

OPCIÓN DE GRADO

APLICACIÓN “FUTDRAFT”

DOCENTE

ADRIANA ANGELICA TUSO BARRAGAN

ALUMNOS

RAUL STEVENS RUBIO INFANTE

LUIS EDUARDO ROJAS MONTAÑA

BRIAN STEVEN BERDUGO USECHE

COORPORACIÓN UNIFICADA DE EDUCACIÓN SUPERIOR CUN

CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

BOGOTA 2018

## **Justificación**

Actualmente en nuestra sociedad, por el estilo de vida tan acelerado que llevamos es difícil dedicarse tiempo para sentirse bien con uno mismo, liberar las cargas del trabajo, estudio, tareas del hogar y la vida social. Todo esto con lleva una vida más y más sedentaria por falta de tiempo o personas con las que compartir.

Teniendo en cuenta que el futbol es uno de los deportes más populares a nivel mundial y el más practicado en Colombia, esto se utilizó como base para la implementación una aplicación que le permitirá compartir con personas con su misma afición por el futbol. Interesados en los tiempos limitados con los que cuentan las personas, esta aplicación actuará como una herramienta de comunicación o red social donde los usuarios podrán conocer personas con la disposición en jugar en mismo momento y en tiempo real, utilizando filtros tales como hora, barrio, ciudad y país.

Preocupados en la responsabilidad social empresarial, este proyecto tiene como pilares la comunidad, el medio ambiente y el mercadeo responsable, ya que a la comunidad le ofrecemos una alternativa pionera basada en el interés colectivo y el desarrollo de actividades deportivas que contribuyan a la salud de los usuarios, aunado a políticas que contribuyan al mismo mejoramiento de los espacios deportivos por parte de la comunidad, donde cada uno de los individuos, podrá a portar ideas y recursos con este fin, por último y no menos importante incentivar el uso de espacios deportivos privados y que ofrezcan las mejores alternativas para los usuarios, generando espacios de sana competencia.

Nuestro objetivo es conseguir resultados significativos, por lo mismo empezaremos a incentivar el uso de la aplicación en las universidades donde hay un amplio margen de socialización y se

encuentra nuestro público objetivo haciendo una cadena de comunicación voz a voz , siendo este nuestro objetivo a corto plazo, con el fin de una pronta difusión.

## Matriz de decisión

Se evaluaron varias ideas de negocio antes de tomar la decisión donde en la siguiente tabla mostrara los resultados, de cada una y su viabilidad.

(Tabla 1.)

CRITERIOS/IDEAS	APP FUTDRAFT	CHIP SEGURIDAD CASAS	COMEDOR SALUDABLES	SERVICIO TECNICO CELULARES	VENTAS ROPA POR INTERNET
TIEMPO	3	1	1	1	1
COSTO	3	1	2	1	1
IMPACTO	3	2	2	1	3
PRESUPUESTO	3	1	1	1	1
VIABILIDAD	2	2	2	1	2
DIRECCIONAMIENTO	3	1	3	3	3
ESTRATO	3	1	3	3	3

### CALIFICACION DE 1 A 5

- 1- POCO PROBABLE
- 2- PROBABLE
- 3- MUY PROBABLE

Teniendo en cuenta que la app de Futdraft es en la matriz de decisión la opción más viable se anexan algunos aspectos a considerar.

(Tabla 2.)

Alternativa de actividades	1	2	3	4	Total
	Costo/Beneficio	Sostenibilidad	Efecto a corto plazo	Efecto a largo plazo	
	Hasta 15	Hasta 10	Hasta 15	Hasta 10	
Desarrollo de un plan familiar	15	08	12	08	43
Realizar presentaciones de grupos de futbol	15	07	15	10	47
Mejorar calificación por buen uso de la App	12	09	15	10	46

## Definición de mercados

Con base en la decisión de negocio tomada, el planteamiento del mismo es la elaboración de una aplicación para los sistemas operativos IOS, Android y la función web gratuita, llamada Futdraft, con el fin de generar ingresos satisfaciendo a los usuarios que tienen como actividad física predilecta el fútbol.

