



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1704



Pulppo: Comunícate Mejor

Daniel Felipe Cruz Rincón

Sergio Steven Bonilla Salcedo

Facultad de Comunicación Social, Universidad Santo Tomás

Trabajo de Grado

Bogotá D.C, 24 de noviembre 2020



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1704



Pulppo: Comunícate Mejor

Daniel Felipe Cruz Rincón

Sergio Steven Bonilla Salcedo

Facultad de Comunicación Social, Universidad Santo Tomás

Trabajo de Grado

Tutor, David Esteban Ruiz Téllez

Bogotá D.C, 24 de noviembre 2020

Tabla de Contenido

INTRODUCCIÓN	6
2.NOMBRE DE LA EMPRESA.....	7
3.LOGO.....	7
4.EL NEGOCIO	8
4.1. Fundamentación (líneas teóricas).	8
4.2.Descripción de la Empresa. (nombre de la idea de negocio / Razón Social / nombre comercial)	11
4.3. Planteamiento estratégico: misión, visión, objetivos, valores corporativos y organigrama. 12	12
4.4. Postura ética: competencia, ámbito empresarial, cliente y formación humanista de la universidad.....	15
4.5 Descripción producto o servicio:	16
4.6. Etapas del proyecto:.....	17
4.7. La Comunicación y su aporte en la idea de negocio.....	17
4.8. Marco legal (análisis de las normas comerciales para la formalización del negocio).	19
5. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO y/o SERVICIO	24
5.1. Producto o servicio:	24
5.2. Plus o ventaja competitiva.	24
5.3. Características del producto y/o servicio.	25
5.4. Productos o servicios similares en el mercado.	26
5.5. Aporte del modelo de negocio en términos de innovación:.....	28
6. EQUIPO DE TRABAJO Y SISTEMA DE NEGOCIO	29
6.1 Equipo de trabajo (nombre de las integrantes, cargo, rol, competencias, experiencia aportada al modelo de negocio, importante cuadro).....	29
6.2. Red de contactos (lista clientes, proveedores y aliados estratégicos comerciales).....	30

6.3. Aliados del negocio (proveedores, compradores, socios e identificar las diferencias de cada uno, en cuanto a su perfil).....	32
6.4. Ventajas de las alianzas.	33
7. PLAN DE MERCADEO	34
7.1. El cliente	34
7.1.2. Razones por las que compra un cliente.....	35
7.1.3. Estrategias comunicativas para la persuasión del cliente, tres (3).....	35
7.2. La competencia	37
7.3. Precio producto y/o servicio	38
7.3.1. Precio del producto y/o servicio de la competencia:	39
7.3.2. Precio que el cliente está dispuesto a pagar (argumentar):.....	39
7.3.3. Métodos de pago ofrecidos por el modelo de negocio.	39
7.4. Canales de distribución del producto y/o Servicio, captación de clientes y posicionamiento de la marca.	40
7.4.2. Canales de comunicación para llegar a los clientes: publicidad tradicional, mercadeo directo, mercadeo digital, telemarketing, relaciones públicas, exposiciones y ferias.	40
7.4.2. Estrategia de posicionamiento:	41
8. ANÁLISIS DE RIESGOS	42
9. PLAN FINANCIERO	80
10. LIENZO MODELO DE NEGOCIO – CANVAS	82
BIBLIOGRAFÍA O CIBERGRAFÍA	86
ANEXOS	

Tabla de Ilustraciones

Ilustración 1: Imagen de marca (Gráfica de autores).....	7
Ilustración 2: Organigrama (Gráfica de autores)	15
Ilustración 3: Propiedata (Tomado de PlayStore).....	26
Ilustración 4: Kipo (Tomado de PlayStore)	27
Ilustración 5: Gestiona Tu Conjunto (Tomado de PlayStore)	27

Tabla de Gráficas

Tabla 1: Matriz Dolencias y Salud (Gráfica de autores).....	43
Tabla 2: Costos (Gráfica de autores)	81

1. INTRODUCCIÓN

Hay que tener en cuenta que dentro de este proceso se busca mostrar más allá de la implementación de la idea de negocio, todo la sucesión y las etapas requeridas en el desarrollo de un emprendimiento. Inicialmente se realizará un abordaje teórico y posteriormente, desde la mirada y la posición de una planeación estratégica, se planteará todos los elementos y procesos inmersos en la creación y desarrollo de una idea de negocio. Además de esto, es importante destacar dentro de la implementación del emprendimiento, un abordaje tanto de la responsabilidad social empresarial como el papel humanista que busca cumplir el producto o servicio a desarrollar.

Teniendo siempre presente la importancia de la comunicación que está inmersa dentro de este proyecto, se pretende contribuir a la construcción de una sociedad más tolerante, más empática y con un sentido de pertenencia más sólido partiendo desde las unidades residenciales y los núcleos familiares como tal. Garcés Prettel en su investigación para la revista de psicología de la Universidad del Norte expone estos núcleos familiares *“como un sistema importante para el desarrollo integral de las personas a nivel individual y social... En lo social, moldea las primeras bases de la personalidad que forma parte de la identidad del sujeto, que sigue evolucionando”* En ese sentido, cabe resaltar la trascendencia de una sana convivencia y un desarrollo integral del ambiente social en la construcción de ciudadanía partiendo de estas pequeñas sociedades o unidades residenciales.

El objetivo de este apartado es construir toda la planeación estratégica alrededor del proyecto, para así, evitar futuros riesgos dentro de la ejecución del producto o servicio. Este documento funciona como un proceso paso a paso de los lineamientos y los elementos necesarios para la creación de una empresa de forma correcta y ordenada, es por eso por lo que, dentro del proyecto, es necesario que se haga un abordaje a detalle de la problemática o necesidad a la cual

se va a dirigir este emprendimiento y posteriormente realizar una investigación minuciosa de elementos como el cliente, la competencia y el mercado. De esta manera mitigar posibles riesgos y amenazas de la idea de negocio. En ese sentido, el siguiente documento va a abordar etapa por etapa la planificación estratégica de la idea de negocio que se busca llevar a cabo.

2. NOMBRE DE LA EMPRESA

PULPPO

3. LOGO



Ilustración 1: Imagen de marca (Gráfica de autores)

En la construcción del logo de Pulppo, dentro de las clases de logo se determinó que fuera un imagotipo, ya que el uso de este logo irá enfocado en la mayoría de los casos dentro de una implementación digital y se busca que tanto el símbolo como la tipografía logren quedar referenciados en la retentiva del consumidor.

La finalidad de este imagotipo, dentro de la composición de tipología y símbolo, es la representación sutil del animal, junto con una correlación con el papel comunicativo en relación con las instituciones en las que se implementará el producto o servicio. Así mismo, se eligió el azul como el color representativo de la marca ya que se busca generar al público una percepción de elegancia, inteligencia, confianza y seguridad. Así mismo, el imagotipo pretende establecer una confianza en el cliente y adaptarse a los distintos medios de comunicación en los que se implemente, manteniendo una representación óptima de la composición de colores, tipología y

símbolos en las distintas estrategias de marketing y publicidad en las que genere el impacto deseado.

4. EL NEGOCIO

4.1.Fundamentación (líneas teóricas).

Para hablar de este emprendimiento es pertinente hablar del emprendedor como tal, ya que resulta siendo el individuo que ejerce esa acción. Castillo, (1999), dice que “el término *entrepreneur* fue introducido a la literatura económica por primera vez en los inicios del siglo XVIII por el economista francés Richard Cantillon. Su aporte ha sido verdaderamente relevante para comenzar a comprender el concepto de emprendedor” (p, 23). De igual manera, se puede abordar desde el autor Schumpeter (1942), ya que utiliza el término emprendedor para referirse a aquellos individuos que con sus acciones causan inestabilidades en los mercados. Castillo, (1999), lo expresa de la siguiente manera en su libro *Capitalismo, socialismo y democracia*: “La función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de producción al explotar una invención, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada, para producir un nuevo producto” (p, 50). Es así como podemos definir el emprendimiento como un proyecto que se desarrolla con esfuerzo y haciendo frente a diversas dificultades, con la resolución de llegar a un determinado punto. En consecuencia, este emprendimiento pretende reestructurar los mecanismos y medios de comunicación dentro de las unidades residenciales.

Teniendo en cuenta lo anteriormente mencionado, el emprendimiento como tal puede estar inmerso en muchos campos, en este caso en particular se busca hablar del emprendimiento social, el cual desde el punto de vista económico y empresarial Kundel (1991) lo define como “La gestión del cambio radical y discontinuo, o renovación estratégica, sin importar si ocurre adentro o afuera de organizaciones existentes, y sin importar si da lugar, o no, a la creación de una nueva entidad

de negocio” (p, 10). De este modo, se busca establecer a Pulppo como un emprendimiento social, con el fin de generar cambios radicales dentro de estructuras como las unidades residenciales donde se centran los núcleos familiares. Partiendo de renovar estrategias de comunicación que promuevan una mejor cultura ciudadana dentro y fuera de estas unidades residenciales.

Las unidades residenciales como cualquier organización cuentan con una cultura y es necesario identificar las variaciones y los elementos que hacen a cada unidad residencial única. Dentro del contexto de las organizaciones puede definirse a la cultura como el conjunto de normas, valores y creencias que conforman un determinado sistema social, ya sea la familia, la escuela, o el sujeto en sí mismo y les da una identidad propia a los mismos. El psicólogo y experto en el campo del desarrollo organizacional Schein (1992) define la cultura en la segunda edición de su libro *Organizational Culture and Leadership*, como “Un patrón de supuestos básicos compartidos que el grupo aprende en la medida que resuelve sus problemas de adaptación externa e integración interna, que los ha trabajado lo suficiente para ser considerados como válidos” (p,12). Partiendo de esta definición, dentro de los conjuntos residenciales como en cualquier otra estructura existen los problemas y la relación entre distintas personas, es por eso por lo que es pertinente identificar y evaluar los elementos y aspectos que influyen dentro de esta cultura residencial, para así ofrecer un servicio comunicativo eficiente, personal y de calidad.

Al igual que cualquier estructura u organización, dentro de las unidades residenciales existen los altercados y problemas que generan conflicto entre su comunidad. El conflicto es un fenómeno natural del ser humano, de todos los grupos y por ende de las organizaciones. Se presenta por el conflicto de intereses entre las partes. Picard (2007) “El conflicto en sí no es ni malo ni bueno. Lo que importa es la forma en que se maneje” (p,28). Así pues, dentro de los conjuntos residenciales es común que existan conflictos tanto interpersonales como estructurados, lo

importante es identificarlos y generar estrategias comunicativas para transformarlos en aspectos positivos, fortaleciendo las relaciones interpersonales de la comunidad residencial.

La unidad o conjunto residencial es una estructura y tiene distintas áreas, organizadas y coordinadas por unas personas, se debe tener en cuenta para así Pulppo, comprender el funcionamiento en su sistema organizacional y promover contenidos especializados para cada estructura o unidad residencial. Por ello, es pertinente tener en cuenta el clima organizacional que se desempeña dentro de la sociedad residencial. El doctor de filosofía y experto en este campo Wong Ramírez (2019) menciona acerca del clima organizacional que “La riqueza de toda organización está en su capital humano. Sin él no hay organización ni razón de ser de ella” (p,30). Es por ello por lo que con este emprendimiento se busca resaltar el indicador humano dentro de las unidades residenciales, ya que por medio de estas personas depende el buen y armonioso convivir dentro de estas estructuras organizacionales. Por ello, es necesarios establecer canales de comunicación en común entre la sociedad residencial para evitar inconvenientes y conflictos. Dentro de la aplicabilidad de Pulppo en los conjuntos residenciales, es fundamental fomentar unas excelentes relaciones personales e interpersonales, ya que, si existen buenas relaciones entre los residentes y los demás miembros de la comunidad residencial, mejorará el trato entre la comunidad residencial y se evitarán futuros conflictos. (Ver Anexo A)

En la implementación de Pulppo dentro de las unidades y la comunidad residencial, el papel del marketing y el diseño y flujo de la información es fundamental. El éxito de su aplicabilidad depende en su gran mayoría de los contenidos dentro de la aplicación y las carteleras digitales como de la interacción de la información con la comunidad residencial. Por este motivo, es pertinente saber que el marketing es el conjunto de procesos y actividades para crear, comunicar e intercambiar ofertas que tengan valor y satisfagan necesidades e intereses específicos de los

clientes. Para el experto en el mundo de la práctica estratégica Kotler (2003) “Marketing es un proceso social y de gestión a través del cual los distintos grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean, creando, ofreciendo e intercambiando productos con valor para otros” (p,25). Resulta fundamental la aplicabilidad de esta planeación estratégica dentro de los contenidos que se diseñen para el mejoramiento de la comunicación del conjunto residencial, ya que influirá en el impacto que se busca generar y posteriormente los cambios que se esperan dentro de la comunidad residencial.

4.2.Descripción de la Empresa. (nombre de la idea de negocio / Razón Social / nombre comercial).

Dentro de los conjuntos residenciales, a lo largo del tiempo, se ha visto un mecanismo informativo que no ha logrado ser efectivo en la actualidad. En la mayoría de los conjuntos residenciales, los administradores usan las carteleras como medio de comunicación tradicional para comunicar o interactuar con los residentes, los cuales están hechos de corcho o con paño donde se cuelga y almacena una variedad de papeles informativos impresos dentro del mismo. Por otro lado, cabe resaltar que, las señalizaciones o medios de difusión que usa el conjunto para exponer las normativas dentro del conjunto residencial, también resulta ser anticuado y no genera el impacto previsto.

En la mayoría de las ocasiones, la información y sus contenidos son desorganizados, no hay destacados que llamen la atención y no tiene la receptividad esperada de la administración del conjunto, lo cual termina repercutiendo en omisión o desinformación por parte de los residentes.

Teniendo en cuenta lo anteriormente mencionado, Pulppo entra a resolver el problema dentro de las unidades residenciales de una información compleja, poco oportuna y que genera

bajo interés entre la comunidad residencial. Por lo tanto, se pretende implementar en el mercado un aplicativo móvil y unas carteleras digitales, con el fin de reemplazar y reestructurar los canales, medios y mensajes dentro de las unidades residenciales. Con esto, se busca fortalecer los vínculos y las relaciones dentro y fuera de los conjuntos residenciales y asimismo fortalecer la comunicación interna entre la comunidad residencial.

