esto se debe restar el porcentaje de personas que no utiliza un Smartphone, según el Dane en una encuesta realizada en 2018 llamada “Indicadores básicos de tenencia y uso de Tecnologías de la Información y Comunicación” *(Ramos, 2018)* el 90,5 % de personas en Bogotá utilizan un teléfono inteligente por lo que al sacar este porcentaje, nuestro nicho de mercado quedaría determinado con esta población 1.821.630 personas.

16.3. *Determinación del precio.*

Libri por las características que propone para mejorar una problemática social no se le pondrá precio a las funcionalidades, sin embargo para que sea autosostenible se pondrá publicidad dentro la misma, de forma que con el flujo de usuarios se genere ingresos. Para poder integrar la publicidad dentro de la aplicación es necesario contar con terceros que ofrezcan paquetes publicitarios.

En este caso el proveedor de publicidad que se va a utilizar para Libri es Admob, ya que es una filial de Google y ellos dentro de los beneficios que ofrecen es que dan las herramientas necesarias para realizar la integración limpia con la aplicación, y se pueden seguir las estadísticas de ingresos a tiempo real. Dentro de la aplicación se mostrarán anuncios intersticiales, que son aquellos que se muestran a pantalla completa, pueden ser banners estáticos o vídeos que aparecerán cada vez que se busque un libro o se haga una acción determinada dentro de la app.

La forma en que se genera ingresos con publicidad in-app es con el RPM o CPM que significa en su traducción al español rendimiento por cada mil impresiones, por lo tanto cada mil visualizaciones de publicidad genera una cantidad de dinero dependiendo de en donde se encuentre el usuario que la ve. Esto es debido a que según la zona de origen de la visualización se paga más o menos siendo el acondicionador del ingreso el poder

adquisitivo de la misma, por ejemplo en Estados Unidos o algunos países de Europa como Suiza o Alemania se paga más por cada 1.000 vistas ya que son países con un PIB per cápita alto que se traduce en más poder adquisitivo, por esta razón las empresas que pautan en estas zonas pagan más que en comparación a Latinoamérica ya que los ingresos por persona son muy inferiores si se los compara con los países anteriormente mencionados.

La aplicación al ser dirigida con sus funcionalidades completas primeramente en Bogotá se debe de tener en cuenta que el CMP va a ser bajo, en comparación a otras zonas, ya que el CPM de Colombia ronda los 0,88 a un dólar cada mil visualizaciones, por lo tanto para que la app sea rentable debe de tener una cantidad de usuarios alta que ingresen a la aplicación de forma diaria, y es por esta razón que se creará un sistema de puntos que incentive a los usuarios a estar constantemente ingresando a la aplicación. (*Ticon.es, 2018*)

16.4. Pronóstico de ventas.

Para el pronóstico de ventas se concluyó que para el primer mes serán 2.500 descargas y a partir del segundo mes se mantendrá en esta cifra, y los usuarios que ingresaran de forma diaria será del 30% del total de las descargas del mes. Según lo explicado en la determinación del precio el valor pagado por cada 1.000 visualizaciones de publicidad

corresponde a 1 dólar en Colombia; Promedio el usuario observará 3 anuncios cada vez que ingrese a la aplicación, lo que se reflejaba en la siguiente gráfica:

Mes	descargas X mes	Acumulado descargas	usuarios diarios	Ingreso mensual x anuncio USD	Ingreso mensual x 3 anuncios US\$
1	2.500	2.500	750	23	67,5
2	2.500	5.000	1.500	45	135
3	2.500	7.500	2.250	67,5	202,5
4	2.500	10.000	3.000	90	270
5	2.500	12.500	3.750	112,5	337,5
6	2.500	15.000	4.500	135	405
7	2.500	17.500	5.250	157,5	472,5
8	2.500	20.000	6.000	180	540
9	2.500	22.500	6.750	202,5	607,5
10	2.500	25.000	7.500	225	675
11	2.500	27.500	8.250	247,5	742,5
12	2.500	30.000	9.000	270	810
Descargas	30.000			TOTAL	\$ 5.265,00

Por lo tanto esto deja que el total de descargas en el primer año corresponde a 156.000 y los ingresos generados son de 5.365 dólares, lo que significa en pesos colombianos un total de \$ 17.903.005 millones de pesos, si la tasa de cambio de un dólar a peso colombiano se mantiene en \$ 3.319 pesos.

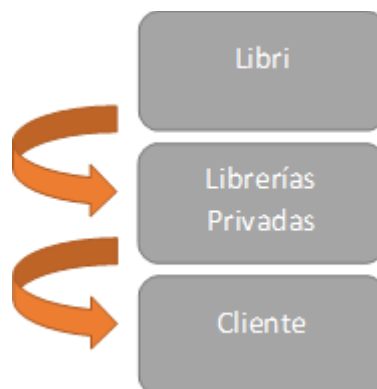
17. Plan de mercadeo

17.1. Estrategias de distribución

17.1.1. Distribución Indirecta:

Mediante las alianzas que se realizarán con las principales librerías privadas las cuales serán Panamericana y la Librería Nacional, se pretende dar visibilidad de la aplicación y distribución de la misma sin necesidad de muchos intermediarios para evitar reprocesos a nuestros usuarios, y de esta manera sea más sencillo que reciban la información y uso de la aplicación.

De esta forma se pretende que al poseer pocos intermediarios los costos bajen y que nuestro público objetivo obtenga la información de la aplicación de estas librerías ya que facilita el contacto con los clientes al estar recomendada por estas empresas.



17.1.2. Canal corto

Para Libri se implementará un canal de distribución corto (fabricante, minorista y consumidor) ya que no se requieren muchos intermediarios para el uso de la aplicación; por lo cual se utilizara el siguiente canal de distribución: Libri (aplicación), las bibliotecas o librerías y como tal el consumidor o lector que encuentra todo desde la aplicación según los datos cargados y actualizaciones.

La oferta de valor va dirigida desde el contenido ofrecido en la aplicación, nutrido con los catálogos que comercializan las editoriales y bibliotecas con las cuales se tenga un convenio, ofreciendo al consumidor este contenido por medio de la aplicación sin generar procesos ni trabajos con más de un intermediario.

17.2. Estrategias de promoción

Se buscará realizar la promoción de la aplicación de las siguientes formas:

Promoción de ventas: En la sección de comunidad y en el sistema de puntos dentro de la aplicación, se tiene planeado que al cumplir ciertos requisitos o en algunas ocasiones especiales como días globales en que se celebre algo referente a la literatura, se buscará ofrecer descuentos en libros en las plataformas de venta presenciales por medio de las bibliotecas privadas y en las online por medio de plataformas como BuscaLibre.

Eventos y experiencias: En eventos celebrados como la Feria del Libro se espera tener un stand en el cual se pueda dar a conocer la aplicación, también se busca realizar alianzas con las bibliotecas privadas y públicas para que exista publicidad dentro de las mismas respecto a “Libri” y así tener recordación de marca en los potenciales usuarios.

Relaciones públicas: La aplicación al tener un enfoque social buscará ayuda por parte del gobierno central, ya que dentro de su política pública está el incrementar los índices de cultura del país, por lo tanto se creará una realización estrecha con entes gubernamentales con el fin de habilitar espacios en donde se pueda divulgar la finalidad del proyecto.

Marketing directo: Los usuarios al ingresar en la aplicación les pedirá asociar un correo electrónico, por lo que se direccionará mensajes con los nuevos lanzamientos de libros, promociones, nuevas alianzas y eventos con el fin de tener una vía de comunicación directa con los usuarios registrados dentro de la aplicación.

17.3. Publicidad - Marketing

Mediante la utilización de los canales digitales como lo es el conjunto de la Social Media Marketing (SMM) la cual se refiere a el uso de las redes sociales tales como Instagram, Facebook, YouTube y Twitter en donde dan la opción de segmentar a las personas y a quienes van dirigidos los anuncios; desde luego se contará con la página web que tendrá Libri donde se expondrá los beneficios del uso de la aplicación, sus alianzas, actualizaciones y donde también se creará una comunidad de lectores donde podrán interactuar entre sí, también se podrá contar con el uso publicitario que ofrece el principal

buscador del mundo, Google, el cual mediante la opción Google ADS permitirá que al realizar alguna búsqueda con las palabras clave que se escojan tales como: libro, librería, lectura, Ebook etc. aparezca la página web de Libri entre las principales búsquedas relacionadas a dichas palabras clave, como también aparezca recomendado la aplicación que podrá descargar en su dispositivo Android .

Se tiene contemplado hacer uso de medios publicitarios relacionados al ATL (Above The Line) el cual se refiere a el uso de publicidad tradicional o masiva la cual abarcaría el uso de pancartas en las bibliotecas públicas y librerías privadas; así mismo contará con publicidad mediante el uso de Display Advertising el cual consiste en banners o anuncios pagados dentro de foros, páginas o aplicaciones.

La razón principal a escoger medios de promoción digitales es debido a que el mayor grueso del posible público objetivo transita por la red, por lo tanto, se estaría atacando directamente en medios en donde transitan los potenciales usuarios.

17.4. Fidelización

Dentro de la aplicación existirá un sistema de puntos con el cual se buscará generar una comunidad y con esto crear retención de navegación dentro de la aplicación y asimismo diferenciación de la competencia “Good Readers” ya que no cuenta con este sistema. En el programa de puntos se tendrá que subir de nivel para conseguir beneficios como

descuentos a libros, eventos y obtener funcionalidades beta, con lo que se busca que los usuarios de Libri tengan motivos para volver a ingresar a la aplicación.

