



PUBLITAXI

CON TAN SOLO UN CLIC ENCUENTRA TU LUGAR
DESEADO

JORGE LEONARDO FORERO CASTAÑEDA

CREACION DE EMPRESA 2 MODELOS DE
INNOVACION

GRUPO 50101

Tabla de contenido

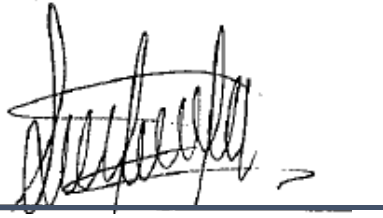
COMPROMISO DEL AUTOR	3
MODELO DE NEGOCIO	4
OBJETIVO GENERAL.....	4.1
SEGMENTACION DEL MERCADO.....	5
SEGMENTACION PSICOGRAFICA.....	6
ANÁLISIS DEL ENTORNO Y CONTEXTO DE LA IDEA DE NEGOCIO.....	7
ECOINNOVACION.....	9
ESTRATEGIA DE OCEANO AZUL.....	10
FUERZAS DE PORTER.....	11
MARKETING MIX	13
DESARROLLO DE MARCA	18
MARKETING DIGITAL	19
LANDING PAGE.....	22
ESTRATEGIAS MARKETING DIGITAL.....	24
MATRICES CLAVE	25
PATALLAZO ASISTENCIA CONVERSATORIO	26
ESTUDIO TECNICO.....	27
ESTUDIO TECNICO II.....	29
ESTUDIO TECNICO III.....	32
MINIMO VIABLE.....	33
BIBLIOGRAFIA Y WEBGRAFIA	34

COMPROMISO DE AUTOR

Yo, **Jorge Leonardo Forero Castañeda** con cédula de identidad **1033722018** de Bogotá y alumno del programa académico **administración de empresas** declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firma: _____



MODELO DE NOGOCIO

El turismo es uno de los ingresos más importantes para la economía de un país, nuestro producto es un dispositivo táctil que se instalará en la parte trasera del asiento de los taxis y brindará información a los turistas acerca de lo que ellos deseen consultar, las compañías de Bogotá podrán pautar publicidad en este dispositivo la cual será vista por todos los pasajeros que tomen el servicio de taxi desde y hacia el aeropuerto, se busca ser un canal directo de publicidad entre nuestros clientes y el usuario final. Además, que será una forma de fomentar el turismo ya que la innovación tecnológica de un país atrae más a los turistas y permite ser un medio de comunicación muy efectivo para dar a conocer más información directamente a los extranjeros y habitantes de fuera de Bogotá.

El presente proyecto, conduce a la implementación del proyecto publitaxi que introduce la publicidad dentro del transporte urbano de los taxis en la ciudad de Bogotá.

La investigación muestra como es factible crear una empresa enfocada a publicitar productos de consumo, adicional que permite a la sociedad de Bogotá a obtener un plus en su imagen hacia al turismo, ya que las los individuos que visiten la ciudad ya sea por placer o negocios podrá familiarizarse con el entorno de Bogotá con un clic.

OBJETIVO GENERAL

El objetivo de este proyecto empresarial es brindar información detallada con un dispositivo altamente tecnológico que brinda información turística y financiera al instante para los turistas que toman el servicio de taxi al llegar a Bogotá desde o hacia el aeropuerto, prestando servicio publicitario

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Segmentación geográfica

- Hoteles de 5,4 y 3 estrellas
- Restaurantes de nivel medio y alto de comida colombiana
- Café Oma, Juan Valdés, pequeños cafés con ambiente cultural colombiano
- Periódicos El tiempo, el espectador
- Datos financieros
- Agencias de turismo en Colombia
- Pyme`s que presten servicios a extranjeros
- Restaurantes autóctonos de Colombia
- Bares y centros comerciales

Se escoge esta segmentación dado que nuestro nicho de mercado son turistas extranjeros y su medio de transporte es muy variado. Se podría establecer un valor agregado hacia los taxis para que estos puedan obtener una percepción de seguridad y sofisticación en el servicio.

Segmentación psicográfica



Los turistas que visitan nuestra ciudad, en lo que más emplean su tiempo mientras la visita es en clubes nocturnos, restaurantes, y alojamientos según esta información que nos brinda la imagen.

Atractivos	En número de productos
Plaza de Bolívar	45
Museo del Oro	45
La Candelaria	35
Catedral de Sal de Zipaquirá	29
Santuario de Monserrate	28
Quinta de Bolívar	23
Catedral Primada	20
Capitolio Nacional	18
Museo Botero	14
Iglesia 20 de julio	12
Palacio Presidencial	12
Palacio de San Carlos	9
Ecce Homo	7
Museo El Fósil	5
Capilla del Sagrario	4
Teatro Colón	4

Segmentación comportamental

Cultura, gastronomía, turística, diversión.

ANÁLISIS DEL ENTORNO Y CONTEXTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

- busca ser un canal directo de publicidad entre nuestros clientes y el usuario final.
- Fomentar en turismo en nuestra ciudad.
- Aumento de clientes en negocios como hoteles, restaurantes, Pyme's, bares, cafés, periódicos, entre otros

Objetivos de desarrollo sostenible

Con este servicio se evita la propagación de publicidad por medio físico en cuanto a ahorro de papel, Como por ejemplo carteles, folletos etc.

Teoría de valor compartido

La implementación de este servicio nos ayudara a crear nuevas oportunidades de empleo, que las empresas obtengan una nueva forma de publicitar sus productos

Tecnologías disruptivas

Se va a desarrollar una Tablet con material económico para que pueda ser adquirido fácilmente, adicionalmente se implementara una nueva aplicación para lograr el objetivo que es proporcionar información de interés al cliente.

Análisis del sector económico

Las personas o clientes directos que adquieren nuestro producto, lo hacen con el fin de promocionar su marca de manera que puedan ofrecer más de su mercado a la población y turistas que llegan a nuestro país ya se por plan de negocio o por vacaciones. En Bogotá, contamos con 7 millones 413 mil habitantes, el gran aumento de pequeñas, medianas y grandes empresas ha crecido de manera notoria ya que podemos brindarle una gran variedad de opciones que se encuentra en nuestro portafolio de servicios para que puedan ser reconocidos y se posicionen en el mercado de acuerdo a sus estrategias de mercadeo. En Colombia, según la Ley para el Fomento de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, Ley 590, las PYMES se clasifican así:

- Microempresa: Personal no superior a 10 trabajadores. Activos totales inferiores a 501 salarios mínimos mensuales legales vigentes
- Pequeña Empresa: Personal entre 11 y 50 trabajadores. Activos totales mayores a 501 y menores a 5.001 salarios mínimos mensuales legales vigentes.
- Mediana: Personal entre 51 y 200 trabajadores. Activos totales entre 5.001 y 15.000 salarios mínimos mensuales legales vigentes.

El aporte de las pequeñas y medianas empresas se refleja en estos indicadores:

La Encuesta Anual Manufacturera nos permite valorar la incidencia de la MIPYME en el panorama empresarial colombiano. Representan el 96.4% de los establecimientos, aproximadamente el 63% del empleo; el 45% de la producción manufacturera, el 40% de los salarios y el 37% del valor agregado. Son más de 650.000 empresarios cotizando en el sistema de seguridad social.

La distribución geográfica de las unidades, establece que la PYME en términos generales sigue la misma tendencia del total de la industria manufacturera y reúne prácticamente el 70% en los cuatro (4) principales centros productivos: Cundinamarca–Bogotá, Antioquia, Valle y Atlántico.

Competidor Indirecto

➤ **Teléfonos móviles:** Aunque estos no se especializan en un país y tampoco tendrían la practicidad que tiene nuestro producto.

➤ **Publicidad externa:** No permiten la interacción del usuario con lo que quiere ver y lo que realmente busca, así como la ve mucha gente, la mayoría de personas no le prestan atención, como lo son las vallas publicitarias, guías turísticos, pendones, etc.

ECOINNOVACION

Con este servicio se evita la propagación de publicidad por medio físico en cuanto a ahorro de papel, Como por ejemplo carteles, folletos etc.

La implementación de este servicio nos ayudara a crear nuevas oportunidades de empleo, que las empresas obtengan una nueva forma de publicitar sus productos.