4.3.Planteamiento estratégico: misión, visión, objetivos, valores corporativos y organigrama.

MISIÓN: Proveer un ambiente residencial sin conflictos y bien informado, donde sus residentes disfruten de contenidos innovadores por medio de plataformas llamativas y de calidad, que sean fáciles de entender y utilizar.

VISIÓN: Ser la marca líder ofreciendo un servicio comunicativo en todos los conjuntos residenciales de Bogotá, manteniendo a la sociedad residencial bien informada y con una cultura ciudadana óptima dentro de la sociedad en general.

OBJETIVOS:

General

- Establecer un canal de comunicación efectivo, útil y que genere impacto en las comunidades residenciales, con el fin de fortalecer la comunicación interna entre los residentes y los administradores de los conjuntos residenciales.

Específicos

- Identificar los elementos y/o variables que generan desinformación dentro de las unidades residenciales.

- Contribuir en la solución de conflictos a través de un lenguaje asertivo que se promueva o difunda dentro de las unidades residenciales, a través del diseño de piezas comunicativas tecnológicas dinámicas y mediáticas.
- Apoyar en el comportamiento de la comunidad residencial para la construcción de una cultura ciudadana más tolerante y menos excluyente.

VALORES CORPORATIVOS:

- ❑ **Ética:** Uno de los principales objetivos de Pulppo es fomentar individuos íntegros con valores a base de un comportamiento transparente y correcto que logre impactar positivamente en la sociedad.
- ❑ **Colaboración:** Se representa en el trabajo en equipo junto a los residentes y los administradores en la construcción de los discursos y los mensajes oportunos y más necesarios para cada unidad residencial en particular.
- ❑ **Respeto:** Desde la organización se reconocen, se respetan, se aprecian y se valoran las cualidades y los derechos de cada uno de los miembros e involucrados de Pulppo.
- ❑ **Seguridad:** A partir de conocimiento, cuidado, vigilancia, y seguridad se administra información, brindando tranquilidad en su unidad residencial. La información proporcionada por los residentes estará en completa privacidad en la base de datos.
- ❑ **Transparencia:** Se representa administrativamente dentro de las unidades residenciales, permitiendo a los usuarios el entendimiento claro, oportuno y efectivo de la información a través de las plataformas de Pulppo.
- ❑ **Confianza:** Desde las plataformas de Pulppo se cuida, se vigila, se prepara y se tiene a consideración de los administradores, residentes, propietarios y

copropietarios la información detallada sobre las acciones y obras realizadas sobre la unidad residencial.

- ❑ **Compromiso:** El equipo de Pulppo dispone al máximo de sus capacidades para desarrollar de manera eficiente y efectiva las funciones y facultades con la información de la unidad residencial.
- ❑ **Altruismo:** Se brinda la atención a los clientes de manera atenta y oportuna, dándole solución a las sugerencias, inquietudes e inconvenientes que se presenten, con el fin de mantener la armonía y la paz dentro de la comunidad. Sus inconformismos son también los inconformismos de Pulppo.
- ❑ **Proactividad:** Dentro de Pulppo se asume la actitud, la conducta y el control sobre las circunstancias e inconvenientes que se presenten de manera activa, tomando la iniciativa audaz y creativa para generar mejoras y dar solución a la resolución de conflictos.
- ❑ **Cordialidad:** Pulppo se caracteriza por el trato amable y sincero, demostrando siempre a los clientes el afecto en las interrelaciones.
- ❑ **Comunicación asertiva:** Pulppo tiene una intercomunicación clara y oportuna con los clientes, sobre lo que se quiere y se desea lograr. Se busca constantemente desde la experiencia explotar el potencial de la comunicación mediante diferentes canales que generen el impacto necesitado.

ORGANIGRAMA:



Ilustración 2: Organigrama (Gráfica de autores)

El organigrama de Pulppo se caracteriza por ser una estructura lineal y jerárquica, en la cual las decisiones se toman por la junta de socios y así se delegan los procesos en los departamentos encargados de cada tarea u operación. El ingeniero encargado del software esté en una zona más alta a diferencia de los demás departamentos por lo que esta persona es la encargada de realizar todo el mantenimiento a la aplicación y se encargará de subir toda la información pertinente a la plataforma, será el encargado principal de las actualizaciones y el mantenimiento constante del aplicativo móvil.

4.4. Postura ética: competencia, ámbito empresarial, cliente y formación

humanista de la universidad:

Ética, valor el cual Santo Tomás de Aquino consideraba como todas las acciones humanas que estaban encaminadas a un fin último concreto; el fin de todas las acciones humanas es adquirir la felicidad (eudaimonía). La felicidad consiste en perseguir aquello que es lo más natural para la propia naturaleza. Según Aristóteles lo más genuino del hombre es el uso de la razón, del logos, así el hombre será feliz en la medida en que desarrolle al máximo su poder cognoscitivo y ejercite la capacidad racional (institutozurbaran, 2009), por ende Pulppo encamina la formación humanística de la universidad Santo Tomás para brindar una atención a clientes de manera atenta, los trabajadores de Pulppo por su ética y valores, entregarán un servicio ejemplar ya que en las políticas de ética que Pulppo implementa se deja claro que el trato a los clientes es de manera justo

y honesta. Esto quiere decir que se prohíbe que los trabajadores de Pulppo mientan a clientes potenciales o les brinden información errónea, los empleados o terceros que serán encargados de contactar con las inmobiliarias o conjuntos residenciales no podrán ocultar el precio real del servicio ya que esto sería un esfuerzo en engañar a los clientes y por último no prometerles más de lo que el servicio de Pulppo pueda ofrecerles.

4.5.Descripción producto o servicio:

Aplicativo Móvil: Es un programa que se descarga en el celular o en algún otro dispositivo con acceso a internet, por lo general los aplicativos móviles son descargados por medio de unas tiendas virtuales, entre las más comunes se encuentra la App Store, la cual funciona para el sistema operativo IOS de Apple y la Play Store que funciona para el sistema operativo Android de Google. Desde la incursión de los aplicativos en dispositivos móviles en 2007 por parte de Apple han logrado a tener un impacto desenfrenado e inimaginable dentro de la sociedad, desde hacer las actividades humanas más fáciles, hasta lograr crear toda una sociedad virtual llena de intercambios culturales.

Pulppo pretende ofrecer un aplicativo móvil práctico, dinámico y que funcione optimizando procesos administrativos de las unidades residenciales. Esta plataforma digital ayudaría tanto al administrador en la gestión de documentación y manejo de datos y mensajes como a los residentes en el control de actividades referentes a su inmueble. Noticias y anuncios, reserva de zonas comunes, solicitudes y reclamos (PQR), capacitaciones virtuales, buzón digital de quejas y sugerencias, pagos y facturación en línea, citofonía, envío de mensajes masivos, votaciones y encuestas entre muchas otras herramientas ofrecería este aplicativo móvil, que busca transformar y digitalizar los canales tradicionales de comunicación dentro de las unidades residenciales.

Cartelera Digital: Con el fin de apoyar y respaldar la información de la unidad residencial presentada en el aplicativo móvil, se ofrece la opción de la implementación de estas pantallas digitales donde se mostrarán piezas audiovisuales o infografías de noticias y anuncios referentes al conjunto residencial. Se busca reemplazar las carteleras tradicionales con los informativos de letra pequeña las cuales los residentes no prestan atención, por carteleras digitales con informativos llamativos y generar el impacto deseado por la comunidad residencial.

4.6.Etapas del proyecto:

- Segmentar las empresas de propiedad horizontal y los conjuntos residenciales más adecuados para la implementación del servicio.
- Identificar los problemas y falencias de comunicación y conflicto que se presentan dentro de la unidad residencial.
- Proveer dentro del aplicativo móvil las herramientas y los contenidos más adecuados para mejorar y solucionar estas falencias.
- Hacer control y evaluación. Se establecen unas metas con la unidad residencial y se realiza un control de retroalimentación mediante indicadores y gráficas para identificar el cumplimiento de las metas propuestas y el impacto obtenido del aplicativo móvil y las carteleras digitales frente a los procesos comunicativos de la comunidad residencial.

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

A partir de las líneas de investigación, está emprendimiento se enfoca dentro de la línea de *comunicación, gobierno y ciudadanía* en la cual su objeto está en “...*reflexionar desde una perspectiva interdisciplinaria sobre las relaciones que se configuran entre comunicación y ciudadanía como escenarios fundamentales para construir sociedades menos desiguales y excluyentes...*”. Allí, es donde el emprendimiento se enlaza con la búsqueda de establecer por

medio del aplicativo móvil y las carteleras digitales unas estrategias comunicativas efectivas y que generen impacto positivo y continuo dentro del conjunto residencial. De esta manera, se pretende transmitir no solo información del conjunto, sino también contenido que promueva una cultura ciudadana más tolerante, más educada, menos excluyente y conflictiva.

La comunicación está inmersa en todo, en este caso particular, en el convivir entre las personas dentro de la comunidad residencial, la cual está ligada a una permanente interacción por parte de sus miembros, no solo a nivel de lenguaje verbal sino también corporal, donde los residentes enfrentan diferentes situaciones dependiendo de la percepción y la perspectiva de cada cual, es por eso que Pulppo construiría o fomentaría ciudadanía a partir del interior de los núcleos familiares, entendiendo al conjunto residencial como una unidad ciudadana, donde conviven varios ciudadanos y así mismo yacen sus conductas para afrontar el mundo en su exterior. Se busca cambiar el interior para cambiar el exterior, a partir del convivir del individuo, promover una cultura ciudadana positiva. Este emprendimiento parte de identificar las falencias en la comunicación dentro de los conjuntos residenciales que generan conflictos interpersonales dentro del mismo, y luego construir un canal de comunicación eficaz.

A partir de los campos de la comunicación, se aspira desde el campo educativo, promover una conducta y cultura ciudadana que trabaje en pro de la comunidad residencial y que influya de manera positiva en los comportamientos de sus miembros dentro y fuera del conjunto residencial. Se generará una experiencia positiva en los residentes ya que el aplicativo dispondrá de varias piezas comunicativas que informen y eduquen, asimismo, se busca crear un entorno virtual de la unidad residencial donde cada uno de los residentes puedan colaborar e involucrarse con todo lo referente al conjunto, promoviendo en ellos el sentido de pertenencia y la unidad en la comunidad.

De igual modo, a partir del campo en conflicto, se busca conciliar y prevenir conflictos habituales dentro de los conjuntos residenciales por medio de piezas, videos, infografías, entre otros productos comunicativos, que expongan los protocolos y los lineamientos para proceder y mediar en situaciones donde se puedan presentar estas diferencias interpersonales. Se pretende generar un constante tráfico dentro del aplicativo móvil de Pulppo por parte de los residentes y administradores, mediante un constante flujo de contenidos atractivos, promoviendo siempre, la justicia y la equidad dentro del conjunto residencial en busca de la construcción de paz. Así mismo, en cuanto al campo de investigación y periodismo, se pretende comprender las dificultades y falencias que se presentan en la comunicación y la información dentro de las unidades residenciales, en busca de desarrollar habilidades, donde se perfeccione la producción de mensajes claros y canales de información que generen gran impacto para la comunidad residencial.

Asimismo, desde el campo organizacional, se busca mediar dentro de los procesos y prácticas comunicativas que se presentan en las unidades residenciales. Analizando su estructura, su sistema, sus normas y dinámicas, con el fin de diseñar e implementar estrategias comunicativas mediante tecnologías mediáticas que fortalezcan los procesos comunicativos dentro de los conjuntos residenciales, y así mismo, la construcción de ciudadanía con un sentido social y de pertenencia dentro del mismo.

4.8.Marco legal (análisis de las normas comerciales para la formalización del negocio).

Pulppo al igual que cualquier otra empresa debe entrar en el marco de cumplir las normas y las leyes vigentes que más se acomoden a la idea de negocio. Por lo pronto Pulppo pretende ser una mediana empresa, con mayor exigencia desde el aspecto comunicativo, de nuevo crecimiento en carácter operacional que genere incorporar personal que ayude en el control y administración

al momento de proveer los contenidos para los conjuntos residenciales, aumentando cada vez el sentido de pertenecía como de exigencia dentro de la empresa.

Pulppo se ubica dentro del sector terciario ya que su aplicabilidad se centra en el ofrecimiento de un servicio para mejorar los canales y los contenidos de la comunicación dentro de las unidades residenciales y las empresas de propiedad horizontal. En el caso particular, Pulppo, ofrece un servicio dentro de las actividades de telecomunicación de las unidades residenciales proporcionando estrategias comunicativas más efectivas para estos conjuntos residenciales. Pulppo será una empresa privada, con un control y un capital perteneciente a dos personas naturales particulares (Daniel Felipe Cruz Rincón y Sergio Steven Bonilla Salcedo) de este modo adoptará una forma de persona jurídica capaz de ejercer derechos y contraer obligaciones.

Específicamente se conformará bajo la Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.) ya que cuenta con un carácter innovador para el derecho societario en Colombia, y de este modo estimula el emprendimiento debido a las facilidades y flexibilidades que ofrece tanto a nivel de su constitución como de su funcionamiento. De igual manera luego de registrar a Pulppo dentro de Cámara y Comercio se especificará que Pulppo será una empresa con ánimo de lucro y que regirá al pie de las normas y leyes vigentes establecidas por la constitución política y demás entidades pertinentes como Cámara y Comercio, La MINTIC, entre otras.

LA LEY 675 DEL 2001

Esta ley de Propiedad Horizontal regula los inmuebles donde concurren derechos de propiedad exclusiva sobre bienes privados y derechos de copropiedad sobre el terreno y los demás bienes comunes. **Su fin es garantizar la seguridad y la sana convivencia a través de una normatividad caracterizada por la convivencia pacífica y la solidaridad social. También** regula lo relacionado con las actas de juntas, las funciones de los órganos

de la comunidad, del administrador, régimen de convocatorias, ejercicio del derecho de voto y renuncia al cargo de presidente, entre otros ítems. Con lo anterior, la Ley de Propiedad Horizontal gana flexibilidad, dinamismo y eficacia.