El sistema de niveles tendrá hasta cinco y se obtendrán los puntos a través de completar tareas como completar libros, reservar un libro ya sea en una biblioteca pública o privada, por lo tanto se buscará crear distintas actividades para los usuarios para que así suban de nivel y obtengan cada vez mejores beneficios.

Por lo tanto con este programa se buscará crear una base de usuarios fieles que estén enganchados a la aplicación por los distintos beneficios que obtendrán a medida que utilicen “Libri” para proveerse de lecturas.

Además de lo anterior la comunidad lectora de Libri tendrá la posibilidad de alcanzar el estatus de “Mentor” el cual contará del beneficio de destacar las reseñas que realice sobre los libros que esté leyendo o que haya terminado, para así crear perfiles destacados con opiniones valoradas por los demás usuarios. Por lo tanto los clientes tendrán un incentivo adicional para terminar lecturas y reseñar libros con el fin de tener un reconocimiento por parte de la comunidad de la aplicación.

17.5. *Postventa - servicio al cliente.*

Para completar la oferta de valor que Libri da a sus usuarios, se genera un servicio Post venta con el cual se desea resolver inquietudes a los usuarios y con ello realizar una experiencia única con la aplicación hasta la adquisición del libro. Inicialmente se desea generar en la aplicación un apartado de preguntas posibles y frecuentes que se puedan buscar rápido y dar una solución lo más pronto posible.

Igualmente para casos específicos en los cuales se desee resolver un error en especial o una duda que no esté catalogada como frecuente, se desea implementar la opción de que los usuarios dejen su consulta en un E-mail, para que en el transcurso de máximo 72 horas se pueda dar una respuesta a los usuarios por medio de su correo registrado, resolviendo la duda específica y así poder solucionar cualquier error.

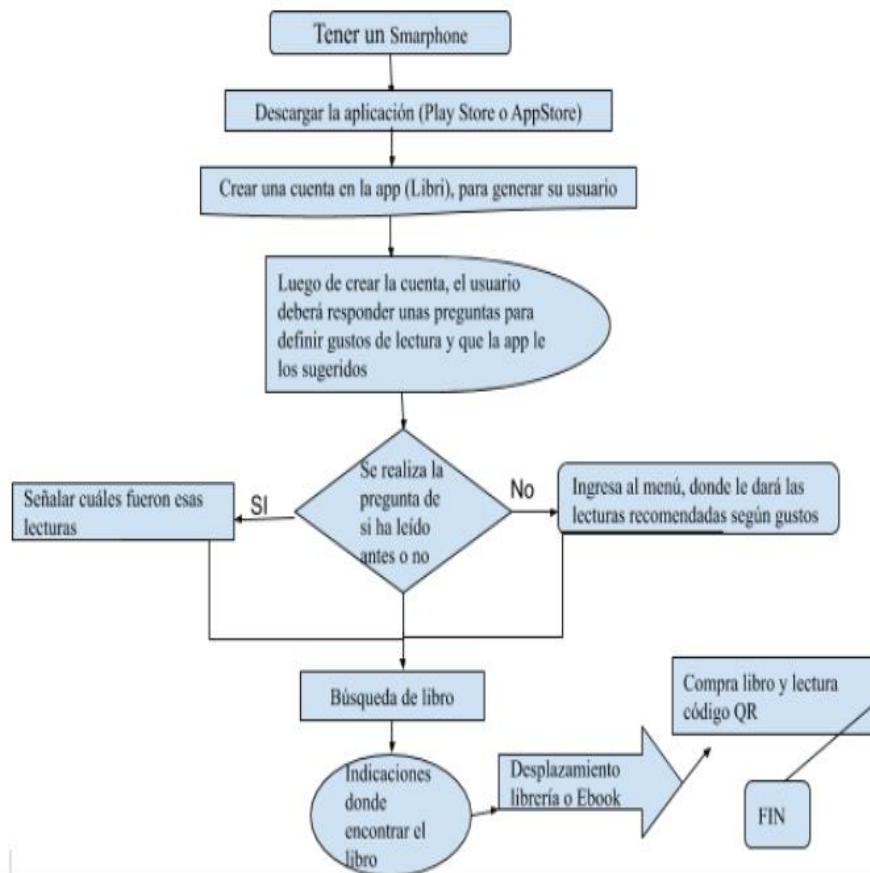
Con esto se desea generar un acompañamiento en todo el uso de la aplicación, generando soluciones efectivas para que los usuarios siempre prefieran quedarse en la aplicación y la puedan recomendar. Igualmente a medida de que la comunidad de la plataforma sea más grande, se puede pensar a futuro en tener otros medios de comunicación que facilite las dudas o uso de la aplicación y que con esto Libri pueda ser pionera en prestar toda la cadena de valor impecable a los usuarios.

Para ello se contará con un equipo pequeño que trabajará en resolver las dudas teniendo en cuenta la rapidez de la respuesta, responder con vocabulario claro y entendible por

todos es decir sin tecnicismos, un trato siempre personalizado, ya que se entiende que es un miembro de la comunidad.

18. Estudio de Operaciones

18.1. Descripción y formalización del proceso - Diagrama de flujo.



18.2. Distribución de planta e inversiones en infraestructura

El proyecto al ser un servicio prestado a través de plataformas digitales no contará con una planta física, ya que los servidores se van a tercerizar a Microsoft Azure por lo tanto

todas las reuniones que sean necesarias realizar se van a hacer por medio de herramientas gratuitas como skype o Hangouts. Esto es posible ya que se va a contar máximo con cinco personas, las cuales serian:

- Dos programadores, que pueden desarrollar remotamente y desde su computador personal.
- Tres personas encargadas de temas administrativos, cuyas tareas asignadas pueden ser consignadas en Google Drive.

Por lo tanto el proyecto al tener la particularidad de no contar con ningún componente tangible se decidió alquilar una oficina para reuniones extraordinarios una vez al año y todo será trabajado desde herramientas ofrecidas para hacer llamadas virtuales.

18.3. Costos operativos.

Este proyecto cuenta con la particularidad que funciona únicamente a través de servidores que deben estar prendidos las 24 horas del día los 7 días de la semana y los 12 meses al año, por lo tanto se va a contratar un servicio tercerizado para el hosting de servidores para que la aplicación funcione. Dentro de los oferentes que se encuentran en el mercado con este tipo de servicios se decidió que se va a realizar con Microsoft Azure quienes brindan un plan destacable de servidores.

Esto significa que dependiendo del consumo del servidor se realiza un cobro mensual lo que economiza el pago en los primeros meses de la aplicación ya que el consumo del servidor no será muy alto al no tener un número grande de usuarios.

Dentro del panel de control en Microsoft Azure se puede realizar una simulación de costos:

The screenshot displays the Azure Database for MySQL pricing calculator interface. It includes sections for Region, Compute, Storage, Backup, and Additional Security Copy Storage, each with a subtotal. A final Subtotal is shown at the bottom right.

Category	Configuration	Price
Region	Este de EE. UU.	
Level	Usos generales	
Compute	Gen 5, 2 vCore, 0,1752 US\$/hora	
Compute	1 Servidores × 1 Months	127,90 US\$
Storage	100 GB × 0,115 US\$ Por GB	11,50 US\$
Backup	GRS	
Additional Security Copy Storage	100 GB × 0,200 US\$ Por GB	20,00 US\$
Subtotal		159,40 US\$

Backup
REDUNDANCIA: GRS

Almacenamiento de copia de seguridad adicional

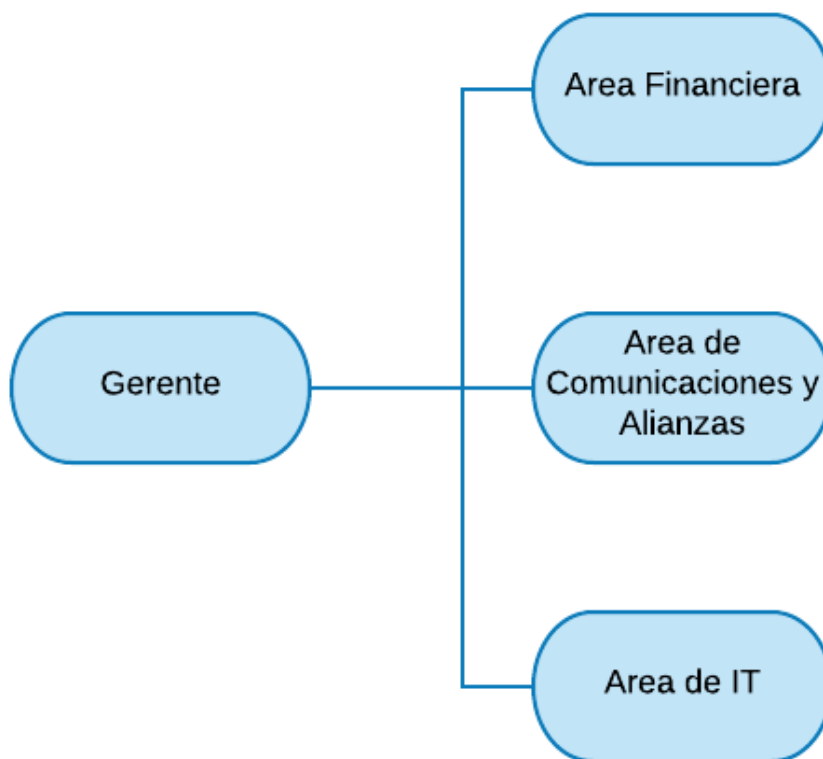
ⓘ No hay cargos adicionales por el almacenamiento de copia de seguridad hasta el 100 % del total de su almacenamiento aprovisionado. El almacenamiento de copia de seguridad no se cobrará hasta el 1 de noviembre de 2018.