Se va a desarrollar una Tablet con material económico para que pueda ser adquirido fácilmente, adicionalmente se implementara una nueva aplicación para lograr el objetivo que es proporcionar información de interés al cliente.

ESTRATEGIAS DE OCEANO AZUL

➤ Nuestro producto por ser nuevo dentro del transporte urbano privado de Bogotá (TAXI), posee varios competidores indirectos que promueven la publicidad, pero por otros medios masivos de comunicación y un competidor directo.

Competidor Indirecto

➤ **Teléfonos móviles:** Aunque estos no se especializan en un país y tampoco tendrían la practicidad que tiene nuestro producto.

➤ **Publicidad externa:** No permiten la interacción del usuario con lo que quiere ver y lo que realmente busca, así como la ve mucha gente, la mayoría de personas no le prestan atención, como lo son las vallas publicitarias, guías turísticos, pendones, etc

➤ Publicidad en los aeropuertos

➤ **Revistas:** Anticuadas, poca practicidad y no permiten interacción del usuario.

Competidor Directo

➤ **WHITEPAPER:** Directamente anuncia publicidad en los taxis, pero en la parte exterior, ubicado con en un letrero publicitario sobre el techo del automotor

CUADRO COMPARATIVO DE OFERTA

Precios: los precios de la publicidad física como pendones, vallas, en los taxis, pasacalles, revistas son muy altos, en la actualidad la publicidad más económica es la que se realiza a través de internet con precios que empiezan en 100.000 el año, en otros casos se cobra de acuerdo a los clics que se dan sobre la publicidad.

Ciclo de vida del producto y servicio 10 años aproximadamente con sus respectivos mantenimientos de rutinas a las Tablet y al software.

LAS FUERZAS DE PORTER

- **RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES**

Servicio más enfocado hacia la tecnología teniendo en cuenta las necesidades de los turistas al momento de adquirir el servicio de taxi.

Orientación en el recorrido que desea realizar, brindando seguridad a sí mismo.

- **AMENAZA DE NUEVOS ENTRANTES**

Estableceremos estrategias de promociones y planes normales y vip para el tipo de publicidad que vamos a establecer en el dispositivo móvil.

Los precios están enfocados en comparación actuales del mercado.

- **PODER DE NEGOCIACIÓN CON CLIENTES**

Demostraremos que, al obtener nuestro servicio, su posicionamiento en el mercado aumentara, dado que los turistas y las visitas a los lugares entraran en aumento su reconocimiento.

Al inicio ofrecemos a nuestros clientes potenciales 10% de descuento por la obtención de cualquiera de nuestros planes.

- PODER DE NEGOCIACIÓN PROVEEDORES

Al momento de realizar la primera compra con nuestro proveedor para establecer conexión de descuento para grandes cantidades será de pago

efectivo, ya habremos realizado investigación de costos con demás proveedores, lo cual nuestras necesidades más importantes serán calidad y precio.

Mantendremos pagos constantes con nuestros proveedores a medida que pasa el tiempo, pactando acuerdos de beneficio mutuo.

- PRODUCTOS SUSTITUTOS

- En caso no estar disponible nuestro producto deseado, tendremos segunda opción para satisfacer las necesidades propuestas en cuanto a no afectar lo propuesto inicialmente

MARKETING MIX

Estrategias de producto para clientes

- Principalmente la Tablet esta compuestas por elementos de bajo costo para que así sea accesible a la hora de adquirirla, y cuenta con un software altamente innovador y tecnológico.
- Primer sitio en ofrecer varios servicios en uno.
- Acuerdos con las grandes agencias de taxis. Convenios empresariales.
- Dispositivo táctil (Tablet), Pantalla LCD 7", 800 x 480 Touch Screen (Capacitive), Disco duro 16 GB o 32 GB, RAM 1GB DDR3, idiomas: inglés, español.
- Dispositivo táctil, caja de seguridad, software e información publicitaria y turística.

Portafolio

Somos una compañía que ofrece información detallada con un dispositivo altamente tecnológico que brinda información turística y financiera al instante para los turistas que toman el servicio de taxi al llegar a Bogotá desde o hacia el aeropuerto, prestando servicio publicitario.

En 3 años ser la aplicación número uno a nivel nacional que ofrece información de los sitios más emblemáticos de la ciudad, en cinco años ser la aplicación número uno a nivel nacional ofreciendo datos y servicios del turismo, ser el servicio número uno en brindar cualquier tipo de información atreves del dispositivo, a turistas, llegando a todas las ciudades de Colombia.

Estrategias de precios

Cuadro comparativo de oferta

Precios: los precios de la publicidad física como pendones, vallas, en los taxis, pasacalles, revistas son muy altos, en la actualidad la publicidad más económica es la que se realiza a través de internet con precios que empiezan en 100.000 el año, en otros casos se cobra de acuerdo con el clic que se dan sobre la publicidad.

Publicidad externa

Valla	\$	530.000,00
Fachada	\$	1.100.000,00
Pasacalle	\$	212.000,00
Pendón	\$	212.000,00

Revista

Doble Página	\$	742.000,00
Página	\$	530.000,00
Roba página	\$	424.000,00

Internet

Banner	\$	191.000,00
Página interna adicional	\$	127.200,00
Formularios para recopilar información por medio de internet con validación en javascript y php	\$	127.200,00

Estrategia de precio publitaxi

TARIFAS PUBLICITARIAS							
PLAN BASICO - MENSUAL		PLAN GOLD - MENSUAL		PLAN VIP - MENSUAL		PLAN PLATINUM - MENSUAL	
PUBLICIDAD DIARIA		PUBLICIDAD DIARIA		PUBLICIDAD DIARIA		PUBLICIDAD DIARIA	
5 ACTUALIZACIONES AL MES		15 ACTUALIZACIONES AL MES		20 ACTUALIZACIONES AL MES		ACTUALIZACIONES ILIMITADAS	
DURACION PUBLICITARIA 30 SEG		DURACION PUBLICITARIA 45 SEG		DURACION DE PUBLICIDAD 1 MINUTO		PUBLICIDAD FIJA	
ANIMACIÓN: NO		ANIMACIÓN: NO		ANIMACIÓN: SI		ANIMACIÓN: SI	
PREFERENCIA PANTALLA: BASICA		PREFERENCIA PANTALLA: BASICA- LATERAL FIJO		PREFERENCIA PANTALLA: EXCLUSIVA- SUPERIOR FIJO		PREFERENCIA PANTALLA: ALEATORIA	
TOTAL	\$ 1.500.000,00	TOTAL	\$ 2.200.000,00	TOTAL	\$ 2.500.000,00	TOTAL	\$ 3.500.000,00

Producto o servicio: **PUBLITAXI - Publicidad y guía turística en los taxis del aeropuerto**
 Precio: \$ 2.425.000 Precio promedio
 Unidad de costeo: 1

INSUMOS	TIPO DE INSUMO	UNIDAD DE COMPRA	COSTO POR UNIDAD	UNIDADES UTILIZADAS	COSTO
PERSONAL DE INSTALACION	mano de obra	hora	\$ 40.000,00	3	\$ 120.000
CAJA DE SEGURIDAD	materia prima	unidad	\$ 30.000,00	1	\$ 30.000
TABLETA	materia prima	unidad	\$ 175.000,00	1	\$ 175.000
SOLDADURA	materia prima	unidad	\$ 1.000,00	6	\$ 6.000
TAPICERIA	materia prima	unidad	\$ 22.000,00	1	\$ 22.000
COSTO VARIABLES TOTAL					\$ 353.000

INSUMOS	TIPO DE INSUMO	UNIDAD DE COMPRA	COSTO POR UNIDAD	UNIDADES UTILIZADAS	COSTO
ALQUILER OFICINA	Infraestructura	Unidad	\$ 500.000,00	1	\$ 500.000
SERVICIO PUBLICOS	Servicio	Unidad	\$ 1.000.000,00	1	\$ 1.000.000
SALARIOS MONITOREO*	Mano de obra	Mensual SMLV	\$ 1.200.000,00	2	\$ 2.400.000
SALARIO GERENTE*	Mano de obra	Mensual	\$ 6.000.000,00	1	\$ 6.000.000
ALQUILER SOFTWARE	materia prima	Mensual	\$ 5.000.000,00	1	\$ 5.000.000
COSTO FIJO TOTAL					\$ 14.900.000

