

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
APLICACIÓN DE EVENTOS SOCIALES**

ANGIE VIVIANA LIBREROS RUIZ

ASESOR: EDGAR PÉREZ QUESADA

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO**

30 de octubre de 2020

Nota de aceptación:

Firma del evaluador:

Bogotá. D.C. 30, 10, 2020

**A mis padres,
José Iván y Nancy Ruiz**

Agradecimientos

Quiero expresar mi sincero agradecimiento a Dios por todos los beneficios y privilegios que me ha otorgado en el transcurso de mi vida, por la excepcional madre que me obsequio porque sin el apoyo incondicional de ella nada hubiera sido posible, gracias mamá por todos los sacrificios, por el esfuerzo y la dedicación que me has brindado, al padre que otorgó el destino que ha estado conmigo en los momentos más importantes de mi vida, a mi hermana por ser mi motor, a mi tía Sara por acompañarme en mi proceso educativo desde la niñez y también a mi pareja por el apoyo, la comprensión y el acompañamiento en este arduo proceso.

Agradecida también con la profesora Bibiana Montaña por siempre haber confiado en mí desde el inicio y con mi tutor Edgar Pérez por la paciencia y la dedicación, sin su apoyo este trabajo no habría podido hacerse realidad.

Por último, gracias a toda mi familia que siempre creyeron en mí, a mis colegas y compañeros por la dedicación y la paciencia de haberme acompañado en este camino.

Muchas gracias a todos.

Tabla de Contenido

Resumen Ejecutivo	7
Abstract	8
Introducción	9
Justificación	10
Antecedentes	15
Objetivo General	21
Objetivos Específicos	21
Descripción del Negocio	22
Características Funcionales	22
Características Físicas	23
Características Técnicas	24
Cadena de valor	25
Análisis del Sector	26
Productos sustitutos y complementarios	27
Estructura Organizacional	28
Aspectos Legales de Constitución	29
Análisis del Mercado y la Competencia	31
Plan de Ventas y Marketing	31
Análisis del Consumidor	31
Perfil del Consumidor	32
Investigación Exploratoria	33
Análisis de la Oferta y la Demanda	37
Estrategias de Marketing 4p's	41
Nicho de Mercado	42
Segmentación del Mercado	42
Segmentación Geográfica	42
Segmentación Demográfica	42
Proveedores	43
Clientes	43
Competencia Directa	43

Análisis del Micro y Macroentorno	44
Plan de Operación	48
Análisis y Localización	48
Macro-Localización	48
Micro-Localización	49
Tamaño Óptimo del Proyecto	50
Disponibilidad y Costos de Suministro	51
Descripción del Proceso Productivo	54
Requerimientos de Planta y Equipo	55
Plan Financiero	56
Presupuestos de Ingresos y Costos	56
Sueldos y Prestaciones Sociales	57
Monto de las Inversiones y Capital de Trabajo	60
Flujo de Caja	61
Estados Financieros	62
Estado de Resultados	62
Flujo de Efectivo	63
Balance General	64
Plan de Amortización del Préstamo	66
Punto de Equilibrio	67
Tir, Wacc y Vpn	67
Conclusiones y Logros	69
Bibliografía	71

Resumen Ejecutivo de la Propuesta

Colombia cuenta con una diversidad de culturas regionales que enriquecen y brindan al país una caracterización diferente a los demás países de Latinoamérica; en todas prevalece la alegría y la diversión que distingue a los colombianos en cualquier parte del mundo, las fiestas, bailes y reuniones sociales son insignias que han perdurado en la historia del país. Debido a la pandemia actual, las casas de eventos sociales suspendieron sus servicios en el presente año por las restricciones de bioseguridad, debido a lo anterior, se estima que para los próximos años la realización de eventos sociales aumente en el país, con base a esto, en Colombia actualmente no existen aplicaciones de eventos que faciliten a los colombianos la organización de eventos desde su celular.

Teniendo en cuenta los factores anteriormente mencionados, cabe resaltar que en Colombia el consumo de aplicaciones móviles ha crecido más de un 35% en los últimos dos años, a partir de esto, surge la idea de crear una aplicación móvil de eventos que proporcione a los colombianos diversidad de talento humano en los diferentes módulos de la aplicación como: fotografía, sonido, decoración, planificación, repostería y culinaria, facilitando a los colombianos la realización de sus eventos sociales, donde puedan elegir según la solvencia económica destinada para su evento el personal capacitado en los que encontrarán desde profesionales con gran experiencia en el campo que escojan hasta estudiantes de últimos semestres en estas áreas y de esta forma marcar un factor diferenciador. De esta forma, el proyecto pertenece a la línea de investigación de gestión de la innovación y evidencia en el estudio de factibilidad el posible éxito de la aplicación en el país.

PALABRAS CLAVES: Aplicación, eventos sociales, cultura, innovación, talento humano, planificación, organización, proceso, proyecto, presupuesto, recursos.

Abstract

Colombia has a diversity of regional cultures that enrich and provide the country with a different characterization from other Latin American countries; In all of them, the joy and fun that distinguish Colombians in any part of the world prevail. Parties, dances and social gatherings are emblems that have endured in the history of the country.

Due to the current pandemic, social events houses suspended their services this year due to biosafety restrictions, due to the above, it is estimated that for the next few years the holding of social events will increase in the country, based on This, in Colombia there are currently no event applications that facilitate Colombians organizing events from their cell phone.

Taking into account the aforementioned factors, it should be noted that in Colombia the consumption of mobile applications has grown more than 35% in the last two years, from this, the idea arises of creating a mobile application of events that provides Colombians diversity of human talent in the different modules of the application such as: photography, sound, decoration, planning, pastry and culinary, facilitating Colombians the realization of their social events, where they can choose according to the economic solvency destined for their event the staff trained in which they will find from professionals with great experience in the field they choose to students of last semesters in these areas and in this way make a differentiating factor. In this way, the project belongs to the innovation management research line and shows in the feasibility study the possible success of the application in the country.

KEY WORDS: Application, social events, culture, innovation, human talent, planning, organization, process, project, budget, resources.

Introducción

El siguiente trabajo corresponde a un plan de negocio para estudiar y analizar la factibilidad de crear una aplicación de eventos en Colombia que permita a los colombianos principalmente de cinco ciudades como; Bogotá, Santa Marta, Cali, Medellín y Barranquilla, realizar sus eventos sociales por medio de una aplicación que seleccione el talento humano específico para la organización de un evento, una aplicación que clasifique el personal por módulos, experiencia y costos de servicios que logren acomodarse a la solvencia económica que maneje el cliente para el evento.

De esta forma, para verificar que el proyecto sea factible se procede a analizar la demanda actual del producto y la oferta que se encuentra en el país, siendo el plan de negocio de carácter innovador se debe realizar el correspondiente estudio de mercado, el estudio técnico y el correspondiente análisis financiero que permiten analizar la viabilidad de crear la aplicación en el mercado colombiano.

Así mismo, se da respuesta a la pregunta de investigación del proyecto que remite a la finalidad del estudio y representa el éxito del plan de negocio.

Justificación

El estudio de factibilidad se hace con el fin de implementar una idea de negocio orientada en el uso de la tecnología, a través de una aplicación relacionada con eventos sociales de todo tipo, dicho estudio surge a partir de la identificación de un problema en el mercado, en este, se reconoce una necesidad que no ha sido del todo satisfecha debido a las pocas opciones presentes para poder adquirir servicios de eventos a través de una aplicación en Colombia.

Para que el proyecto tome una dirección correcta debe estar orientado a una línea de investigación, para (Barrios, 1990) la línea de investigación es considerada como: el eje ordenador de la actividad de investigación que posee una base racional y que permite la integración y continuidad de los esfuerzos de una o más personas, equipos o instituciones comprometidas en el desarrollo del conocimiento en un ámbito específico (p 5). Es por esto, que se implementa la **línea de investigación gestión de la innovación**.

De esta forma, el proyecto al ser un producto innovador en el país pertenece a la línea de investigación que hace referencia a la gestión de la innovación, según el manual de gestión de la innovación “las innovaciones radicales, por su parte, se caracterizan por acciones completamente diferentes a las que ya existen, incluyendo, verbigracia, cambios revolucionarios en la tecnología; por lo que pueden representar puntos de inflexión para las prácticas existentes” (Orozco, Ruiz, & Corrales, 2015). Lo cual, es el caso de la aplicación de eventos, que pertenece a los cambios revolucionarios en la tecnología y se caracteriza por ser completamente diferente a las demás aplicaciones.

Por esta razón, la aplicación de eventos es un proyecto de aprendizaje de búsqueda y exploración, porque pertenece al campo de la innovación, según (Johnson & Lundvall, 2003) “la innovación es el resultado de un proceso en curso de aprendizaje de búsqueda y exploración; del cual pueden resultar nuevos productos, técnicas, organizaciones, cambios institucionales y nuevos mercados”.

De igual forma, la innovación es “la posibilidad de producir una nueva mercancía o bien, producir una mercancía ya existente, pero de una forma nueva por medio de la apertura a una nueva oferta de materiales e insumos, por medio de la reorganización de la industria” (Schumpeter, 1934). La innovación según lo anterior es una forma de modificar algo ya existente o producir una nueva mercancía, en el caso de la aplicación de eventos se produce una nueva aplicación no existente en Colombia y en el caso global, la aplicación es una modificación de aplicaciones de eventos ya existentes en el mercado.

Por otra parte, la gestión de la innovación brinda una perspectiva útil de la concepción de la innovación, según (Asociación de la Industria Navarra, 2008) “es la organización y dirección de los recursos económicos y humanos con el fin de aumentar la creación de nuevo conocimiento, la generación de ideas que permitan obtener nuevos bienes, servicios y procesos; o bien, mejorar los ya existentes; así como la transferencia de esas mismas ideas a las fases de producción, distribución y uso”. De esta forma, queda demostrado la línea de investigación que sigue el presente proyecto y del cual se busca demostrar la factibilidad de la creación de la aplicación en el mercado nacional.

La idea de negocio de la aplicación de eventos es diferente a otras aplicaciones que existen en el mercado mundial, pues, en la idea que se pretende desarrollar se encontrarán diferentes tipos de talento humano de los diferentes rangos en la organización de un evento, como: fotografía, gastronomía, repostería, la idea es comparar la experiencia y el precio del servicio que ofrecen los diferentes profesionales que allí se encontrarán para prestar sus servicios, el usuario debe escoger entre los diferentes profesionales el que más se adecue a su gusto y solvencia económica.

Así mismo, la diferencia entre contratar una casa de eventos u otra aplicación de eventos consiste en que nuestra aplicación se basa en crear paquetes de personal para la realización de los eventos, donde el cliente podrá escoger a su gusto el fotógrafo, el chef, la repostería, el decorador y demás, en la aplicación se encontrarán diferentes gamas de personal, desde estudiantes de últimos semestres hasta el más experto y reconocido en cada sección. La aplicación funcionara en la forma que lo hace Trivago.com escogiendo diferentes profesionales que brindarán su mejor servicio, con diferentes precios y experiencia, esto para que las personas puedan tener accesos a todos los servicios brindados en la aplicación y puedan crear el paquete completo para su evento desde cualquier lugar en el que se encuentren y lo puedan ajustar a su presupuesto.

De esta manera, según la revista Dinero, en Colombia “las ventas en línea han crecido un 41% desde que empezó la pandemia, muy por encima del promedio regional, que se ubicó en el 26%, y en el que también se destaca el incremento en países como Guatemala, Ecuador y México” (“Comercio electrónico en Colombia, el que más crece de Latinoamérica”, 2020). De esta forma, se puede notar el alto índice de uso de aplicaciones móviles y la compra de productos o servicios

en ellas, la ventaja absoluta con la que cuenta la aplicación es que hasta el momento es única, porque no existe aún una aplicación de eventos en Colombia.

De esta forma, en Colombia existe un sector de interés, que es el sector de las Tecnologías de información y la comunicación, ya que se tendrá en cuenta el conocimiento de las personas sobre el uso de los dispositivos electrónicos y la frecuencia con se usan o se adquieren.

El número total de accesos a internet por suscripción en el país alcanzó más de 18,3 millones, cifra compuesta por accesos a internet fijo y móvil, lo que representó un índice de penetración nacional de accesos a internet por suscripción de 36,8%, que refleja un aumento de 2,4 puntos porcentuales en relación con el índice del cuarto trimestre de 2017. Aquí es importante revisar que, del total de accesos a internet, los de tipo móvil tienen la mayor participación con 11,6 millones, es decir 64% del total, mientras que los accesos fijos alcanzaron los 6,6 millones de suscriptores con una participación de 36%. (Loaiza, 2019).

Considerando la información anterior se procede a realizar el estudio de factibilidad para la creación e implementación de una aplicación de eventos sociales que permita a los colombianos coordinar sus eventos con el uso de la tecnología y dando la opción a los usuarios de elegir entre los profesionales en culinaria, decoración, fotografía, sonido que ofrecerán sus servicios por medio de la app.

La propuesta de valor de la idea de negocio es que aún en Colombia no existen aplicaciones de eventos sociales que sean intermediarias entre el cliente y los profesionales de eventos, esto

permitirá no solo a los clientes elegir entre la diversidad de talento humano que se encuentre en la aplicación sino que abrirá una puerta digital a los profesionales en áreas como decoración, culinaria, fotografía y sonido, para que su talento pueda ser reconocido y evaluado dentro de la aplicación brindando de esta forma una oportunidad para crecer profesionalmente. De esta forma, el proyecto hace parte de la línea de investigación de economía creativa, porque resalta lo innovador, buscando alternativas de inmersión al mercado nacional.