18.4. Inversiones en capital de trabajo.

Para el desarrollo de la aplicación será necesario contar dos programadores quienes se tardarían aproximadamente cinco meses, por lo tanto, al ser un tiempo corto la forma de realizar la contratación será por prestación de de servicios. El valor de cada contrato se contempla en 21.000.000 por cinco meses, en donde se realizarán pagos de forma mensual por valor de 4.200.000 hasta la liquidación del mismo

19. Estudio Organizacional

19.1. Organigrama



19.2. Descripción del cargo y manual de funciones.

19.2.1. Gerente General

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO
--

Ciudad	Bogotá D.C.
PUESTO DE TRABAJO	Gerente General
PERSONAS A CARGO:	Área financiera, área de comunicaciones y alianzas; área IT (Tecnología informática)

OBJETIVO DEL PUESTO

Garantizar que se realicen oportuna y eficazmente todas las actividades para cumplimiento de las metas y procesos administrativos, contables y operativos, igualmente contratos a integrantes y regulación de la parte legal de Libri.

ENTRENAMIENTO REQUERIDO PARA EL DESEMPEÑO DEL PUESTO DE TRABAJO

Manejo de conflictos y negociación.
 Actualización en temas de contratación.
 Manejo de sistemas de información
 Liderazgo de equipos de trabajo.
 Actualización tributaria y financiera.

RESPONSABILIDADES	FUNCIONES
--------------------------	------------------

EJECUTIVAS	<ul style="list-style-type: none"> ● Informar mensualmente o cuando él lo solicite, sobre los diferentes estados de tesorería, de cuentas y balances. ● Presentar a la organización los planes, programas y proyectos encaminados al logro del objetivo de Libri.
ADMINISTRATIVAS	<ul style="list-style-type: none"> ● Llevar, manejar y conservar las actas de reuniones. ● Llevar, manejar y conservar los libros contables de Libri, la correspondencia y demás documentos. ● Administrar los equipos de Libri.
FINANCIERAS	<ul style="list-style-type: none"> ● Manejar la tesorería consiguiendo fondos para financiar los faltantes o efectuando inversiones de corto plazo con los excedentes resultantes ● Velar porque la contabilidad de Libri se lleve en forma actualizada y eficiente y velar para que se produzcan cumplidamente los balances de cada ejercicio contable.
DE GESTIÓN HUMANA	<ul style="list-style-type: none"> ● Dirigir y responder por todos los procesos y programas de Gestión Humana como reclutamiento, Selección, Contratación, Inducción, Entrenamiento, Capacitación y Desarrollo, Evaluación del Desempeño, Promoción y

	<p>Ascenso y Desvinculación del personal.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dirigir, coordinar, supervisar y controlar a todos los empleados de Libri.
--	--

19.2.2. Área financiera y contable

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO

Ciudad	Bogotá D.C.
PUESTO DE TRABAJO	Financiera y contable Libri

OBJETIVO DEL PUESTO

Garantizar que se realicen oportuna y eficazmente todos los pagos de Libri (servicios públicos, arriendos, nómina, proveedores, contratistas y demás), los Comprobantes Contables y el control y seguimiento a las Cuentas Bancarias, presupuesto y demás.

ENTRENAMIENTO REQUERIDO PARA EL DESEMPEÑO DEL PUESTO DE TRABAJO

Manejo de Bancos

Pagos en general

Manejo de libro diario contable

Manejo de Flujo de caja

Control en presupuesto

RESPONSABILIDADES	FUNCIONES
-------------------	-----------

COMERCIALES	<ul style="list-style-type: none"> ● Identificar clientes potenciales (empresas y organizaciones) para vender los servicios ofrecidos.
ADMINISTRATIVAS	<ul style="list-style-type: none"> ● Participar en la realización de estudios técnicos, elaboración de informes, propuestas y recomendaciones. ● Preparar y presentar los Informes de Seguimiento de la Unidad financiera y contable. ● Diseñar instrumentos para llevar registros y controles que faciliten la administración, la optimización y el seguimiento a los proyectos.
FINANCIERAS	<ul style="list-style-type: none"> ● Realizar la gestión de preparación y coordinación de los presupuestos referente a las operaciones corrientes como de

	inversión y financiación a largo plazo.
--	---

19.2.3. Área comunicaciones y alianzas

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO
--

Ciudad y fecha	Bogotá D.C.
PUESTO DE TRABAJO	Área de comunicaciones y alianzas

OBJETIVO DEL PUESTO
Concretar alianzas y convenios que tendrán como objetivo principal la búsqueda de productos y servicios que satisfagan necesidades personales, familiares, profesionales, culturales, sociales, de bienestar y de desarrollo personal en cada uno de los usuarios, igualmente por medio de las diferentes estrategias de comunicación y marketing, y responder por la gestión comercial de Libri.
ENTRENAMIENTO REQUERIDO PARA EL DESEMPEÑO DEL PUESTO DE TRABAJO
Manejo de etiqueta y protocolo. Actualización en temas de ventas de servicios.

Relaciones Públicas

Manejo de sistemas de información

Liderazgo de equipos de trabajo.

RESPONSABILIDADES	FUNCIONES
-------------------	-----------

<p>COMERCIALES</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Proponer y desarrollar mecanismos que permitan establecer las necesidades de los usuarios que podrían ser satisfechas a través de Libri.. ● Definir y comercializar el Portafolio de Servicios de Libri. ● Controlar y hacer seguimiento y mantenimiento a los convenios existentes. ● Dar a conocer los convenios orientados a los usuarios. y obtener su retroalimentación respecto a los mismos. ● Diseñar, planear, desarrollar y evaluar los servicios (calidad, receptividad, oportunidad, etc.). ● Realizar estrategias de promoción de los servicios (comunicación, publicidad, etc.). ● Mantener activas las publicaciones escritas y electrónicas con la presentación de los servicios y convenios. ● Velar y responder por el cumplimiento de las metas,
--------------------	--

	<p>indicadores, planes y programas del área.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Apoyar a la Gerencia general, con el fin de gestionar y establecer vínculos con instituciones de nivel regional, nacional, para desarrollar alianzas estratégicas encaminadas a compartir recursos, metodologías y resultados que potencien a libri.
FINANCIERAS	<ul style="list-style-type: none"> ● Establecer reuniones con el área financiera para determinar los costos a implementar en cada una de las estrategias.

19.2.4. Área de IT

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO

Ciudad	Bogotá D.C.
PUESTO DE TRABAJO	Soporte IT

OBJETIVO DEL PUESTO

Inspeccionar y ejecutar actividades de mantenimiento correctivo y preventivo en la infraestructura de IT a los usuarios mejorando la productividad de tareas laborales, partiendo desde el funcionamiento de cada máquina, aplicación y/o herramienta que sea necesaria y respaldando funcionamiento de las mismas.

ENTRENAMIENTO REQUERIDO PARA EL DESEMPEÑO DEL PUESTO DE TRABAJO

Técnico en sistemas y administración de redes.

Especialista en tecnologías de Informática.

Operación y mantenimiento de equipos de almacenamiento

RESPONSABILIDADES**FUNCIONES****ADMINISTRATIVAS**

- Realizar mantenimientos preventivos y/o correctivos que impliquen afectación del servicio.
- Garantizar el funcionamiento de los equipos informáticos de Libri.
- Realizar copias de respaldo de información que se tenga en Libri, como algo preventivo.
- Realizar soporte sobre los equipos y demás requerimientos que surjan para el cumplimiento de las labores con respecto a

	las tecnologías de la información.
GESTIÓN HUMANA	<ul style="list-style-type: none"> • Socialización de Sistemas de información de la compañía.

19.3. *Requisitos legales del proyecto*

Para el proyecto se estiman las siguientes reglamentaciones:

- Por parte de la Cámara de Comercio, se solicitan datos mínimos para cualquier proyecto, los cuales son:
 - Registro como persona Jurídica (Libri)
 - Definir actividad económica: Actividades de desarrollo de sistemas informáticos (planificación, análisis, diseño, programación, pruebas), código CIU: 6201.
 - Formulario RUES.
 - RUT de la empresa o persona jurídica encargada.
 - Abrir una cuenta bancaria para la empresa.
- Igualmente para los proyectos como aplicaciones o de tecnologías de la información existen otro tipo de reglamentaciones o normas a seguir para la evaluación del proyecto y su ejecución, las cuales son las siguientes:
 - Ley 1581 de 2012. Disposiciones Generales Para la Protección de Datos Personales; Esta norma establece principios para el tratamiento de los datos

personales, donde se aclara al dueño de dichos datos el tratamiento y finalidad que se le dará a la información suministrada.

19.4. Gastos administrativos

El capital humano que requeriría Libri para su desarrollo y posteriormente para para su sostenimiento en el tiempo es el siguiente:

Programadores: los programadores será la persona la cual se contratará para el desarrollo de la aplicación y consecutivamente después de culminado el desarrollo, será la persona encargada de realizar corrección de errores que surjan en la app, así como la introducción de actualizaciones a la aplicación.

Gerente general: Será la persona encargada de garantizar que se realicen oportuna y eficazmente todas las actividades para cumplimiento de las metas y procesos administrativos, contables y operativos, igualmente contratos a integrantes y regulación de la parte legal de Libri.