* Los salarios incluyen parafiscales

Costo por unidad	\$ 353.000,00
Costo Fijo	\$ 14.900.000,00
Precio promedio (\$)	\$ 2.425.000,00
Margen de contribución	\$ 2.072.000,00

Número de clientes	Costos fijos	Costos variables por cliente	Costos totales	Ingresos	Margen para determinar costos variables	Margen de contribucion final
1	\$ 14.900.000,00	\$ 0,00	\$ 14.900.000,00	\$ 2.425.000,00	-	\$ -12.475.000,00
2	\$ 14.900.000,00	\$ 0,00	\$ 14.900.000,00	\$ 4.850.000,00	-	\$ -10.050.000,00
3	\$ 14.900.000,00	\$ 0,00	\$ 14.900.000,00	\$ 7.275.000,00	-	\$ -7.625.000,00
4	\$ 14.900.000,00	\$ 0,00	\$ 14.900.000,00	\$ 9.700.000,00	-	\$ -5.200.000,00
5	\$ 14.900.000,00	\$ 0,00	\$ 14.900.000,00	\$ 12.125.000,00	-	\$ -2.775.000,00
6	\$ 14.900.000,00	\$ 0,00	\$ 14.900.000,00	\$ 14.550.000,00	-	\$ -350.000,00
6,14444	\$ 14.900.000,00	\$ 0,00	\$ 14.900.000,00	\$ 14.900.267,00	-	\$ 267,00

Infraestructura

Nombre del ítem	Tipo	Unidad	Cantidad	Precio / Unidad	Costo total	Periodos de Amortización	Sis. de Depreciación y/o Agotamiento
Dispositivo táctil	Maquinaria, Equipos y herramientas	unidad	300	175.000	52.500.000	5	lineal
Cajas de seguridad	Maquinaria, Equipos y herramientas	unidad	300	50.000	15.000.000	5	lineal
Software	Desarrollo inicial	unidad	1	30.000.000	30.000.000		
Computadora	Maquinaria, Equipos y herramientas	unidad	3	2.000.000	6.000.000	5	lineal
Teléfonos	Muebles y enseres	unidad	3	300.000	900.000	10	lineal
Adelanto alquiler oficina	Infraestructura	Unidad	6	500.000	3.000.000		
Escritorios	Muebles y enseres	unidad	4	400.000	1.600.000	10	lineal
				Total	109.000.000		

Estrategia de distribución

El canal de distribución del dispositivo informativo y publicitario va ser instalado en los taxis del aeropuerto para prestar el servicio de guía turística a los extranjeros, así como informarlos de productos y servicios.

- Canal de marketig directo: se realiza mediante visitas personales a cada empresa de taxi que realiza servicios desde y hacia el aeropuerto.
- Canal de marketing indirecto: se realiza mediante redes sociales como lo son Facebook, Instagram, WhatsApp, Twitter, YouTube entre otros.

Estrategia de comunicación

Se realiza publicidad en su mayoría en redes sociales, mediante videos promocionales, imágenes del producto y servicio.

- Publicidad: anuncios mediante videos en redes sociales. Y publicidad en físico repartida mediante volantes.
- Promoción de ventas: estas promociones son mediante planes, el cual consiste en el valor de cada plan según se escoja desde el plan básico mensual, plan Gold, plan vip, y plan platinum, el cual son de diferentes valores.
- Ventas personales: dichas ventas se van a manejar con promociones cada mes y eso incluye un porcentaje de descuento según la fecha de adquirido el servicio. Como, por ejemplo, “si adquiere este servicio en los primero 5 días del mes, va a tener un descuento del 5% en cualquiera de nuestros planes”
- Relaciones públicas: en este ítem se buscar realizar pautas publicitarias mediante medios televisivos, de igual manera ya se está creando una página web para dar a conocer el servicio por dicho medio.
- marketig directo: se realiza mediante visitas personales a cada empresa de taxis que realiza servicios desde y hacia el aeropuerto.

DESARROLLO DE MARCA

MATRIZ DE DESARROLLO DE MARCA

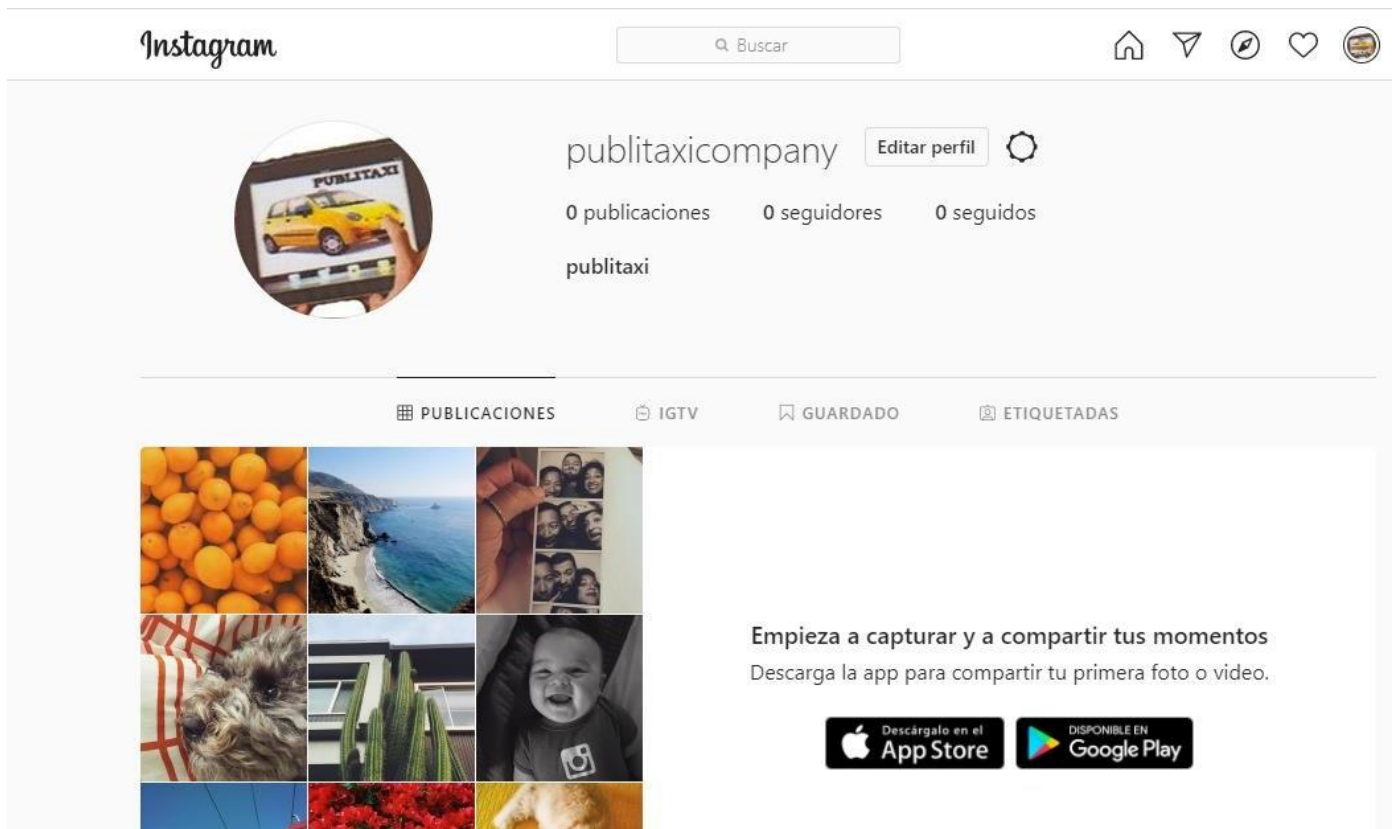
NOMBRE DE LA IDEA	PUBLITAXI	
	PASOS	OBJETIVOS
1. DIAGNOSTICO DEL MERCADO	1. Identificación del sector	Turistas que viajan desde y hacia Bogotá Colombia.
	2. Identificar marcas en competencia	Vallas publicitarias, publicidad en celulares, publicidad en físico, (volantes)
	3. Soluciones principales y alternativas	brindar el servicio de publicidad a todos los lugares turísticos para extranjeros y aquellas personas nativas que no conozcan parte de la ciudad.
	4. Tendencias del mercado	nuestro servicio es tendencia debido a que según el estudio no hay ningún producto servicio q ofrezca brinde información como nosotros lo hacemos.
	5. arquetipo de la marca	poseemos una marca fácil de reconocer y que conectamos al público o cliente, para lograr captar su atención
2. REALIDAD PSICOLOGICA DE LA MARCA	1. percepción de las marcas de la competencia	hemos evidenciado que las marcas competitivas son muy básicas, y esto nos ayuda ya que nuestra marca genera impacto en el público y es fácil de reconocer e identificar.
	2. identificar variables del neuromarketing	se aprovecha la tecnología para poder realizar publicidad por cualquier método tecnológico.
3. POSICIONAMIENTO	1. Identificación top of mind	según las encuestas que se realizaron, la pregunta y respuesta más común fue “de todas las marcas de publicidad, que marca se le facilita más recordar” la respuesta en un 80% fue PUBLITAXI
	2. identificar top of Heard	Los consumidores prefieren n nuestra marca en cuanto a publicidad, debido a que es fácil de pronunciar, es corto y una imagen muy llamativa
4. REALIDAD MATERIAL DE LA MARCA	traducir nuestra propuesta de valor en la marca	ya que es un software y actualmente se está manejando mucho el tema de dispositivos y aplicaciones, esto nos favorece de sobre manera y nos lleva al punto de reconocimiento por parte de público o cliente
5. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	desarrollar acciones continuas para la introducción de la marca en el mercado, que estén ligadas a la mediación tecnológica y de redes sociales	se han desarrollado publicación en redes sociales buscando la atención del público, informando la facilidad de consultar información con nuestro aplicativo