El principal interés para la implementación de la idea de negocio es poder crear la primera aplicación de eventos que tenga disponibilidad de talento humano en las distintas áreas especializadas en eventos sociales donde los usuarios puedan escoger la mejor opción para el evento deseado, partiendo de la experiencia, valor y reconocimiento de los profesionales dentro de la aplicación.

Antecedentes

En el mundo la llegada de la tecnología ha sido de gran impacto para las empresas y para los emprendedores, pues la tecnología es una gran puerta que facilita las operaciones y necesidades de las personas.

Estamos viendo el auge de la Economía de las Aplicaciones—trabajos, empresas, y el crecimiento económico creado por la producción y distribución de aplicaciones móviles (“apps”) que funcionan en smartphones. Desde la llegada del iPhone en 2007, la Economía de las Aplicaciones ha crecido de la nada a una poderosa fuerza económica que compite con las industrias existentes. (Mandel, 2016).

En términos generales, en Colombia la evolución del internet y del comercio electrónico ha tenido un crecimiento exitoso en los últimos años.

Las tecnologías de la información y comunicación ocupan un lugar muy importante en la era digital en la que desarrollamos nuestras actividades, esto debido al incremento del uso de dispositivos móviles como los teléfonos inteligentes y las tablets, la información se encuentra cada vez más al alcance de todos. (Zambrano, Gastón, Reyes, & Solano, 2016).

Con respecto a lo anterior, es considerable la idea de la aplicación de eventos al mercado nacional, cada vez más personas acceden al mundo digital y sus compras giran alrededor del entorno de las apps y las redes sociales. Esto quiere decir, que cada día existen más posibilidades para las empresas nuevas de incursionar en el mercado de las aplicaciones.

Las posibilidades para los compradores online se abren cada vez más, los comercios y el mercado mismo continúan migrando hacia la web, enfocados en llegar a sus clientes de forma más directa y efectiva. De esta forma, el 78 por ciento de los consumidores móviles colombianos está satisfecho con su experiencia de compra a través de sus dispositivos y 6 de cada 10 de ellos planean comprar más productos y servicios a través de su teléfono inteligente o tableta en los próximos seis meses. (El Tiempo, 2017).

Así mismo, Colombia ha presentado una ventaja en el uso de las tecnologías móviles “apps” debido al ingenio de la población y a la necesidad de buscar fuentes de trabajo alternativas y eficientes, Mandel (2016) afirma que “la conectividad de Colombia con la economía global, especialmente con los Estados Unidos, le da al país el potencial de incorporar muchos más trabajos en la Economía de las Aplicaciones en un futuro próximo”. Esto quiere decir, que Colombia tiene más oportunidades de ingresar a mercados tecnológicos por sus conectividades con países desarrollados.

Además, el país se encuentra preparado para la creación y aceptación de aplicaciones móviles innovadoras, ya que estas, representan un gran número de puestos de trabajo para la población colombiana. Destaca que “Colombia tenía más de 83.100 puestos de trabajo en la Economía de las Aplicaciones a septiembre de 2016, incluyendo una estimación conservadora de puestos de trabajo secundarios” (Ionno, 2016).

En Colombia cada vez crece más el consumo de aplicaciones móviles, esto abre una enorme ventaja para que los emprendedores nuevos se dirijan a este sector del nuevo mercado.

Según el periódico El Tiempo, la adquisición de teléfonos inteligentes, el consumo de internet móvil y el uso de aplicaciones va en ascenso en Colombia. En 2016, 7 de cada 10 colombianos adquirieron un teléfono inteligente, indican cifras aportadas por la empresa de investigación de medios Kantar Ibope Media. Un año antes, 5 de cada diez habían comprado un dispositivo tecnológico de esas características (“Así consumen ‘apps’ los colombianos”, 2017). Lo anterior, enseña la gran ventaja de implementar emprendimientos de carácter virtual en el entorno actual.

Para estudios del presente trabajo, se analizan investigaciones similares a la aplicación de eventos que se pretende implementar, “Diseño de una aplicación móvil para eventos” (Reyes, Téllez, 2016). En este trabajo de grado se expone todo lo relacionado con el diseño de una aplicación para eventos en las pymes, se busca desarrollar una app para agilizar y facilitar los procesos de planeación y realización de eventos dentro de las empresas, siendo ellos mismos los encargados de realizar el evento por medio de la app que cree bases de datos para la organización y planeación de actividades.

El trabajo anterior es de gran utilidad para nuestro estudio de factibilidad para la creación de una aplicación de eventos sociales, ya que, desarrolla el módulo de eventos para las pymes que es un campo que también se pretende abarcar. El factor diferenciador de la idea de negocio es que

no pretende que la app sea la encargada de desarrollar todo el evento social, sino que sea un canal de intermediación entre los clientes y los profesionales en la realización de eventos.

Así mismo, la Mobile Marketing Association habla sobre todo lo que conllevan las aplicaciones móviles, desde su significado hasta su uso e implementación, también se determina para qué sirven los tipos de aplicaciones móviles como: juegos, comunicaciones, multimedia, productividad, viajes, compras, utilidades, entretenimiento o bienestar y se analizan los diferentes tipos de sistemas en donde se desarrolla una aplicación, expone también por medio de ejemplos de éxito el por qué usar una aplicación y el tipo de aplicación que fue usado en cada caso, para de esta forma demostrar el enfoque que una aplicación puede tener dependiendo lo que la empresa desee obtener, ya sean, ventas, mayor visibilidad o mayores utilidades. (“Libro blanco de apps”, 2011)

De esta forma, la información encontrada en el libro publicado por la Mobile Marketing Association es de gran ayuda para saber cuáles serían las características de la aplicación que se pretende crear desde que diseño se puede implementar que plataforma sería la correcta para desarrollarla y desde cual plataforma se lanzaría al mercado.

Considerando todo lo anterior, los colombianos al tener más acceso a los dispositivos móviles y a las aplicaciones se acoplan a la nueva tendencia de las compras de productos y servicios a través de este medio, según el Estudio de Mobile Commerce, una perspectiva para Colombia, Latinoamérica y el Mundo.

Afirma que, pese a ser uno de los mercados más nuevos en la adopción de la compra a través de estos dispositivos, el 78% de los consumidores móviles colombianos están satisfechos con su experiencia y el 62% de ellos planean comprar más productos y servicios a través de su Smartphone/Tablet en los próximos seis meses. Los detonadores de compra móviles en nuestro país son conveniencia con un 50% y ahorro de tiempo con un 47%. En cuanto al comportamiento de los colombianos el 51% de los encuestados manifestó que es muy probable que la búsqueda móvil que realiza termine en una compra en línea. (IAB, 2017).

De esta forma, se demuestra el posible éxito de la aplicación de eventos en el mercado colombiano, considerando los ejemplos anteriormente mencionados que destacan la viabilidad de las aplicaciones móviles en el mercado actual debido a las tendencias tecnológicas y las comodidades de comprar en línea, debido a esto la factibilidad de desarrollo de la aplicación de eventos móvil se hace cada vez más fuerte y segura.

Por otro lado, el modelo base al cual pertenece el proyecto es al modelo canvas, dicho modelo permite direccionar de forma correcta en el plan de negocio, este modelo es muy común en los planes de negocio debido a los resultados exitosos de las empresas que lo han aplicado. Por esta razón, analizaremos diferentes ejemplos de planes de negocio relacionados al modelo canvas. De esta forma, según (Vicedo, 2016) “El canvas consiste en que, si tienes una propuesta de valor, esto hace que seas diferente en el mercado”. Además, analizaremos el éxito del modelo canvas en el desarrollo de una aplicación como idea de negocio.

De esta forma, empezaremos con el plan de negocio “verduritas” que se basó en el canvas para el desarrollo exitoso de su idea de negocio. “Verduritas” es una idea de negocio de (Gutiérrez, Celis, & Martínez, 2018) que implementa de forma exitosa el modelo canvas para el desarrollo de su idea. Su plan de negocio consiste en la creación de una empresa de verduras que pueda ayudar a la ciudadanía a concientizarse de la importancia de la alimentación saludable, además la implementación del canvas les permitió tener conocimientos acerca de cuáles eran las personas que se podían convertir en posibles compradores y a segmentar a cada grupo, además les permitió saber en qué lugar estarían mejor ubicados en el mercado y a definir de forma exitosa sus canales de comunicación.

El ejemplo anterior demuestra la viabilidad de implementar el canvas en los planes de negocio, ya que este permite organizar la información de los diferentes sectores y definir el mercado al que va dirigido de forma exitosa.

Por consiguiente, se deben analizar detalladamente diferentes aspectos de la investigación que logren resolver la siguiente interrogante, ¿Cómo determinar la factibilidad de desarrollar un evento social por medio de una aplicación? En el transcurso del trabajo se dará solución a la pregunta por medio de los diferentes estudios realizados.

Objetivo General

Determinar la factibilidad de crear una aplicación de eventos que sea intermediaria entre los clientes y los profesionales en las diferentes áreas que se requieren para la organización de un evento.

Objetivos Específicos

- Determinar con éxito el estudio de mercado para anticipar la respuesta de los futuros clientes potenciales e identificar nuestro posicionamiento frente a la competencia.
- Verificar las posibilidades técnicas como el producto, las facilidades con relación a las instalaciones físicas, los equipos y los sistemas de control para la creación de la aplicación.
- Realizar el estudio financiero para analizar y evaluar la viabilidad, estabilidad y rentabilidad del proyecto.

Descripción del Negocio

Con respecto a lo anteriormente mencionado, el negocio que se pretende implementar es la elaboración de una aplicación para eventos sociales que sirva como intermediaria entre el cliente y los profesionales especializados en banquetes, música, fotografía, decoración, la elaboración de la aplicación que pretende elaborarse tiene las siguientes características:

Características Funcionales

Dentro de las características funcionales se puede determinar que la aplicación servirá de intermediaria entre el cliente y los profesionales dedicados a la realización de eventos desde diferentes áreas, para esto se contará con diversidad de talento humano para que el cliente pueda escoger la persona por la experiencia de este y el precio de sus servicios, así el cliente ajustará el paquete de personal para su evento según la solvencia económica que disponga para el mismo. Así mismo, los profesionales con más experiencia y mejor calificados dentro de la aplicación serán por ende los servicios más costosos y con más estatus social.

Además de esto, la aplicación permite al cliente elegir entre los profesionales que se encuentren dentro de la aplicación ofreciendo sus servicios, por ejemplo: dentro del módulo de fotografía podrán encontrar cinco, diez o veinte fotógrafos que se encuentren en el lugar donde se pida el servicio, esto quiere decir, que dependiendo del área donde el cliente este ubicado será la amplitud de personal que pueda encontrar, podrá elegir entre el fotógrafo profesional más costoso, el que ofrece sus servicios a un precio más cómodo, esto dependerá de la experiencia y el reconocimiento del profesional, de esta forma, el cliente pasará por cada módulo de la aplicación;

comida, decoración, música, eligiendo al personal que consideren capacitado para el evento que deseen realizar y armando un paquete que se acomode al presupuesto que el cliente maneje.

Especialmente, en el proyecto de la aplicación se pretende que los estudiantes de últimos semestres en carreras especializadas en eventos como, fotografía, sonido, banquetes y demás tengan la oportunidad de estar dentro de la aplicación ofreciendo sus servicios a las personas que busquen realizar un evento social un poco más económico.

Los ingresos de la aplicación se generan por el cobro de anuncios de terceros que tendrán lugar dentro de la aplicación, el cobro por cada anuncio corresponde a \$30,000 y representan parte de las ganancias anuales de la aplicación, además de las comisiones por venta efectiva que corresponde a las ventas concluidas en la aplicación, así mismo hacen parte de estos ingresos las suscripciones de los diferentes profesionales en áreas, con dos tipos de suscripciones la suscripción normal por un valor de \$100,000 anuales y la suscripción premium por un valor de \$150,000 incluyendo Iva.

Características Físicas

La aplicación al ser intangible no cuenta con características físicas, pero, cuenta con características tecnológicas como la peculiaridad del diseño que se pretende implementar, para esto un diseñador de apps, acomodara la aplicación de la siguiente forma:

Clasificación de módulos, como: fotografía, sonido, planificación de espacios e interiores, decoración, repostería, culinaria. Cada módulo está conformado por 30 profesionales en cada una de las áreas mencionadas dispuestos a brindar sus servicios, cada uno de ellos tendrán calificación por estrellas, puntuación y contarán con su hoja de vida para que el cliente pueda visualizar su experiencia y justificar el costo de sus servicios, una vez el cliente haya acomodado el paquete de profesionales a su gusto, se procede a comunicar e integrar a los profesionales para que coordinen la organización del evento.

Características Técnicas

Son todos aquellos permisos que se requieren para la creación de una aplicación, para las licencias y condiciones de uso.

Hay que ser claros y explícitos a la hora de solicitar permisos al usuario para acceder a contactos de su dispositivo, realizar pagos o ceder datos. Además, es obligatorio desarrollar licencias y condiciones de uso. En todos los casos no basta con informar al usuario, sino que éste tiene que aceptar, ya que en caso de reclamación tendremos una mejor defensa (Gutiérrez, 2015).

Los usuarios deben sentirse seguro a la hora de brindar información a la aplicación, es por esto, que en la aplicación se deben brindar permisos de acceso a la información personal y condiciones de uso de la información que se deben firmar con la confidencialidad absoluta de la información que brinden los clientes para los procesos de compra de servicios a través de la app.

Cadena de Valor

La implementación de la cadena de valor es importante para una idea de negocio como lo es la aplicación de eventos que es de carácter tecnológico que pretende adquirir su ventaja competitiva basada en la innovación y el liderazgo.