ARTÍCULO 2o. PRINCIPIOS ORIENTADORES DE LA LEY. Son principios orientadores de la presente ley:

2. Convivencia pacífica y solidaridad social. Los reglamentos de propiedad horizontal deberán propender al establecimiento de relaciones pacíficas de cooperación y solidaridad social entre los copropietarios o tenedores.

4. Libre iniciativa empresarial. Atendiendo las disposiciones urbanísticas vigentes, los reglamentos de propiedad horizontal de los edificios o conjuntos de uso comercial o mixto, así como los integrantes de los órganos de administración correspondientes, deberán respetar el desarrollo de la libre iniciativa privada dentro de los límites del bien común.

ARTÍCULO 3o. DEFINICIONES. Para los efectos de la presente ley se establecen las siguientes definiciones:

Bienes comunes: Partes del edificio o conjunto sometido al régimen de propiedad horizontal pertenecientes en proindiviso a todos los propietarios de bienes privados, que por su naturaleza o destinación permiten o facilitan la existencia, estabilidad, funcionamiento, conservación, seguridad, uso, goce o explotación de los bienes de dominio particular.

RESOLUCIÓN 512 DE 2019

CAPÍTULO I.

DISPOSICIONES GENERALES.

ARTÍCULO 4. OBJETIVOS. La Política General de Seguridad y Privacidad de la Información y Seguridad Digital tendrá los siguientes objetivos:

1. Definir, reformular y formalizar los elementos normativos sobre los temas de protección de la información.

2. Gestionar los riesgos de seguridad y privacidad de la Información, Seguridad Digital de manera Integral.

3. Mitigar los Incidentes de Seguridad y Privacidad de la Información, Seguridad Digital de forma efectiva, eficaz y eficiente.

4. Establecer los mecanismos de aseguramiento físico y digital, para fortalecer la confidencialidad, integridad, disponibilidad, legalidad, confiabilidad, continuidad y no repudio de la Información del Ministerio. ¿La ley y los artículos a que corresponden?

LEY 1978 DE 2019

ARTÍCULO 4. Modifíquense los numerales 1, 7 y 13 del artículo 4o de la Ley 1341 de 2009, que quedarán así:

1. Proteger los derechos de los usuarios, incluyendo a los niños, niñas y adolescentes, y a la familia velando por la calidad, eficiencia y adecuada provisión de los servicios, y la promoción de la digitalización de los trámites asociados a esta provisión.

7. Garantizar el uso adecuado y eficiente del espectro radioeléctrico, que maximice el bienestar social generado por el recurso escaso, así como la reorganización de este, respetando el principio de protección a la inversión, asociada al uso del espectro. Los proveedores de redes y servicios de telecomunicaciones responderán jurídica y económicamente por los daños causados a las infraestructuras.

13. Incentivar la inversión para la construcción, operación y mantenimiento de infraestructuras de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, y propender por la protección del medio ambiente y la salud pública.

ARTÍCULO 5. Modifíquese el artículo 6o de la Ley 1341 de 2009, el cual quedará así:

ARTÍCULO 6. Definición de TIC. Las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (en adelante TIC) son el conjunto de recursos, herramientas, equipos, programas informáticos, aplicaciones, redes y medios que permiten la compilación, procesamiento, almacenamiento, transmisión de información como voz, datos, texto, video e imágenes.

El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, con el apoyo técnico de la CRC, deberá expedir el glosario de definiciones acordes con los postulados de la UIT y otros organismos internacionales con los cuales sea Colombia firmante de protocolos referidos a estas materias.

ARTÍCULO 6. Modifíquese el artículo 7o de la Ley 1341 de 2009, el cual quedará así:

ARTÍCULO 7. Criterios de interpretación de la Ley. Esta Ley se interpretará en la forma que mejor garantice el desarrollo de los principios orientadores establecidos en la misma, con énfasis en la protección de los usuarios, la garantía y promoción de la libre y leal competencia y la promoción de la inversión.

ARTÍCULO 7. Modifíquese el artículo 10 de la Ley 1341 de 2009, el cual quedará así:

Artículo 10. Habilitación general. A partir de la vigencia de la presente Ley, la provisión de redes y servicios de telecomunicaciones, que es un servicio público bajo la titularidad del Estado, se habilita de manera general, y causará una contraprestación periódica a favor del Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Esta habilitación comprende, a su vez, la autorización para la instalación, ampliación, modificación, operación y explotación de redes

para la prestación de los servicios de telecomunicaciones, se suministren o no al público. La habilitación general a que hace referencia el presente artículo no incluye el derecho al uso del espectro radioeléctrico.

5. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO y/o SERVICIO

5.1.Producto o servicio:

Aplicativo Móvil: Se ofrece una plataforma digital descargable en las tiendas virtuales de IOS (Appstore) y Android (Play Store) que funcione como herramienta administrativa e interactiva tanto para los administradores de las unidades residenciales como para los residentes, propietarios y copropietarios de estas mismas, en la cual, podrán manejar y controlar todos los aspectos referentes a su hogar, como tener un canal de comunicación con el administrador y la comunidad residencial.

Cartelera Digital: Con el fin de apoyar la información de la unidad residencial presentada en el aplicativo móvil, se ofrece la posibilidad de la implementación de estas pantallas digitales donde se mostrarán piezas audiovisuales o infografías de informativos referentes al conjunto residencial en reemplazo de las carteleras tradicionales con los informativos de letra pequeña y que no generan el impacto deseado en los residentes.

5.2.Plus o ventaja competitiva.

Con respecto a la competencia, Pulppo ofrece los precios más bajos del mercado, contando con un apoyo de atención al cliente y soporte técnico cuando sea solicitado, además de esto, la inclusión de las carteleras digitales es una ventaja para poder mostrar de una forma más clara y llamativa en los puntos más estratégicos de las unidades residenciales, en donde logren generar mayor impacto en la comunidad residencial. De igual forma, otra de las ventajas que proporciona Pulppo es la posibilidad de acceder dentro del aplicativo móvil a diferentes capacitaciones o

contenidos que ayuden de instructivo o protocolo para las personas que lo vean, y sepan atender a situaciones de la cotidianidad dentro de un conjunto, como, por ejemplo, situaciones con las heces de las mascotas, o el ruido de los vecinos, o situaciones de emergencia. Esto, con el fin de educar a la comunidad residencial y fomentar en ellos el respeto y la tolerancia, fortaleciendo las relaciones interpersonales y evitar al máximo futuros conflictos.

5.3. Características del producto y/o servicio.

Tanto los administradores como los residentes pueden acceder a una serie de funciones dentro del aplicativo móvil que ayuden a facilitar la interacción con su unidad residencial, las cuales son:

- Noticias y anuncios
- Reserva de zonas comunes
- Solicitudes y reclamos (PQR)
- Capacitaciones virtuales
- Buzón digital de quejas y sugerencias
- Calendario de eventos
- Votaciones y encuestas
- Documentos en línea
- Facturación Digital
- Recordatorios de facturas vencidas
- Pagos en línea
- Reportes: de uso, administrativo, demográfico, contables, de seguridad
- control de tareas
- Envío de mensajes masivos

- Reuniones de consejo en línea
- Asamblea virtual
- Citofonía
- Control: de ingreso, de correspondencia, de ingreso de vehículos

5.4.Productos o servicios similares en el mercado.

Propiedata (<https://www.propiedata.com/>), la cual funciona para gestionar la información de la copropiedad en la palma de tu mano, realizar solicitudes, quejas y reclamos a la administración, participar en votaciones, reservas de zonas comunes, gestión de cobro y pagos de la administración, entre otras herramientas.

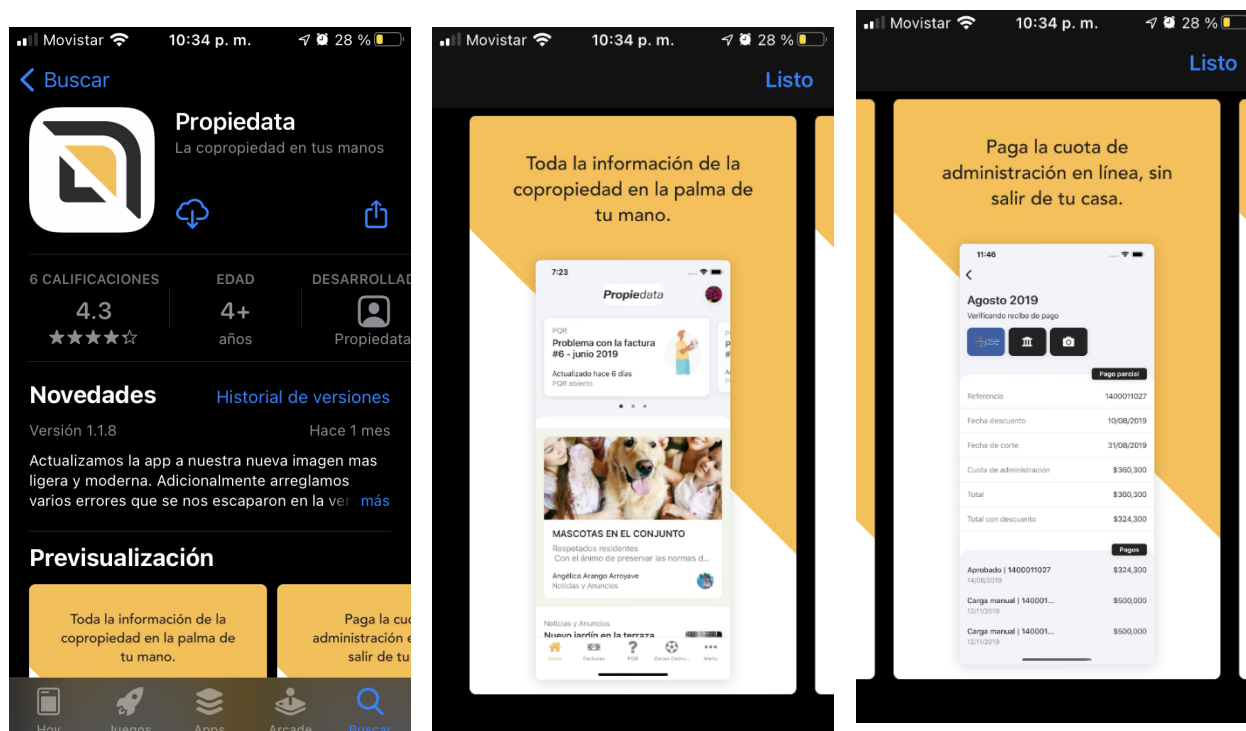


Ilustración 3: Propiedata (Tomado de PlayStore)

Kipo (<https://kipo.app/>), la cual funciona para gestionar la información de la copropiedad en la palma de tu mano, realizar solicitudes a la administración, participar en votaciones, reservas de zonas comunes, gestión de cobro y pagos de la administración, entre otras herramientas.

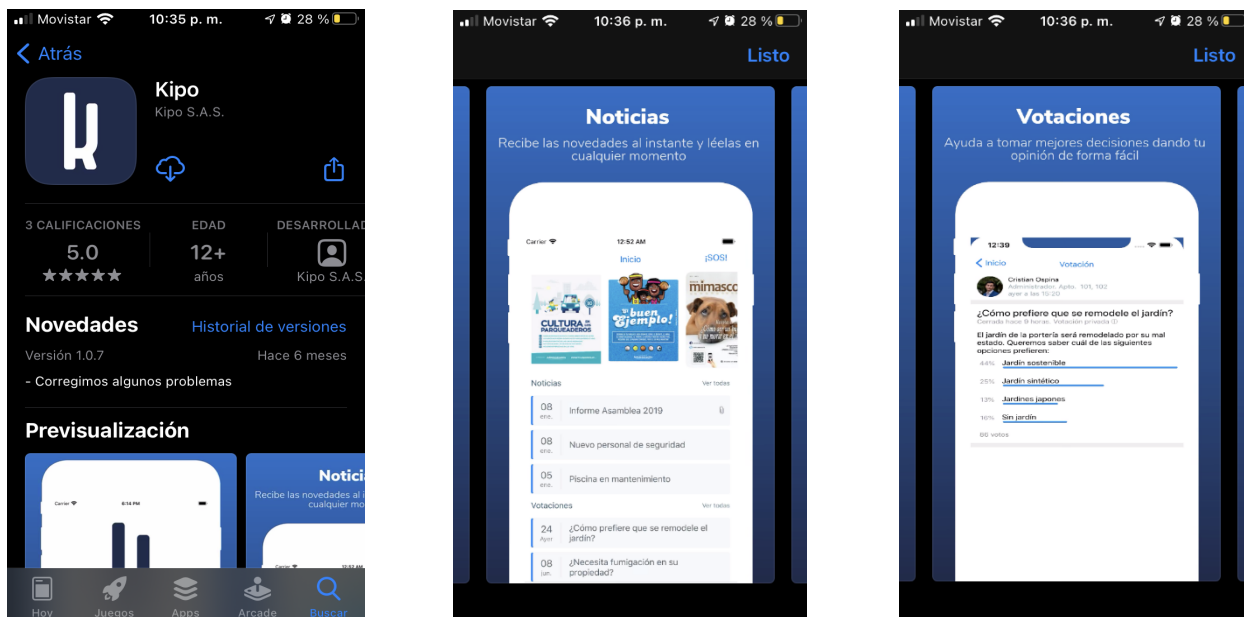


Ilustración 4: Kipo (Tomado de PlayStore)

Gestiona Tu Conjunto (<https://appadvice.com/app/gestiona-tu-conjunto/1471193145>)

la cual funciona para gestionar calendarios, comunicados de la unidad residencial, realizar solicitudes a la administración, participar en votaciones, reservas de zonas comunes, gestión de cobro y pagos de la administración, entre otras herramientas.