LOGO



MARKETING DIGITAL

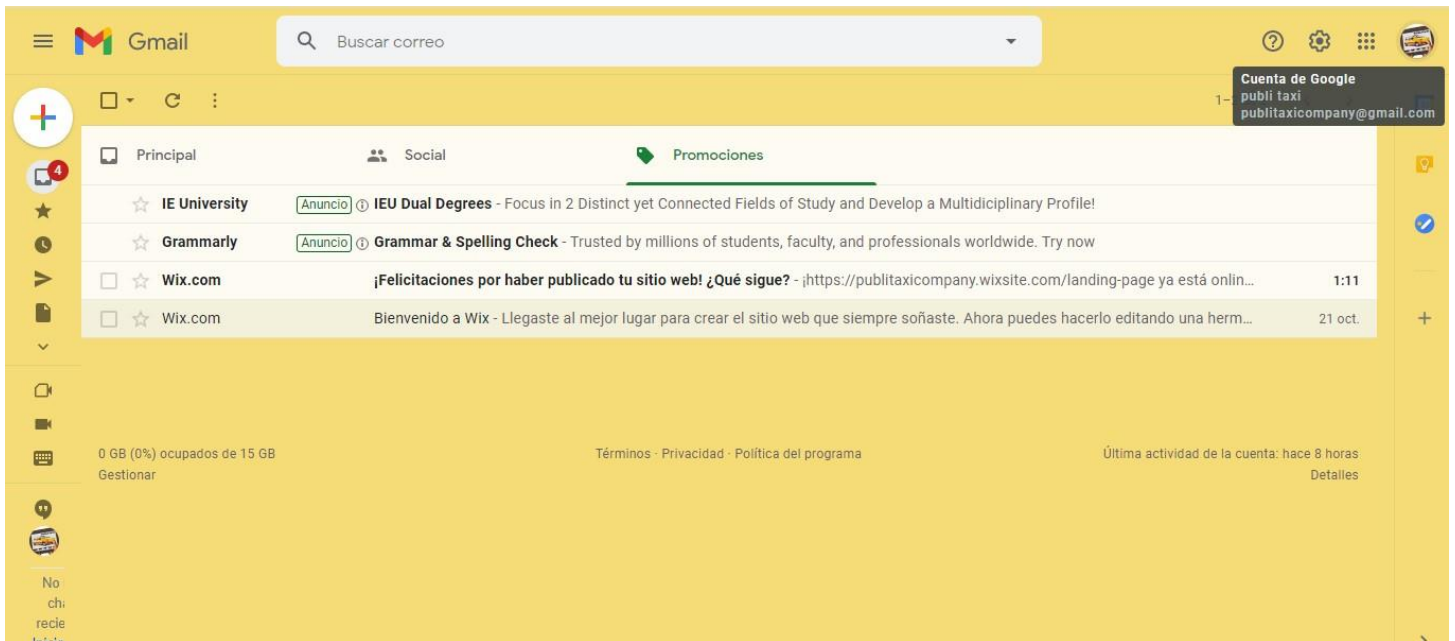
Instagram



FACEBOOK



CUENTA DE GMAIL



Landing page

<https://publifaxcompany.wixsite.com/landing-page>

Este página web se diseñó con la plataforma **WIX**.com. Crea tu página web hoy. [Comienza ya](#)