Acciones primarias:

- Marketing: estrategias de reconocimientos y descargas de la aplicación.
- Logística: diseño, control y manejo de la aplicación.
- Manejo del stock: gestión de los profesionales suscritos a la aplicación.
- Ventas: comercialización de los servicios ofrecidos en la aplicación.
- Atención al usuario (o etapa postventa): acompañamiento a los compradores mediante contratos postventas y evaluación de los servicios recibidos.

Acciones secundarias (o terciarias):

- Recursos Humanos: selección de los diseñadores de la aplicación.
- Tecnología: recursos y programadores empleados para la construcción de la aplicación.
- Selección de proveedores.
- Infraestructura: sede física de la tienda y otros recursos
- Logística interna
- Calidad
- Logística externa

Análisis del Sector

El negocio está enfocado en el sector servicios o, también denominado, terciario. Es el sector económico que engloba todas las actividades relacionadas con los servicios materiales no productivos de bienes.

El negocio hace parte del sector terciario debido a que es de carácter intangible, la aplicación ofrecerá servicios de profesionales en el área de organización de eventos. De esta forma, se argumenta que los servicios son un gancho comercial en la producción y/o comercialización de bienes, que logran generar nuevas empresas creativas con un gran potencial que contribuyen al crecimiento económico del país, logran generar empleos y traen desarrollo. (Valbuena, 2003).

Por consiguiente, el negocio de la aplicación de eventos resulta ser parte del sector terciario de la economía, pretende no sólo aportar al desarrollo económico del país generando empleos y satisfaciendo una necesidad insatisfecha en el mercado nacional, sino también, exportando talento humano dedicado al sector de eventos. “Colombia debe exportar servicios, puesto que existe talento humano y personal especializado capaz de competir a nivel internacional” (Valbuena, 2003). Esto se debe en gran parte al desarrollo tecnológico que atraviesa el mundo, logrando por medio de aplicaciones ofrecer talento humano y reconocer las capacidades de los diferentes profesionales.

Productos Sustitutos y Complementarios.

Para analizar los productos sustitutos y complementarios del proyecto se analiza la competencia actual en el mercado de las aplicaciones para eventos y se examinan los bienes o servicios necesarios para el previo funcionamiento de la aplicación que son todos aquellos que complementan el servicio que se pretende brindar.

Tabla 1.

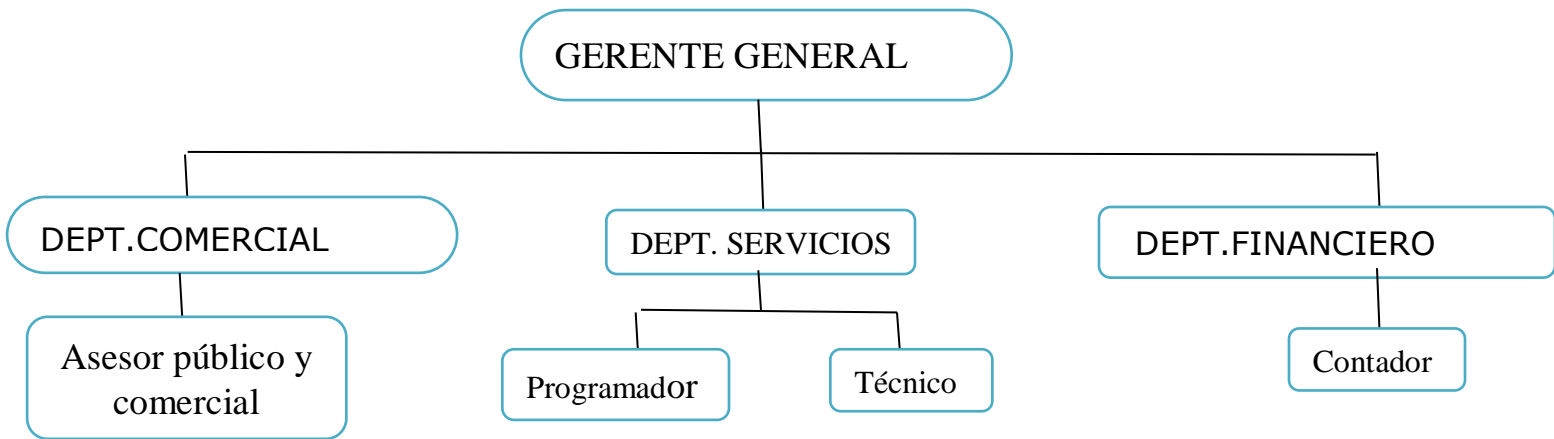
Cuadro Comparativo de Bienes Sustitutos y Complementarios

Bienes Sustitutos	Bienes Complementarios
Los servicios sustitutos de la aplicación de eventos son las aplicaciones para eventos, que existen en Latinoamérica, aunque sus servicios no sean iguales el fin es el mismo, organizar un evento social.	Los servicios complementarios de la aplicación son: <ul style="list-style-type: none"> ● Dispositivos con internet ● Plataformas de descarga de app

Fuente: Elaboración propia.

De esta forma, al analizar los bienes sustitutos y complementarios del proyecto, se procede a desarrollar la estructura organizacional con la que contará la aplicación, teniendo en cuenta que al ser en mayor parte una plataforma virtual, no necesitará de los departamentos que componen las empresas habituales.

Estructura Organizacional



La estructura organizacional de la empresa debe contar con un gerente general que se encuentre al tanto de todos los procesos y procedimientos tanto de la aplicación como los intereses internos de la empresa, es necesario, para dirigir y direccionar a los demás miembros de la empresa hacia los objetivos claves a alcanzar y las posibles crisis que se puedan presentar, debe ser una persona arriesgada, responsable y visionaria.

De esta forma, el departamento de servicios debe tener un ingeniero electrónico especializado en el diseño de aplicaciones móviles, que este comprometido con el desarrollo de la empresa en el entorno de la aplicación, debe estar al tanto de los técnicos y programadores y sobrellevar posibles hackeos o imitaciones temporales de la misma.

Así mismo, el departamento comercial debe estar al tanto de los cambios en el entorno empresarias, las tendencias y las modas, para así saber a qué público dirigirnos según cambien los tiempos y el entorno.

De tal forma, el departamento financiero debe encargarse del reclutamiento de personal en la empresa y la selección de los profesionales que quieran prestar sus servicios por medio de la plataforma teniendo en cuenta la veracidad de sus estudios, capacidades y la seguridad de los clientes al contratar este posible servidor de la app.

Aspectos Legales de Constitución

Para poder desarrollar lo anteriormente mencionado, uno de los requisitos claves para la creación e implementación de la app en el país es el tratamiento adecuado de los datos personales de los clientes.

Según *la ley estatutaria 1581 de 2012*. Los principios y disposiciones contenidas en la presente ley serán aplicables a los datos personales registrados en cualquier base de datos que los haga susceptibles de tratamiento por entidades de naturaleza pública o privada. La presente ley aplicará al tratamiento de datos personales efectuado en territorio colombiano o cuando al responsable del tratamiento o encargado del tratamiento no establecido en territorio nacional le sea aplicable la legislación colombiana en virtud de normas y tratados internacionales. El régimen de protección de datos personales que se establece en la presente ley no será de aplicación:

A) las bases de datos o archivos mantenidos en un ámbito exclusivamente personal o doméstico. Cuando estas bases de datos o archivos vayan a ser suministrados a terceros se deberá,

de manera previa, informar al Titular y solicitar su autorización, así lo afirma la Constitución Política de Colombia [Const]. Art. 2. 7 de julio de 1991 (Colombia).

De esta forma, otro de los requisitos para formalizar la creación de la app consiste en tener en cuenta los derechos del consumidor.

Todo usuario de plataformas tecnológicas tiene derechos como consumidor, por tanto, se debe tener en cuenta que hay una serie de pautas que los desarrolladores y publicadores deben respetar como lo son: brindar información clara que permita elegir los servicios que se desean adquirir, proteger a los infantes según los aspectos plasmados en el código de infancia y adolescencia dado que un dispositivo móvil es objeto de uso tanto por adultos como niños, entre otras consideraciones importantes que no se deben pasar por alto (Fuentes, 2017).

Así mismo, se debe tener en cuenta los derechos propios con los que cuentan los creadores de la app y los derechos de terceros como los consumidores de la misma.

Es obligatorio disponer de licencias de los recursos que se vayan a utilizar. Para ello, hay que leer detenidamente las condiciones ya que hay casos en los que los recursos excluyen el uso comercial, no pudiéndose ejecutar en aplicaciones. Además, conviene proteger el contenido para evitar plagios y copias (Gutiérrez, 2015).

Análisis del Mercado y la Competencia

Plan de Ventas y Marketing

Se procede a hacer el análisis correspondiente del mercado, identificando la competencia directa de la aplicación y se determina el plan de ventas y marketing correspondiente.

Análisis del Consumidor.

Se logró identificar mediante “Google trends” por medio de las palabras clave, que el departamento en Colombia que más busca por medio de la web eventos sociales es Magdalena:



Figura 1. Interés por subregión relacionado a eventos online, Colombia últimos 12 meses por Google Trends.

Los hábitos de compra online, mediante el posicionamiento de palabras clave en la red es esencial para estudiar los hábitos de compra de las regiones de nuestro país; en este caso, la región del Magdalena es la que más consume eventos sociales mediante páginas y redes sociales de casas de eventos que promocionan sus servicios.

Se analiza en la siguiente información que el Magdalena, Bogotá, valle del cauca, el Atlántico y Cundinamarca, son los cinco departamentos incluida la capital del país que durante el 2020 han buscado realizar sus eventos sociales por medio de internet, buscando alternativas seguras y rápidas para encontrar a profesionales especializados en el área.

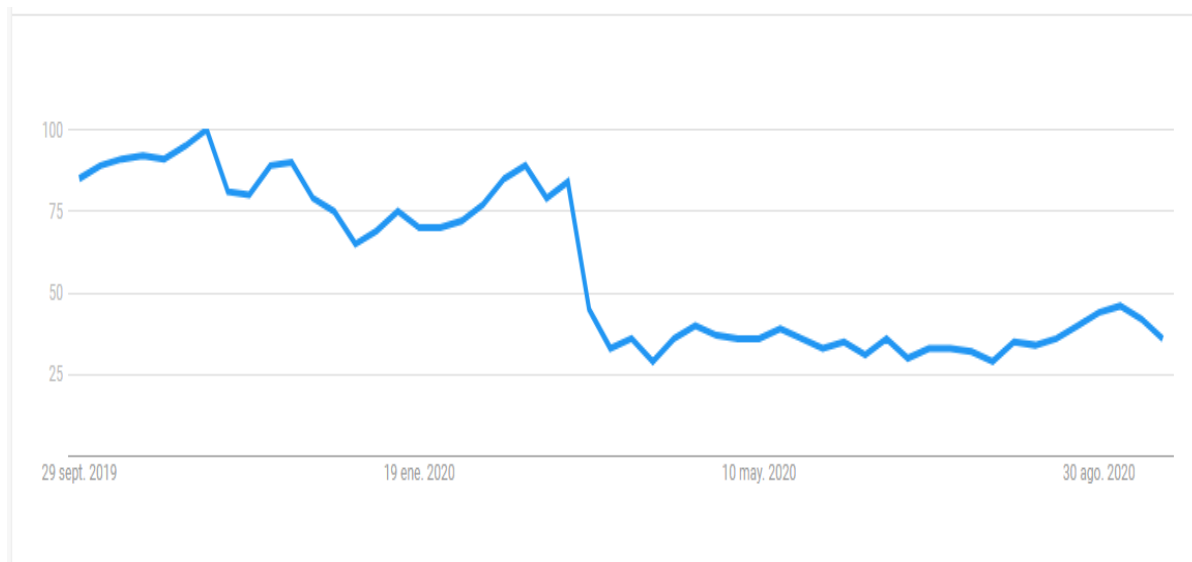


Figura 2. Interés a largo plazo de los colombianos en eventos online 2020 por Google Trends.

Entre septiembre de 2019 y abril del 2020 se presentaron los índices más altos de búsqueda de eventos por los colombianos, esto nos indica, que durante los tiempos leves de la pandemia las personas estaban interesadas en realizar eventos sociales mediante alternativas web, lo que abre una gran ventaja en el mercado para la aplicación de eventos.

Perfil del Consumidor.

El perfil de nuestros consumidores está encaminado a personas mayores de 18 años hasta los (55-70) años que quieran realizar un evento importante o soñado con una mayor seguridad y

confianza en la realización de este, personas que busquen realizar un evento de forma rápida y confiable, las personas cada vez están más familiarizadas con las aplicaciones móviles de productos y servicios como Rappi, su nivel de confiabilidad por las comprar en internet ha crecido en Colombia. Es decir, personas jóvenes y adultas, con una alta confiabilidad en las compras virtuales.

Investigación Exploratoria.

Se aplica esta metodología de investigación debido a que no existen muchos datos acerca de aplicaciones similares a la que se pretende implementar, esto, con el fin de verificar la factibilidad del negocio, para ello se utilizan técnicas de investigación como la encuesta para medir la percepción de las personas sobre la aplicación de eventos.

Por lo anterior, para analizar cuál es la percepción de los colombianos acerca de la creación de una aplicación de eventos, se utiliza la técnica de muestreo aleatorio simple, se realiza una encuesta en las ciudades a donde va dirigido nuestro mercado meta, teniendo en cuenta la segmentación del mercado se realizará la encuesta las localidades de estratos del 3 al 6, en las diferentes ciudades, en Bogotá se realiza la encuesta en la localidad de Usaquén con una población de 474,186 habitantes, en Santa Marta se realiza la encuesta en la localidad Turística Perla del Caribe con una población de 124,113 habitantes, en Cali se realiza la encuesta en ciudad Jardín con una población de 37,014 habitantes, en Medellín se realiza la encuesta en el corregimiento El Poblado con una población de 1,077 habitantes y en Barranquilla se realiza la encuesta en Riomar

con una población de 78,000 habitantes, se desea conocer cuántos de ellos responderían la encuesta de “Estudio de factibilidad para la creación de una aplicación de eventos”.