Cargos	Salario	Auxilio Transporte	8,50%		12%		4%		2%		3%		8,33%		1%		8,33%		4,16%		Total
			Salud	Pension	ARL Riesgo 1	Caja de compensacion	Sena	ICBF	Cesantias	intereses de cesantias	Prima de servicios	Vacaciones									
Gerente general	\$ 828.116	\$ 97.032	\$ 70.390	\$ 99.374	\$ 4.323	\$ 37.006	\$ 16.562	\$ 24.843	\$ 77.064,83	\$ 770,65	\$ 77.064,83	\$ 34.449,63	\$ 1.366.996								
Gerente Comunicaciones y alianzas	\$ 828.116	\$ 97.032	\$ 70.390	\$ 99.374	\$ 4.323	\$ 37.006	\$ 16.562	\$ 24.843	\$ 77.064,83	\$ 770,65	\$ 77.064,83	\$ 34.449,63	\$ 1.366.996								
Gerente Financiero	\$ 828.116	\$ 97.032	\$ 70.390	\$ 99.374	\$ 4.323	\$ 37.006	\$ 16.562	\$ 24.843	\$ 77.064,83	\$ 770,65	\$ 77.064,83	\$ 34.449,63	\$ 1.366.996								

Gerente financiero: Será la persona encargada de llevar a cabo todas las actividades financieras de Libri, informes, pagos y demás, en este caso se contará con un contrato por horas y días en los cuales deberá realizar su trabajo, en este caso el gerente financiero trabajará 96 horas al mes, es decir un salario mensual por: \$400.000.

Gerente comunicaciones y alianzas: Será la persona encargada de llevar toda la parte comercial de Libri y todos los convenios que se realicen para el funcionamiento de Libri, esta persona trabajará 120 horas al mes con un costo de \$500.000 mensual.

Gerente de Tecnologías de la información: Será la persona encargada de desarrollar la aplicación y de velar por el buen funcionamiento de la misma y de toda la tecnología que se maneja en Libri, igualmente tendrá un contrato por horas, para validación de servidores y demás, se contempla que la persona trabajará 48 horas al mes por un costo de \$840.000 al mes.

19.5. Metodologías de Motivación

Para libri los trabajadores que hagan parte de su equipo de trabajo serán la fuerza primordial, por lo tanto se enfocará en brindar todas las herramientas y posibilidades que estén al alcance para tener a todo el personal en condiciones óptimas en pro de desarrollar las tareas que forma eficiente.

El empoderamiento será una de las metodologías que se aplicarán en mayor medida para motivar a los colaboradores de Libri, esto es debido a que una persona empoderada está dispuesta a realizar las tareas asignadas no por obligación, si no por un deseo de aportar a la organización, ya que sentirá que las metas organizacionales cumplidas serán como logros personales alcanzados, al ser este parte indispensable para cumplirlas.

Por lo tanto constantemente se realizarán reuniones donde se den actualizaciones de como va la organización y se crearán espacios en donde los colaboradores puedan expresar inquietudes e ideas respecto al rumbo o proyectos de Libri. Con esto también es necesario enfocar en los equipos de trabajo que se creen dentro de la empresa espacios en donde los integrantes puedan ser parte activa de los proyectos que se ejecuten.

Otro factor en las metodologías de motivación dentro de Libri serán la creatividad e innovación, por lo tanto cualquier idea aportada por los trabajadores será considerada, de igual forma ninguna idea será descartada para así crear una cultura organizacional en donde no exista miedo al fracaso. Y con esto desarrollar un ambiente de trabajo en donde se generen constantemente ideas que puedan mejorar los procesos que se ejecuten dentro de la organización.

El reconocimiento también será parte importante dentro de la cultura de motivación en Libri, ya que el personal sentirá que sus aportes son valorados y reconocidos, y así poder destacar las buenas prácticas realizadas por el personal. Con el reconocimiento público y

por el jefe inmediato se implementarán recompensas extrínsecas como ascensos y horarios flexibles, de forma que el esfuerzo sea recompensado para las personas que dan lo mejor de sí y están en busca de la mejora constante.

19.6. *Mecanismos de Liderazgo*

Dentro de las metodologías estudiadas se planteó que las que más se acoplan a la visión que se tiene del clima de trabajo dentro de la organización Libri son las siguientes mecanismos:

- **Líder carismático:**

En lo propuesto por el mecanismo del líder carismático se indica que este estilo de liderazgo debe ser ejercido por personas que poseen características de directivos extraordinarios y que inspiran a trabajar con coraje y responsabilidad, también deben de poseer unas fuertes bases intelectuales y tiene como prioridad el bienestar de sus colaboradores. Este mecanismo de liderazgo se concibe en el personal cuando perciben ciertos comportamiento y habilidades en la persona que está a cargo de los grupos de trabajo y así estos le atribuyen cualidades de una persona comprometida, razonable, eficaz y resolutiva, y es en este escenario cuando se genera al líder carismático. Los ejemplos reales de esta metodología de liderazgo se encuentran personas como John F. Kennedy, Steve Jobs (Apple Computers) y Vicente Fox.

El líder carismático, debe de ser percibido por sus colaboradores como alguien sabio sin temor a equivocarse, lleno de conocimiento, audaz y con unos fuertes valores que los muestre a cada una de las facetas de su vida con los cuales facilite en trabajo en los equipo. También se le debe de atribuir cualidades propositivas, en donde siempre aporta ideas y un nuevo enfoque para la solución de un problema, y siendo igual de importante que pueda transmitir sus ideas de forma clara para aportar sus atribuciones a todo el equipo de trabajo.

Para que el mecanismo de líder carismático se pueda llegar a dar dentro de la organización entre el jefe y los seguidores se tiene que formar un estrecho lazo de confianza en donde se da un fenómeno psicológico de “transferencia” que ocurre cuando el personal deposita plena confianza en su líder. Los líderes carismáticos deben de contar con un alto sentido del deber con la organización, por lo tanto deben de compartir sus metas personales con las de la empresa para que de esta forma exista un compromiso real.

Otro de los mecanismos de liderazgo que se quiere implementar dentro de Libri es el siguiente:

- **Liderazgo Transformacional:**

Este mecanismo de liderazgo se logra cuando los líderes despiertan es uns colaboradores sus mejores facultades que están encaminadas a la mejora de trabajo en equipo y realización de procesos, así logrando incrementar la confianza y deseos de trabajar en la

organización, lo que generar con el tiempo es una transición gradual del personal de concebirse como individuos que trabajan para alcanzar logros personales no relacionados con los demás a un grupo de trabajo unido que trabaja en pro de alcanzar las metas organizacionales propuestas.

Según lo expuesto por Bass y Avolio (1990), esta clase de metodología de liderazgo logra dar resultados cuando corren los siguientes escenarios: Los líderes son mentores para sus colaboradores y son un modelo a seguir; Los jefes pueden entender las necesidades de cada una de las persona que tiene a cargo por lo tanto puede satisfacerlas de manera particular según el colaborador; y son un catalizador para estimular la búsqueda de conocimiento de sus subordinados. Por lo tanto los escenarios anteriormente descritos representan los componentes esenciales del liderazgo transformacional.

22.1 Indicadores de gestión.

Los indicadores de gestión que se utilizarán para controlar los aspectos que intervienen en libri serán los siguientes:

Objetivo	Indicador	Unidad de medida	Objetivo	Frecuencia de medicion	Optimo	Tolerable	Deficiente	Resultado	Responsable
Garantizar la sostenibilidad del negocio.	Incremento de capital	Porcentaje	20%	Anual	20%	15%	10%		Gerente Financiero
Mejorar los ingresos de las unidades de negocio.	Participacion en ventas de libros con alianzas	Porcentaje	10%	Anual	10%	8%	5%		Gerente general
Incrementar la satisfacion de los clientes.	Satisfacion del cliente	Porcentaje	75%	Bimensual	75%	65%	55%		Gerente de marketing
Mejorar la calidad de atencion.	Quejas	Porcentaje	5%	mensual	5%	8%	10%		Gerente de marketing
Facilitar la gestion del capital humano.	Satisfaccion laboral	Porcentaje	80%	Anual	80%	75%	65%		Gerente general
Monitorear la cantidad de descargas realizadas.	# Descargas	Porcentaje	50%	mensual	50%	45%	40%		Gerente IT
Mantener actualizado la cantidad de producto disponible.	Cantidad de inventario	Porcentaje	80%	mensual	80%	75%	65%		Gerente Financiero
Incrementar la retencion en la aplicación.	Refencion en la app	Porcentaje	30%	mensual	30%	20%	10%		Gerente IT
mantener interacion en redes sociales	interacion en redes sociales	Porcentaje	80%	mensual	80%	70%	65%		Gerente de marketing
Garantizar fucionamiento de la aplicación.	Tiempo en linea	Porcentaje	100%	mensual	100%	95%	90%		Gerente IT
Minimizacion de errores en la aplicación.	Funcionamiento de la aplicación	Porcentaje	100%	mensual	100%	95%	90%		Gerente IT

- Incremento de capital: Este indicador se refiere a mantener la sostenibilidad del negocio así como tener un porcentaje óptimo de utilidad al año correspondiente al 20%.
- Participación en ventas de libros con alianzas: Con este indicador se pretende mejorar la cantidad de participación de ventas de nuestras alianzas mediante la utilización de la aplicación libri.
- Satisfacción del cliente: Al realizar la medición de la satisfacción de los clientes nos permite realizar ajustes en el servicio que presta libri, y conocer la opinión y/o percepción que se tiene de la aplicación.
- Quejas: Al medir las quejas realizadas por los usuarios de libri, se pretende realizar mejoras que respondan a dichas quejas y que los usuarios se sientan escuchados y satisfechos.
- Satisfacción laboral: Se pretende que se tenga una Satisfacción laboral óptima donde cada empleado se sienta agusto de pertenecer a libri.
- Descargar: este indicador es muy importante dado a que pretende medir la cantidad de descargas que se realizan mensualmente.