EMAIL **INICIO**

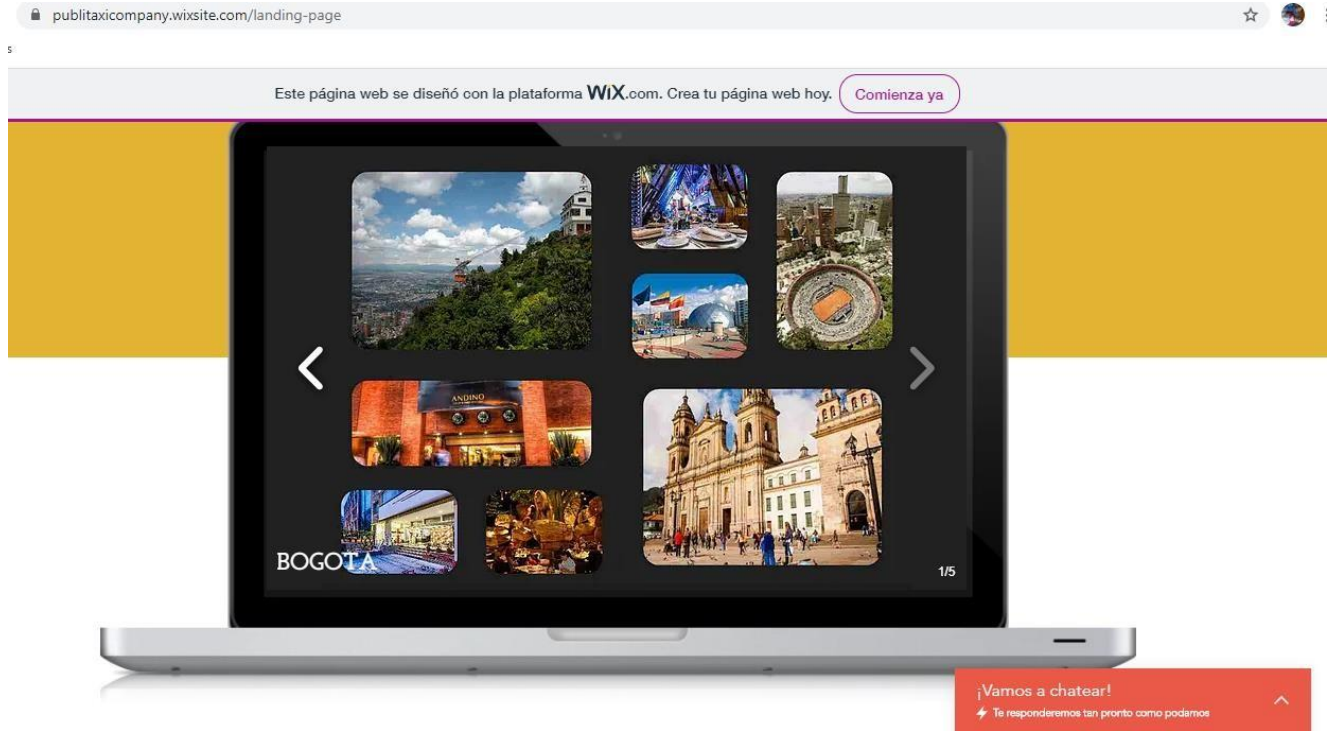
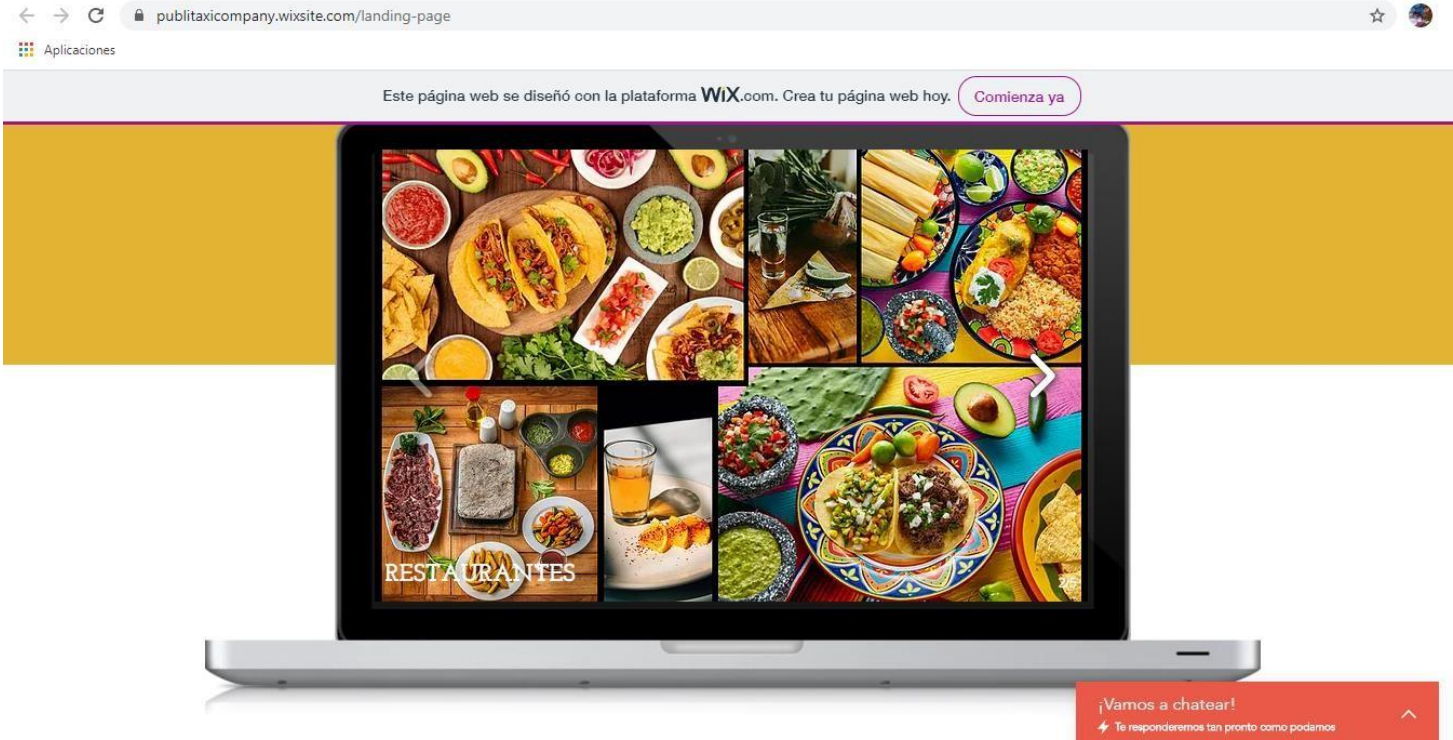
PUBLITAXI

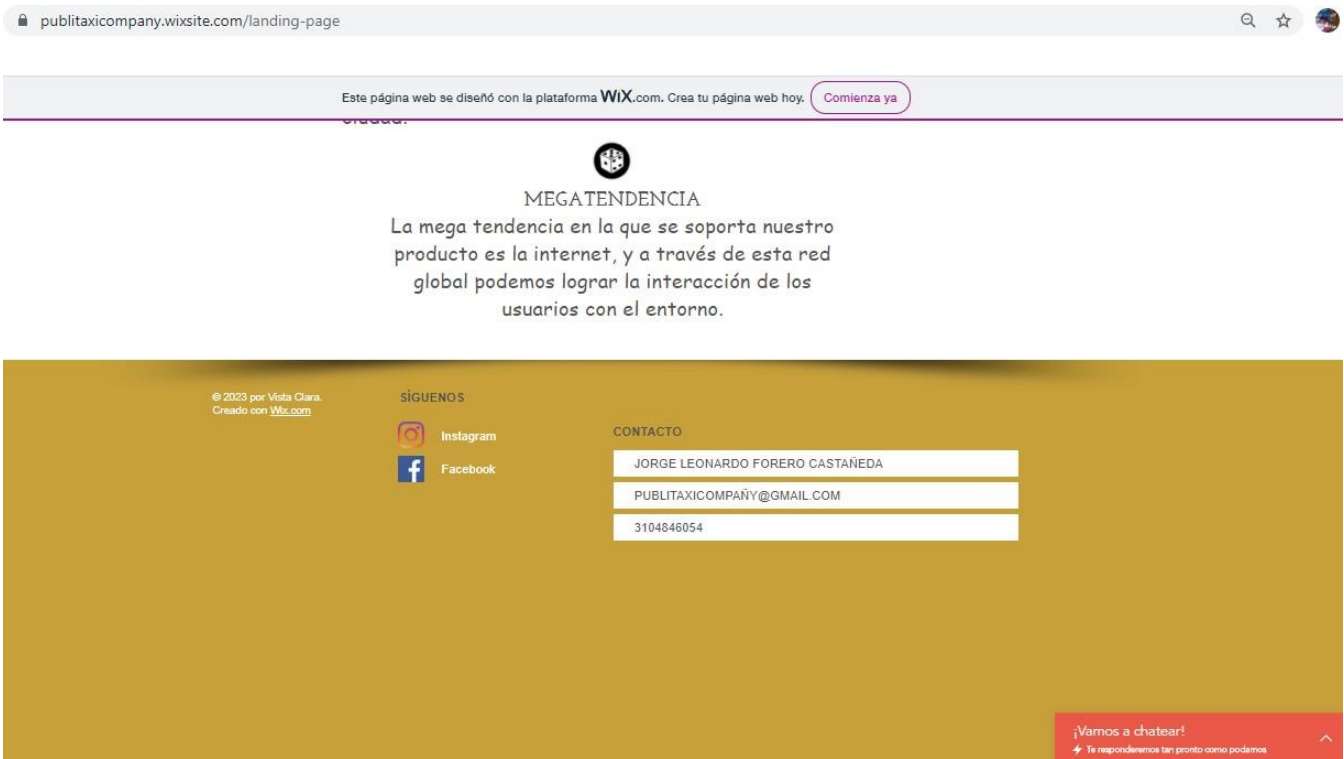
CON TAN SOLO UN CLILC ENCUENTRA TU LUGAR DESEADO