Según un artículo “En nuestro país, los hombres son más deportistas que las mujeres” publicado por el periódico el tiempo y elaborado por Flor Nadyne Millán M. el 4 de abril 2012 que cita textualmente

- *“Los hombres practican más deporte y se ejercitan con mayor regularidad (10 días al mes frente a 7,6 de las mujeres). Ellas, a su vez, muestran poca inclinación a realizar actividad física en equipo y se preocupan más por tener el peso ideal, aunque este interés estético disminuye cuanto más alto es el nivel educativo (de 50 por ciento en la primaria descendiendo al 37 en la universidad). Así lo revela el Sensor Yanbal de la Mujer Colombiana 2012. Este es el resultado de la encuesta adelantada por Napoleón Franco entre el 4 y el 12 de febrero pasados en Bogotá, Cali, Medellín y Barranquilla a 1.200 a personas de 18 a 60 años de edad y estratos socio-económicos del 2 al 6, e incluye por primera vez la opinión masculina (entrevistó a 600 hombres) así como prácticas deportivas y de salud en Colombia. Las mujeres encuestadas en las cuatro ciudades son bastante indiferentes a hacer deporte en grupo. El 67 por ciento prefiere actividades solitarias como caminar o trotar, y en el caso de ellos solamente el 43 por ciento muestra preferencia por estas. Lo más diciente en los hombres es que el 21 por ciento hace*

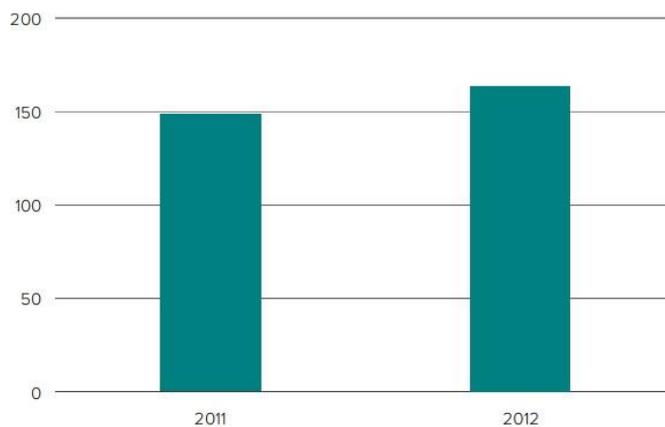
*deporte en equipo comparado con el escaso 3 por ciento de ellas. Eso explica en parte por qué nosotras somos tan indiferentes a seguir el desempeño de equipos en eventos deportivos nacionales e internacionales y la apatía frente a certámenes como los Juegos Olímpicos y mundiales de fútbol, afirma Mónica Santa María, investigadora del Sensor.”*

Lo anterior nos da un punto de partida para definir la estrategia de a que publico va dirigido, si bien es un deporte que incluye a cada individuo del a comunidad se hará hincapié en los hombres.