- Cantidad de inventario disponible: Se pretende realizar control del inventario disponible por parte de las alianzas para tener en tiempo real los productos disponibles para adquisición mediante el uso de la aplicación.
- Retención en la aplicación: Este aspecto medir es importante para la sostenimiento del modelo de negocio dado a que a mayor retención de personas en la aplicación más cantidad de anuncios recibirá el usuario y por ende se incrementan los ingresos por publicidad.
- Interacción en redes sociales: Al tener una red social activa se pretende crear una comunidad en torno a la aplicación con lo cual se puedan reducir brechas entre los usuarios y la empresa, y con esto asegurar el buen nombre de Libri.
- Tiempo en línea: El objetivo es que la aplicación no sufra de ninguna caída por servidores, por lo que se fija este indicador para asegurar que en caso de eventualidad sea vital resolverlo cuando lo más pronto posible.
- Reducción de errores: Lo que se busca con este indicador es tener al mínimo los errores en la programación para mantener funcionando al 100% todas las funcionalidades de la aplicación y así no generar malas experiencias a los usuarios.

20. Estudio financiero

20.1. Presupuesto

En el siguiente presupuesto se establece los posibles gastos que tiene el proyecto a nivel mensual y anual para su funcionamiento.

Presupuesto	Mensual	Al año
Salarios	\$3.106.996,00	\$33.083.952,00
Contratos	\$8.400.000,00	\$42.000.000,00
Publicidad	\$1.939.700,00	\$23.276.400,00
Oficina	-	\$114.000,00
Servidor	\$179.335,84	\$1.255.350,88
Servidor base de	\$501.392,16	\$3.509.745,12
Inscripcion anual	-	\$410.068,00
Inversiones en	-	\$600.000,00
Licencias	\$83.333,33	\$1.000.000,00
Total	\$14.210.757,33	105.249.516,00

20.2. Supuesto Probable

En el supuesto, se determinan los ingresos y egresos que se pueden generar en el escenario mas probable que puede tener el proyecto para determinar los gastos e ingresos que se establecen en este escenario los 5 años proyectados con datos probables; en la columna izquierda se ve en detalle de cada cifra, a que pertenece y como se calcula.

Supuestos Escenario Probable	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS					
Mercado objetivo	1.129.410	1.129.410	1.129.410	1.129.410	1.129.410
% de usuarios	2,66%	5,31%	10,63%	21,25%	42,50%
Numero de usuarios incrementa el 100% cada año	30.000	60.000	120.000	240.000	480.000
Numero de usuarios mensuales	2.500	5.000	10.000	20.000	40.000
Valor de impresiones x cada 1000 usuarios 1USD, ve 3 anuncios.	\$10	\$10	\$9	\$9	\$10
TRM proyectada	\$3.275	\$3.350	\$3.105	\$3.128	\$3.194
IPC	3,26%	3,51%	3,51%	3,51%	3,51%
% usuarios que compran un libro	26,60%	26,60%	26,60%	26,60%	26,60%
valor promedio del libro en pesos	\$46.941	\$48.589	\$50.294	\$52.059	\$53.887
% de comision por venta pagaderas MV	2,6%	2,6%	2,6%	2,6%	2,6%
Ingreso mensual por impresiones	\$1.436.906	\$4.183.313	\$7.754.738	\$15.624.360	\$31.911.390
Ingreso mensual Comisiones	\$811.610	\$1.680.195	\$3.478.339	\$7.200.858	\$14.907.216
prestamos recibidos	\$30.000.000				
EGRESOS					
Gastos Servicios					
Plan movil gerencia Comunicacion y alianzas	\$115.000	\$119.037	\$123.215	\$127.540	\$132.016
Plan movil area TI	\$115.000	\$119.037	\$123.215	\$127.540	\$132.016
Gastos de oficina virutal (Todo incluido) Final de año	\$114.000	\$114.000	\$1.000.000	\$1.000.000	\$1.000.000
Gastos personal					
Contrato programadores desarrollo de la apliación 5 meses	\$8.400.000	-	-	-	-
Salario programador por horas, luego del desarrollo de la aplicación	\$840.000	\$840.000	\$840.000	\$2.520.000	\$11.760.000
Salario gestor financiero, por horas de trabajo	\$400.000	\$400.000	\$400.000	\$4.548.157	\$7.846.328
Salario gestor comunicaciones, por horas de trabajo	\$500.000	\$400.000	\$1.464.643	\$7.580.261	\$10.984.859
Salario Gerente general, termino indefinido	\$1.366.996	\$1.697.973	\$1.830.804	\$1.970.868	\$5.963.209
Gastos Operacionales					
Servidor base de datos	\$5.099.912	\$ 5.235.496,88	\$ 5.444.523,75	\$ 5.862.577,50	\$ 6.698.685,00
Servidor de transferencia	\$179.336	\$185.631	\$192.146	\$198.890	\$205.872
Subscripcion a tiendas virtuales anual (App Store y Play store)	\$406.100	\$420.354	\$435.109	\$450.381	\$466.189
Licencias anual	\$1.000.000	\$1.035.100	\$3.071.432	\$4.109.039	\$5.147.967
Gastos sistema de puntos (5% de los ingresos por comision)	\$40.580	\$84.010	\$173.917	\$360.043	\$745.361
Costo Codigo Qr	\$6.560.952	\$6.791.241	\$7.029.614	\$7.276.353	\$7.531.753
Inversion en tecnologia	\$600.000	\$600.000	\$600.000	\$600.000	\$600.000
Gastos Publicidad					
Logo un solo pago	\$416.500	0	0	0	0
Identidad Corporativa un solo pago	\$535.500	0	0	0	
Pagina web pago anual	\$987.700	\$1.022.368	\$1.058.253	\$1.095.398	\$1.133.847
Marketing digital	\$500.000	\$6.000.000	\$7.210.600	\$8.253.092	\$9.289.684

20.2.1. Préstamo

El préstamo que se genera ya que para el año 1 se generan algunos gastos adicionales que generan pérdida en el estado de resultados, por lo cual para tener una base para posibles gastos se genera el préstamo.

TABLA PRESTAMO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PRESTAMO	\$30.000.000	\$24.000.000	\$18.000.000	\$12.000.000	\$6.000.000
PAGO INTERESES	\$8.400.000	\$6.720.000	\$5.040.000	\$3.360.000	\$1.680.000
PAGO CAPITAL	\$6.000.000	\$6.000.000	\$6.000.000	\$6.000.000	\$6.000.000
TOTAL AL AÑO	\$14.400.000	\$12.720.000	\$11.040.000	\$9.360.000	\$7.680.000
PAGO AL MES	\$1.200.000	\$1.060.000	\$920.000	\$780.000	\$640.000

20.2.2. Flujo de caja y balance general probable

Se detalla el flujo de caja y balance de escenario probable del año 1 al año 5

		AÑO 1		
FLUJO DE CAJA			PEG	
INGRESOS			ventas	\$56.170.584
Saldo inicial	0		costos ventas	\$63.403.612
Prestamos recibidos	\$30.000.000		PAGO INTERESES	\$8.400.000
Ventas netas	\$56.170.584		Amortizacion inver	\$8.600.000
Total	\$86.170.584		Total egresos	\$80.403.612
EGRESOS			TOTAL	- \$24.233.028
Costo de ventas	\$15.305.960			
Gastos administrativos	\$48.097.652			
Intereses + capital	\$14.400.000			
Total	\$77.803.612			
INGRESOS -EGRESOS	\$8.366.972			
SALDO FINAL	\$8.366.972			
BALANCE GENERAL				
ACTIVOS FIJOS			PASIVO	
CUENTA EFECTIVO	\$8.366.972			
ACTIVOS FIJOS	\$34.400.000		BANCO	\$24.000.000
			CAPITAL SOCIAL	\$43.000.000
			UTILIDAD ACUMULADA	- \$24.233.028
			TOTAL PATRIMONIO	\$18.766.972
TOTAL	\$42.766.972		TOTAL	\$42.766.972

AÑO 2			
FLUJO DE CAJA		PEG	
INGRESOS		ventas	\$69.493.503
Saldo inicial	\$8.366.972	costos ventas	\$67.366.796
Prestamos recibidos	\$0	Amortizacion inver	\$8.600.000
Ventas netas	\$69.493.503	PAGO INTERESES	\$6.720.000
Total	\$69.493.503	Total egresos	\$82.686.796
EGRESOS		TOTAL	- \$13.193.293
Costo de ventas	\$17.317.876		
Gastos administrativos	\$50.048.920		
Intereses + capital	\$12.720.000		
Total	\$80.086.796		
INGRESOS -EGRESOS	- \$10.593.293		
SALDO FINAL	- \$2.226.321		
BALANCE GENERAL			
ACTIVOS FIJOS		PASIVO	
CUENTA EFECTIVO	- \$2.226.321	BANCO	\$18.000.000
ACTIVOS FIJOS	\$25.800.000	CAPITAL SOCIAL	\$43.000.000
		UTILIDAD DEL EJERCICIO	- \$13.193.293
		UTILIDAD ACUMULADA	- \$24.233.028
		TOTAL PATRIMONIO	\$5.573.679
TOTAL	\$23.573.679	TOTAL	\$23.573.679
AÑO 3			
FLUJO DE CAJA		PEG	
INGRESOS		ventas	\$132.998.777
Saldo inicial	- \$2.226.321	costos ventas	\$87.624.808
Prestamos recibidos	\$0	Amortizacion inver	\$8.600.000
Ventas netas	\$132.998.777	PAGO INTERESES	\$5.040.000
Total	\$132.998.777	Total egresos	\$101.264.808
EGRESOS		TOTAL	\$31.733.969
Costo de ventas	\$20.973.436		
Gastos administrativos	\$66.651.372		
Intereses + capital	\$11.040.000		
Total	\$98.664.808		
INGRESOS -EGRESOS	\$34.333.969		
SALDO FINAL	\$32.107.648		
BALANCE GENERAL			
ACTIVOS FIJOS		PASIVO	
Cuenta efectivo	\$32.107.648	BANCO	12000000
Activos fijos	\$17.200.000	CAPITAL SOCIAL	\$43.000.000
		UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$31.733.969
		UTILIDAD ACUMULADA	- \$37.426.321
		TOTAL PATRIMONIO	\$37.307.648
TOTAL	\$49.307.648	TOTAL	\$49.307.648