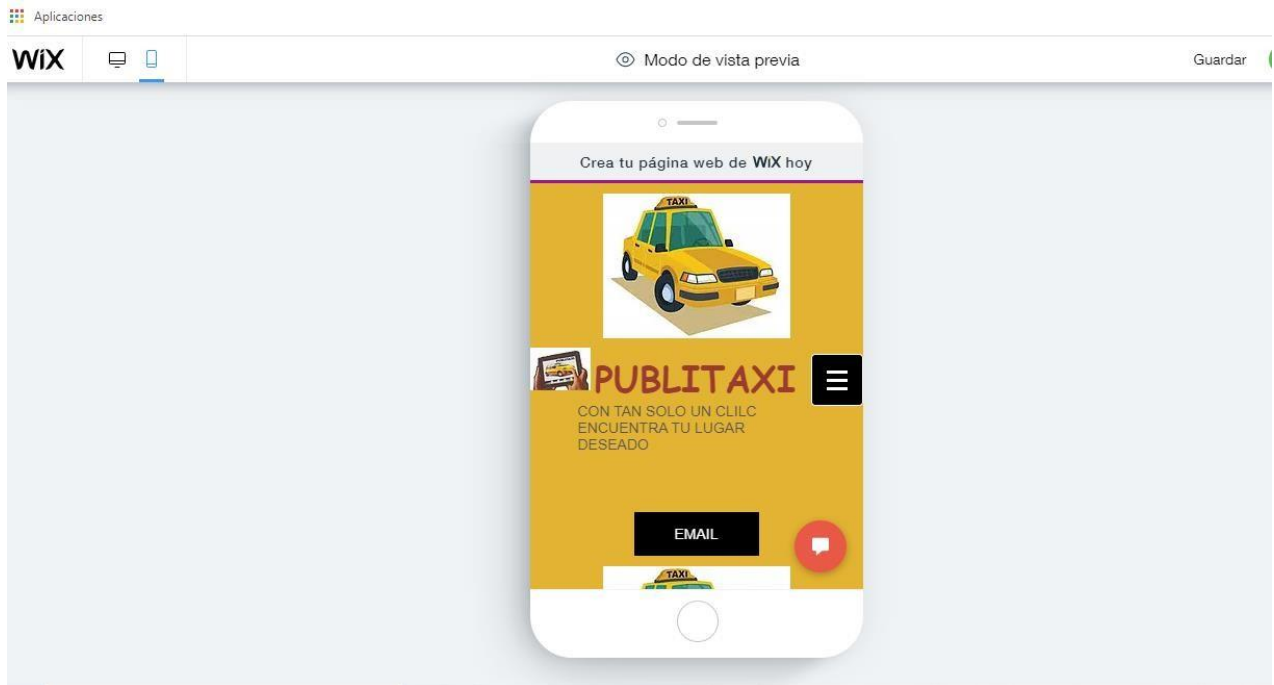
MISION **VISION**

¡Vamos a chatear!
⚡ Te responderemos tan pronto como podamos





Para Dispositivos Móviles



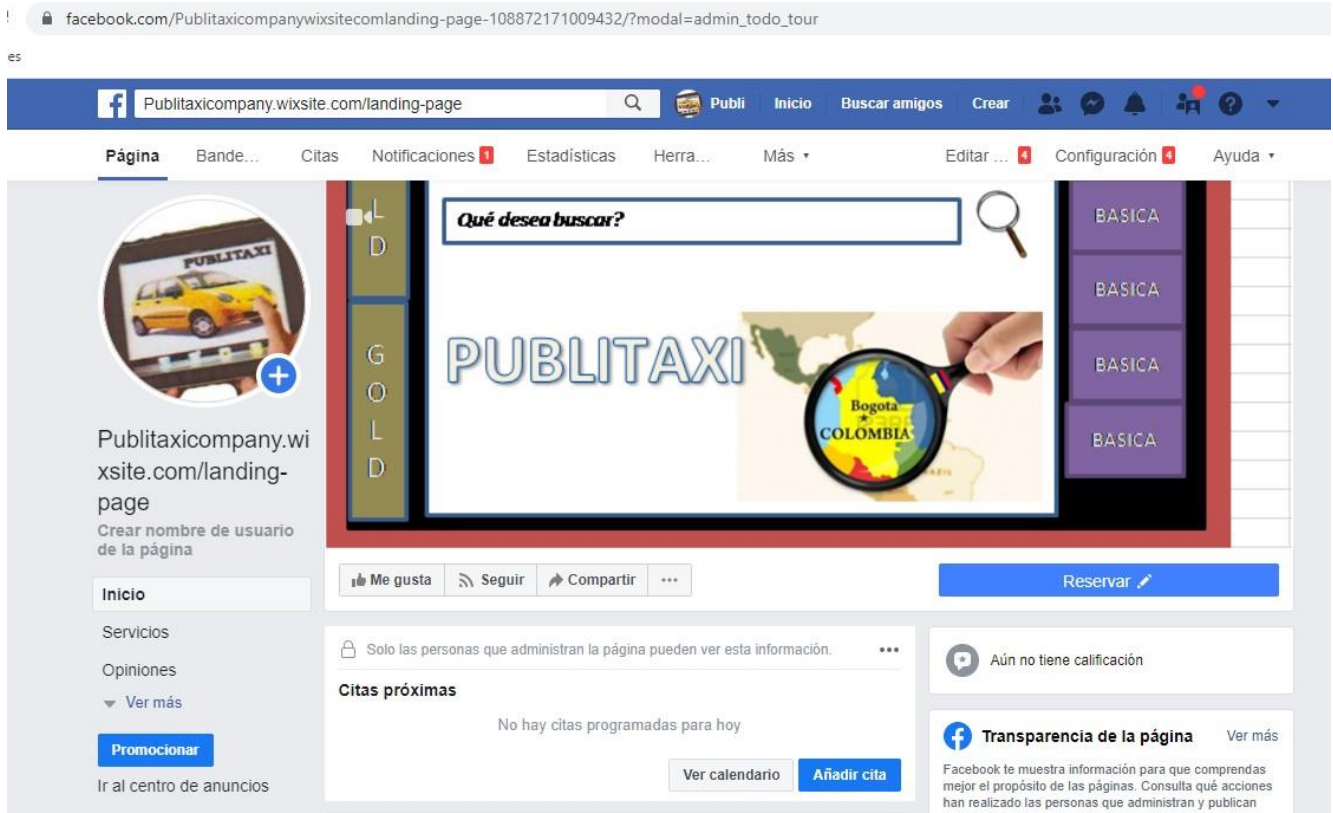
LAS HERRAMIENTAS DIGITALES QUE PUBLITAXI ESTA IMPLEMENTANDO SON REDES SOCIALES, COMO LOS SON INSTAGRAM, FACEBOOK, CORREO DE GMAIL, Y PAGINA WEB, LANDING PAGE

ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL

Página web vinculada a Instagram



Página web vinculada a Facebook



MÉTRICAS CLAVE

Estadísticas de Instagram y Facebook



facebook.com/Publitaicompanywixsitecomlanding-page-1088721711009432/insights/?referrer=page_insights_tab_button

Aplicaciones

Publitaicompany.wixsite.com/landing-page

Publi Inicio Buscar amigos Crear

Página Bande... Citas Notificaciones **Estadísticas** Herra... Más ▾ Editar ... Configuración Ayuda ▾

Publitaicompany.wixsite.com/landing-page

Solo las personas que administran la página pueden ver esta información.

Citas próximas
No hay citas programadas para hoy
Ver calendario Añadir cita

Citas disponibles
vie, 23 oct
15:15 15:45 16:15
Ver todo

Crear En directo Evento Oferta

Crear publicación

Aún no tiene calificación

Transparencia de la página Ver más
Facebook te muestra información para que comprendas mejor el propósito de las páginas. Consulta qué acciones han realizado las personas que administran y publican contenido.
Creación de la página: 23 de octubre de 2020

Español (España) · Español · English (US) · Português (Brasil) · Français (France)

Privacidad · Condiciones · Publicidad · Gestión de anuncios · Cookies · Más - Facebook © 2020