Para esto, se desea tomar una muestra de la población para saber la cantidad de personas que debemos entrevistar, para tener una información acertada se hará con un margen de error del 3%, un nivel de confiabilidad del 85% y una probabilidad a favor del 65% y una probabilidad en contra del 35%.

Para resolver la ecuación sacamos los datos correspondientes:

Tabla 2.

Datos de Muestreo Aleatorio Simple

N	714390	714390
Z	85%	1,4
P	65%	0,65
Q	35%	0,35
E	3%	0,03
Resultado		496

Fuente: Elaboración propia.

La muestra que se tomó de la población es de 496 personas a las cuales se les realizó las siguientes preguntas. ¿Qué tipos de servicio contrata para la realización de sus eventos? ¿Estaría dispuesto a realizar su evento por medio de una aplicación? ¿Con qué frecuencia utilizaría una aplicación para hacer contratación de eventos? Si existiera la posibilidad de organizar su evento por medio de una aplicación, ¿Qué servicio contrataría para la realización de su evento?

Las respuestas fueron evaluadas según el nivel de confianza de las personas en contratar personal por medio de una aplicación de eventos, donde 1 es el puntaje más bajo (es decir, que no estarían dispuestos a adquirir el servicio) y 5 el puntaje más alto.

¿Qué tipos de servicio contrata para la realización de sus eventos?

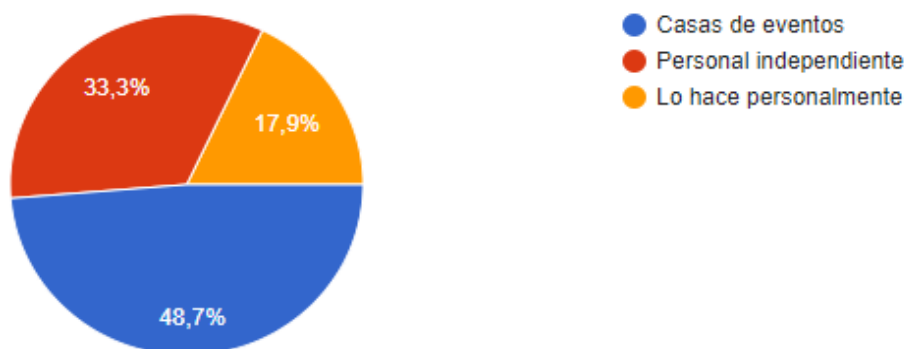


Figura 3. Encuesta “Estudio de factibilidad para la creación de una aplicación de eventos”, 2020.
Elaboración propia.

De 1 a 5 ¿Estaría dispuesto a realizar su evento por medio de una aplicación?

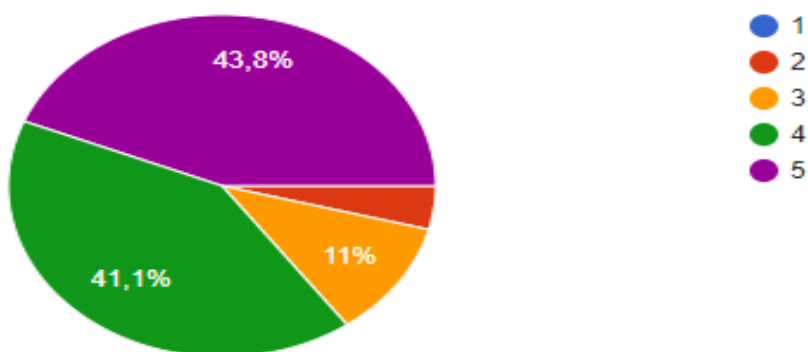


Figura 4. Encuesta “Estudio de factibilidad para la creación de una aplicación de eventos”, 2020.
Elaboración propia.

De 1 a 5 ¿Con qué frecuencia utilizaría una aplicación para hacer contratación de eventos?

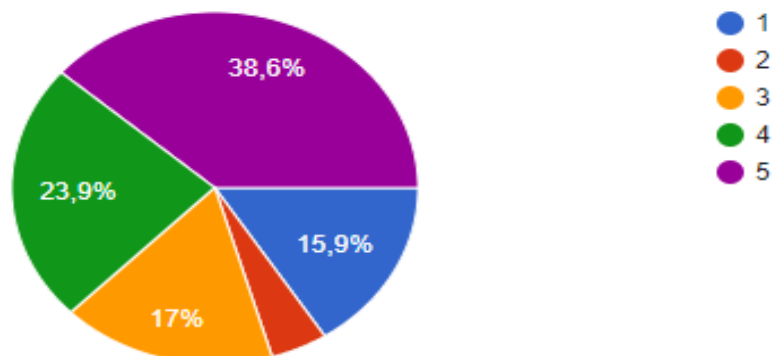


Figura 5. Encuesta “Estudio de factibilidad para la creación de una aplicación de eventos”, 2020.
Elaboración propia.

Si existiera la posibilidad de organizar su evento por medio de una aplicación, ¿Qué servicio contrataría para la realización de su evento?



Figura 6. Encuesta “Estudio de factibilidad para la creación de una aplicación de eventos”, 2020.
Elaboración propia.

Las gráficas muestran los resultados obtenidos de la encuesta realizada a las 496 personas de las localidades de estrato 3-6 de las ciudades a las que va dirigida la aplicación acerca de los tipos de servicios que contratan actualmente para la realización de eventos, analizando la primera gráfica observamos que el 43,7% de los encuestados contratan casas de eventos para que se encarguen de la realización de sus eventos sociales, al no existir en Colombia aún una aplicación

que supla esta necesidad las personas optan por comprar servicios de las casas de eventos, sin embargo, se preguntó si estarían dispuestos a realizar sus eventos por medio de una aplicación, en este apartado se evaluó el nivel de confianza entre 1 a 5 y según las respuestas el 43,8% de los encuestados tienen un nivel de confianza de 5, es decir, que estarían dispuestos a realizar sus eventos por medio de una aplicación.

De esta forma, en la tercera grafica se analiza la frecuencia con la que estarían dispuestos los encuestados a contratar servicios de eventos por medio de una aplicación y según las respuestas el 38,6% de los encuestados utilizarían la aplicación de eventos con mucha frecuencia. Así mismo, se constató la posibilidad de que existiera una aplicación móvil para la realización de eventos, el 100% de los encuestados coinciden en que si existiera la posibilidad sólo contratarían servicios de eventos por medio de una aplicación.

Análisis de la Oferta y la Demanda

El mercado potencial para la aplicación de eventos perteneciente al sector de servicios se encuentra en las ciudades de Bogotá, Santa Marta, Cali, Barranquilla y Medellín.

La aplicación de eventos que se pretende implementar es una aplicación intermediaria entre los clientes y los profesionales de las distintas áreas de la creación de un evento social, aunque en el mercado no existen aún aplicaciones que brinden el mismo servicio, si existen aplicaciones de eventos que brindan un servicio diferente pero el objetivo es el mismo “la organización de un evento”.

Para calcular la Demanda de la aplicación de eventos, se debe analizar, la demanda que han tenido las aplicaciones móviles en Colombia, en lo que va del 2020.

Colombia mostró este año el mayor crecimiento entre los países de la región en el número promedio de instalaciones de aplicaciones, con una tasa de 15%. En dos años el país ha aumentado 35% el número total de instalaciones de aplicaciones móviles (Mesa, 2020).

El crecimiento de la descarga de aplicaciones en Colombia según la fuente anterior se divide en el promedio de crecimiento de aplicaciones por:

- Crecimiento de instalaciones de apps de juegos es de un 16,90%
- Crecimiento de instalaciones de aplicaciones que no son juegos es de un 24%

De esta forma, nuestra demanda pertenece al 24% de instalaciones que no son juegos, al no haber competencia directa en Colombia, el sector de nuestra aplicación se encuentra en el sector de aplicaciones de compras, para adquirir productos o servicios, en este caso, estas tienen una demanda del 58% en lo que va del año 2020. Esto según el estudio “The State of App Marketing in Latin America” realizado por AppsFlyer, AppsFlyer Support, (Versión 1.2.0.14.1234), 2020.

Según los datos anteriores nuestra demanda estimada en Colombia es del 58%, teniendo en cuenta que nuestra demanda se encuentra estimada en las ciudades de Bogotá, Santa Marta, Cali, Barranquilla y Medellín, para realizar el estudio de la demanda insatisfecha se hizo el cálculo a partir de las poblaciones encuestadas de cada ciudad, para un total de 714,390 personas,

aplicando el porcentaje de demanda esperada, de esta forma, se analiza la demanda y la oferta esperada:

Tabla 3.

Demanda Insatisfecha

AÑO	D ESPERADA	O ESPERADA	DIFERENCIA	D-O
2021	481	414	67,048	
2022	116	50	65,813	
2023	67	19	47,784	
2024	16	3	12,622	
2025	9	2	7,722	

Fuente: Elaboración propia.

Teniendo en cuenta la estimación de la demanda insatisfecha la cual fue determinada de la diferencia demanda – oferta, se puede definir el tamaño del proyecto en función a la demanda que se espera atender y la cual corresponde a los siguientes valores:

Tabla 4.

Demanda que se espera Atender

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA	% DE PARTICIPACIÓN	TOTAL, DEMANDA
2021	67,048	30%	20,114
2022	65,813	30%	19,744
2023	47,784	50%	23,892
2024	12,622	50%	6,311
2025	7,722	50%	3,861

Fuente: Elaboración propia.

De esta forma, después de determinar la demanda insatisfecha mediante la diferencia de los años base de demanda y oferta, el porcentaje que se espera atender es del 30% para los dos primeros años de funcionamiento y del 50% para los siguientes años una vez se sensibiliza el porcentaje estimado, permite generar los ingresos suficientes para lograr la sostenibilidad del proyecto, al igual que desarrollar la proyección de ventas y la estimación de los costos de producción y las inversiones requeridas que se desarrollan en la página 44, tabla 5.

Estrategias de Marketing 4 p's

Una vez analizada la brecha de mercado de la aplicación, se procede a analizar las estrategias de marketing.

Las estrategias del producto corresponden a que hace parte de una innovación, que cuenta con una presentación única y se centra en prestar un servicio rápido, efectivo y seguro, brindando una atención personalizada a cada uno de los clientes y además lo componen una diversidad de talento humano que estará brindando sus servicios por medio de la aplicación.

El precio de los servicios de los diferentes profesionales estará estimado según su experiencia y fama en el mercado, por ejemplo: el chef con más estrellas y experiencia en el mercado tendrá un precio cuatro veces mayor al del estudiante que está en últimos semestres de esta carrera y que no tiene experiencia profesional, además, los paquetes se definen según la suscripción de los profesionales en la aplicación, los paquetes de suscripción normal tendrán un precio menor al que los de la suscripción premium.

Las estrategias de plaza corresponden a la creación de páginas web, la venta de los servicios de la aplicación se realiza por medio de correos electrónicos, WhatsApp o directamente en la aplicación como el cliente lo prefiera.

Las estrategias de promoción corresponden a impulsar el reconocimiento de la aplicación por medio de la promoción de bonos mediante compras repetitivas, también mediante concursos por Facebook o Instagram donde se ofrezcan los servicios de la aplicación y se viralicen haciendo que más personas nos conozcan y también con vallas publicitarias en los principales puntos de las ciudades a las que el estudio de mercado va dirigido.

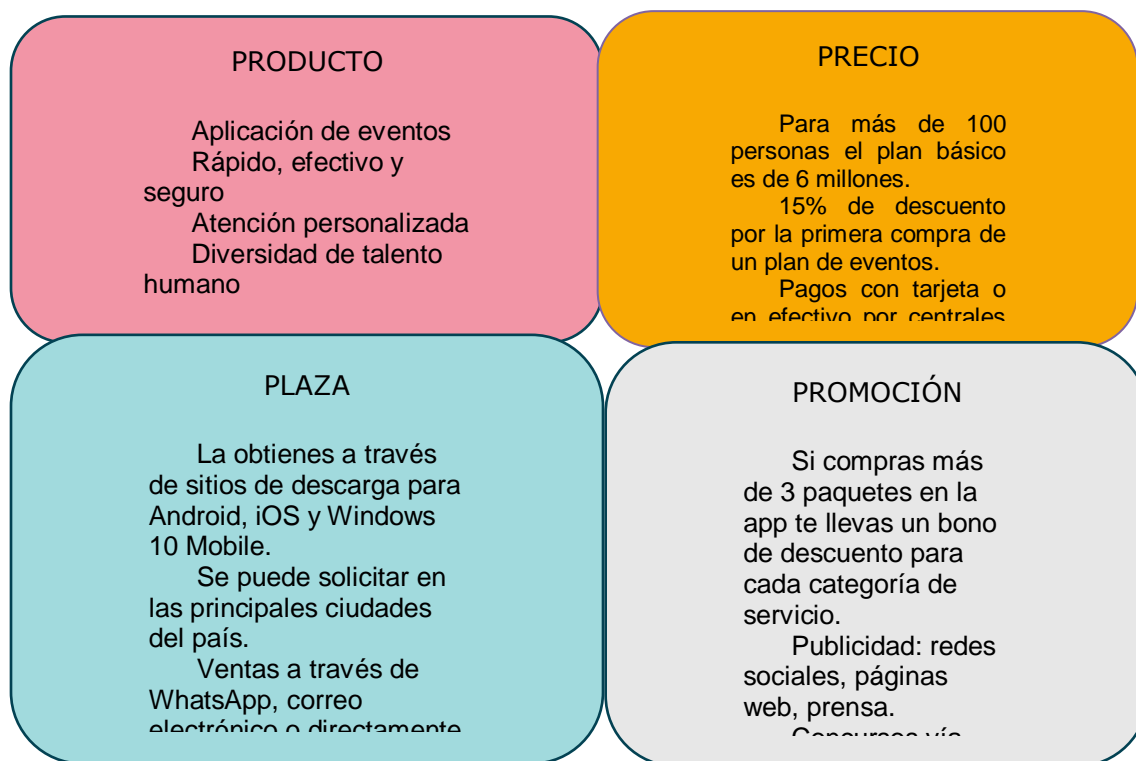


Figura 7. Estrategias de marketing 4 p's, 2020. Elaboración propia.