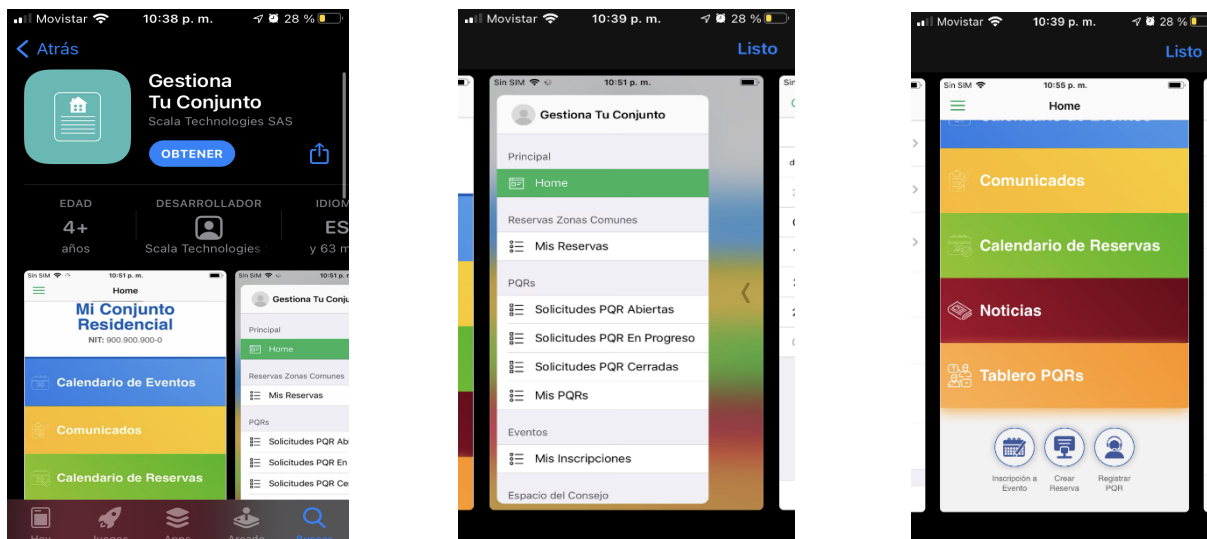


Ilustración 5: Gestiona Tu Conjunto (Tomado de PlayStore)

Registro de empresas que trabajan en el mismo sector.

Inmobiliaria Marca: Se encarga de la administración de copropiedades bajo un enfoque profesional y responsable. Posee más de 27 años de experiencia en la gestión de Edificios, Conjuntos y Centros Médicos, ofreciendo servicios como: contabilidad, aspectos legales, servicios de aseo y seguridad, entre otros.

Oikos Inmobiliaria: Se encargan de la comercialización de inmuebles con el ofrecimiento de servicios administrativos, como manejo de pólizas, ofrecimiento de seguros públicos y legales entre otros.

Argi Inmobiliaria: Es una empresa de Administradores De Propiedad Horizontal con más de 15 de años de experiencia. Cuenta con un equipo de profesionales en administración de conjuntos residenciales, administración de edificios, administración de oficinas, administración de parques industriales y centros comerciales en Bogotá.

5.5. Aporte del modelo de negocio en términos de innovación:

Pulppo es un nuevo servicio introducido en el mercado, el cual tiene de innovación diferentes maneras en las cuales el usuario (cliente) pueda interactuar con una variedad de módulos referentes a su unidad residencial, tendría a la mano la posibilidad de controlar y administrar desde el aplicativo móvil su apartamento o casa y establecer una comunicación directa con el administrador como con la comunidad de esa unidad residencial.

Video clips, infografías, pestañas dinámicas, piezas gráficas y módulos interactivos son la forma en la que Pulppo busca facilitar la interacción de los usuarios con sus unidades residenciales de una manera dinámica e inmediata. De igual forma, Pulppo busca crear una comunidad social unida y con mayor sentido de pertenencia.

6. EQUIPO DE TRABAJO Y SISTEMA DE NEGOCIO

6.1. Equipo de trabajo (nombre de los integrantes, cargo, rol, competencias, experiencia aportada al modelo de negocio, importante cuadro)

Daniel Cruz: CEO

Es cofundador de Pulppo, donde cumple el cargo de *Chief Executive Officer* (CEO) o Director Ejecutivo cumpliendo la función esencial de la dirección general de la compañía. Posee gran capacidad de liderazgo para dirigir y tomar decisiones en áreas administrativas. Es un gestor y promotor en desarrollo de valores éticos, con amplio sentido de pertenencia e interés por el desarrollo social dentro y fuera de un entorno laboral y/o cultural. Domina con una mentalidad creativa una alfabetización mediática de plataformas y distintos canales de comunicación. Tiene la capacidad de coordinar personal e impulsar el trabajo en equipo, adquiriendo con facilidad excelentes relaciones interpersonales. Tiene un pensamiento crítico, innovador y adaptativo frente a la solución de problemas. Posee iniciativa, recursividad, responsabilidad y organización, al igual que la facilidad de expresión y redacción en medios de comunicación. Permanentemente, impulsa en él un constante aprendizaje frente a la actualidad.

Sergio Bonilla: COO

Es cofundador de Pulppo, donde cumple el cargo de *Chief Operating Officer* (CEO) o Director de Operaciones cumpliendo la función esencial de la gestión de procesos de la compañía. Posee conocimientos en comunicación organizacional, periodismo audiovisual y manejo de las TIC. Se caracteriza como una persona comprometida, proactiva, con buenas relaciones interpersonales, excelente presentación y con ganas de un aprendizaje constante.

6.2.Red de contactos (lista clientes, proveedores y aliados estratégicos comerciales).

- **Empresas de administración de Propiedad Horizontal:**

- Esta alianza es necesaria para ofrecer el aplicativo móvil al igual que las carteleras digitales dentro de estas instituciones inmobiliarias y empresas que suministran toda la administración para las unidades residenciales

- **MINTIC:**

- El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones es un ministerio de Colombia encargado de las tecnologías de la información y la comunicación. Su sede se encuentra en el edificio Manuel Murillo Toro, situado en el centro histórico de Bogotá.

El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, según la Ley 1341 o Ley de TIC, es la entidad que se encarga de diseñar, adoptar y promover las políticas, planes, programas y proyectos del sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

Dentro de sus funciones está incrementar y facilitar el acceso de todos los habitantes del territorio nacional a las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y a sus beneficios.

- **DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN:**

- Es la entidad encargada de promover las políticas públicas para fomentar la ciencia, la tecnología y la innovación en Colombia.

- **MINISTERIO DE COMERCIO:**

- El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo apoya la actividad empresarial, productora de bienes, servicios y tecnología, así como la gestión turística de las regiones del país para mejorar su competitividad y su sostenibilidad e incentivar la generación de mayor valor agregado.
- **COMISIÓN NACIONAL DE COMPETITIVIDAD E INNOVACIÓN:**
 - La Comisión Nacional de Competitividad e Innovación es la instancia encargada de asesorar al Gobierno nacional y articular los distintos sistemas, subsistemas e instancias que desarrollan actividades en materia de competitividad e innovación, con el fin de promover el desarrollo económico.
- **CÁMARA DE COMERCIO:**
 - Una cámara de comercio es una organización formada por empresarios, dueños de pequeños, medianos o grandes comercios con el fin de elevar la productividad. Es pertinente registrar nuestro emprendimiento frente a cámara de comercio para así cerciorarnos que ante la ley y el mercado somos una marca registrada y acatamos los lineamientos como cualquier otra empresa del país.
- **SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO:**
 - Para la concesión de derechos sobre nuevas creaciones (patentes de invención, modelos de utilidad, diseños industriales y esquemas de trazados de circuitos integrados) y a los comerciantes sobre los signos que utilizan para distinguir sus productos y servicios (marcas, lemas, nombres y enseñas comerciales) en el mercado. Asimismo, conoce y decide sobre la declaración de protección de una denominación de origen (decreto 3081 de 2005).
- **COMISIÓN DE LA REGULACIÓN TELECOMUNICACIONES:**

- Es el órgano encargado de promover la competencia, evitar el abuso de posición dominante y regular los mercados de las redes y los servicios de comunicaciones; con el fin de que la prestación de los servicios sea económicamente eficiente, y refleje altos niveles de calidad. Acatar las normas de esta entidad, es muy importante ya que nuestro emprendimiento se basa en ofrecer contenidos y mejorar la comunicación de los conjuntos residenciales, es por eso por lo que tener las normatividades de esta entidad clara logrará que ofrezcamos un servicio más eficiente y con altos estándares de calidad.

6.3. Aliados del negocio (proveedores, compradores, socios e identificar las diferencias de cada uno, en cuanto a su perfil).

- Agencia creadora del aplicativo móvil.
 - Es indispensable la inclusión de la agencia encargada del desarrollo y creación del aplicativo móvil, así como de la gestión de su contenido. De igual modo, es necesario mencionar a la empresa encargada de proveer las carteleras digitales.
- Constructoras de unidades residenciales.
 - Dentro de las alianzas más importantes se denotan las constructoras de unidades residenciales a las cuales podríamos ofrecer el aplicativo móvil de Pulppo y así anticiparnos en la implementación del servicio del aplicativo móvil para los servicios administrativos de la unidad residencial, al igual que poder instalar las carteleras digitales en las recepciones o puntos estratégicos más favorables y asegurar la implementación de este plus comunicativo dentro de la sociedad residencial que comenzará a convivir ahí.
- Uenergy.

- Esta empresa de Medellín especializada en el mercado de paneles solares es un aliado potencial para la implementación de paneles en las carteleras digitales. En esta alianza se beneficia Uenergy con la venta de paneles solares y Pulppo por su parte, con el ahorro significativo en gastos de energía para las carteleras digitales dentro de las unidades residenciales y de esta manera trabajar por la economía circular o sustentable.
- Rous Vivant.
 - Esta empresa de Bogotá especializada en la decoración de interiores y en el sector floricultor, es un aliado potencial para estimular el interés de futuros clientes en la adquisición de los servicios de Pulppo, en los cuales por la compra reciben una membresía de decoración floral para la unidad residencial. De este modo, ambas partes ganan, Rous Vivant con visibilización en nuevos conjuntos residenciales la atracción de clientes potenciales al igual que Pulppo.

6.4.Ventajas de las alianzas.

Las ventajas de crear alianzas con diferentes entidades es un plus para el negocio que promueve el crecimiento y la expansión de la empresa. En el caso en particular de generar alianzas con estas empresas, Pulppo se ve beneficiado en muchos aspectos. Inicialmente en un aumento significativo de visibilización y posicionamiento de marca gracias a las vinculaciones con las constructoras, inmobiliarias y empresas de servicio administrativo. Por otra parte, la alianza con Uenergy le da una ventaja al servicio frente a la competencia con la implementación de paneles solares, y de igual modo beneficia a Pulppo en el ahorro significativo de energía gastada por las carteleras digitales. Finalmente, las alianzas con Rous Vivant y las agencias de publicidad ayudan

a Pulppo en la atracción de clientes potenciales con publicidad y obsequios por la adquisición de los servicios.

7. PLAN DE MERCADEO

7.1.El cliente

- Caracterización de los clientes o grupos potenciales.

Dentro del grupo focal de Pulppo se encuentran en primer nivel los administradores, quienes son los que aprobarán la implementación de las carteleras digitales y el aplicativo móvil en la unidad residencial que administran. Por otra parte, las empresas de administración de propiedad horizontal y las inmobiliarias, las cuales se encargan de proveer gestión administrativa a las unidades residenciales. De igual manera, dentro de nuestros clientes están los residentes, propietarios y copropietarios que tienen contacto directo con el aplicativo móvil y por último y no menos importantes los visitantes, personal de aseo y seguridad, los cuales tienen contacto con las carteleras digitales de las porterías, ascensores o recepciones, dependiendo de donde se ubique.

- Necesidades y problemas más significativos del cliente.

La necesidad más significativa, está en la ineficiencia de la comunicación interna de las unidades residenciales, ya que no existe un orden, ni un control de que la información llegue oportunamente. Por otra parte, la falta de herramientas de gestión administrativa para los administradores de los conjuntos residenciales, los cuales en varias ocasiones poseen métodos de control y gestión precarios, tradicionales y que a final de cuentas no les ayuda a optimizar procesos o incluso gastos. De igual forma, se identifica la necesidad de establecer una plataforma de interacción directa entre la comunidad residencial y con la administración de la unidad residencial.

7.1.2. Razones por las que compra un cliente.

Dentro de los clientes potenciales de Pulppo las razones por la cuales estarían dispuestos a pagar sería por las herramientas y los mecanismos que ofrece el aplicativo móvil para optimizar procesos o gestionar actividades de gran utilidad para la comunidad residencial de manera clara, óptima y sencilla. De alguna u otra manera facilita la vida del residente y del administrador. Así mismo ofrece un servicio digital moderno y que ayudaría de igual manera con sus capacitaciones a solucionar conflictos o saber cómo actuar en ciertas situaciones del común dentro de una unidad residencial.

7.1.3. Estrategias comunicativas para la persuasión del cliente, tres (3).

1. **Estrategia digital:** En la actualidad las redes sociales, páginas web, blogs son una manera efectiva para poder interactuar con el cliente, uno de los potentes en internet es la divulgación y promoción de videos en los cuales Pulppo vendría ilustrando la manera en que la aplicación se maneja y también las funciones que ayudarían al cliente.

Esta planificación estratégica da visibilidad online, ayudará a Pulppo a definir las redes sociales más convenientes para trabajar, además que servirá como guía para definir qué acciones se va a realizar para alcanzar los objetivos de marketing que Pulppo va a poner en marcha.

La estrategia digital se implementará para ser una hoja de ruta en la cual se permita elaborar procedimientos ante situaciones que tenga algún imprevisto y poder reaccionar a ello con debido procedimiento, está también facilitara la operación de recursos y así mismo llevar un control en las acciones que se proporcionan en las redes sociales o que la Web ofrece.