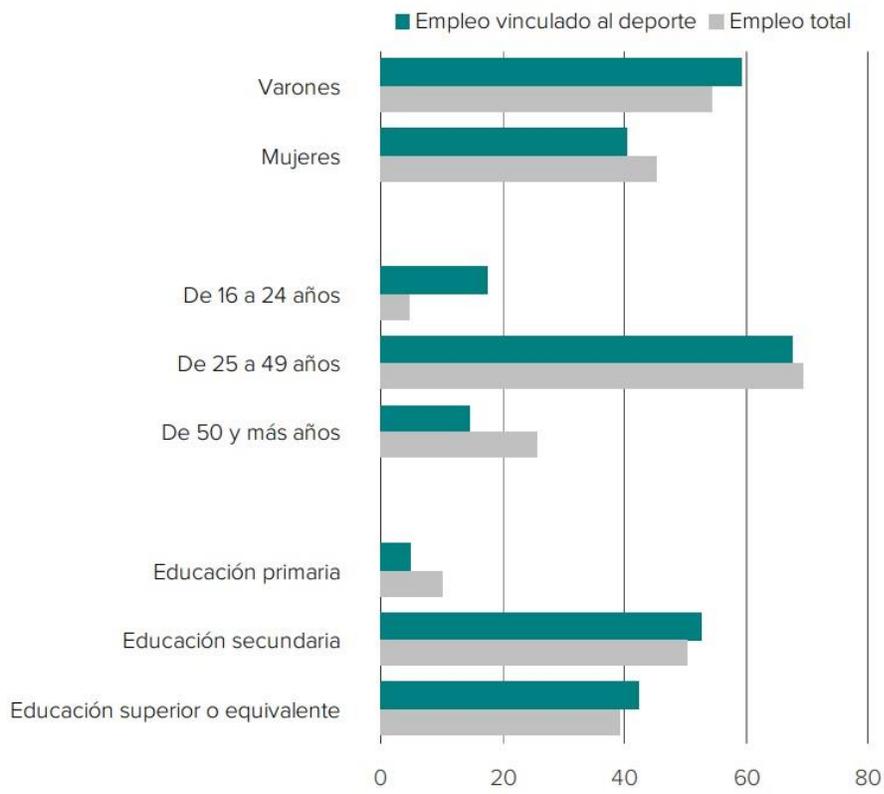
Otro dato importante es la cantidad y la edad de las personas que practican algún deporte, teniendo en cuenta que el futbol es uno de los deportes más populares a nivel mundial y el más practicado en Colombia, y según cifras del DANE y Coldeportes la actividad deportiva se ha incrementado, de acuerdo a un estudio adelantado por Napoleón Franco entre el 4 y el 12 de febrero pasados en Bogotá, Cali, Medellín y Barranquilla a 1.200 a personas de 18 a 60 años de edad y estratos socio-económicos del 2 al 6, e incluye por primera vez la opinión masculina (entrevistó a 600 hombres) así como prácticas deportivas y de salud en Colombia.

Algunos a datos que nos llevaron a determinar la edad del target, es la estadística de Coldeportes.

**Gráfico 1.1. Empleo vinculado a determinadas ocupaciones o actividades deportivas**  
(En miles)



**Gráfico 1.2. Empleo vinculado a determinadas ocupaciones o actividades deportivas por diversas características. 2012**  
(En porcentaje)



**Gráfico 1.3. Empleo vinculado a determinadas ocupaciones o actividades deportivas por situación profesional y tipo de jornada. 2012**  
(En porcentaje)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Encuesta de Población Activa. Segundo trimestre

Basado en esta información definimos nuestro público objetivo en las personas de edades entre los 15 y 45 años, personas con poco tiempo y en busca de actividad deportiva para evitar el sedentarismo.

## **Definición de la idea de negocio**

La idea de negocio es el desarrollo de una aplicación gratuita, donde la obtención de recursos se hará en un mix de publicidad de marcas reconocidas a nivel mundial donde ya se tiene una cantidad de aportación dependiendo la cantidad de tiempo, repetición que genere la marca en la aplicación, por otra parte y siendo fiel a nuestros objetivos se incentivará la promoción de espacios deportivos privados y donde se mostraran las mejores opciones al usuario.

Las canchas sintéticas se han convertido en un gran negocio estos últimos años. El negocio se basa en alquilar por hora las canchas de césped sintético a grupo de personas que buscan practicar futbol de manera recreativa y por medio de nuestra app vamos a masificar el uso de esta actividad.

El futbol es popular en todos los estratos sociales. Solo debes asegurarte que la ubicación de las canchas sea de fácil llegada. Puedes ser cerca a colegios, unidades residenciales o centros comerciales. Es importante que el lugar no esté saturado ya con muchas canchas de césped sintético. Lo ideal sería que en uno dos o tres kilómetros a la redonda no exista alguna.

Nuestra app tiene la finalidad de minimizar en procesos el uso de las canchas ya que vamos a suministrarles la cantidad de canchas que hay para el uso en el radio que este ubicado el usuario y así mismo le mostrara datos de los usuarios que ya hayan descargado la app.

El auge de este tipo de negocio ha sido tan grande que las empresas de indumentaria deportiva se han visto beneficiadas ya que estos sitios necesitan indumentaria para las personas que hacen uso de estas canchas, esta idea va beneficiarlos aún más ya que podrán pautar por medio de nuestra app para que vallan adquiriendo reconocimiento y el suministro de indumentarias para los

clientes que van a empezar a hacer uso de nuestros servicios, ya que se utilizaran desde las canchas sintéticas, canchas en pasto y en pavimento.