Hacen parte también de las estrategias de marketing los canales de distribución, los cuales serán todos los centros de descarga para Android, iPhone y Windows 10 Mobile.

Por otro lado, siguiendo con el análisis del estudio de mercado se prevé el nicho de mercado de la aplicación y se realiza la respectiva segmentación de este.

Nicho de Mercado

El segmento del mercado se basa en personas mayores de 20 años que cuenten con la necesidad de realizar un evento social por medio de la app, buscando personal capacitado y de su interés para realizar su evento. De esta forma, nuestro nicho de mercado son las personas que deseen realizar un evento social de forma rápida y segura.

Segmentación del Mercado.

- Segmentación Geográfica. Los servicios que ofrece la aplicación podrán ser adquiridos en las principales ciudades del país, tal y como se muestra en el análisis del consumidor, tendrán relevancia las ciudades con más necesidad del producto u/o servicio como; Santa Marta, Bogotá, Cali y Barranquilla.
- Segmentación Demográfica. Nuestro segmento de mercado va dirigido a personas mayores de 18 años hasta 60 años (Hombres y mujeres); personas de estrato socioeconómico 3, 4, 5 y 6 que puedan adquirir los paquetes de servicios mínimos ofrecidos en la aplicación.

De esta forma, se procede a realizar el análisis de los proveedores y de los posibles clientes de la aplicación.

Proveedores

Los proveedores directos de la aplicación serán los ingenieros electrónicos que serán los que diseñarán la aplicación de eventos para que cumpla con todas las opciones para ser intermediaria entre el cliente y los profesionales, teniendo en ella las opciones de pago y acuerdos por contratos electrónicos.

Clientes

Nuestros clientes claves serán personas entre 18 a 60 años con recursos económicos entre los estratos 3-6, que son los que cuenta con mayor acceso a las aplicaciones móviles, las redes sociales, también a centros de descarga en dispositivos móviles que puedan descargar y contratar con la aplicación. Sin limitarnos a nuestros clientes claves la aplicación va dirigida a todas las personas que deseen realizar un evento a través de la aplicación.

Analizado todo lo anterior, se procede a estudiar cual es la competencia directa de la aplicación y a analizar la forma en la que desarrollan sus actividades.

Competencia Directa

En Colombia actualmente la aplicación no cuenta con competencia directa, porque no existe un producto similar al que se pretende realizar, sin embargo, existe una competencia a nivel internacional:

- **Attendium:** una aplicación para eventos cuyas funciones principales son la organización de listas de invitados la capacidad de importar datos desde diversas plataformas y programas, control de duplicados, manejo de personal de atención al evento, manejo de permisos de acceso. Se basa más que todo en ayudar a la persona a organizar el evento mediante el control de datos y alertas de tiempo, más no se encargan de realizar el evento ni contratar el personal para el mismo.
- **EvenTwo:** esta plataforma se encarga de asesorar a los organizadores de eventos creando técnicas totalmente personalizadas para sus eventos. Disponen de:
 - **Opción Basic.** Esta sustituye la guía en papel del evento con una app móvil, ponentes, agenda, mapas geolocalizados, documentos, notificaciones push.
 - **Opción Pro.** En esta opción se añade funcionalidades de patrocinio para que puedan monetizar la app, como patrocinadores o expositores.
 - **Opción Complete.** En esta se añade interacción total, posibilidad de votaciones instantáneas para que participe la audiencia, red social privada dentro de la app, mensajes entre asistentes para mejorar el networking.
 - **Opción Multievent.** Esta opción permite contener cientos de eventos diferentes.

Estas aplicaciones son nuestra competencia directa, aunque no funcionan de la misma forma en la que se pretende que funcionará la aplicación que se pretende crear, brindan una opción similar para la realización de eventos.

Análisis del Micro y Macroentorno

De esta forma, realizado el estudio de mercado, las estrategias de marketing y teniendo la segmentación correspondiente, se procede a realizar el análisis del micro y macroentorno de la aplicación:

El análisis DOFA, FODA O DAFO, se resume a los aspectos claves del entorno de la actividad empresarial y la capacidad estratégica por medio del análisis de las perspectivas internas, que tienen que ver con las fortalezas y debilidades de la empresa aspectos en los cuales se tiene control, y las externas, que se relacionan con las oportunidades y amenazas que ofrece el mercado y son aspectos en los que los empresarios tienen poco o ningún control (Paúl, 2017).

Con respecto a lo anterior se realiza el análisis interno que corresponde a las fortalezas y debilidades de la aplicación:

Las debilidades principales de la aplicación radican en que al ser un producto innovador existe cierta inexperiencia en los programadores para realizar la aplicación tal y como se entiende en el proyecto, además, como es un proyecto de un plan de negocio propio no se cuentan con recursos económicos propias para realizar la aplicación.

Así mismo, las fortalezas de la aplicación radican en que es un producto innovador y posiblemente único en estructura en el mercado actual, además de ser, un producto que se presta para ser flexible en los horarios de atención, de fácil acceso y de facilidad de compra de los

paquetes de servicios desde cualquier lugar sin que las personas tengan que dirigirse personalmente a una oficina que les brinde el servicio, también cuenta con una flexibilidad en los costos, debido a que las personas pueden crear su paquete de servicios según la solvencia económica que manejen eligiendo la diversidad de personal que se encuentra en la aplicación.

Por otra parte, en el análisis macroeconómico, tenemos las amenazas y oportunidades de la aplicación, dentro de las amenazas tenemos la aparición de una aplicación igual, como sabemos el mercado de las aplicaciones se mueve con rapidez y al aparecer una aplicación nueva empiezan a su vez a aparecer aplicaciones con una construcción similar a la nuestra, otra amenaza que radica en el mercado nacional es la desconfianza de los colombianos por la cultura del país, por lo tanto, las compras en línea no tenían antes una gran acogida.

Así mismo, las oportunidades con las que cuenta la aplicación radican en la escasa competencia en el mercado actual, lo que es de gran ventaja, además, se abre una brecha grande en el consumo de la aplicación en los próximos años, teniendo en cuenta la crisis por la pandemia actual (Coronavirus) que no permitió las reuniones sociales y trajo distanciamiento social, se estima entonces que para la reapertura de las reuniones el mercado de los eventos sociales se disparó, así mismo, de esta forma, la variedad de talento humano con el que cuenta la aplicación permite generar ingresos mediante la suscripción anual de los profesionales a la aplicación donde sus servicios se hacen más visibles y con posibilidades más altas de adquisición por parte de los clientes.

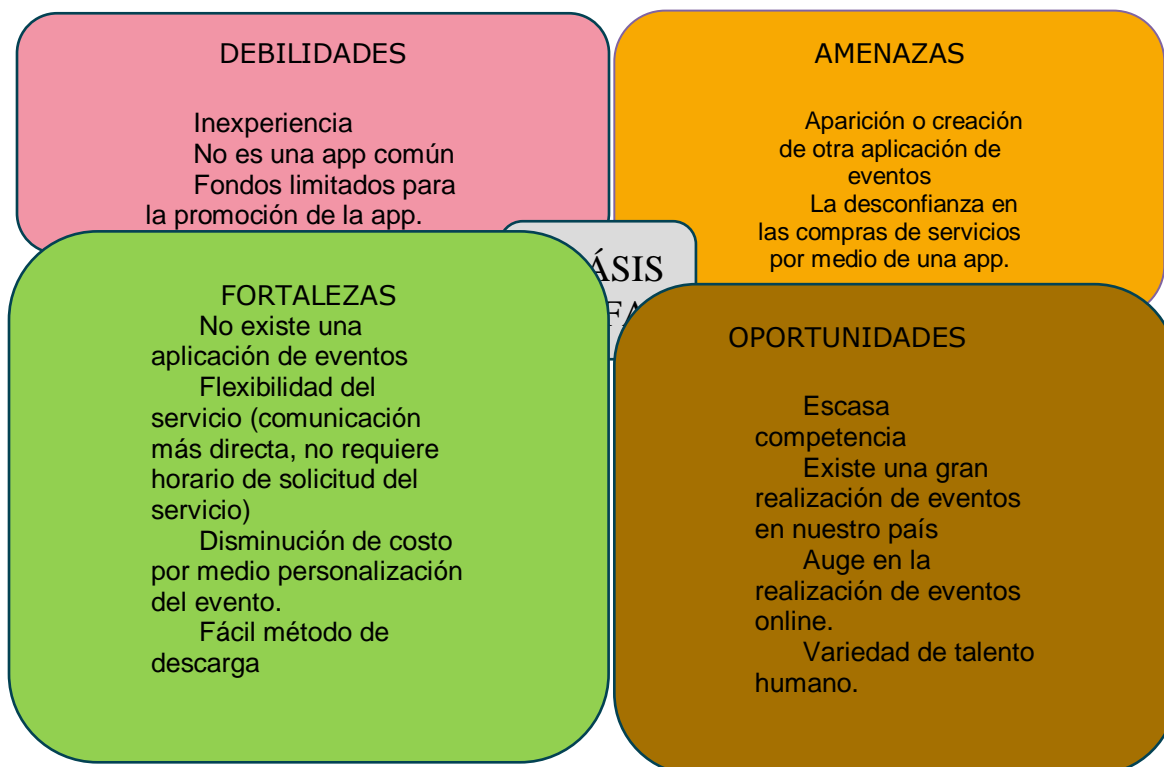


Figura 8. Análisis del micro y macroentorno DOFA, 2020. Elaboración propia.

Plan de Operación

Una vez realizado el estudio de mercado se procede a analizar el estudio técnico del proyecto verificando así la factibilidad de implementación de este.

Análisis y Localización

Macro-Localización.

En este análisis se define la localización de la empresa a nivel nacional, para este análisis se tendrán en cuenta las principales ciudades mencionadas en el estudio de mercado:

Tabla 5.

Análisis macro-localización por puntos

FACTOR	PESO ASIGNADO	Santa Marta		Bogotá		Cali		Barranquilla	
		CALIFICACIÓN	CALIFICACIÓN PONDERADA	CALIFICACIÓN	CALIFICACIÓN PONDERADA	CALIFICACIÓN	CALIFICACIÓN PONDERADA	CALIFICACIÓN	CALIFICACIÓN PONDERADA
Tendencia online de búsqueda de eventos	0,25	9	2,25	8	2	7	1,75	7	1,75
Nivel de confianza en compras virtuales	0,4	7	2,8	9	3,6	8	3,2	6	2,4
Mercado objetivo	0,35	6	2,1	7	2,45	6	2,1	7	2,45
TOTAL, SUMA	1		7,15		8,05		7,05		6,6

Fuente: Elaboración propia.

Teniendo en cuenta el análisis realizado de Macro-localización se define que la oficina de la aplicación de eventos estará ubicada en Bogotá ciudad capital, teniendo en cuenta que los procesos de compra de paquetes de eventos se realizarán por medio de la aplicación, no será necesario contar con una oficina en cada ciudad en la que opere la aplicación, la oficina se utilizará para la creación, diseño y uso técnico de la aplicación.

Micro-Localización.

Para definir el área de localización regional de la oficina, se escogió la opción más optima, teniendo en cuenta la segmentación del mercado, la oficina estará ubicada en un barrio de estrato socioeconómico 4-5, para tomar esta decisión se tuvieron en cuenta las condiciones de seguridad, la infraestructura de servicios públicos y la accesibilidad en el transporte.

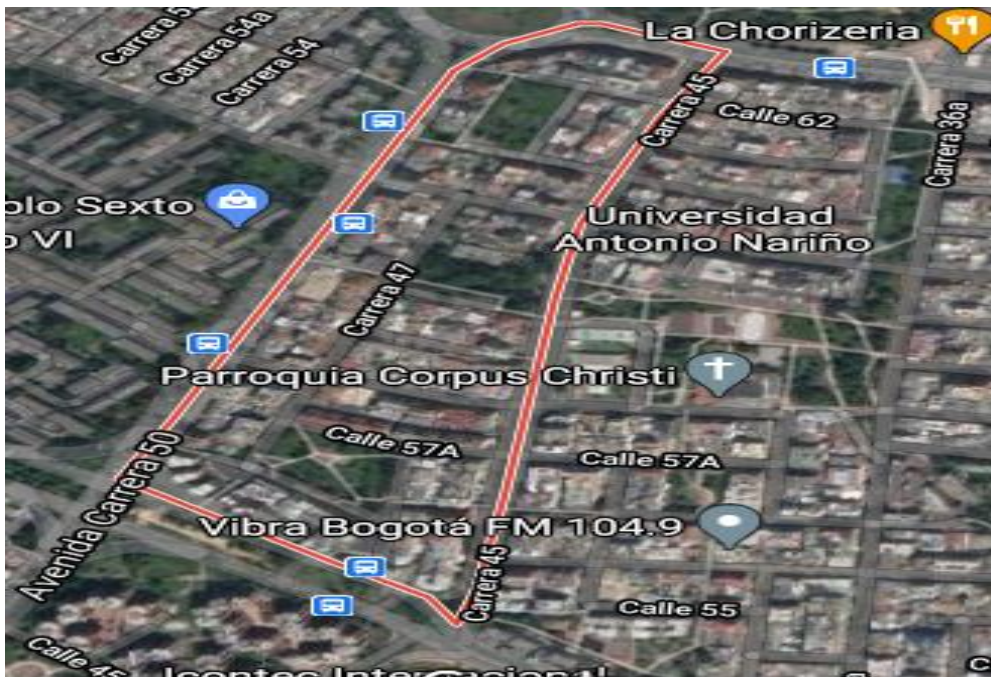


Figura 9. Imagen tomada de Google Maps, 2020.