PANTALLAZO NOTA APRECIATIVA ASISTENCIA A CONVERSATORIO

Asistencia conversatorio - Excel

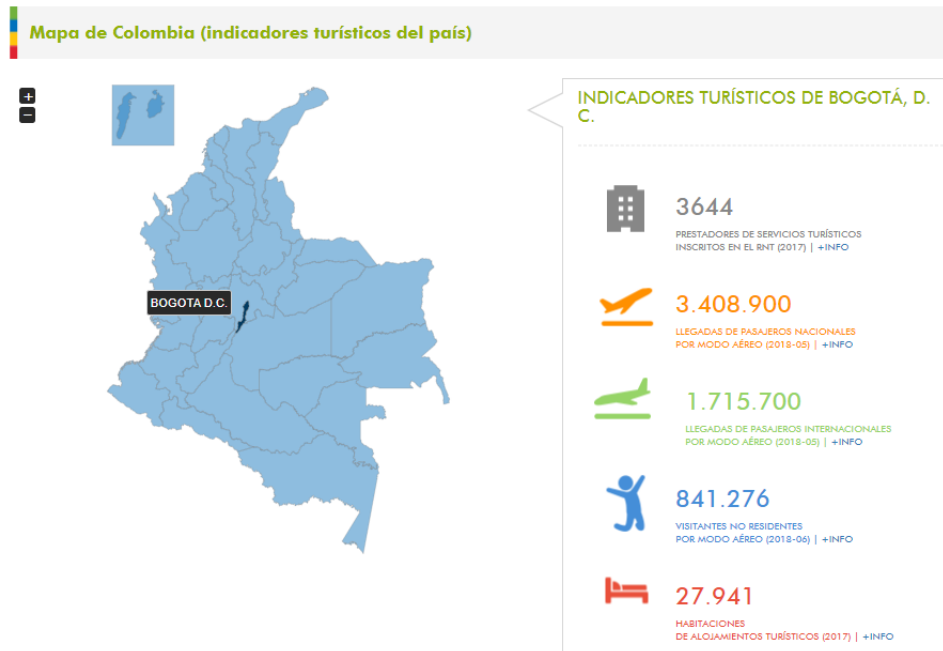
	A	B	C	D
77	Astrid Carolina Peña Muñoz	1026291478	Creación de Empresa II	50101
78	Arellys Espinosa Carvajal	27882102	Creación de Empresa II	50101
79	wendy estefan naranjo rubio	1010234434	Creación de Empresa II	50101
80	KAREN YINETH CASALLAS DIAZ	1019131217	Creación de Empresa II	50101
81	Sebastian Pacheco	1019100653	Creación de Empresa II	50101
82	sandra patricia mendoza ortega	1052096991	Creación de Empresa II	50101
83	Laura Paola Silva Jagua	1116551135	Creación de Empresa II	50101
84	Rocio Cruz Melo	52332600	Creación de Empresa II	50101
85	Wilson Ricardo Quecan Molano	1072640526	Creación de Empresa II	50101
86	JORGE LEONARDO FORERO CASTAÑEDA	1033722018	Creación de Empresa II	50101
87	Jennifer Lorena Charry Moreno	1012461865	Creación de Empresa II	50101
88	Leonardo Llanos Prada	1007724161	Creación de Empresa II	50101
89	Lilian Andrea Babilonia chacon	1000133533	Creación de Empresa II	50101
90	Johan felipe Acosta lopez	1083453736	Creación de Empresa II	50101
91	Oscar Andrés Garnica prieto	7633452	Creación de Empresa II	50101
92	Mercedes maria cogollo ortega	45503319	Creación de Empresa II	50101
93	Ana Marcela Meriño Escalante	1004093094	Creación de Empresa II	50101
94	YOJANA BARRETO DOMINGUEZ	50902326	Creación de Empresa II	50101

Asistencia general | Creación de empresa 1 | **Creación de empresa 2** | Creación de empresa 3

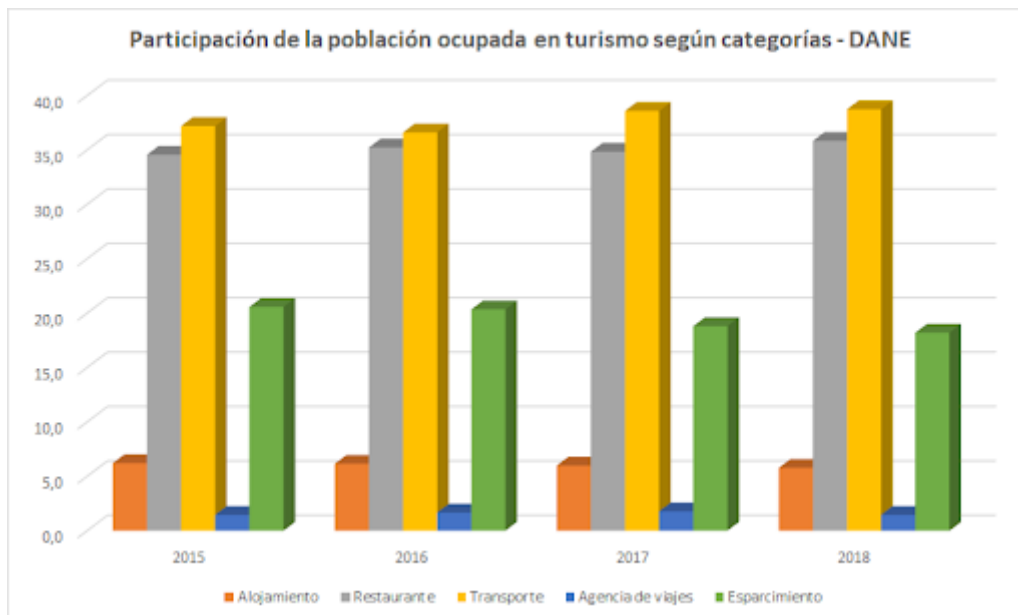
ESTUDIO TECNICO

MACROLOCALIZACION

MERCADO OBJETIVO EN LA CIUDAD DE BOGOTA



TURISMO EN BOGOTA



MICROLOCALIZACION

CARRERA 10 B ESTE # 75 A 03 SUR BARRIO SANTA LIBRADA USME



INFRAESTRUCTURA BIENES E INMUEBLES

Nombre del ítem	Tipo	Unidad	Cantidad	Precio / Unidad	Costo total	Periodos de Amortización	Sis. de Depreciación y/o Agotamiento
Dispositivo táctil	Maquinaria, Equipos y herramientas	unidad	300	175.000	52.500.000	5	lineal
Cajas de seguridad	Maquinaria, Equipos y herramientas	unidad	300	50.000	15.000.000	5	lineal
Software	Desarrollo inicial	unidad	1	30.000.000	30.000.000		
Computadora	Maquinaria, Equipos y herramientas	unidad	3	2.000.000	6.000.000	5	lineal
Teléfonos	Muebles y enseres	unidad	3	300.000	900.000	10	lineal
Adelanto alquiler oficina	Infraestructura	Unidad	6	500.000	3.000.000		
Escritorios	Muebles y enseres	unidad	4	400.000	1.600.000	10	lineal
				Total	109.000.000		

#	PUBLITAXI		Duración		Recursos humanos		Recursos físicos		Maquinaria y equipos		Muebles y enseres	
	Actividad	Descripción	Cantidad	Unidad de tiempo	Cantidad	Tipo	Cantidad	Tipo	Cantidad	Tipo	Cantidad	Tipo
1	Compra tablets	Compra de los dispositivos	300		2	Técnicos			1	vehículo		
2	Alquiler de software	Alquilar el software desarrollado	1	Mensual	1	Ingeniero	1	oficina				
3	Instalación dispositivos	Implementar los equipos a cada taxi	3	horas c/u	2	Técnicos	1	taller	3	herramientas		
4	Instalación software	Instalar el software digital a los dispositivos	1	hora c/u	1	Técnico	1	taller	1	Computador con software autorizado	1	escritorio
5	Mantenimiento	Mantener los equipos en buen estado y verificar las configuraciones	1	hora c/u	1	Técnico	1	taller	1	Computador con software autorizado	1	escritorio
6	Control de tráfico de datos	Actualización de publicidad de acuerdo a las necesidades de nuestros clientes, realizar estadísticas del uso del dispositivo por cada usuario	12	horas/día	2	Técnicos	1	oficina	2	Computadores con software autorizado		
7	Monitoreo seguridad	Mantener una vigilancia de cada uno de los equipos para disminuir riesgos de daño, robo y etc.	12	horas/día	2	operarios	1	oficina	2	computadoras, 5 pantallas lcd para mantener una interfaz de control de cada uno de los dispositivos		