Promoción focal en administradores:

Las Charlas informativas con administradores de conjuntos residenciales, son esenciales ya que en estas se importarán videoclips, infografías, diapositivas y textos dinámicos, en los cual

se explique la utilización de la App, su botón de ingreso y registro de cada usuario son importantes en este punto, ya que se implementarán ciertas rutas para adquirir diferentes servicios que Pulppo ofrecerá a los conjuntos residenciales. Estas charlas serán ofrecidas por personal experto en aplicativos, que tendrán el tiempo suficiente para explicar las diferentes pestañas que cada icono del aplicativo direcciona.

Por otra parte, se implementa esta estrategia pensando en los beneficios que realizaría en los residentes de los conjuntos residenciales y esta misma llevaría a la conclusión del por qué es esencial o un plus implementar a Pulppo en sus hogares.

Promoción gratuita antes de la asamblea con residentes:

Pulppo facilitará personal con experiencia en enseñanza y manejo especial de aplicativos, lo cual conlleva a que los administradores realicen una asamblea en los conjuntos residenciales, esto con el fin de poder demostrar la App de Pulppo a los residentes y que ellos puedan interactuar y descubrir los diferentes aportes que esta le daría a sus viviendas; desde sus propios celulares los residentes podrán descargar por primera instancia el aplicativo de manera gratuita en las plataformas de app store y play store, para que ellos como anteriormente dicho interactúen y tengan más conocimiento sobre Pulppo, en conclusión se permitirá evidenciar el producto y manifestarles de una manera dinámica que Pulppo es la opción correcta para sus viviendas.

Medios de comunicación para captar la atención del cliente.

Los medios de comunicación alternativos serían nuestro foco para captar la atención del cliente, la estrategia es demostrar que Pulppo ofrece aquello que necesita el público objetivo y ayudarlo a resolver sus problemas. De una forma natural se tendrá la oportunidad de mostrar a la audiencia lo bueno que es el producto y servicio, pero esto se hará de una forma sutil, teniendo siempre en mente que lo primordial es atender las necesidades del cliente. El cliente se entretiene

con lo dinámico, es por ello por lo que utilizar vídeos e imágenes son un plus ya que se evidenciara lo que Pulppo aportar al cliente.

7.2.La competencia

Perfil de la competencia.

La competencia para Pulppo son los aplicativos móviles dentro del mercado que cumplen con la función de asistir al administrador como herramienta de gestión, control y coordinación de información referente a su unidad residencial. Por otro lado, es pertinente considerar dentro de un perfil competente, a los sistemas tradicionales de gestión como el correo electrónico, Excel y demás herramientas que usualmente los administradores prefieren para gestionar sus trabajos y procesos con la unidad residencial.

Aliados estratégicos de la competencia.

Estos aplicativos móviles en la mayoría de los casos están apoyados con entidades inmobiliarias o empresas de administración de propiedad horizontal, en las cuales ofrecen su servicio aplicativo con los administradores que están sujetos a estas instituciones. Por otra parte, es pertinente tener en cuenta a las empresas que apoyan en las transacciones bancarias como PayU y Paypal en las que dentro del aplicativo móvil la tiene la posibilidad de realizar pagos en línea.

Competidores directos e indirectos.

Dentro del sector de la propiedad horizontal no existen muchos competidores por medio de plataformas o aplicativos móviles. Sin embargo existen unas aplicaciones, que se podrían identificar como competidores directos, como **Propiedata (<https://www.propiedata.com/>)**, **Con Vecinos (<http://www.convecinos.com.co/>)** y **Kipo (<https://kipo.app/>)**, los cuales funcionan para gestionar noticias y eventos de la unidad residencial, realizar solicitudes a la administración,

participar en votaciones, reservas de zonas comunes, gestión de cobro y pagos de la administración, entre otras herramientas.

Por otro lado, están los competidores indirectos, los cuales son las inmobiliarias o empresas de administración de copropiedad o propiedad horizontal. Entre las más destacadas están la **Inmobiliaria Marca, Doral y el grupo Empresarial Oikos** los cuales cumplen una función de servicio administrativo para las unidades residenciales, donde les proporcionan, administración, personal de aseo, seguridad, sistemas de control y administración entre otras cosas.

Diferencial del producto o servicio frente a la competencia.

En valor diferencial de Pulppo frente a la competencia en la inclusión de las carteleras digitales dentro de las unidades residenciales, como el acompañamiento a la comunidad residencial de capacitaciones y protocolos de situaciones comunes que competen a las unidades residenciales, como temas de mascotas, zonas comunes, ruido, entre otras. Con el fin de contribuir a la comunidad residencial, a partir de este contenido digital establecer protocolos que ayuden a mejorar la solución de conflictos y asimismo fortalezcan las relaciones interpersonales dentro de sus miembros. De esta manera se busca establecer una comunicación interna más eficiente entre la comunidad residencial y la administración del conjunto residencial.

7.3.Precio producto y/o servicio

Precio del producto y servicio:

Los servicios de Pulppo se dividirán en tres paquetes de suscripción mensual, dentro de los cuales los clientes potenciales podrán elegir el más pertinente para lo que necesita la unidad residencial en especial. El servicio del aplicativo móvil y las carteleras digitales va dirigido para las unidades residenciales, el cual será usado tanto por su administrador como por sus residentes.

- Paquete Bronce - \$ 100.000/mes

- Paquete Plata - \$ 200.000/mes
- Paquete Oro - \$ 350.000/mes

7.3.1. Precio del producto y/o servicio de la competencia:

Propiedadata:

- Básico - \$ 120.000/mes
- Profesional - \$ 250.000/mes
- Premium - \$ 490.000/mes

Kipo:

- Básico - Gratis
- Profesional - \$ 250.000/mes
- Extras - opcionales con costo extra

7.3.2. Precio que el cliente está dispuesto a pagar (argumentar):

Teniendo en cuenta que los servicios del aplicativo móvil van dirigidos a la comunidad residencial, el pago se efectuará a la unidad residencial, es por ello por lo que el pago de los residentes dependerá del número de casas o apartamentos que posea la unidad residencial. Como por ejemplo si el pago es por el paquete de Plata, el cual es de \$200.000, y el número de apartamentos del conjunto es de 40, esto quiere decir que a cada residente le tocará realizar un pago de \$5.000 a su pago de la administración para cubrir el pago del paquete.

7.3.3. Métodos de pago ofrecidos por el modelo de negocio.

- ❑ **Transferencia Bancaria:** Esta modalidad de pago se produce a través del envío del pago por medio del banco de preferencia del cliente. Pulppo recibe de su entidad bancaria el ingreso del pago determinado al número de cuenta del proveedor. En este caso Pulppo recibiría por el pago correspondiente del paquete pactado con la unidad residencial, y los

residentes pagarían entre todos por el valor de ese paquete dentro del pago de la administración.

7.4. Canales de distribución del producto y/o Servicio, captación de clientes y posicionamiento de la marca.

- **Canales de distribución del producto y/o servicio: al por menor, mediante terceros, agentes o vendedores, franquicias, mayorías o establecimiento propio:**

De igual forma otro medio de distribución del aplicativo será por medio de alianzas con inmobiliarias o empresas de administración de propiedad horizontal, para que, dentro de sus paquetes de productos o servicios para las unidades residenciales, ofrezcan el aplicativo móvil o las carteleras digitales de Pulppo.

7.4.1. Canales de comunicación para llegar a los clientes: publicidad tradicional, mercadeo directo, mercadeo digital, telemercadeo, relaciones públicas, exposiciones y ferias.

Pulppo como empresa tecnológica enfocada dentro de los aplicativos móviles, le apuesta a las plataformas y los medios alternativos de comunicación, ya que, como se ha venido mencionando con anterioridad, los medios y canales tradicionales no están generando la atención requerida ni el impacto deseado. Es aquí, donde la implementación de canales adicionales de comercialización ayudará a llegar con más facilidad a los clientes potenciales.

Canal de Publicidad: Para lograr un buen posicionamiento en el mercado, debemos tener en cuenta los canales de distribución que tenemos alcance para emprender nuestro proyecto. Por ello, una de nuestras primeras opciones es la emisora de la Universidad Santo Tomás, *Escenario Radio*, donde podremos divulgar de que se trata nuestra aplicación a través de cuñas radiales para obtener reconocimiento y recordación.

Marketing Digital y Relaciones Públicas: Los aplicativos móviles como Facebook, Instagram y LinkedIn serán de vital importancia para un acercamiento oportuno con nuestro clientes, ya que se utilizarán como herramienta para subir imágenes, videos, infografías, animaciones, y demás contenidos audiovisuales los cuales llamen la atención de administradores, de residentes, propietarios y copropietarios de conjuntos residenciales generando un contacto indirecto para la adquisición de nuestro productos y servicios.

Por otro lado, tener la oportunidad de asistir a ferias, foros o eventos que se realizan en la ciudad de Bogotá de jóvenes empresarios, será muy importante, ya que podremos exponer nuestra idea a posibles compradores o alianzas en un futuro con otro tipo de emprendimiento.

Mercadeo Directo: La contratación de personal, permitirá una aproximación personal hacia constructoras, administraciones horizontales y residentes, para así poder generar más clientes y mejor comercialización y difusión del aplicativo Pulppo.

Feria Tecnológica Corferias: Gracias a esta feria podremos mostrar a los clientes cuál es la intención que Pulppo quiere ofrecer a los conjuntos residenciales y asimismo mostrar los productos y servicios que pueden acceder los clientes potenciales con el fin de mejorar los procesos comunicativos de su unidad residencial. Mediante demostraciones, infografías, animaciones, videos, folletos informativos entre otros muchos productos comunicativos que puedan atraer la atención de clientes potenciales.

7.4.2. Estrategia de posicionamiento:

Pulppo como empresa tecnológica, generará diferentes estrategias de posicionamiento, para que así mismo sea reconocido como una aplicación de alta utilización en las propiedades horizontales; para ello es muy importante diseñar e implementar un proceso de comunicación que destaque el por qué Pulppo, es mejor que la competencia, este proceso de comunicación será a

través de las redes sociales, estas herramientas tecnológicas nos ayudan a que el cliente tenga un primer acercamiento con nosotros a través de los registros audiovisuales y la interacción que tenemos en estas, así como la selección de los contenidos que se buscan publicar en estos canales, teniendo en cuenta que sea de gran impacto visual y llamativo para los clientes de propiedad horizontal, un gran ejemplo es la red social Instagram, es un medio para generar oportunidades de venta, pues en esta red social, muchas empresas y emprendimientos pagan publicidad para incrementar los usuarios y los clientes, lo cual Pulppo está dispuesto adquirir. De esta manera se aplicará un método de persuasión al visitante de la página para generar una posible compra del producto.

“ACEIS” es una empresa que brinda diferentes paquetes para propiedades horizontales, uno de ellos es gestión y administración de conjuntos residenciales, al examinar detalladamente se puede concluir que las estrategias de posicionamiento que esta empresa realiza son ineficaces, ya que es un paquete que los clientes poco adquieren. Es por ello que el Plus de Pulppo está en la percepción y valoración por el consumidor, pues gracias a este factor se podrá hacer un balance de las deficiencias que los canales de comunicación presentan, así mismo se manejara personal de apoyo para mantenerse cerca de los propietarios de los conjuntos residenciales y obtener información directa , como la importancia y falencias que llegue a tener el aplicativo, de esta manera mejoraremos y cumpliremos con las expectativas del consumidor.

8. ANÁLISIS DE RIESGOS

Relacionar tabla o matriz (riesgo – impacto – líneas de acción)

Matriz Dolencias y salud – PULPPO

Tabla 1: Matriz Dolencias y Salud (Gráfica de autores)

VARIABLE	SUBVARIABLE	AUTORES	SEÑAL DE DOLENCIA	SEÑAL DE SALUD
<p>CLIMA:</p> <p>Se trata de las personas en las organizaciones y cómo perciben su centro laboral.</p> <p>Definición Teórica:</p> <p><i>“La riqueza de toda organización</i></p>	<p>Relaciones Interpersonales:</p> <p>Es un elemento clave dentro de un buen clima laboral, son aquellas relaciones con los demás individuos, en este caso, de una organización o empresa.</p>	<p><i>“una buena relación dentro del trabajo fomenta un ambiente armónico, lo que permite un trabajo colaborativo más efectivo y de resultados. Por el contrario, relaciones interpersonales negativas afectan el rendimiento de los trabajadores,</i></p>	<p>Una mala relación interpersonal con los administradores de los conjuntos residenciales podría afectar la imagen corporativa de la empresa y posibles alianzas con otros conjuntos residenciales o</p>	<p>Dentro de la aplicabilidad de Pulppo, es fundamental fomentar unas excelentes relaciones interpersonales dentro y fuera de la empresa, ya que, si existen buenas relaciones entre trabajadores y aliados, se verá reflejado en los resultados y en</p>

<p><i>está en su capital humano. Sin él no hay organización ni razón de ser de ella. La persona es su esencia y el clima en que ella se desenvuelve es vital para el crecimiento de la organización.”</i></p> <p><i>(Ramírez-Wong, 2019)</i></p>		<p><i>sus actitudes frente a otros compañeros y genera en ellos también, una sensación de insatisfacción laboral.”</i></p> <p><i>(Ramírez-Wong, 2019)</i></p>	<p>instituciones asociadas.</p>	<p>los objetivos de la organización.</p>
	<p>Toma de Decisiones:</p> <p>Es un factor importante dentro de la estructura de la organización, ya que define las actividades y las responsabilidades que tienen asignado</p>	<p><i>“La palabra decisión deriva del término decido que significa cortar; referido al concepto actual, se entiende que se “corta” una alternativa finalmente</i></p>	<p>Una mala toma de decisiones en la información o en las piezas comunicativas que se suministra a los conjuntos residenciales puede desencadenar en culminar alianzas</p>	<p>La toma de sabias y responsables decisiones dentro de Pulppo es fundamental, el poder delegar y dividir las responsabilidades de manera correcta y así</p>