Tamaño Optimo del Proyecto

Para calcular de forma exitosa el tamaño óptimo del proyecto, se deben desarrollar y analizar los siguientes aspectos técnicos:

Denominación del servicio	Aplicación de eventos
Denominación técnica del servicio	Aplicación intermediaria entre el cliente y los profesionales en eventos sociales que deseen ofrecer sus servicios por medio de la app.
Clientes	Personas de 18 a 60 años de estrato 3,4,5 y 6 y demás personas con cercanía a eventos mediano y grandes.
Proceso	App práctica de fácil comprensión y negociación con profesionales en diferentes áreas para la construcción de un evento capaz de generar empleo.
Descripción del proceso	El servicio se encarga de buscar y contratar profesionales especializados en gastronomía, decoración, sonido etc. Lo necesario para satisfacer al cliente según sus necesidades, realizando una comparación con respecto a la calidad y precio.
Software de edición y programación	Lenguaje de programación CSS
Lenguaje de programación	JavaScript
Programa-dominio	Android: APP de eventos KEDAVI

Figura 10. Ficha técnica modulo operativo, 2020. Elaboración propia.

Disponibilidad y Costos de Suministros

Para poder desarrollar el tamaño del proyecto se debe identificar y estimar el valor de las materias primas y los insumos que se deben utilizar para la creación y operación de la aplicación.

Los costos requeridos para la creación de la aplicación se dividen en dos tipos: Costos de Operación y Mantenimiento y costos de Inversión.

Los costos de operación y mantenimiento mensuales incluyen la nómina y prestaciones de los 5 empleados por \$12'111,041, electricidad (\$350,000 pero el 85% es fijo y el 15% es variable unitaria), agua (\$120,000 pero el 90% es fijo y el 10% variable unitaria), papelería \$100,000, internet y telefonía \$300,000, publicidad por \$15'290,000 e impuestos por \$4'658,475.

Los costos administrativos incluyen el arriendo de oficina mensual por \$3'000,000, el equipo de oficina \$12'000,000, la patente por un costo de \$2'204,500, los gastos de constitución los cuales equivalen a \$200.000, entre otros.

Las inversiones incluyen la creación de la aplicación por \$35'000,000 y el capital de trabajo inicial por \$2'000,000.

Inversiones, Costos de Operación y Mantenimiento y Gastos Administrativos

	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES UNITARIOS
INVERSIONES		
Creación de Aplicación	35.000.000	
Capital de trabajo	2.000.000	
TOTAL, INVERSIONES	37.000.000	
COSTOS DE OPERACIÓN Y MANTENIMIENTO		
Arriendo	3.000.000	
Equipo de Oficina	12.000.000	
Patente	1.762.500	442.000
Inscripción Cámara y Comercio	268.000	268.000
Suscripción anual a Google Play (75 Dólares)	282.488	
Suscripción anual a App Store (120 Dólares)	456.000	
Otros Gastos de Constitución y Permisos	200.000	
TOTAL, COSTOS DE OPERACIÓN Y MANTENIMIENTO	17.968.988	\$710.000
GASTOS ADMINISTRATIVOS		
Materiales y papelería	100.000	
Salarios y prestaciones sociales	12.111.041	
Publicidad	15.290.000	
Publicidad por Facebook	240.000	
Publicidad por Instagram	450.000	
Publicidad por YouTube	600.000	
Publicidad youtubers	14.000.000	
Servicios Públicos	770.000	49.000
Agua	120.000	7.000
Luz	350.000	42.000
Internet y telefonía	300.000	
Impuestos	4.658.475	
IVA 19%	3.059.000	
renta 33%	1.599.475	
TOTAL, GASTOS ADMINISTRATIVOS	48.219.516	49.000
Inversión + costos + gastos	103.188.504	\$759.000

Fuente: Elaboración propia.

Las inversiones incluyen la creación de la aplicación por \$35'000,000 y el capital inicial de trabajo por \$2'000,000. Los costos de operación y mantenimiento incluyen el equipo de oficina por \$12'000,000, también están los costos anuales que corresponden a inscripción a Cámara y Comercio por un total de \$536,000, la suscripción anual a Google Play por

\$282,488, la suscripción a App Store por \$456,000 y la patente que se paga cada 5 años por \$2'204,500.

Los anteriores costos pertenecen al proceso de creación de la aplicación, teniendo en cuenta todo lo necesario para la puesta en marcha del proceso. De esta forma, analizados los costos se procede a la descripción del proceso productivo de la aplicación de eventos Kedavi.

Descripción del Proceso Productivo

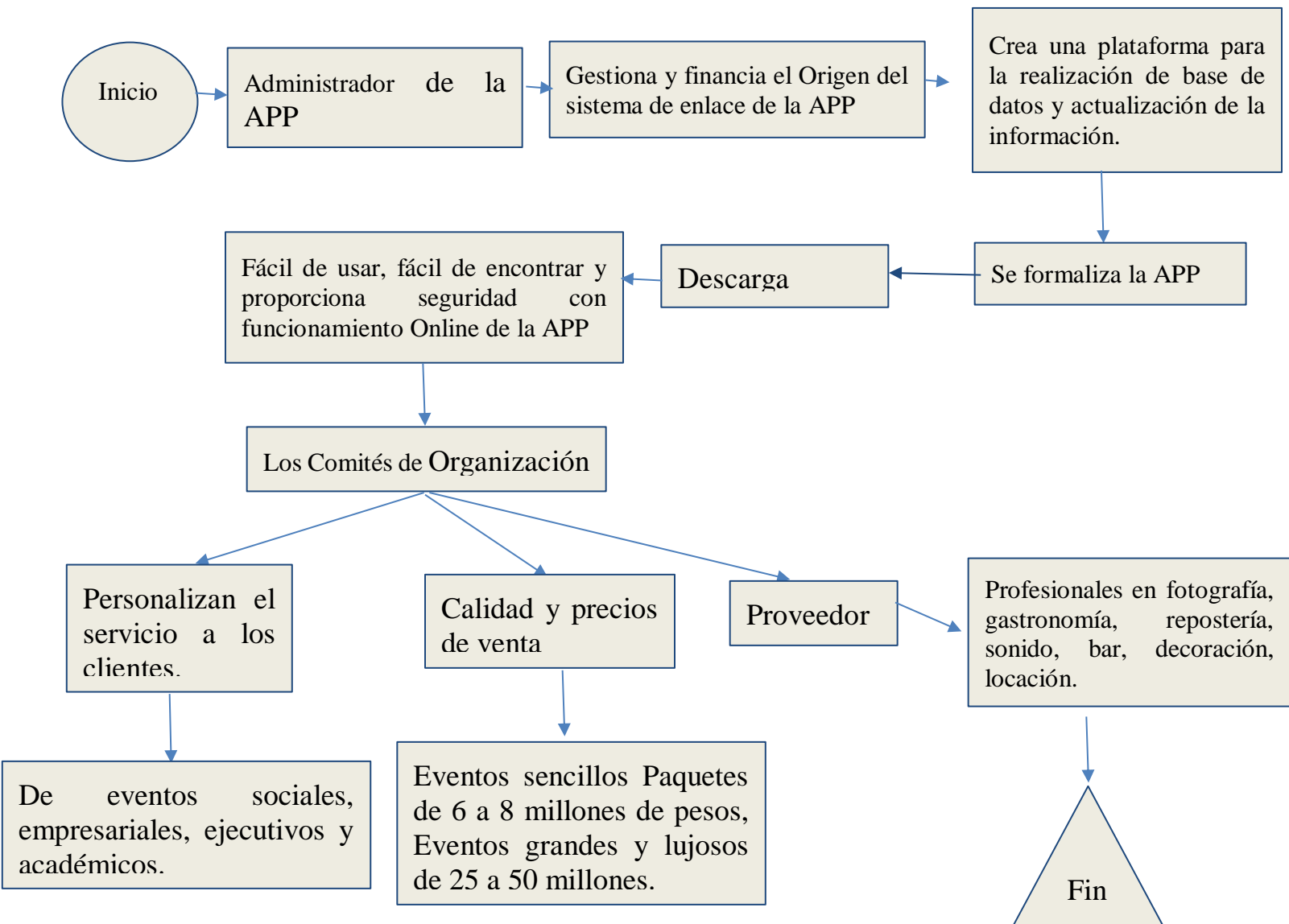


Figura 11. Diagrama de flujo principal tareas unitarias de la aplicación 2020, elaboración propia.

Requerimientos de Planta y Equipo

- **Necesidades de Maquina y Equipo:** Terminales y dispositivos móviles que utiliza Android. Nexus, Samsung, Sony, Huawei, etc.
- **Necesidades de Herramientas:** Mac OS X o Linux sistema de operativos.
- **Necesidades de Equipos de Oficina y Cómputo:** Computador portátil, Internet banda ancha, teléfono móvil, Android Studio 6.0, y tabletas.
- **Necesidades de Materia Prima:** Lenguaje de programación java para el sistema operativo de la plataforma, Base de datos Postgres o Oracle para desarrollar la APP (Anexar código), Se trabaja con un software libre.
- **Necesidades de Insumos:** Androidstudios para elaborar la App cada actividad y alcanzar los objetivos se deben considerar recursos humanos, financieros y tecnológicos y las herramientas para el desarrollo de la aplicación.
- **Necesidades de Material Publicitario y Promocional Establecido en Estrategias de Comunicación y Promoción:** Sitio Web o Dominio Redes sociales: Facebook, Instagram, Twitter, Google para que el cliente busque con palabras clave, diarios del país en el que se hable de la app y se creen artículos de información.
- **Necesidades de Adecuación de Instalaciones:** Oficina principal para la creación de la app.
- **Necesidades de Personal:** inicialmente personal capacitado que conozca el lenguaje ORACLE, POSTGRES Para el buen desarrollo inicial del proyecto y la actividad que realizará la App.

Plan Financiero

En el presente plan financiero se pretende verificar la viabilidad del proyecto, analizando los diferentes estados financieros.

Presupuestos de Ingresos y Gastos

El siguiente presupuesto representa la rentabilidad de la aplicación de eventos mensual durante los años proyectados, también analiza los gastos operacionales de la aplicación.

Tabla 7

Ingresos Proyección Anual

PROYECTO OPERADOR TURISTICO					
INGRESOS					
	2021	2022	2023	2024	2025
Kedavi Anuncios	234.000.000	241.488.000	299.203.632	308.927.750	318.967.902
Kedavi comisiones por venta efectiva	126.000.000	130.032.000	161.109.648	166.345.712	171.751.947
Kedavi suscripciones normal (100.000 Iva incluido)	24.000.000	24.768.000	30.687.552	31.684.897	32.714.657
Kedavi suscripciones premium (150.000 Iva Incluido)	36.000.000	37.152.000	46.031.328	47.527.346	49.071.985
	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0
TOTAL, INGRESOS OPERATIVOS	420.000.000	433.440.000	537.032.160	554.485.705	572.506.491
Ingresos financieros	0	0,0000	0	0	0
TOTAL, INGRESOS	420.000.000	433.440.000	537.032.160	554.485.705	572.506.491

Fuente: Elaboración propia.

Los ingresos corresponden al cobro por anuncios de terceros que tendrán lugar dentro de la aplicación, el cobro por cada anuncio corresponde a \$30,000 y representan parte de las ganancias anuales de la aplicación, además de las comisiones por venta efectiva que corresponde a las ventas concluidas en la aplicación, así mismo hacen parte de estos ingresos las suscripciones de los diferentes profesionales en áreas como; fotografía, repostería, decoración, planificación, sonido y culinaria, que corresponden a dos planes: la suscripción normal por un valor de \$100,000 anuales y la suscripción premium por un valor de \$150,000 incluyendo Iva.

De esta forma, se calculan los ingresos de los siguientes años, las cifras corresponden al incremento de las ventas en la aplicación que durante cada año gracias a la publicidad en la que se invierte aumentan de forma positiva, así mismo, se realiza el análisis vertical y horizontal de la aplicación, donde se puede ver que el 55,71% de las ganancias corresponden a los anuncios que se cobran a terceros y en el análisis horizontal se puede ver el incremento anual, que para el segundo año será de un 3,20%, para el tercer año será del 23,90% y para los siguientes dos años un incremento del 3,25%.