## **Pentágono**

### **Hipótesis**

Personas de 25 a 49 años, con estilos de vida ocupados por trabajo, o educación que quieren conocer personas nuevas, que les interesa el futbol y jugarlo con amigos de forma ocasional o frecuente, y que no tienen la disponibilidad de organizar partidos o coordinar con sus amigos, teniendo en cuenta esto Futdraft ofrece una alternativa de comunicación y logística fácil de usar, con el fin de organizar y conocer personas que compartan el gusto por el futbol.

Una de las mayores expectativas que es sea una herramienta útil, por lo anterior el esmero en que futdraft funcione de una forma ágil y eficaz utilizando la vinculación con las redes sociales del usuario y servicios GPS.

Si bien es cierto en el mercado existen algunas aplicaciones que pueden prometer lo mismo como organizar actividades deportivas de forma “fácil” tales como Timpik organizar quedadas en un minuto, Fubles mucho más que fútbol, Meetup: aficiones comunes por todo el planeta, Sport Meeting la propuesta de Decathlon y Runtastic carreras en grupo, la mayoría no te permite conocer personas nuevas, adquirir información detallada de los lugares precios ofertas de centros deportivos privados o públicos, el pago en línea de estos eventos y una logística sencilla, por otra parte son algunas de suscripción aproximadamente de 3US mensuales.

El target del mercado es de la edad entre los 25 y los 49 años es de 69,08% de la población en Colombia según cifras del DANE para 2015.

## **Necesidad que resuelve**

Actualmente los mercados se han visto saturados por empresas convencionales que ofrecen los mismos productos o servicios lo que refleja un alto grado de competencia entre las mismas, Por esto se hace necesario crear empresas innovadoras, que exploren nuevos campos y alternativas de negocio, que tengan la capacidad de satisfacer plenamente las necesidades de los clientes.

Hoy en día un buen numero canchas sintéticas, las cuales han incrementado la práctica del futbol. Teniendo en cuenta que nuestro target son personas de 15 a 45 años, las cuales hacen ejercicio de forma ocasional, que por razones de tiempo, sociales , culturales no les es posible organizarse con sus amigos para poder hacer deporte, en Futdraft podrá encontrar una red social la cual utilizando el GPS de la conexión a internet podrá encontrar personas interesadas en jugar futbol desde la manera más sencilla la cancha del barrio hasta poder encontrar canchas de futbol a bajas costos y con la posibilidad que desde la aplicación una vez organizado el encuentro puedan alquilar la cancha integrado su tarjeta de crédito, débito, PayPal o pagos vía baloto o Efecty.

Nuestros usuarios van a estar informados de los lugares que podrán utilizar y así mismo saber los datos de las personas que pueden realizar la organización del evento denominado “Match”, le daremos al usuario la facilidad de poder interactuar con diferentes personas sea en su misma ciudad hasta en otros países le daremos al usuario la facilidad de hacer sus reservas y la seguridad requerida para afrontar su “match” de acuerdo a la reserva hecha por el usuario, así mismo podrá tener beneficios con nosotros ya que por el uso de la app podrá adquirir descuentos ya que promueve las canchas y el uso de ellas.

## **Beneficios expectativas de resultados KPIS**

En Futdraft encontraras una plataforma sencilla de utilizar con soporte de uso las 24 horas, no más complejo que YouTube, Facebook o WhatsApp, la cual en primera instancia es una red social la cual mediante filtros específicos como ¿cuándo quieres jugar? Barrio, localidad, ciudad y país, te permitirá encontrar personas interesadas en encontrar más personas con ganas de jugar futbol, aunado a ello futdraft, te indicara pronósticos climáticos, cuales canchas de tu barrio, localidad o ciudad son óptimas para jugar y descuentos en diferentes sitios de canchas sintéticas y naturales.

Teniendo en cuenta que existen personas que acuerdan y no se presentan lo que genera inconvenientes a la hora jugar por que no está el dinero se puede integrar tarjeta de crédito, débito, PayPal o pagos vía baloto o Efecty con el fin de que cada uno de los que acuerda ponga de su parte y se formen compromisos, aunado a que generará penalizaciones a las personas que incumplan como limitación de servicios y cobros los cuales se donarán a las personas afectadas por el mismo para redimirlos en otros partidos.