	<p>cada uno de los integrantes de la empresa.</p>	<p><i>elegida. Las personas encargadas de tomar una decisión son los decisores''</i></p> <p><i>(Davis, 2000)</i></p>	<p>con administradores y asociados.</p>	<p>suministrar un mecanismo de comunicación efectivo para el conjunto residencial</p>
	<p>Valores:</p> <p>Son todos aquellos elementos que abarcan y delimitan las relaciones sociales entre los miembros de la organización.</p>	<p><i>“Específicamente estamos hablando de conceptos, costumbres, actuaciones, actitudes, comportamientos o pensamientos que la empresa asume como normas o principios de conducta o que se propone tener o</i></p>	<p>Si los miembros tienen valores distintos a los valores corporativos de Pulppo puede desencadenar en futuros problemas dentro y fuera de la organización que afecten el clima laboral.</p>	<p>Unos buenos valores dentro de Pulppo generará buenas alianzas, buen cumplimiento de los procesos y principalmente genera un óptimo clima laboral.</p>

		<p><i>lograr como una característica distintiva de su posicionamiento y/o de situaciones competitivas.’’</i></p> <p><i>(Carlos Mejía)</i></p>		
	<p>Liderazgo:</p> <p>Es un rol fundamental dentro de las organizaciones, ya que no solo es un papel de delegar, si no a su vez, acompañar a las personas no solo en un aspecto únicamente laboral</p>	<p><i>“relación de influencia que ocurre entre los líderes y sus seguidores, mediante la cual las dos partes pretenden llegar a cambios y resultados reales que reflejen los propósitos que comparten”</i></p>	<p>Tener un papel de liderazgo plenamente laboral solo pensando en cuestión de resultados sin tener en cuenta la relación personal con el miembro de la organización puede repercutir en falta de</p>	<p>Acompañar a los miembros de la organización en los procesos, brindándole una autoridad delegada y que él sienta de alguna manera una libertad en sus actividades puede promover una afinidad con</p>

	sino también personal.	<i>(Daft, 2006)</i>	creatividad a la hora de la creación de piezas comunicativas para el conjunto residencial.	su trabajo y lo que hace.
	<p>Bienestar:</p> <p>Es el conjunto de elementos que generan un ambiente laboral óptimo, cómodo y agradable para los miembros de la organización o empresa.</p>	<p><i>“El enfoque sociológico se refiere al conjunto de condiciones objetivas y observables que conforma una comunidad. El grado de implementación de servicios y prestaciones de</i></p>	<p>Espacios reducidos o aburridos pueden desencadenar en una falta de creatividad a la hora de realizar las piezas comunicativas que ofrece Pulppo y así mismo una falta de productividad,</p>	<p>Ofrecer y poner a disposición elementos o detalles que puedan parecer minúsculos o insignificantes, pero que sin embargo aportan de gran manera a un agradable bienestar laboral se refleja en los</p>

		<p><i>que disponga la comunidad, la influencia de variables demográficas, lugar de residencia o hábitat, junto con otras como el ocio, la familia o el trabajo, correlacionarán altamente con el bienestar general de las personas”</i></p> <p><i>(Campbell, 1981; Rice, 1982 y Michalos, 1985)</i></p>	<p>ausentismo o nivel de tensión dentro de la organización.</p>	<p>resultados y en el cumplimiento de los objetivos de la organización.</p>
CULTURA:	Entorno Cultural:	<p><i>“actitudes, formas de ser, expectativas,</i></p>	<p>Un mal estudio de un entorno cultural que</p>	<p>Apropiar los elementos del entorno cultural</p>

<p>Es el conjunto de normas, valores y creencias que conforman un determinado sistema social, ya sea la familia, la escuela, o el sujeto en sí mismo y les da una identidad propia a los mismos.</p>	<p>está fuera de un determinado sistema u organización, sin embargo, tiene repercusión dentro de las lógicas de producción y estructuración de la empresa.</p>	<p><i>grados de inteligencia y educación, creencias y costumbres de las personas de un grupo o sociedad determinados”</i> (Calderón, 2011)</p>	<p>rodea al conjunto residencial puede afectar la eficacia o el recibimiento de la información por parte de los residentes o incluso genere problemas o conflictos.</p>	<p>que rodea al conjunto residencial, como por ejemplo los miembros que tiene o de dónde vienen puede ser un aspecto para utilizar a favor al momento de transmitir la información por medio de las pantallas o el medio de comunicación.</p>
<p>Definición Teórica:</p>	<p>Pertenencia:</p>	<p><i>“se crea y se fomenta para que los empleados</i></p>		<p>Hacer sentir al miembro de la organización</p>

<p>“... un lenguaje en común y categorías conceptuales, límites grupales y criterios para la inclusión, exclusión, poder y jerarquía. intimidad, amistad, recompensas y castigos”.</p> <p>(Schein, 1998)</p>	<p>Parte del precepto de hacer sentir al empleado que es una parte importante e indispensable dentro de la empresa. Para lo cual, la empresa debe trabajar en que el funcionario se sienta no sólo valorado, sino que también necesitado y apoyado por las personas o grupos en las situaciones de conflicto dentro de la empresa.</p>	<p><i>sean más productivos, cuidadosos, eficaces y eficientes en pro del bien de la compañía, ya que el sentimiento de lo propio, aceptación y pertenencia a un grupo o sociedad genera mayor interés por el bien de esta”</i></p> <p><i>(Félix Márquez)</i></p>		<p>importante y útil dentro de la empresa.</p> <p>Logrará que el empleado sienta pertenencia por los objetivos y los valores corporativos de la organización.</p> <p>Y así desempeñará su trabajo con el fin de cumplir dicha meta.</p>
--	--	--	--	---

	<p>Plataforma Simbiótica:</p> <p>Son todos aquellos elementos asociativos que tiene la empresa u organización, donde el público reconoce la marca por sus vínculos con otras ramas o desprendimientos de esta.</p>	<p><i>“Un vínculo asociativo desarrollado por ejemplares de distintas especies. El término se utiliza principalmente cuando los organismos involucrados (conocidos como simbioses) obtienen un beneficio de esa existencia en común.” (Pérez & Merino, 2011)</i></p>	<p>En distintos escenarios donde la plataforma de comunicación Pulppo se pueda llevar a cabo no solo en fortalecer la comunicación interna de conjuntos residenciales sino también de otras instituciones o estructuras donde la comunicación no sea efectiva. Desprendiéndose así la marca Pulppo en distintos escenarios.</p>	
--	---	--	---	--

	<p>Plataforma Filosófica:</p> <p>Es la síntesis de su ambiente o cultura en un grupo de valores fundamentales con el propósito informar a todo el mundo sus prácticas empresariales.</p>	<p><i>“conjunto de valores, prácticas y creencias que son la razón de ser de la empresa y representan el compromiso de la organización ante la sociedad.”</i></p> <p><i>(Pérez & Pinacho, Gestiopolis, 2013)</i></p>	<p>No tener una filosofía clara para la empresa puede generar que los procesos en las actividades y los resultados no llegue a diferenciar a Pulppo de otras empresas.</p>	<p>Puede que el modelo de las pantallas ya exista dentro de otros establecimientos, pero incluso en una forma muy rudimentaria, sin embargo, apropiarnos de una información coherente, eficiente y dinámica a la hora de presentar la información es la filosofía que nos diferencia de la competencia.</p>

	<p>Comportamiento:</p> <p>Dentro del contexto de la organización, son todos aquellos elementos que entran en la conducta del ser humano y que influyen de manera directa en los procesos de la organización.</p>	<p><i>“Estudio de individuos y grupos en el contexto de una organización y el estudio de procesos y prácticas internas que influyen en la efectividad de los individuos los equipos y la organización”</i></p> <p><i>(Hellriegel y Slocum)</i></p> <p><i>“Es el estudio del comportamiento humano en el</i></p>	<p>Comportarse de una manera equivocada al momento de relacionarse con los administradores puede repercutir en culminar contratos y posibles alianzas con más conjuntos residenciales con los que esté ligado ese administrador.</p>	<p>Los problemas de comportamiento dentro de los conjuntos residenciales pueden ser una variable a favor de la organización de Pulppo ya que puede fomentar piezas comunicativas que ayuden a resolver esos problemas internos de los conjuntos residenciales por</p>

		<p><i>lugar de trabajo</i></p> <p><i>la interacción</i></p> <p><i>entre las personas</i></p> <p><i>y la</i></p> <p><i>organización’’</i></p> <p><i>(Dubrin)</i></p>		<p>el</p> <p>comportamiento</p> <p>de sus residentes.</p>
<p>CONFLICTO:</p> <p>Es un fenómeno natural del ser humano, de todos los grupos y por ende de las organizaciones.</p> <p>Se presenta por el conflicto de intereses entre las partes.</p>	<p>Conflicto de Relaciones:</p> <p>Diferencias que surgen entre uno o varios individuos de la organización.</p>	<p><i>‘‘Es aquello que puede incidir en el grado de decisión, integración, espíritu de cuerpo y en última instancia, en el rendimiento.’’</i></p> <p><i>(Slemerson. 2004)</i></p>	<p>Los conflictos de relaciones se pueden generar en el aspecto individual y con los demás, si el trabajador tiene características que no aportan a los ideales o a los principios de la organización puede conllevar a</p>	<p>Una buena relación dentro y fuera de la organización por parte de todos los miembros de la organización puede generar eficiencia en los procesos.</p>

			tener problemas con los demás miembros de la organización.	
<p>Definición Teórica:</p> <p>“El conflicto en sí no es ni malo ni bueno. Lo que importa es la forma en que se maneje”</p> <p>(Picard, 2007)</p>	<p>Conflicto de Intereses:</p> <p>Diferencia que tiene dos o más miembros de la organización, por distintas cosas que quiere cada parte.</p>	<p><i>En sentido estricto, un conflicto de intereses tiene lugar en cualquier situación en que un interés interfiere o puede interferir con la capacidad de una persona, organización o institución para actuar de acuerdo</i></p>	<p>Proveer información en las pantallas distinta a la que me suministra el administrador, o incluso suministrando más publicidad que información útil para la comunidad del conjunto residencial, puede generar conflictos de</p>	<p>Mantener los intereses de todos los miembros de Pulppo fijados todos en un mismo horizonte, puede ser de gran utilidad para evitar futuros desacuerdos por diferencias en intereses individuales.</p>

		<p><i>con el interés de otra parte.’’</i></p> <p><i>(Antonio Argandoña. 2000)</i></p>	<p>intereses con las empresas publicitadas e incluso con el conjunto residencial como tal.</p>	
	<p>Conflicto de Roles:</p> <p>Diferencia que tiene dos o más miembros de la organización, principalmente por la diferencia de cargos o las responsabilidades que tienen dentro de los procesos de la organización.</p>	<p><i>‘‘Es un tipo de conflicto social que se da cuando un individuo se ve obligado a asumir roles diferentes e incompatibles.’’</i></p> <p><i>(Isabel Arquer. 1998)</i></p>	<p>El no estudiar bien las aptitudes que puedan ofrecer futuros o potenciales miembros de la empresa, puede desencadenar que no se sientan afines con las tareas que realizan, generando</p>	<p>En Pulppo tener afinidad con los intereses de la empresa y conocimiento de las aptitudes y capacidades en las que mejor se desempeña el miembro de la organización, hace que realice sus tareas con</p>

			conflicto de roles con otros miembros de la organización.	más agrado y comodidad.
	<p>Conflicto de Valores:</p> <p>Diferencia que tienen dos o más miembros de la organización, cuando unos intentan imponer a la fuerza un conjunto de valores distintos a los que tienen los otros.</p>	<p><i>“Las identidades y los valores no son negociables y, por lo tanto, sus conflictos exigen procedimientos más complejos, no raramente no resolutivos ni infalibles. Eso significa que estos conflictos son los más dramáticos y lacerantes”</i></p>	Si los miembros o las alianzas que tenga Pulppo, no tienen similitudes en sus valores, puede promover conflictos de valores.	

		(Francisco Viola. 2006)		
	<p>Conflicto de Datos:</p> <p>Diferencia que tiene dos o más miembros de la organización, se origina por la ausencia o limitación de la información, desinformación de las personas.</p>	<p><i>‘‘Es la ausencia o limitación de la información, desinformación de las personas, diferencias en el uso de criterios para priorizar la información o los datos y sus interpretaciones.’</i></p> <p>(Moore, 1986)</p>	<p>Si en Pulppo no se suministra de manera correcta y al conjunto que corresponde la información que se quiere transmitir por medio de los mecanismos de comunicación, como las pantallas LED, puede generar más desinformación de la que existía o incluso tergiversación o</p>	

			<p>mala interpretación de esta, conllevando a tener conflicto de datos o información.</p>	
<p>ESTRUCTURA :</p> <p>es la división de todas las actividades de una empresa que se agrupan para formar áreas o departamentos,</p>	<p>Control:</p> <p>Es el mecanismo con el cual se gestiona el cumplimiento de las tareas y los procesos, para así ver avances y resultados dentro de la organización.</p>	<p><i>“se concibe como un sistema cuyo propósito es garantizar el cumplimiento de los objetivos de una organización. Además, se entiende un sistema como un conjunto de</i></p>	<p>El no mantener su control semanal de la información suministrada dentro de las pantallas en el conjunto residencial, puede desencadenar en</p>	<p>En Pulppo no solo se maneja un control periódico del contenido de la información si no también se mantiene un control en la calidad de las piezas comunicativas</p>

<p>estableciendo autoridades, que a través de la organización y coordinación buscan alcanzar objetivos.</p>		<p><i>elementos, interrelacionados entre sí, en busca de un objetivo determinado.’’</i></p> <p><i>(María Arango, 2007)</i></p>	<p>información desactualizada.</p>	<p>que se están suministrando, para así solidificar el ideal de una comunicación efectiva y eficiente.</p>
<p>Definición Teórica:</p> <p><i>“Ensamblaje de una construcción, una ordenación relativamente duradera de las partes de</i></p>	<p>Jerarquía:</p> <p>Es el orden de mando dentro de una estructura u organización, donde cada nivel tiene sus responsabilidades y tareas específicas.</p>	<p><i>“se entiende aquel sistema formado por una serie de subsistemas relacionados entre sí cada uno de los cuales posee a su vez una estructura</i></p>		<p>En Pulppo se ve una estructura de jerarquía lineal o piramidal, donde la asignación de responsabilidades se da de manera descendente donde cada organismo de la empresa conoce</p>