Tabla 8

Egresos Anuales

APLICACIÓN DE EVENTOS KEDAVI					
EGRESOS					
	2021	2022	2023	2024	2025
Costos variables	0	0	0	0	0
Costos fijos	17.400.000	18.444.000	19.550.640	20.723.678	21.967.099
Comisión ventas	0	0	0	0	0

Cuotas de Obligaciones - BANCOLOMBIA	0	0	0	0	0
Cuotas de Obligaciones - MINITICS	17.400.000	18.444.000	19.550.640	20.723.678	21.967.099
TOTAL, COSTOS	17.400.000	18.444.000	19.550.640	20.723.678	21.967.099
Gastos operativos	377.756.44 1	348.203.43 3	370.370.51 6	394.165.48 5	419.522.80 7
Gastos de oficina - papelería	48.000.000	0	0	0	0
Gastos de oficina - papelería	1.200.000	1.272.000	1.348.320	1.429.219	1.514.972
Impuestos IVA	72.792.440	77.159.986	81.789.586	86.696.961	91.898.778
Impuestos - Renta	19.522.875	20.694.247	21.935.902	23.252.056	24.647.179
Pago de Interés por Prestamos - MINITICS	20.880.000	22.132.800	23.460.768	24.868.414	26.360.519
Servicios Públicos	9.240.000	9.794.400	10.382.064	11.004.988	11.665.287
Web Manager	0	0	0	0	0
comunicaciones - internet	3.600.000	3.816.000	4.044.960	4.287.658	4.544.917
Inscripción Cámara y Comercio	6.432.000	6.817.920	7.226.995	7.660.615	8.120.252
suscripción anual a Google Play (75 Dólares)	282.492	299.442	317.408	336.452	356.640
Suscripción anual a App Store (200 Dólares)	456.000	483.360	512.362	543.103	575.689
Otros Gastos de Constitución y Permisos	2.400.000	2.544.000	2.696.640	2.858.438	3.029.945
0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0
Gasto por depreciación	2.400.000	2.400.000	2.400.000	2.400.000	2.400.000
Gasto por amortización	7.000.000	7.000.000	7.000.000	7.000.000	7.000.000
Gasto por impuestos	80.882	485.383	502.746	610.497	632.358
Gasto por publicidad	39.134.760	40.308.803	41.518.067	42.763.609	44.046.517
Gasto por salarios	144.334.99 2	152.995.09 2	165.234.69 9	178.453.47 5	192.729.75 3
Gastos financieros	8.559.578	8.032.044	7.441.205	6.779.466	6.038.318
TOTAL, GASTOS	386.316.01 9	356.235.47 6	377.811.72 1	400.944.95 1	425.561.12 5
TOTAL, EGRESOS	403.716.01 9	374.679.47 6	397.362.36 1	421.668.62 9	447.528.22 4

Fuente: Elaboración propia.

La siguiente tabla representa los egresos de la aplicación proyectados a cinco años que corresponden a los costos fijos y variables, lo gastos operativos, la depreciación, intereses, impuestos, servicios públicos incluyendo el internet banda ancha, la cuota del préstamo, el arriendo y los sueldos en general.

Para la proyección de salarios, se realiza el cálculo mensual con prestaciones sociales incluidas:

Tabla 9

Sueldos y Prestaciones Sociales

		2021				
		GERENTE GENERAL	ASESOR COMERCIAL	PROGRAMADOR	TECNICO	CONTADOR
SMMLV		\$ 2.000.000	\$ 1.200.000	\$ 2.500.000	\$ 877.803	\$ 1.300.000
Subsidio de Transporte			\$ 102.854	\$ -	\$ 102.854	\$ 102.854
SALUD	8,5%	\$ 170.000	\$ 102.000	\$ 212.500	\$ 74.613	\$ 102.000
PENSION	12,0%	\$ 240.000	\$ 144.000	\$ 300.000	\$ 105.336	\$ 144.000
ARP	0,52%	\$ 10.440	\$ 6.264	\$ 13.050	\$ 4.582	\$ 6.264
CESANTIAS	8,3%	\$ 166.667	\$ 100.000	\$ 208.333	\$ 0	\$ 100.000
INTERESES CESANTIAS	1,0%	\$ 20.000	\$ 12.000	\$ 25.000	\$ 0	\$ 12.000
PRIMA	8,3%	\$ 166.667	\$ 100.000	\$ 208.333	\$ 0	\$ 100.000
PARAFISCALES	9,0%	\$ 180.000	\$ 108.000	\$ 225.000	\$ 79.002	\$ 108.000
Dotación (Proporción mensual) /3 al año		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
vacaciones	4,17%	\$ 83.333	\$ 50.000	\$ 104.167	\$ 0	\$ 50.000
Total		\$ 3.037.107	\$ 1.925.118	\$ 3.796.383	\$ 1.244.190	\$ 2.025.118
Fuente: Elaboración propia.						total, nomina más prestaciones mensuales
						\$ 12.027.916

La siguiente tabla representa los salarios de los 5 empleados correspondientes para la creación de la aplicación y de la empresa como lo exige la Cámara y Comercio de nuestro país, los \$12'027,916 corresponden a los gastos mensuales por personal en la empresa.

Tabla 10

Monto de las Inversiones y Capital de Trabajo

APLICACIÓN DE EVENTOS KEDAVI			
INVERSIÓN ACTIVOS			
	Valor total del activo	Años de vida útil	Depreciación y amortización
MUEBLES Y ENSERES Y EQUIPO DE OFICINA			
Escritorio completo (escritorio más silla)	3.000.000	5	600.000
SUBTOTAL	3.000.000		600.000
EQUIPO DE COMPUTO			
Equipo de cómputo todo en uno (disco duro Solido de 1 tera, RAM de 16 GB, Icorel 7 de 10 generación)	3.500.000	5	1.800.000
equipo de cómputo HP (Disco Duro Mecánico 500 GB, RAM de 4 GB, Icorel 3 de segunda generación)	5.000.000		
Impresora Multifuncional HP	500.000		
0	0		
0	0		
SUBTOTAL	9.000.000		1.800.000
SOFTWARE			
Creación de Aplicación	35.000.000		7.000.000
0	0		
0	0		
SUBTOTAL	35.000.000		7.000.000
TOTALES	47.000.000		9.400.000

INVERSIÓN CAPITAL DE TRABAJO	
Capital de trabajo	32.146.370
Inventarios	0
TOTAL, INVERSIÓN INICIAL	79.146.370

Fuente: Elaboración propia.

En la siguiente tabla se puede analizar el monto inicial de las inversiones la cual consta de los equipos de oficina, el equipo de cómputo y el costo por creación de la aplicación, al igual que la inversión inicial de capital de trabajo que corresponde a \$32'146,370 lo que deja así una inversión inicial total de \$79'146,370

Tabla 11

Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO						
Concepto	2021	2022	2023	2024	2025	
Ventas	420.000.000	433.440.000	537.032.160	554.485.705	572.506.491	
Costos	17.400.000	18.444.000	19.550.640	20.723.678	21.967.099	
Gastos operativos	377.756.441	348.203.433	370.370.516	394.165.485	419.522.807	
Utilidad operativa	24.843.559	66.792.567	147.111.004	139.596.542	131.016.585	
Impuesto de renta operativo		4.720.276	12.690.588	27.951.091	26.523.343	
Beneficio fiscal financiero		-1.626.320	-1.526.088	-1.413.829	-1.288.098	
Utilidad operativa después de impuestos	24.843.559	63.698.611	135.946.504	113.059.280	105.781.340	
Depreciación y amortización	9.400.000	9.400.000	9.400.000	9.400.000	9.400.000	
Flujo de caja bruto operativo	79.146.370	34.243.559	73.098.611	145.346.504	122.459.280	115.181.340

Fuente: Elaboración propia.

El flujo de caja nos muestra un resumen del efectivo que tendrá la aplicación para los años proyectados, desde el flujo que se va a manejar para actividades operativas cómo el recibido por ventas netas y el efectivo que sale por pago de servicios, salarios, intereses e impuestos. Además, se tiene en cuenta el efectivo de actividades de financiación como el recibido por las Mintics.

Estados Financieros.

Los estados financieros permiten verificar la situación económica y financiera de la aplicación de eventos.

Tabla 12

Estado de Resultados

APLICACIÓN DE EVENTOS KEDAVI					
ESTADO DE RESULTADOS					
Concepto	2021	2022	2023	2024	2025
Ventas	420.000.000	433.440.000	537.032.160	554.485.705	572.506.491
Costos	17.400.000	18.444.000	19.550.640	20.723.678	21.967.099
Utilidad Bruta	402.600.000	414.996.000	517.481.520	533.762.027	550.539.392
Gastos operativos	377.756.441	348.203.433	370.370.516	394.165.485	419.522.807
Utilidad antes impuestos e intereses	24.843.559	66.792.567	147.111.004	139.596.542	131.016.585
Gastos financieros	8.559.578	8.032.044	7.441.205	6.779.466	6.038.318
Ingresos financieros	0	0	0	0	0
Utilidad antes de impuestos	16.283.981	58.760.524	139.669.799	132.817.076	124.978.267
Impuestos	3.093.956	11.164.499	26.537.262	25.235.244	23.745.871
Utilidad neta	13.190.024	47.596.024	113.132.537	107.581.832	101.232.396

Fuente: Elaboración propia.

El estado de resultados permite analizar el porcentaje de utilidad obtenida por las ventas y corresponde a las cifras los primeros cinco años de operación de la aplicación, tiene en cuenta las ventas brutas de año, los costos de las ventas y los gastos.

Tabla 13

Flujo de Efectivo

APLICACIÓN DE EVENTOS KEDAVI						
FLUJO DE EFECTIVO						
	2020	2021	2022	2023	2024	2025
SALDO INICIAL	0	32.146.370	53.434.229	113.577.141	245.967.945	355.471.525
FUENTES DE EFECTIVO:						
Ventas de contado		420.000.000	433.440.000	537.032.160	554.485.705	572.506.491
Recuperación de cartera			0	0	0	0
Adquisición de préstamos	77.146.370					
Aportes de capital	2.000.000					
Rendimientos financieros			0	0	0	0
Venta de activos fijos						
TOTAL, FUENTES	79.146.370	420.000.000	433.440.000	537.032.160	554.485.705	572.506.491
USOS DE EFECTIVO						
Costos operativos		17.400.000	18.444.000	19.550.640	20.723.678	21.967.099
Gastos operativos		377.756.441	348.203.433	370.370.516	394.165.485	419.522.807
Pago de proveedores			0	0	0	0
Inversión en activos fijos e inventarios	47.000.000					
Servicio de la deuda		4.396.121	4.923.656	5.514.495	6.176.234	6.917.382
Intereses		8.559.578	8.032.044	7.441.205	6.779.466	6.038.318
Impuestos			3.093.956	11.164.499	26.537.262	25.235.244
Dividendos						
Depreciación y amortización		-9.400.000	-9.400.000	-9.400.000	-9.400.000	-9.400.000
TOTAL, USOS	47.000.000	398.712.141	373.297.089	404.641.356	444.982.125	470.280.850
EXCEDENTE O DÉFICIT EFECTIVO	32.146.370	21.287.859	60.142.911	132.390.804	109.503.580	102.225.640
SALDO FINAL DE EFECTIVO	32.146.370	53.434.229	113.577.141	245.967.945	355.471.525	457.697.165

Fuente: Elaboración propia.

El flujo de efectivo permite analizar el efectivo que ha sido aprovechado en las actividades de operación, inversión y financiamiento de la aplicación. Estas proyecciones corresponden al resultado de la demanda que se espera atender la cual es el 30% de la demanda insatisfecha que se

presenta en el estudio de mercado, dicha demanda refleja los posibles clientes de la aplicación por lo tanto determina la proyección de ventas para los próximos 5 años.

Tabla 14

Balance General

APLICACIÓN DE EVENTOS KEDAVI						
BALANCE GENERAL						
	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Activos corrientes						
Disponible	32.146.370	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000
Inversiones temporales		51.434.229	111.577.141	243.967.945	353.471.525	455.697.165
Deudores (cuentas por cobrar)		0	0	0	0	0
Inventarios	0	0	0	0	0	0
Otros activos						
Total, activo corriente	32.146.370	53.434.229	113.577.141	245.967.945	355.471.525	457.697.165
Activos de largo plazo						
Muebles y enseres	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000
Maquinaria y equipo	0	0	0	0	0	0
Vehículos	0	0	0	0	0	0
Terrenos	0	0	0	0	0	0
Edificaciones	0	0	0	0	0	0
Equipo de computación	9.000.000	9.000.000	9.000.000	9.000.000	9.000.000	9.000.000
Depreciación acumulada	0	(2.400.000)	(4.800.000)	(7.200.000)	(9.600.000)	(12.000.000)
Software e intangibles	35.000.000	35.000.000	35.000.000	35.000.000	35.000.000	35.000.000
Amortización acumulada	0	(7.000.000)	(14.000.000)	(21.000.000)	(28.000.000)	(35.000.000)
Total, activos no corrientes	47.000.000	37.600.000	28.200.000	18.800.000	9.400.000	1
Total, activos	79.146.370	91.034.229	141.777.141	264.767.945	364.871.525	457.697.166

Pasivos corrientes						
Proveedores	0	0	0	0	0	0
Impuesto por pagar		3.093.956	11.164.499	26.537.262	25.235.244	23.745.871
Obligaciones financieras corrientes	4.396.121	4.923.656	5.514.495	6.176.234	6.917.382	0
Total, pasivos corrientes	4.396.121	8.017.612	16.678.994	32.713.496	32.152.627	23.745.871
Pasivos no corrientes						
Obligaciones financieras no corrientes	72.750.249	67.826.593	62.312.098	56.135.864	49.218.482	49.218.482
Total, pasivos no corrientes	72.750.249	67.826.593	62.312.098	56.135.864	49.218.482	49.218.482
Total, pasivos	77.146.370	75.844.205	78.991.092	88.849.360	81.371.108	72.964.352
Patrimonio						
Capital	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000
Reserva Legal	0	0	1.319.002	6.078.605	17.391.859	28.150.042
Utilidades retenidas	0	0	11.871.022	54.707.444	156.526.727	253.350.375
Utilidad del periodo	0	13.190.024	47.596.024	113.132.537	107.581.832	101.232.396
Total, patrimonio	2.000.000	15.190.024	62.786.049	175.918.585	283.500.417	384.732.813
Total, pasivo y patrimonio	79.146.370	91.034.229	141.777.141	264.767.945	364.871.525	457.697.166

Fuente: Elaboración propia.