		AÑO 4			
FLUJO DE CAJA				PEG	
INGRESOS				Ventas	\$270.180.097
Saldo inicial	\$32.107.648			Costos ventas	\$237.846.412
Prestamos recibidos	\$0			Amortizacion inver	\$8.600.000
Ventas netas	\$270.180.097			Pago intereses	\$3.360.000
Total	\$270.180.097			Total Gastos	\$249.806.412
EGRESOS				TOTAL	\$20.373.685
Costo de ventas	\$25.005.551				
Gastos administrativos	\$212.840.860				
Intereses + capital	\$9.360.000				
Total	\$247.206.412				
Ingresos - Egresos	\$22.973.685				
SALDO FINAL	\$55.081.333				
BALANCE GENERAL					
ACTIVOS FIJOS				PASIVO	
Cuenta efectivo	\$55.081.333				
Activos fijos	8600000			Banco	\$6.000.000
				CAPITAL SOCIAL	\$43.000.000
				UTILIDAD DEL EJERC	\$20.373.685
				UTILIDAD ACUMULA	-\$5.692.352
				TOTAL PATRIMONIO	\$57.681.333
TOTAL	\$63.681.333			TOTAL	\$63.681.333

		AÑO 5			
FLUJO DE CAJA				PEG	
INGRESOS				Ventas	\$554.116.915
Saldo inicial	\$55.081.333			Costos ventas	\$485.104.058
Prestamos recibidos	\$0			Amortizacion inv	\$8.600.000
Ventas netas	\$554.116.915			Pago intereses	\$1.680.000
Total	\$554.116.915			Total Gastos	\$495.384.058
EGRESOS				TOTAL	\$58.732.857
Costo de ventas	\$31.859.383				
Gastos administrativos	\$453.244.675				
Intereses + capital	\$7.680.000				
Total	\$492.784.058				
Ingresos - Egresos	\$61.332.857				
SALDO FINAL	\$116.414.190				
BALANCE GENERAL					
ACTIVOS				PASIVO	
Cuenta efectivo	\$116.414.190				
Activos fijos	\$0			Banco	\$0
				Capital social	\$43.000.000
				Utilidad ejercicio	\$58.732.857
				Utilidad acumula	\$14.681.333
				Total patrimonio	\$116.414.190
TOTAL	\$116.414.190			TOTAL	\$116.414.190

20.2.3. Estado de resultados escenario probable

Probable	
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS AÑO 2	
Ventas Netas	\$69.493.503
Costo de ventas	\$ 17.317.875,61
Utilidad Bruta	\$52.175.627
Gastos de administracion y ventas	\$47.078.044
Utilidad Operacional	\$5.097.583
otros egresos	\$2.970.876
Utilidad Antes De Impuestos	\$2.126.707
Provision para impuesto de renta	425341,4018
Utilidad Neta	\$1.701.366

Probable	
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS AÑO 1	
Ventas Netas	\$56.170.584
Costo de ventas	\$15.305.960
Utilidad Bruta	\$40.864.624
Gastos de administracion y ventas	\$45.223.652
Utilidad Operacional	- \$4.359.028
otros egresos	\$2.874.000
Utilidad Antes De Impuestos	- \$7.233.028
Provision para impuesto de renta	
Utilidad Neta	

Probable

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS AÑO 3	
Ventas Netas	\$132.998.777
Costo de ventas	\$ 20.973.435,75
Utilidad Bruta	\$112.025.341
Gastos de administracion y ventas	\$62.694.220
Utilidad Operacional	\$49.331.121
otros egresos	\$3.957.152
Utilidad Antes De Impuestos	\$45.373.969
Provision para impuesto de renta	9074793,806
Utilidad Neta	\$36.299.175

Probable

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS AÑO 4	
Ventas Netas	\$270.180.097
Costo de ventas	\$ 25.005.551,43
Utilidad Bruta	\$245.174.545
Gastos de administracion y ventas	\$208.779.912
Utilidad Operacional	\$36.394.633
otros egresos	\$4.060.948
Utilidad Antes De Impuestos	\$32.333.685
Provision para impuesto de renta	6466736,958
Utilidad Neta	\$25.866.948

Probable

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS AÑO 5	
Ventas Netas	\$554.116.915
Costo de ventas	\$ 31.859.382,88
Utilidad Bruta	\$522.257.532
Gastos de administracion y ventas	\$449.076.288
Utilidad Operacional	\$73.181.245
otros egresos	\$4.168.388
Utilidad Antes De Impuestos	\$69.012.857
Provision para impuesto de renta	13802571,42
Utilidad Neta	\$55.210.286

21. Indicadores financieros en otros posibles escenarios

21.1. Supuesto pesimista

Se realiza un supuesto con detalle de ingresos y egresos en el escenario pesimista, es decir con los números más bajos que puede tener el proyecto en los 5 años.

Supuestos Escenario Pesimista	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS					
Mercado objetivo	1.129.410	1.129.410	1.129.410	1.129.410	1.129.410
% de usuarios	0,89%	1,77%	3,54%	7,08%	14,17%
Numero de usuarios incrementa el 100% cada año	10.000	20.000	40.000	80.000	160.000
Numero de usuarios mensuales	833	1.667	3.333	6.667	13.333
Valor de impresiones x cada 1000 usuarios 1USD, ve 3 anuncios.	\$10	\$10	\$9	\$9	\$10
TRM proyectada	\$3.275	\$3.350	\$3.105	\$3.128	\$3.194
IPC	3,26%	3,51%	3,51%	3,51%	3,51%
% usuarios que compran un libro	26,60%	26,60%	26,60%	26,60%	26,60%
valor promedio del libro en pesos	\$46.941	\$48.589	\$50.294	\$52.059	\$53.887
% de comision por venta pagaderas MV	2,6%	2,6%	2,6%	2,6%	2,6%
Ingreso mensual por impresiones	\$159.656	\$464.813	\$861.638	\$1.736.040	\$3.545.710
Ingreso mensual Comisiones	\$270.537	\$560.065	\$1.159.446	\$2.400.286	\$4.969.072
EGRESOS					
Gastos Servicios					
Plan movil gerencia Comunicacion y alianzas	\$115.000	\$119.037	\$123.215	\$127.540	\$132.016
Plan movil area TI	\$115.000	\$119.037	\$123.215	\$127.540	\$132.016
Gastos de oficina virtual (Todo incluido) Final de año	\$114.000	\$118.001	\$122.143	\$126.430	\$130.868
Gastos personal					
Contrato programadores desarrollo de la aplicación 5 meses	\$8.400.000	-	-	-	-
Salario programador por horas, luego del desarrollo de la aplicación	\$840.000	\$840.000	\$1.680.000	\$1.738.968	\$1.800.006
Salario gestor financiero, por horas de trabajo	\$400.000	\$414.040	\$517.552	\$535.718	\$554.521
Salario gestor comunicaciones, por horas de trabajo	\$500.000	\$517.550	\$625.002	\$646.940	\$669.647
Salario Gerente general, termino indefinido	\$1.366.996	\$1.414.978	\$1.464.643	\$1.516.052	\$1.569.266
Gastos Operacionales					
Servidor base de datos	\$5.050.951	\$ 5.096.146	\$ 5.165.821	\$ 5.305.173	\$ 5.583.875
Servidor de transferencia	\$179.336	\$185.631	\$192.146	\$198.890	\$205.872
Subcripcion a tiendas virtuales anual (App Store y Play store)	\$406.100	\$420.354	\$435.109	\$450.381	\$466.189
Licencias anual	\$1.000.000	\$1.035.100	\$1.071.432	\$1.109.039	\$1.147.967
Gastos sistema de puntos (5% de los ingresos por comision)	\$13.527	\$28.003	\$57.972	\$120.014	\$248.454
Costo Codigo Qr	\$6.560.952	\$6.791.241	\$7.029.614	\$7.276.353	\$7.531.753
Inversion en tecnologia	\$600.000	-	-	-	-
Gastos Publicidad					
Logo un solo pago	\$416.500	-	-	-	-
Identidad Corporativa un solo pago	\$535.500	-	-	-	-
Pagina web pago anual	\$987.700	\$1.022.368	\$1.058.253	\$1.095.398	\$1.133.847
Marketing digital	\$500.000	\$517.550	\$535.716	\$554.520	\$573.983

21.1.1. Flujo de caja pesimista

En el flujo de caja para el escenario pesimista se puede evidenciar que en este caso se generarían un ingreso o utilidad a partir del año 5, tomando los datos más bajos que puede tener el proyecto.