**ESTUDIO TECNICO II
INGENIERIA DEL PROYECTO**

PROCESO DE PRODUCCIÓN O PRESTACIÓN DEL SERVICIO

PROCESO

Instalación y programación de dispositivos

RESPONSABLE

Técnico electrónico y técnico en sistemas

OBJETIVO

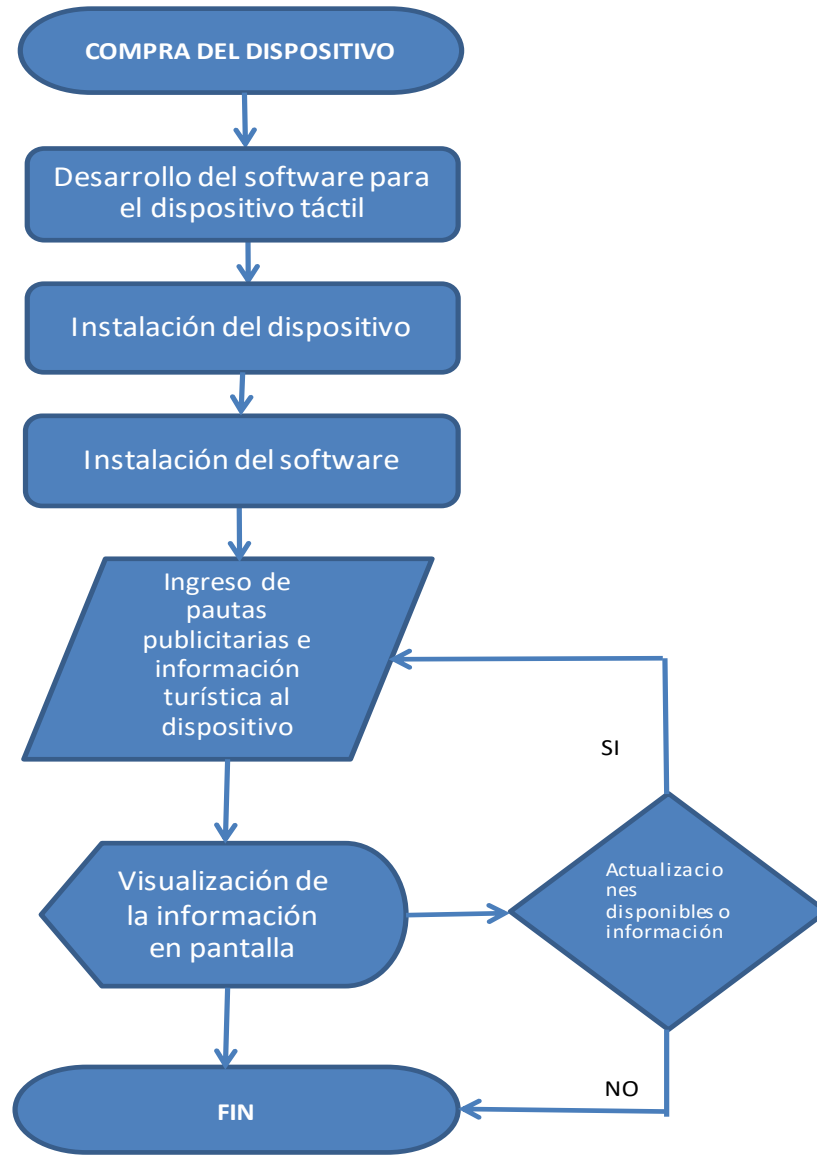
Poner en funcionamiento el dispositivo directamente en los taxis con conexiones eléctricas y caja de seguridad e instalar software en el dispositivo.

NORMAS


Realizar la instalación en el menor tiempo posible.
No manipular el dispositivo con las manos mojadas.
Manejo del dispositivo en niños con la supervisión de un adulto responsable.

INSUMOS / ENTRADA		CANTIDAD A INSTALAR			
Elementos caja de seguridad, dispositivo táctil, software.		Instalación de un dispositivo.			
#	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	REGISTRO	TIEMPO
1	Instalación del Dispositivo en los taxis	Instalar los dispositivos en los taxis junto con la caja de seguridad	Técnico electrónico	Lista de chequeo	3 horas
2	Instalación del software	Instalar el software en la Tablet, realizar los desarrollos correspondientes y actualizar las aplicaciones que se van a utilizar en el dispositivo.	Técnico en sistemas	Lista de chequeo	1 hora

FLUJOGRAMA



ESTUDIO TECNICO III
FICHA TECNICA PUBLITAXI

FICHA TÉCNICA DEL SERVICIO	
	
Nombre del Servicio:	PUBLITAXI
Característica	Información
Descripción General	Dispositivo informativo y publicitario instalado en los taxis del aeropuerto para prestar el servicio de guía turística a los extranjeros, así como informarlos de productos y servicios.
Duración y uso	El pasajero del taxi puede ver la información que desee, además que todo el tiempo va a recibir pauta publicitaria de productos y servicios. La duración del servicio es el tiempo que el pasajero este en el taxi, estimamos que sea entre 20 y 30 minutos.
Condiciones de acceso (Si aplica)	NO tiene ninguna condición de acceso.
Usuario (Consumidores potenciales)	Los usuarios de publitaxi, son todos los pasajeros que llegan al aeropuerto y toman un taxi, pueden ser pasajeros nacionales o extranjeros.
Necesidades y expectativas del usuario	Los pasajeros que llegan a Bogotá según datos de PROEXPORT, llegan por diferentes motivos, negocios, vacaciones, gastronomía, entre otros, por eso nuestro servicio presta un servicio informativo para todos los pasajeros que tomen taxi en el aeropuerto y dará esta información además de permitir la navegación de los usuarios del taxi en el dispositivo para consultar acerca de lo que deseen.
Requisitos necesarios para el uso previsto	Dispositivo táctil instalado en la parte trasera de los taxis con un software desarrollado especialmente para la consulta de productos y servicios turísticos en Bogotá, publicidad de sitios turísticos de Colombia, hoteles, restaurantes, cafés, entre otros; además de ofrecer datos financieros, así como permitir revisar el correo por parte del usuario.
Requisitos legales	Ley 140 de 1994. Publicidad Exterior visual en el territorio nacional colombiano
Requisitos técnicos	Dispositivo táctil (Tablet), Pantalla LCD 7", 800 x 480 Touch Screen (Capacitive), Disco duro 16 GB o 32 GB, RAM 1GB DDR3, idiomas: inglés, español.
Recursos Necesarios	Dispositivo táctil, caja de seguridad, software e información publicitaria y turística.

MINIMO VIABLE

PUBLITAXI (Editar título) por 731c00fc

Actualizado: 16/11/2020

¿Que problema estas tratando de resolver?	¿Quién es tu público objetivo?	¿Cómo resolverás este problema?	Cuál es el primer paso?
			
<p>PODER GUIAR A AQUELLOS TURISTAS QUE LLEGAN DESDE EL EXTERIOR A BOGOTA, Y QUE NO CONOCEN LA CUIDAD.</p>	<p>IMPLEMETAR UN DISPOSITIVO TECNOLOGICO CON UN SOFTWARE, QUE PERTIMA UBICAR A LOS TURISTAS QUE LLEGAN A LA CUIDAD DE BOGOTA.</p>	<p>UNA APLICACION CON TODO TIPO DE INFORMACION SOBRE LA CUIDAD DE BOGOTA.</p>	<p>EL PRIMER PASO ES LA SATISFACCION DEL TURISTA AL PORDER CONSEGUIR EL LUGAR ADECUADO EN BOGOTA.</p>

Create your own at Storyboard That

BIBLIOGRAFÍA Y ANEXOS 810545051

- Alcaldía de Bogotá. (s.f). Bogotá. Recuperado de <https://bogota.gov.co/>
- Asomedios. (s.f). asomedios. Recuperado de <http://www.asomedios.com/>
- Bogotá turismo. (s.f). Bogotá turismo. Recuperado de www.bogotaturismo.gov.co
- Ccb. (s.f). cámara de comercio de Bogotá. recuperado de <https://www.ccb.org.co/>
- Dane. (s.f). DANE. recuperado de <https://www.dane.gov.co/>
- Porter enero 2008 Reimpresión R0801E-E
- <https://mail.google.com/mail/u/1/#inbox>
- <https://www.facebook.com/publitaxi>
- <https://www.instagram.com/publitaxicompany/?hl=es-la>
- <https://publitaxicompany.wixsite.com/landing-page>
- <https://editor.wix.com/html/editor/web/renderer/edit/b1088735-9037-4107-b421-4daf3e1c5a51?editorSessionId=FA65FC07-C43B-4977-3CE8-234CD02EE1D8&metaSiteId=aea31542-7577-41fc-b35b-1bb9e3177c04>
- Bogotá turismo. (s.f). Bogotá turismo. Recuperado de www.bogotaturismo.gov.co
- Ccb. (s.f). cámara de comercio de Bogotá. recuperado de <https://www.ccb.org.co/>
- Dane. (s.f). DANE. recuperado de <https://www.dane.gov.co/>
- Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia por Michael E Porter enero 2008 Reimpresión R0801E-E
- <https://www.storyboardthat.com/portal/storyboards/731c00fc/corp-private/publitaxi>