<p><i>un todo y su relación entre ellas”</i></p> <p><i>(Sergio Hernández)</i></p>		<p><i>jerárquica hasta el nivel más inferior del subsistema elemental”</i></p> <p>(Herbert Simón, 1979)</p>		<p>bien sus tareas y su aporte a la organización.</p>
<p>MEDIOS CORPORATIVOS:</p> <p>Es el conjunto de herramientas o mecanismos que utiliza la organización para agilizar los procesos o influir</p>	<p>Medios Externos e Internos:</p> <p>El primero son los actores o elementos externos de la organización, Instituciones que participan por fuera de la empresa. El segundo son los medios que utiliza internamente la</p>		<p>Dentro de Pulppo manejaremos Medios internos para controlar la información segmentadamente dependiendo de cada conjunto residencial, sin embargo, estarán los medios externos donde el</p>	<p>Las pantallas LED son un medio incorrectamente explorado a la hora de mejorar la comunicación interna de los conjuntos residenciales, influiría tanto agilizando</p>

<p>dentro y fuera de la empresa.</p> <p>Definición Teórica:</p> <p><i>“Un conjunto de</i></p>	<p>organización entre trabajadores y proveedores, por ejemplo.</p>		<p>administrador podrá manipular la información, o incluso, en algunos casos la interacción con residente también.</p>	<p>procesos dentro del conjunto residencial como en las conductas del residente.</p>
<p><i>técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, entre la organización y su medio; o bien, influir en las opiniones,</i></p>	<p>Política editorial y medios de Producción Mediática:</p> <p>Establece términos editoriales de la empresa, define el mercado, concreta el segmento dentro del mismo y confirma el compromiso con los objetivos. Así</p>			<p>Pulppo se encarga de incorporar otra forma de comunicación dentro de los conjuntos residenciales, cambiando la comunicación tradicional que posea en conjunto por una</p>

<p><i>aptitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, todo ello con el fin de que ésta última cumpla mejor y más rápido los objetivos”.</i></p> <p><i>(Fernández Collado)</i></p>	<p>mismo, los medios de producción mediática incorporan otras formas y modelos de auto comunicación masiva como son: blogs y redes sociales. Los cuales no llegan a reemplazar y sustituir a sus antecedentes, sino que los transforma para una mejor comunicación en la organización.</p>			<p>interactiva y dinámica. Y al mismo tiempo, conociendo las necesidades de los conjuntos residenciales y cómo apropiarse de manera positiva.</p>
	<p>Mecanismos de Producción en</p>		<p>No poseer mecanismos</p>	<p>El ideal de Pulppo no es</p>

	<p>Medios Corporativos:</p> <p>Son todas las diferentes maneras de abordar a los “trabajadores”, como lo es el desarrollo y la ejecución de programas internos. Así mismo llegan a proporcionar asesoramiento, estrategia y planificación, las cuales aseguran que las comunicaciones sean sólidas, coherentes y así mismo permitan mejorar el clima y la cultura organizacional de</p>		<p>propios de producción asignados a satisfacer cada una de las áreas o estructuras dentro de la organización de Pulppo, puede desencadenar en deficiencias en la cultura organizacional de audiencias internas en toda la empresa.</p>	<p>solo implementar un medio de comunicación eficaz dentro de los conjuntos residenciales si no demás instituciones o establecimientos que lleguen a necesitarlo, de la misma forma, dentro de la organización es pertinente poseer nuestros mecanismos de producción de la información y solidificar nuestros procesos.</p>
--	--	--	---	--

	audiencias internas en toda la empresa.			
<p>DIRCOM:</p> <p>Como su nombre lo indica es el director de las comunicaciones de una empresa u organización, Es el responsable de la gestión estratégica de la comunicación de la organización.</p> <p>Definición Teórica:</p>	<p>Relaciones Públicas:</p> <p>Las Relaciones Públicas son un conjunto de acciones de comunicación estratégica coordinadas y sostenidas a lo largo del tiempo.</p>	<p><i>“son la función estratégica de dirección que ayuda a establecer y mantener líneas de mutua comunicación, aceptación y cooperación entre una organización y sus públicos. Además, son el esfuerzo planificado para influir en la opinión pública a través de una</i></p>	<p>No tener un buen Dircom que promueva una buena imagen corporativa de la marca Pulppo conlleva a poseer una corta cartera de clientes.</p>	<p>Dentro del proceso de posicionamiento de Pulppo es fundamental estar bien relacionado públicamente, generando estrategias coordinadas que nos ayuden a posicionarnos dentro del mercado marcando la tendencia.</p>

<p><i>“El dircom Es un experto pluridisciplinar el cual utiliza la información y el conocimiento</i></p>		<p><i>buena reputación y de una actuación responsable.”</i></p> <p><i>(RRPP)</i></p>		
<p><i>para desarrollar productos en base al soporte digital y el cual se desempeña y dos tipos de empresas como las empresas del sector digital y en las empresas convencionales”</i></p> <p><i>(Luis Lombardero)</i></p>	<p>Estrategias Internas y Externas:</p> <p>Son todos los aspectos que supervisa el dircom y que funcionan en pro de la organización de manera interna dentro de la cultura corporativa y el sentido de pertenencia con a nivel externo con la</p>		<p>El Dircom está encargada a nivel interno de promover un sentido de pertenencia y ser el eje de identidad corporativa al momento de coordinar las estrategias comunicativas en pro de la organización.</p>	<p>Dentro de Pulppo, el Dircom posee un papel fundamental, ya que él será el encargado de supervisar la eficacia de la información dentro y fuera de los conjuntos residenciales. De la misma manera se encargará de la reputación</p>

	imagen corporativa y las relaciones de calidad.			corporativa como de la relación con públicos clave.
	<p>Alianzas Estratégicas:</p> <p>Son aquellas sociedades corporativas que se forman, para que una o varias organizaciones colaboren juntas y generen beneficios mutuos.</p>	<p><i>Las alianzas constituyen una gran parte de la globalización...Son críticas para allá con una base global...El modo menos atractivo de tratar de ganar globalmente es pensar que usted solo puede con todo el mundo”.</i></p> <p><i>(Jack Welch, 1987)</i></p>	<p>Generar alianzas con entidades u organismos con los que no se cumpla similitud de intereses puede conllevar a conflictos o pérdidas de recursos humanos como económicos.</p>	<p>Pulppo posee alianzas estratégicas con marcas reconocidas del mercado que ayudan económicamente a la empresa por publicitarlas en las pantallas LED dentro de los conjuntos residenciales.</p>

<p>MARKETING:</p> <p>Es el conjunto de procesos y actividades para crear, comunicar e intercambiar ofertas que tengan valor y satisfagan necesidades e intereses específicos de los clientes.</p>	<p>Mercado:</p> <p>Es el lugar o el espacio donde se genera la oferta y la demanda de los productos o servicios que ofrecen las distintas organizaciones.</p>	<p><i>“El lugar en que asisten las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a un determinado precio.”</i></p> <p><i>(Kotler)</i></p>	<p>Las distintas empresas de publicidad pueden ser un traspíe a la hora de buscar publicitar grandes marcas que ya posean esas empresas de publicidad.</p>	<p>El mercado juega a favor de Pulppo ya que no existe un medio de comunicación similar y mucho menos enfocado en comunicación interna dentro de conjuntos residenciales.</p>
<p>Definición Teórica:</p> <p><i>“Marketing es un proceso social y de</i></p>	<p>Imagen Corporativa:</p> <p>Es el cúmulo de atributos que tiene la organización el cual lo diferencia de la competencia.</p>	<p><i>“podría ser definida como el conjunto de características o atributos que la organización quiere que sus públicos conozcan o asocien a ella. Es</i></p>		<p>La filosofía de quiere comunicar de manera efectiva y dinámica es parte de los atributos que diferencia a Pulppo dentro del mercado con</p>

<p><i>gestión a través del cual los distintos grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean, creando, ofreciendo e intercambiando productos con valor para otros”</i></p> <p>(Kotler, 2003)</p>		<p><i>decir, sería lo que la organización desea mostrar de su personalidad a sus públicos, la percepción deseada por la compañía.”</i></p> <p><i>(Paul Capriotti)</i></p>		<p>las demás compañías.</p> <p>En aspectos generales la calidad y eficacia de la comunicación, tanto como la manera alternativa de mostrar la información es lo que se busca que el nicho de mercado asocie con Pulppo.</p>
	<p>Mecanismos de Distribución:</p> <p>Son todos los medios que usa la</p>	<p><i>“Es la variable de marketing que permite poner en contacto el sistema de</i></p>	<p>El mecanismo para manipular la información de manera inmediata puede ser una</p>	<p>Uno de los puntos a favor de Pulppo es que es un mecanismo de distribución</p>

	<p>organización para hacer llegar su producto o servicio al cliente.</p>	<p><i>producción con el de consumo de forma adecuada...El cumplimiento de este objetivo justifica la existencia de un sistema de intermediación entre la empresa productora (producción) y el consumidor (consumo), que se denominará sistema de distribución comercial.’’</i></p> <p><i>(Parreño y Ruiz)</i></p>	<p>variable fundamental para mantener la información de cada conjunto residencial actualizada.</p>	<p>de la información más directo.</p>

	<p>Reconocimiento:</p> <p>Es el factor en el cual los clientes apropian en su mente la marca de la organización, sin tener la necesidad posteriormente de evaluar aspectos del producto o servicio ya que está almacenada en su conocimiento.</p>	<p><i>“es la capacidad de los consumidores para recuperar la marca de la memoria cuando se dan como pistas la categoría de producto, las necesidades que la categoría cubre o la situación de uso o de compra.”</i></p> <p><i>(Kotler)</i></p>	<p>Actualmente no se cuenta con un reconocimiento dentro del mercado, es por eso por lo que la ventaja por parte de otras compañías es fundamental para posicionarnos dentro del mismo.</p>	
	<p>Stakeholders:</p> <p>Son todos los miembros o entidades que</p>			<p>Las grandes marcas que llega Pulppo a publicitar por medio de sus</p>

	<p>participan o hacen parte de la organización, teniendo acciones o decisiones sobre los procesos de la compañía.</p>			<p>pantallas LED, entre otros medios.</p>
	<p>Percepción: Es la manera que utiliza el ser humano para comprender e interpretar la información dependiendo de su propia subjetividad.</p>	<p><i>“La percepción es el mecanismo individual que realizan los seres humanos que consiste en recibir, interpretar y comprender las señales que provienen desde el exterior, modificándose a partir de la</i></p>		

		<i>actividad sensitiva”</i>		
	<p>Posicionamiento:</p> <p>Es el aspecto que diferencia a la compañía de las demás en la mente del consumidor.</p>	<p><i>“En términos de marketing se refiere al lugar que ocupa una determinada marca o producto en la mente de los consumidores en relación con su competencia. De este modo, la idea que tiene el consumidor respecto de una marca o producto es lo que hace que este se diferencie de su competencia.”</i></p>	<p>La falta de reconocimiento dentro del mercado de las instituciones residenciales resulta retrasando el posicionamiento de Pulppo.</p>	<p>El ideal del nombre de Pulppo, surge ya que es una palabra corta y fácil de memorizar y también, se puede asociar con facilidad a la representación de una amplia red de comunicación como si fueran los tentáculos del pulpo.</p>

		(Kotler)		En el mercado no existe un mecanismo de comunicación similar para los conjuntos residenciales lo cual sería el factor diferencial que hará único a Pulppo.
<p>PROCESOS:</p> <p>Es el conjunto de actividades secuenciales que realiza una empresa u organización en busca de cumplir</p>	<p>Garantías:</p> <p>Es el mecanismo dentro de los procesos en los que se asegura el cumplimiento de las responsabilidades dentro de los procesos.</p>	<p><i>“se refiere a la acción que una persona, una empresa o comercio despliegan con el objeto de afianzar aquello que se haya estipulado oportunamente en</i></p>	<p>La garantía de la recepción por parte de todos los residentes del conjunto residencial es un tanto ambigua, sin embargo, es el objetivo</p>	

los objetivos que tenga.		<i>un compromiso contractual''</i>	primordial que tiene Pulppo.	
<p>Definición Teórica:</p> <p>“<i>Secuencia ordenada de actividades repetitivas que se realizan en la organización por una persona, grupo o departamento, con la capacidad de transformar unas entradas (inputs) en salidas o</i></p>	<p>Sistema:</p> <p>Es el conjunto de elementos que se ayudan mutuamente para el cumplimiento de algún proceso en específico dentro de una organización.</p>	<p><i>“se refiere a una serie de elementos organizados, relacionados y que interactúan entre ellos, y que van desde las máquinas, las personas, los materiales, e incluso hasta los procedimientos y el estilo del management.”</i></p> <p>(RAE)</p>	<p>Generar un sistema integrado el cual se pueda manejar por medio de la red, es a lo que aspira Pulppo cuando tenga una cartera de clientes amplia y necesite manipular la información de cada conjunto residencial de manera masiva y al mismo tiempo</p>	

<p><i>resultados programados (outputs) para un destinatario con un valor agregado.”</i></p> <p><i>(Nogueira Rivera, Medina León et al. 2004)</i></p>	<p>Eficiencia:</p> <p>Es la característica dentro de los procesos de una organización en la que las tareas y las responsabilidades se dan con los resultados esperados y visualizados previamente</p>	<p><i>“capacidad de disponer de alguien o algo para conseguir el cumplimiento adecuado de una función.”</i></p> <p><i>(RAE)</i></p>	<p>segmentada pero ágil y oportuna.</p>	<p>La eficiencia de la comunicación dentro de las pantallas LED es fundamental para que Pulppo tenga una buena recepción y aceptación dentro del mercado.</p>
<p>RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL:</p>	<p>Impacto Social:</p> <p>Es aquel factor en el cual la organización o la empresa influye de manera significativa</p>	<p><i>El impacto Social que tienen las empresas es muy importante ya que se conjugan elementos</i></p>		<p>El impacto que puede generar Pulppo puede ser masivo, sea por la voz a voz o por otros medios,</p>