Pesimista					
INGRESOS	TOTAL AÑO 1	TOTAL AÑO 2	TOTAL AÑO 3	TOTAL AÑO 4	TOTAL AÑO 5
Saldo inicial		- \$100.138.229	- \$52.344.102	- \$55.062.276	- \$33.761.875
Por impresiones	\$1.915.875	\$5.577.750	\$10.339.650	\$20.832.480	\$42.548.520
Por comisiones	\$2.975.903	\$6.431.251	\$13.313.976	\$27.562.592	\$57.060.078
TOTAL INGRESOS	\$4.891.778	\$12.009.001	\$23.653.626	\$48.395.072	\$99.608.598
EGRESOS					
Gastos Servicios	\$2.874.000	\$2.974.877	\$3.079.296	\$3.187.379	\$3.299.256
Gastos Personal	\$79.283.952	\$38.238.811	\$51.446.363	\$53.252.131	\$55.121.280
Gastos Operacionales	\$14.932.355	\$15.906.446	\$16.703.398	\$17.967.804	\$20.181.686
Gastos Publicidad	\$7.939.700	\$7.232.968	\$7.486.845	\$7.749.634	\$8.021.646
TOTAL DE EGRESO	\$105.030.007	\$64.353.103	\$78.715.902	\$82.156.947	\$86.623.868
Saldo final	- \$100.138.229	- \$52.344.102	- \$55.062.276	- \$33.761.875	\$12.984.730

21.1.2. Estado de resultados pesimista

Pesimista	
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS AÑO 1	
Ventas Netas	\$15.305.960
Costo de ventas	\$14.932.355
Utilidad Bruta	\$373.605
Gastos de administracion y ventas	\$87.223.652
Utilidad Operacional	- \$86.850.047
otros egresos	\$2.874.000
Utilidad Antes De Impuestos	- \$89.724.047
Provision para impuesto de renta	
Utilidad Neta	

Pesimista	
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS AÑO 2	
Ventas Netas	\$12.009.001
Costo de ventas	\$15.906.446
Utilidad Bruta	- \$3.897.446
Gastos de administracion y ventas	\$31.005.842
Utilidad Operacional	- \$34.903.288
otros egresos	\$2.974.877
Utilidad Antes De Impuestos	- \$37.878.165
Provision para impuesto de renta	
Utilidad Neta	

Pesimista

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS AÑO 3	
Ventas Netas	\$23.653.626
Costo de ventas	\$16.703.398
Utilidad Bruta	\$6.950.228
Gastos de administracion y ventas	\$43.959.518
Utilidad Operacional	- \$37.009.290
otros egresos	\$3.079.296
Utilidad Antes De Impuestos	- \$40.088.585
Provision para impuesto de renta	
Utilidad Neta	

Pesimista

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS AÑO 4	
Ventas Netas	\$48.395.072
Costo de ventas	\$17.967.804
Utilidad Bruta	\$30.427.269
Gastos de administracion y ventas	\$45.502.497
Utilidad Operacional	- \$15.075.228
otros egresos	\$3.187.379
Utilidad Antes De Impuestos	- \$18.262.607
Provision para impuesto de renta	-3652521,415
Utilidad Neta	- \$14.610.086

Pesimista

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS AÑO 5	
Ventas Netas	\$99.608.598
Costo de ventas	\$20.181.686
Utilidad Bruta	\$79.426.912
Gastos de administracion y ventas	\$63.142.926
Utilidad Operacional	\$16.283.986
otros egresos	\$3.299.256
Utilidad Antes De Impuestos	\$12.984.730
Provision para impuesto de renta	2596946,052
Utilidad Neta	\$10.387.784

21.2. Supuesto optimista

En el supuesto optimista, se toman los posibles ingresos y egresos que puede tener el proyecto con los valores más altos y los mejores que puede generar el proyecto

Supuestos Escenario optimista	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS					
Mercado objetivo	1.129.410	1.129.410	1.129.410	1.129.410	1.129.410
% de usuarios	4,43%	8,85%	17,71%	35,42%	70,83%
Numero de usuarios incrementa el 100% cada año	50.000	100.000	200.000	400.000	800.000
Numero de usuarios mensuales	4.167	8.333	16.667	33.333	66.667
Valor de impresiones x cada 1000 usuarios 1USD, ve 3 anuncios.	\$10	\$10	\$9	\$9	\$10
TRM proyectada	\$3.275	\$3.350	\$3.105	\$3.128	\$3.194
IPC	3,26%	3,51%	3,51%	3,51%	3,51%
% usuarios que compran dos libros	26,60%	26,60%	26,60%	26,60%	26,60%
Valor promedio del libro en pesos	\$46.941	\$48.589	\$50.294	\$52.059	\$53.887
% de comision por venta pagaderas MV	5%	5%	5%	5%	5%
Ingreso mensual por impresiones	\$3.991.406	\$11.620.313	\$21.540.938	\$43.401.000	\$88.642.750
Ingreso mensual Comisiones	\$5.202.628	\$10.770.479	\$22.297.047	\$46.159.346	\$95.559.078
EGRESOS					
Gastos Servicios					
Plan movil gerencia Comunicacion y alianzas	\$115.000	\$119.037	\$123.215	\$127.540	\$132.016
Plan movil area TI	\$115.000	\$119.037	\$123.215	\$127.540	\$132.016
Gastos de oficina virutal (Todo incluido) Final de año	\$114.000	\$20.500.000	\$50.719.550	\$51.780.256	\$551.817.487
Gastos personal					
Contrato programadores desarrollo de la apliación 5 meses (2 programadores VLR 42.000.000) se pagara de forma mensual	\$8.400.000	-	-	-	-
Salario programador por horas, luego del desarrollo de la aplicación	\$840.000	\$2.520.000	\$5.880.000	\$7.560.000	\$10.920.000
Salario gestor financiero, por horas de trabajo	\$1.366.996	\$1.556.475	\$6.151.501	\$12.052.615	\$9.415.594
Salario gestor comunicaciones, por horas de trabajo	\$1.366.996	\$1.556.475	\$6.151.501	\$16.070.153	\$23.538.984
Salario Gerente general, termino indefinido	\$1.366.996	\$5.659.910	\$6.590.894	\$6.822.235	\$7.846.328
Gastos Operacionales					
Servidor base de datos	\$5.148.873	\$ 5.374.848	\$ 5.723.226	\$ 6.419.983	\$ 7.813.495
Servidor de transferencia	\$179.336	\$185.631	\$192.146	\$198.890	\$205.872
Subcripcion a tiendas virtuales anual (App Store y Play store)	\$406.100	\$420.354	\$435.109	\$450.381	\$466.189
Licencias anual	\$1.000.000	\$1.035.100	\$3.071.432	\$4.109.039	\$5.147.967
Gastos sistema de puntos (5% de los ingresos por comision)	\$260.131	\$538.524	\$1.114.852	\$2.307.967	\$4.777.954
Costo Codigo Qr	\$6.560.952	\$6.791.241	\$7.029.614	\$7.276.353	\$7.531.753
Inversion en tecnologia	\$600.000	10.000.000,00	20.000.000,00	\$50.000.000	\$250.000.000
Gastos Publicidad					
Logo un solo pago	\$416.500	-	-	-	-
Identidad Corporativa un solo pago	\$535.500	-	-	-	-
Pagina web pago anual	\$987.700	\$1.022.368	\$1.058.253	\$1.095.398	\$1.133.847
Marketing digital	\$500.000	\$5.017.550	\$8.176.116	\$30.286.982	\$51.063.073

21.2.1. Flujo de caja optimista

En el flujo de caja con el esenario más positivo que puede llegar a tener el proyecto, se puede evidenciar que se generan ganancias desde el año 1.

Optimista					
INGRESOS	TOTAL AÑO 1	TOTAL AÑO 2	TOTAL AÑO 3	TOTAL AÑO 4	TOTAL AÑO 5
Saldo inicial		\$17.030.693	\$10.706.085	\$12.450.765	\$23.083.389
Por impresiones	\$47.896.875	\$139.443.750	\$258.491.250	\$520.812.000	\$1.063.713.000
Por comisiones	\$57.228.903	\$123.677.901	\$256.037.992	\$530.049.850	\$1.097.309.200
TOTAL INGRESOS	\$105.125.778	\$263.121.651	\$514.529.242	\$1.050.861.850	\$2.161.022.200
EGRESOS					
Gastos Servicios	\$2.874.000	\$23.356.876	\$53.676.702	\$54.841.205	\$554.985.875
Gastos Personal	\$59.291.853	\$135.514.325	\$297.286.766	\$510.060.029	\$620.650.867
Gastos Operacionales	\$17.989.532	\$32.311.398	\$51.943.363	\$98.338.049	\$330.765.310
Gastos Publicidad	\$7.939.700	\$61.232.968	\$99.171.645	\$364.539.178	\$613.890.723
TOTAL DE EGRESO	\$88.095.085	\$252.415.567	\$502.078.476	\$1.027.778.461	\$2.120.292.774
Saldo final	\$17.030.693	\$10.706.085	\$12.450.765	\$23.083.389	\$40.729.425

21.2.2. Estado de resultados optimista

Optimista	
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS AÑO 1	
Ventas Netas	\$105.125.778
Costo de ventas	\$17.989.532
Utilidad Bruta	\$87.136.246
Gastos de administracion y ventas	\$67.231.553
Utilidad Operacional	\$19.904.693
otros egresos	\$2.874.000
Utilidad Antes De Impuestos	\$17.030.693
Provision para impuesto de renta	\$3.406.139
Utilidad Neta	\$13.624.554