Para analizar el balance general se tuvo en cuenta los préstamos correspondientes, que permitirán llevar a flote el proyecto de la aplicación, para esto se procede a realizar el préstamo con las Mintics, y con un Banco, para abarcar la totalidad de la inversión inicial, esta información es verídica, (MinTic, 2018) afirma que “se abren nuevas convocatorias para aquellos emprendedores de Apps.co que hayan culminado con éxito la fase de Descubrimiento de Negocios, con el fin de que puedan acceder a créditos de financiación 100% condonables”. De esta forma, se adquiere el préstamo para la creación de la aplicación de eventos Kedavi.

Tabla 15

Plan de Amortización del Préstamo

APLICACIÓN DE EVENTOS KEDAVI				
PLAN DE AMORTIZACIÓN				
VALOR PRESTAMO	77.146.370			
PLAZO	120			
TASA	0,949%			
CUOTA MES	1.079.642			
CUOTA	INICIAL	INTERES	CAPITAL	SALDO
1	77.146.370	732.026	347.616	76.798.754
2	76.798.754	728.727	350.914	76.447.840
3	76.447.840	725.398	354.244	76.093.596
4	76.093.596	722.036	357.605	75.735.991
5	75.735.991	718.643	360.999	75.374.993
6	75.374.993	715.218	364.424	75.010.569
7	75.010.569	711.760	367.882	74.642.687
8	74.642.687	708.269	371.373	74.271.314
9	74.271.314	704.745	374.897	73.896.417
10	73.896.417	701.188	378.454	73.517.964
11	73.517.964	697.597	382.045	73.135.919
12	73.135.919	693.972	385.670	72.750.249
año 1		8.559.578	4.396.121	
Año 2		8.032.044	4.923.656	
Año 3		7.441.205	5.514.495	
Año 4		6.779.466	6.176.234	
Año 5		6.038.318	6.917.382	

Fuente: Elaboración propia.

El plan de amortización representa la cuota de los préstamos obtenidos por la aplicación, especifica de forma mensual los saldos a pagar y los intereses y el capital que se deben pagar durante los cinco años.

Tabla 16

Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO - PRIMER AÑO			
COSTOS FIJOS:	2021	PRECIO DE VENTA	2021
Costos fijos	17.400.000	Precio de venta promedio	50.596
Gastos operativos	377.756.441	PRECIO DE VENTA UNITARIO	50.596
Gastos financieros	8.559.578	PUNTO DE EQUILIBRIO	2021
Impuestos	3.093.956	EN UNIDADES (Costos fijos / pvu - cvu) - ANUAL	8.040
TOTAL, COSTOS FIJOS	406.809.976	EN UNIDADES (Costos fijos / pvu - cvu) - MENSUAL	670
COSTOS VARIABLES	2021	EN PESOS (Costos fijos / 1 - MCU) - ANUAL	406.809.976
Costo variable promedio	0	EN PESOS (Costos fijos / 1 - MCU) - MENSUAL	33.900.831
TOTAL, COSTOS VARIABLES	0		

Fuente: Elaboración propia.

El punto de equilibrio permite analizar el nivel de ventas que cubren los costos fijos y variables de la empresa durante el primer año de funcionamiento.

Tabla 17

TIR, WACC Y Valor Presente Neto (VPN)

El valor presente neto permite evaluar el proyecto de inversión a largo plazo, “El VPN permite determinar si una inversión cumple con el objetivo básico financiero que consiste en maximizar la inversión. El VPN permite determinar si una inversión incrementa o reduce el valor

de las empresas” (Bucheli, 2009). De esta forma, se calcula el VPN de los 5 años proyectados en el plan de negocio.

TIR DEL PROYECTO	84,49%
WACC DEL PROYECTO	20,80%
VPN DEL PROYECTO	184.033.608

Fuente: Elaboración propia.

La tasa de rentabilidad interna del proyecto esperada es de 84,49% y corresponde a los rendimientos futuros esperados por la aplicación, el costo promedio ponderado del proyecto corresponde al 20,80% y se puede ver representado en la siguiente tabla:

Tabla 18

Wacc del Proyecto

COSTO PROMEDIO PONDERADO DE LOS RECURSOS (WACC)						
	2021	2022	2023	2024	2025	CP
Proveedores	0	0	0	0	0	Tasa 0%
Impuesto por pagar	3.093.956	11.164.499	26.537.262	25.235.244	23.745.871	Tasa 0%
Obligaciones financieras corrientes	4.923.656	5.514.495	6.176.234	6.917.382	0	Tasa 9,72%
Obligaciones financieras no corrientes	67.826.593	62.312.098	56.135.864	49.218.482	49.218.482	Tasa 9,72%
Patrimonio	15.190.024	62.786.049	175.918.585	283.500.417	384.732.813	Tasa 30,00%
Total, pasivo y patrimonio	91.034.229	141.777.141	264.767.945	364.871.525	457.697.166	
	Participación					
Proveedores	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	
Impuesto por pagar	3,40%	7,87%	10,02%	6,92%	5,19%	
Obligaciones financieras corrientes	5,41%	3,89%	2,33%	1,90%	0,00%	
Obligaciones financieras no corrientes	74,51%	43,95%	21,20%	13,49%	10,75%	
Patrimonio	16,69%	44,29%	66,44%	77,70%	84,06%	
Costo promedio ponderado	12,77%	17,94%	22,22%	24,81%	26,26%	20,80%

Fuente: Elaboración propia.

Conclusiones y Logros

El estudio de factibilidad de la aplicación de eventos permite analizar los objetivos que se podrían alcanzar en la implementación del proyecto, además, permite visualizar de forma correcta y detallada el estudio financiero de la aplicación que arroja cifras positivas en una proyección inicial de cinco años en el mercado.

Además, logra dar respuesta a la pregunta de investigación de cómo determinar la factibilidad de desarrollar un evento social por medio de una aplicación para los colombianos, identificando las alternativas de la aplicación y desarrollando de forma oportuna el estudio y verificación del mercado actual, analizando la posible demanda de la aplicación y proyectando las cifras del mercado las cuales permiten verificar la viabilidad del proyecto.

De forma parcial se alcanza el objetivo del estudio el cual corresponde a determinar la factibilidad de la creación de una aplicación que sea intermediaria entre el cliente y los profesionales de las diferentes áreas de eventos al mismo tiempo se logra determinar con éxito el estudio de mercado y se logra verificar las propiedades técnicas necesarias para la creación de la aplicación.

Además, uno de los logros del trabajo es demostrar la factibilidad del proyecto, realizando el plan financiero de forma correcta el cual demuestra resultados positivos en las proyecciones de ventas y una rentabilidad prospera de un 84,49%.

Por otra parte, las limitaciones que presenta el proyecto actualmente es la carencia de recursos propios para la puesta en marcha de la aplicación, sin embargo, concede una gran oportunidad para obtener inversiones de terceros al especificar detalladamente el análisis técnico y financiero de este.

Finalmente, se concluye que el proyecto tiene una gran oportunidad en el mercado laboral con una brecha de éxito bastante grande que al ser aprovechada de forma oportuna ocasionaría un gran impacto en la economía creciente de las apps en el país.

Bibliografía

- AppsFlyer Support. (2020). AppsFlyer (Versión 1.2.0.14.1234) [Aplicación Móvil]. Descargado de: <https://www.appsflyer.com/sp-state-of-app-market-latam-2020/>
- Asociación de la Industria Navarra, A. (2008). *Guía Práctica: La Gestión de la Innovación en Ocho Pasos*. Agencia Navarra de Innovación, ANAIN. Pamplona, Navarra. . Obtenido de Guía Práctica: La Gestión de la Innovación en Ocho Pasos. Agencia Navarra de Innovación, ANAIN. Pamplona, Navarra. .
- Barrios, M. (1990). "*Criteria and strategies to define lines of research and priorities for their development*". Obtenido de "Criteria and strategies for the definition of lines of research and priorities for their development". Caracas Venezuela). Libertador Experimental Pedagogical University.
- Bucheli, M. R. (2009). *PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA EMPRESA PROMOTORA Y REALIZADORA DE CONCIERTOS EN LA CIUDAD DE SAN JUAN DE PASTO*. Obtenido de PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA EMPRESA PROMOTORA Y REALIZADORA DE CONCIERTOS EN LA CIUDAD DE SAN JUAN DE PASTO: <https://javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis63.pdf>
- Fuentes, J. D. (2017). *Propuesta normativa para aplicaciones móviles en Colombia: derechos y deberes de actores involucrados en la creación y gestión de aplicaciones nativas*. Obtenido de Propuesta normativa para aplicaciones móviles en Colombia: derechos y deberes de actores involucrados en la creación y gestión de aplicaciones nativas: <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/4131/Rodr%C3%ADguezjuan2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Gútiérrez, A. (07 de 2015). *Requisitos legales que debe cumplir una App*. Obtenido de Requisitos legales que debe cumplir una App: <https://ecommerce-news.es/requisitos-legales-que-debe-cumplir-una-app/>
- Gutiérrez, W. J., Celis, J. P., & Martínez, O. O. (2018). *Modelo de negocio para validar el emprendimiento “verduritas” en la ciudad de Bogotá*. Obtenido de Modelo de negocio para validar el emprendimiento “verduritas” en la ciudad de Bogotá.
- Ionno, M. D. (2016).
- Johnson, B., & Lundvall, B. Å. (2003). *National systems of innovation and economic development.13-28*. Aalborg University, Denmark. Working Paper. Obtenido de National systems of innovation and economic development.13-28. Aalborg University, Denmark. Working Paper.
- Kemp, S. (30 de 01 de 2020). *Digital trends 2020: Every single stat you need to know about the internet*. Obtenido de Digital 2020 Global Overview Report: <https://thenextweb.com/podium/2020/10/15/why-you-should-build-your-company-outside-in/>
- Loaiza, A. V. (28 de 06 de 2019). *El acceso a internet por suscripción subió 8% en un año según MinTic*. Obtenido de El acceso a internet por suscripción subió 8% en un año según MinTic: <https://www.larepublica.co/especiales/informe-tecnologia-junio-2019/el-acceso-a-internet-por-suscripcion-subio-8-en-un-ano-segun-mintic-2878923>

- Mandel, M. D. (Octubre de 2016). *Seguimiento de la Economía de las Aplicaciones en Colombia*. Obtenido de Seguimiento de la Economía de las Aplicaciones en Colombia: <https://www.progressivepolicy.org/wp-content/uploads/2016/10/Colombia-SPANISH.pdf>
- Mesa, L. V. (11 de 07 de 2020). *La instalación de aplicaciones en dispositivos móviles ha crecido 15% en Colombia*. Obtenido de La instalación de aplicaciones en dispositivos móviles ha crecido 15% en Colombia: <https://www.larepublica.co/internet-economy/la-instalacion-de-aplicaciones-en-dispositivos-moviles-ha-crecido-15-en-colombia-3029694>
- MinTic. (01 de 06 de 2018). *Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones*. Obtenido de <https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/Sala-de-Prensa/Noticias/74161:Abierta-convocatoria-para-financiar-planes-de-negocios-basados-en-proyectos-digitales>
- Orozco, J., Ruiz, K., & Corrales, R. (09 de 2015). *Manual para la Gestión de la Innovación*. Obtenido de Manual para la Gestión de la Innovación: [https://repositorio.una.ac.cr/bitstream/handle/11056/11477/MANUAL%20VERSION%20COMPLETA%20\(1\).pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.una.ac.cr/bitstream/handle/11056/11477/MANUAL%20VERSION%20COMPLETA%20(1).pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Paúl, M. A. (2017). *Análisis DOFA para el desarrollo del plan estratégico de ventas para Rockwell - Colombia - regional Antioquia*. Obtenido de Maestría en Administración de Negocios - MBA: https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/11943/MariaAlejandra_MezaPaul_2017.pdf?sequence=2
- Schumpeter, J. (1934). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle*. Obtenido de The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle: <http://compaso.eu/wpd/wp-content/uploads/2013/01/Compaso2012-32-Croituru.pdf>
- TECNÓSFERA. (08 de 11 de 2017). *Vida social, en lo que más usan los colombianos el celular*. Obtenido de Vida social, en lo que más usan los colombianos el celular: <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/uso-del-celular-y-el-internet-en-colombia-149384>
- Valbuena, I. E. (2003). *REGIMEN DE COMERCIO EXTERIOR DE SERVICIOS UN ENFOQUE PRÁCTICO*. Obtenido de TESIS DE GRADO: <https://javeriana.edu.co/biblos/tesis/derecho/dere5/TESIS78.pdf>
- Vicedo, R. C. (05 de 2016). *Aplicación del modelo Canvas para la creación y puesta en marcha de un negocio de comercio electrónico en BRILDOR, S.L.* Obtenido de Aplicación del modelo Canvas para la creación y puesta en marcha de un negocio de comercio electrónico en BRILDOR, S.L.: <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/65832/CAMPOS%20-%20Aplicaci%C3%B3n%20del%20modelo%20Canvas%20para%20la%20creaci%C3%B3n%20y%20puesta%20en%20marcha%20de%20un%20negocio%20de%20comerc....pdf?sequence=3>
- WHITEPAPER, M. L. (October de 2011). *Mobile Marketing Association*. Obtenido de Mobile Marketing Association : <https://www.mmaglobal.com/files/MobileLBSWhitepaper.pdf>

Zambrano, Gastón, M., Reyes, L., & Solano, J. V. (2016). *BUSINESS PLAN: HEALTH CARE ADVISOR APP*. Obtenido de BUSINESS PLAN: HEALTH CARE ADVISOR APP.

ANEXOS