<p>Son todas aquellas actividades que realiza la organización no solo con fines económicos que respondan a la compañía sino también pensados en satisfacer las necesidades sociales y ambientales.</p> <p>Definición Teórica:</p>	<p>socialmente hablando.</p>	<p><i>tradicionales de las empresas y de la economía social, lo cual afectan específicamente al objeto social y todo lo que conlleva una sociedad, la economía y los modelos de gestión de este tipo de organizaciones.’’</i></p> <p><i>(Kerlin, 2006; Quintao, 2007; Hulgard, 2010, Fayolle y Matlay, 2010)</i></p>		<p>Sin embargo, el ideal es acudir a impactar dentro de los conjuntos residenciales de manera positiva, no solo en la efectividad de la información sino también en el aporte comunicativo dentro de la solución conflictos dentro del conjunto residencial y mejoramiento en la conducta de los residentes.</p>

<p><i>“Convertir el problema social en una oportunidad económica, en un beneficio económico, en una capacidad de producción en una competencia humana, trabajos bien remunerados y riquezas”</i> (Durker,1984)</p> <p><i>“Situación donde la empresa va más allá del cumplimiento y participa en acciones que</i></p>	<p>Desarrollo Ambiental:</p> <p>Son todas aquellas acciones por parte de la organización en las que influye de manera socioespacial dependiendo donde opere.</p>	<p><i>“Las empresas tienen la responsabilidad de conocer el entorno en el que operan. Deben tener un claro conocimiento de todo lo que rodea su empresa, no solo en términos geográficos, sino en términos del conjunto de reglas, leyes que rigen su operación, y todas las actividades</i></p>	<p>El consumo de energía de las pantallas LED, al igual que el exceso de publicidad mostrada en las pantallas puede generar conflicto de relaciones y de intereses dentro y fuera de los conjuntos residenciales.</p>	<p>El uso de un aplicativo móvil y las carteleras digitales en reemplazo de la extensa pancarta con información regada en papel no reutilizable y que en la mayoría de los casos es ineficiente, resulta ser la mejor opción en cuanto al fortalecimiento de la información entre administradores y residentes, como en el</p>
---	---	--	---	--

<p><i>promueven, aparentemente un bien social, y que están más allá de los intereses de la empresa que son requeridas por ley”</i></p> <p><i>(McWilliams y Siegel. 2001)</i></p>		<p><i>relacionadas directa e indirectamente con la empresa.”</i></p> <p><i>(World Bank Group, CentraRSE, 2006)</i></p>		<p>mejoramiento en aspectos estructurales de comportamiento dentro del conjunto residencial.</p>
	<p>Calidad de Productos y Servicios:</p> <p>Es una variable fundamental dentro de los procesos y responsabilidades dentro de una organización.</p>	<p><i>“es la percepción que el cliente tiene del mismo, es una fijación mental del consumidor que asume conformidad con dicho producto y la capacidad de este para satisfacer sus necesidades”</i></p>		<p>La calidad de las pantallas LED es óptima para ofrecer una experiencia comunicativa única y distinta a las demás, con apoyo auditivo y con alta calidad en las piezas comunicativas que se usan para</p>

				transmitir la información.
--	--	--	--	----------------------------

9. PLAN FINANCIERO

Tiempo establecido para la recuperación de la inversión: La primera inversión de compra será de aproximadamente 18 millones de pesos, dinero que se recupera en 14 meses, gracias a la constante y rotativa contratación del servicio.

Durante año y medio se trabaja dinámicamente, lo cual permitirá triplicar la inversión primaria y preparar la empresa para sostener un flujo de caja importante y cimentar una segunda inversión técnica y humana.

Financiación externa de ser necesaria. Será de suma importancia participar en convocatorias de fondos de inversión empresarial como apps.co programa que pertenece al Ministerio TIC, de entidades institucionales como el Sena o entidades privadas en las que participen y se postulen varios emprendimientos de tecnología en este caso, para ser posible la acreditación o financiación de este emprendimiento. Otra de nuestras opciones para cumplir las expectativas de expansión y posicionamiento en el mercado, será necesario solicitar un crédito a diferentes entidades bancarias para la renovación de equipos tecnológicos, suplir las necesidades y exigencias de nuestros clientes. (Ver Anexo B)

Tabla 2: Costos (Gráfica de autores)

COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
<ul style="list-style-type: none"> · Creación App Pulppo: (\$18'000.000.). · Servicios - luz: depende el gasto aproximadamente 180 mil o 200 mil al mes · 2 comunicadores sociales: (administradores de contenido de la App Pulppo) 1'250.000 mensuales · Gastos de papelería: impresión y copia de los contratos una para los clientes y otro para la empresa: 40 mil pesos por mes. · Contador: esta persona llevará la contabilidad de los gastos de Pulppo (servicios, inversiones, producción y mano de obra) \$1'200.000 	<ul style="list-style-type: none"> · Materia prima: cantidad de paquetes vendidos al mes. Cada fin de mes un aproximado de 8 a 13 nuevos conjuntos entre paquetes plata (\$200.00) y oro (\$400.000) · Costos de montaje al conjunto residencial: \$1'200.000 mil pesos montajes de paquete plata, Montaje paquete oro \$1'800.000. · General: al mes aproximadamente 8 -13 millones de pesos. Se dividen en gastos de servicios, pagos de nómina (2 comunicadores sociales, los cuales serán los encargados de alimentar, restaurar los equipos y administrar las bases de datos, 2 personas instalación y configuración de pantallas), · Producción y mano de obra: costo por operario (\$ 100.000) por turno de 7 horas.

10. LIENZO MODELO DE NEGOCIO – CANVAS

Segmento del cliente:

Nuestros clientes más importantes son los administradores de los conjuntos residenciales, ya que ellos son los que tomarán la decisión de pagar la mensualidad por el uso de la app junto con los residentes.

Segmentación de clientes: estratos 4, 5 y 6

1. Unidades Residenciales

2. Administradores

3. Propietarios

4. Copropietarios

5. Residentes

6. Potenciales

7. Actuales

- **Propuesta valor (plus o ventaja competitiva):**

- Valor: Innovación y Tecnología
- Problema que se resuelve: Comunicación compleja y falta de interés en la información de la unidad residencial.
- Necesidad Resuelta: La comunicación asertiva mejora la toma de decisiones.
- Productos y Servicios: App personalizada de la unidad residencial.
- Pantallas estratégicas dentro de las unidades residenciales.

- **Canal (contacto con el cliente):**

Segmentos de canales:

La App de Pulppo, las pantallas LED y la página web serán los canales de comunicación directo entre los clientes y consumidores.

Medios alternativos de comunicación como el uso de redes sociales para publicidad y mercadeo como Facebook, Instagram y WhatsApp.

- **Bloque de relación con el cliente**

Dentro de la App de Pulppo los clientes tienen la posibilidad de gestionar todas las tareas, procesos y actividades en referencia con su unidad residencial; pago de administración, reserva de zonas comunes, noticias y solicitudes, eventos y demás.

Por otra parte, la interacción con las pantallas o carteleras digitales es diferente, se busca exponer dentro de ellas la información resumida de la app en la medida de que se pueda promover a que el cliente entre dentro de la app.

En cuanto a los procesos y protocolos para la solución de conflictos, se diligencian una serie de formatos o incluso interacción con algunas piezas audiovisuales referentes al tema.

- **Modelo de ingresos.**

El administrador que está a cargo de la unidad residencial está dispuesto a pagar por una membresía mensual para acceder a la app de Pulppo y poder tener control de la unidad residencial junto con sus residentes.

El pago de esta suscripción entra dentro del pago de la administración de la unidad residencial y esta se encargará de pagarle a Pulppo.

Dentro de las pantallas se mostrarán unos paquetes de publicidad como Cinemark, Cine Colombia, McDonald 's, entre otros donde las personas que posean Pulppo tienen descuentos o planes para estas marcas. Es así como estas empresas nos pagan por mostrar estos paquetes personalizados de publicidad.

- **Actividades clave que debo desarrollar:**

1. Identificar las dinámicas, movimientos, actividades, falencias en la comunicación, conflictos y demás elementos presentes en la unidad residencial.
2. Segmentación y profundización de las personas dentro de la unidad residencial, y su flujo de la información para así entregar una información personalizada.
3. Evaluar la implementación de las pantallas o las carteleras digitales impulsadas por medio de paneles solares de Uenergy.
4. Constante flujo de información y contenidos en la app y las carteleras digitales para promover más interacción del cliente con Pulppo.

- **Recursos clave:**

- **Recursos Humanos:** Las personas que se encargan de diseñar, crear y modificar los contenidos que se presentan en la página web, en la app y en las pantallas de las unidades residenciales. También, las personas que se encargan de ir hasta las unidades residenciales y comercializar los paquetes de Pulppo con los administradores, residentes, propietarios y copropietarios.
- **Recursos Tecnológicos:** El software de Pulppo donde se mostrarán todos los servicios de la unidad residencial donde el cliente se encuentre. También, los programas de diseño para elaborar las piezas comunicativas audiovisuales. De igual manera queremos implementar tecnología de punta en las pantallas de Pulppo mediante paneles de energía solar, y así ahorrar los costos por energía dentro de las unidades residenciales.
- **Recursos Materiales:** Las pantallas LED donde se muestran los contenidos audiovisuales.

- **Recursos Financieros:** Capital monetario para la creación o compra de las pantallas LED y su instalación, así mismo la compra de los paneles solares y su instalación dependiendo de los vatios utilizados en cada pantalla y el estrato de la unidad residencial.

- **Alianzas clave o socios clave:**

- Constructoras de unidades residenciales.
- Agencias de publicidad.
- Uenergy.
- Rous Vivánt
- Proveedores de tecnología.
- Unidades de Propiedad Horizontal.
- Bancos (pago de administración)

- **Estructura de costos:**

El valor por cada pantalla depende del tamaño, y el tamaño de la pantalla depende de su ubicación dentro de la unidad residencial, pero su costo está entre los 700 mil y los 2 millones.

La energía que consume la pantalla depende del costo por vatio de la unidad residencial y su estrato, en promedio su uso durante 24 horas tendría que hacerse el pago a la unidad residencial entre los 50 mil y los 100mil. Sin embargo, la implementación de energía solar por medio de paneles solares solo se necesita 2 por pantalla los cuales tienen un costo de 1 millón y ya no se necesitaría otro pago ya que la energía del sol es gratis y tiene una vida útil de 20 a 30 años.

BIBLIOGRAFÍA O CIBERGRAFÍA

- ANDER- EGG, E: Diccionario de Trabajo Social. Décima Edición. México DC: Editorial Ateneo, 1994. p-20, 275, 77. [Consulta: 2020-06-06]. Disponible en: <https://bit.ly/35PxpW8>
- Canós Darós, Lourdes. Toma de decisiones en la empresa: proceso y clasificación. Universitat Politècnica de Valencia. [Consulta: 2020-06-06]. Disponible en: <https://bit.ly/3kTu8LK>
- Castillo, A, (1999). Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento. [Consulta: 2020-03-10]. Disponible en: <https://bit.ly/3kSfzrY>
- Daft, R. (2006). La Experiencia del Liderazgo. México: CENGAGE Learning. La Casa del Libro. [Consulta: 2020-03-10]. Disponible en: <https://bit.ly/3mCsqie>
- Definición citada por Mario Dehter en su artículo “Intraempreneurship” (2001).
- Duque, Y. (2013.). Responsabilidad Social Empresarial: Teorías, índices, estándares y certificaciones. Colombia. Universidad del Valle. [Consulta: 2020-09-10]. Disponible en: <https://bit.ly/3l2kxm5>
- Formichella, M, (2004). EL CONCEPTO DE EMPRENDIMIENTO Y SU RELACION CON LA EDUCACION, EL EMPLEO Y EL DESARROLLO LOCAL. Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria. Buenos Aires, Argentina. [Consulta: 2020-06-06]. Disponible en: <https://bit.ly/382FHws>
- Garcés P, Miguel, Palacio & Jorge E. (2010). LA COMUNICACIÓN FAMILIAR EN ASENTAMIENTOS SUBNORMALES DE MONTERÍA (COLOMBIA). Psicología desde el Caribe, (25), 1-29. [Consulta: 2020-06-06]. Disponible en: <https://bit.ly/3kSgFnA>
- Isotools (2016) Análisis de la norma 37001. [Consulta: 2020-06-06]. Disponible en: <https://bit.ly/2HOl0Ke>

- 2012). Introducción al Marketing. Conceptos Básicos. España. Universidad de Alicante.
[Consulta: 2019-09-15]. Mayo, J, (Disponible en: <https://bit.ly/3kQDYhh>)
- Mejía, A, (2014). Los Valores Corporativos. Medellín, Colombia. Documentos Planning.
[Consulta: 2019-10-27]. Disponible en: <https://bit.ly/2GnwGTs>
- Ramírez-Wong, L. C. (2019). Relaciones interpersonales en el ámbito laboral. Trabajo de obtención de grado, Maestría en Desarrollo Humano. Tlaquepaque, Jalisco: ITESO
[Consulta: 2019-11-02]. Disponible en: <https://bit.ly/3jIcAko>
- Silva, H. (2014). Marketing, Conceptos y Aplicaciones. Universidad del Norte. [Consulta: 2020-06-06]. Disponible en: <https://bit.ly/3oHbhWu>
- Universidad De Sevilla, (2011). Guía de Emprendimiento: Algunos Conceptos. España: Biblioteca Universidad de Sevilla. [Consulta: 2020-06-06]. Disponible en: <https://bit.ly/3oPbmra>
- Zubeldía, M. (2015). LA CULTURA EMPRENDEDORA. IMPACTO SOCIOCULTURAL DE UNA EXPERIENCIA DE CAPACITACIÓN EN EMPRENDEDURISMO. Universidad Nacional de Rosario. Instituto de Investigaciones y Asistencia Técnica en Administración.
[Consulta: 2020-06-06]. Disponible en: <https://bit.ly/3811W8B>

Anexos

Anexo A: Indicadores Encuesta: <https://bit.ly/38bTu49>

Anexo B: Cuadro de presupuesto de actividades: <https://bit.ly/387i3ij>

Anexo C: Mapas y Matrices <https://bit.ly/32a4ZFf>