Optimista		Optimista	
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS AÑO 2		ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS AÑO 4	
Ventas Netas	\$263.121.651	Ventas Netas	\$1.050.861.850
Costo de ventas	\$32.311.398	Costo de ventas	\$98.338.049
Utilidad Bruta	\$230.810.254	Utilidad Bruta	\$952.523.801
Gastos de administracion y ventas	\$74.281.356	Gastos de administracion y ventas	\$145.520.851
Utilidad Operacional	\$156.528.897	Utilidad Operacional	\$807.002.950
otros egresos	\$23.356.876	otros egresos	\$54.841.205
Utilidad Antes De Impuestos	\$133.172.021	Utilidad Antes De Impuestos	\$752.161.745
Provision para impuesto de renta	\$26.634.404	Provision para impuesto de renta	\$150.432.349
Utilidad Neta	\$106.537.617	Utilidad Neta	\$601.729.396
Optimista		Optimista	
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS AÑO 3		ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS AÑO 5	
Ventas Netas	\$514.529.242	Ventas Netas	\$2.161.022.200
Costo de ventas	\$51.943.363	Costo de ventas	\$330.765.310
Utilidad Bruta	\$462.585.879	Utilidad Bruta	\$1.830.256.890
Gastos de administracion y ventas	\$198.115.121	Gastos de administracion y ventas	\$1.234.541.590
Utilidad Operacional	\$264.470.758	Utilidad Operacional	\$595.715.300
otros egresos	\$53.676.702	otros egresos	\$554.985.875
Utilidad Antes De Impuestos	\$210.794.056	Utilidad Antes De Impuestos	\$40.729.425
Provision para impuesto de renta	\$42.158.811	Provision para impuesto de renta	\$8.145.885
Utilidad Neta	\$168.635.245	Utilidad Neta	\$32.583.540

22. Indicadores de evaluación financiera

AÑO	0	1	2	3	4	5
INGRESOS - EGRESOS	0	\$8.366.972	-\$10.593.293	\$34.333.969	\$22.973.685	\$61.332.857
"-" APORTE DE SOCIOS	43000000	0	0	0	0	0
"-" PRESTAMOS RECIBIDOS		30000000				
"+" INTERESES PAGADOS		\$8.400.000	\$6.720.000	\$5.040.000	\$3.360.000	\$1.680.000
"+" PAGO DEL CAPITAL		6000000	6000000	6000000	6000000	6000000
"+" REPARTO DE UTILIDADES						
TOTAL FLUJO DE CAJA LIBRE	-43000000	-\$7.233.028	\$2.126.707	\$45.373.969	\$32.333.685	\$69.012.857

Pasivo / Activo	56,12%
Tasa del Prestamo	28% E.A
Tasa (activo/Pasivo) * Tasa del prestamo	0,16
Patrimonio / Activo	0,44
Tasa esperada por el inversor	35%
tasa (Patrimonio/ activo) / Tasa esperada de retorno del inversor	0,15
WACC (Costo medio ponderado de capital)	0,31
VNA	\$1.664.503
TIR	32%

23. Bibliografía

- 3 DE CADA 4 NIÑOS DE 12 AÑOS TIENEN TELÉFONO MÓVIL

En el texto: (SerPadres.es, 2017)

Bibliografía: SerPadres.es. (2017). *3 de cada 4 niños de 12 años tienen teléfono móvil.*

<https://www.serpadres.es/adolescentes/articulo/3-de-cada-4-ninos-de-12-anos-tienen-telefono-movil-521505301542>.

- INDICADORES BÁSICOS DE TENDENCIA Y USO DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

En el texto: (Dane.gov.co, 2018)

Bibliografía: Dane.gov.co. (2018). *Indicadores básicos de tendencia y uso de tecnologías de la información y comunicación.*

https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/tic/bol_tic_hogares_departamenta_l_2018.pdf

- MINISTERIO DE CULTURA

En el texto: (Anon, 2017)

Bibliografía: Anon, (2017). *Ministerio de cultura.* https://cerlalc.org/wp-content/uploads/2018/09/33_Plan_Lectura_Cultura_Colombia-2.pdf.

- POBLACIÓN POR EDAD Y SEXO

En el texto: (DANE, 2015)

Bibliografía: DANE. (2015). *Población por edad y sexo.*

<https://geoportal.dane.gov.co/midaneapp/pob.html>.

- Propuesta normativa para aplicaciones móviles en Colombia: derechos y deberes de actores involucrados en la creación y gestión de aplicaciones nativas

En el texto: (Repository.usta.edu.co, 2017)

Bibliografía: Repository.usta.edu.co. (2017). *propuesta normativa para aplicaciones móviles en Colombia: derechos y deberes de actores involucrados en la creación y gestión de aplicaciones nativas*

<https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/4131/Rodr%C3%ADguezjuan2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- REPÚBLICA, P.

Presidencia de la República de Colombia

En el texto: (República, 2019)

Bibliografía: República, P. (2019). *Presidencia de la República de Colombia*. Presidencia de la República. <https://id.presidencia.gov.co>

- SOLAMENTE CUATRO DE CADA DIEZ ARGENTINOS LEYERON UN LIBRO EN EL ÚLTIMO AÑO

En el texto: (Lanacion.com.ar, 2016)

Bibliografía: Lanacion.com.ar. (2016). *Solamente cuatro de cada diez argentinos leyeron un libro en el último año*. <https://www.lanacion.com.ar/cultura/lectura-en-picada-solamente-cuatro-de-cada-diez-argentinos-leyeron-un-libro-en-el-ultimo-ano-nid2137033>

- ¿ES CHILE UN PAÍS LECTOR?

En el texto: (Soypensante.cl, 2016)

Bibliografía: Soypensante.cl. (2016). *¿Es Chile un país lector?*. <https://soypensante.cl/2017/04/23/es-chile-un-pais-lector/>

- LA VERDAD SOBRE RENTABILIZAR UNA APP

En el texto: (Ticon.es, 2018)

Bibliografía: Ticon.es. (2018).  *LA VERDAD sobre rentabilizar una App*. <https://www.ticon.es/blog/4/la-verdad-sobre-rentabilizar-una-app>

Los libros digitales en Colombia solo pesan 3% del total de las ventas editoriales

En el texto: (T, 2019)

Bibliografía: T, A. (2019). *Los libros digitales en Colombia solo pesan 3% del total de las ventas editoriales*. Larepublica.co. <https://www.larepublica.co/ocio/los-libros-digitales-en-colombia-solo-pesan-3-del-total-de-las-ventas-editoriales-2847287>

- ASÍ ESTÁ EL PANORAMA DEL SECTOR EDITORIAL EN COLOMBIA

En el texto: (Cómo está el sector editorial en Colombia, 2019)

Bibliografía: Cómo está el sector editorial en Colombia. (2019). *Así está el panorama del sector editorial en Colombia*. <https://www.dinero.com/edicion-impresa/la-grafica/articulo/como-esta-el-sector-editorial-en-colombia/269222>

- ¿QUÉ PRODUCTOS EXPORTA COLOMBIA Y A DÓNDE?

En el texto: (Americana group.com.co, 2015)

Bibliografía: Americanagroup.com.co. (2015). *¿Qué productos exporta Colombia y a dónde?* <https://americanagroup.com.co/que-productos-exporta-colombia-y-a-donde/>

- EL DANE REVELÓ QUE EN EL SEGUNDO TRIMESTRE DE 2019, EL PIB DE COLOMBIA CRECIÓ AL 3%, LA CIFRA MÁS ALTA DESDE 2015

En el texto: (Id.presidencia.gov.co, 2019)

Bibliografía: Id.presidencia.gov.co. (2019). *El Dane reveló que en el segundo trimestre de 2019, el PIB de Colombia creció al 3%, la cifra más alta desde 2015.*

<https://id.presidencia.gov.co/Paginas/prensa/2019/190815-El-Dane-revelo-que-en-el-segundo-trimestre-de-2019-el-PIB-de-Colombia-crecio-al-3-la-cifra-mas-alta-desde-2015.aspx>

- Sector servicios: desempeño reciente y perspectivas

En el texto: (Clavijo, 2018)

Bibliografía: Clavijo, S. (2018). *Sector servicios: desempeño reciente y perspectivas.*

Larepublica.co. Available at: <https://www.larepublica.co/analisis/sergio-clavijo-500041/sector-servicios-desempeno-reciente-y-perspectivas-2755195>

- EL LIBRO Y LA LECTURA EN COLOMBIA

En el texto: (Cámara Colombiana del Libro, 2012)

Bibliografía: Cámara Colombiana del Libro. (2012). *El libro y la lectura en Colombia.*

<https://camlibro.com.co/el-libro-y-la-lectura-en-colombia>

- RAMOS, F. Indicadores básicos de TIC en Hogares

En el texto: (Ramos, 2018)

Bibliografía: Ramos, F. (2018). *Indicadores básicos de TIC en Hogares.* Dane.gov.co.

<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/tecnologia-e-innovacion/tecnologias-de-la-informacion-y-las-comunicaciones-tic/indicadores-basicos-de-tic-en-hogares>

- ¿Cómo va América Latina y el Caribe en índices de lectura? - LatinAmerican Post

En el texto: (Rojas, 2019)

Bibliografía: Rojas (2019). *¿Cómo va América Latina y el Caribe en índices de lectura?*

LatinAmerican Latinamericanpost.com.

<https://latinamericanpost.com/es/23590-como-va-america-latina-y-el-caribe-en-indices-de-lectura>

-TIEMPO, C. Estas son las ciudades colombianas donde se leen más libros

En el texto: (Tiempo, 2018)

Bibliografía: Tiempo, C. (2018). Estas son las ciudades colombianas donde se leen más libros. El Tiempo.

<https://www.eltiempo.com/vida/educacion/ciudades-de-colombia-donde-se-leen-mas-libros-201954>