Ya que se pueden integrar todas las redes sociales, Facebook, Instagram, Snapchat, twitter etc. Hay más de 7 millones de personas esperando un partido o match; nuestro target de mercado está entre personas de 15 a 45 años.

Ahora bien nuestro objetivo en el primer año va a ser captar la atención del público universitario en las principales ciudades del país, con el fin de llegar a zonas aledañas mediante el voz a voz en el primer semestre del segundo año.

## **Soluciones actuales**

En muchas ocasiones, esta minoría de los deportes en grupo se debe a la dificultad para encontrar compañeros con la misma afición o para reunir al número de personas necesario para disputar un partido. Sin embargo, existen aplicaciones móviles que ponen remedio a estas situaciones y con las que es posible desde contactar con desconocidos para organizar una pachanga hasta encontrar pareja para jugar a dobles en tenis, pasando por quedar para correr en grupo o practicar yoga. Estas son algunas de ellas.

Timpik: organizar quedadas en un minuto. Para promocionarla en las tiendas de aplicaciones de iOS y Android, sus creadores destacan que con Timpik puedes organizar o apuntarte a partidos de pádel y fútbol en un entorno cercano. Pero en realidad con esta propuesta ideada en 2009 por Camilo López es posible planificar quedadas para cualquier deporte en menos de un minuto y, además, entre jugadores de un nivel similar.

Basta con registrarse a través de Facebook o mediante un correo electrónico para tener acceso a todos los eventos deportivos que existen alrededor del usuario o bien crear uno nuevo. El organizador elige deporte, lugar, fecha y hora, además de detallar condiciones como los datos que hay que aportar para apuntarse, las sanciones en el caso de que alguien no se presente o el precio por jugador para costear entre todos el espacio reservado. Eso sí, cada pago lleva asociada una comisión cercana al 10% que es preciso abonar a Timpik (esta es su forma de generar ingresos a cambio de no mostrar publicidad). Para hacernos una idea, apuntarse a un partido de fútbol suele rondar los 3 euros a los que habría que sumar una comisión de 0,30 euros.

Con el fin de facilitar los pagos, Timpik dispone de un monedero virtual que el usuario puede recargar directamente en su perfil, desde donde también puede enviar invitaciones a su agenda de contactos para que se unan a esta aplicación.

Fubles: mucho más que fútbol. Al igual que ocurre con la anterior aplicación, el eslogan que acompaña a Fubles puede llevar a engaño, porque a pesar de que se promociona como “El modo más fácil para jugar a fútbol en tu ciudad”, lo cierto es que está preparada para organizar encuentros en torno a cualquier otra actividad colectiva, además del deporte rey. Todo ello desde dispositivos iOS y Android.

El registro y el funcionamiento es muy parecido al de Timpik, pero con la diferencia de que los pagos de los partidos suelen abonarse en efectivo, en el propio campo de juego. Aun así, lo cierto es que Fubles también dispone de un monedero virtual cuyo uso no está muy extendido entre sus usuarios, en parte porque no está muy bien integrado en la aplicación y en parte porque encarece el desembolso de cada jugador. De hecho, aquellos que prefieran este método de pago deben saber que el coste de cada partido lleva asociada una comisión del 1,6% del precio más 0,10 euros (en el caso de que se pague con otra divisa, la comisión es del 2,3% del coste del partido más 0,20 euros). Adicionalmente, cada vez que se crea una actividad, Fubles añade otra comisión que varía entre el 0% y el 20%, según los acuerdos que existan con los centros deportivos elegidos para su celebración. Todo esto viene detallado en la fase de creación del partido, para que el organizador conozca de un vistazo la cuota de participación de cada jugador, teniendo ya en cuenta las comisiones.

Otro baloncesto, volley, tennis, beach volley, beach soccer, cricket, Rugby, Minigolf, rasgo diferencial de Fubles es que los usuarios pueden nombrar “procurador” a alguno de sus contactos en la app, con lo que le dan permiso para gestionar su inscripción o cancelación en las quedadas.

Meetup aficiones comunes por todo el planeta. No ha sido creada específicamente para amantes del deporte, pero esta app para iOS y Android cuenta con 24 apartados en torno a distintas aficiones comunes y una de ellas es “Deportes y condición física”. Si se selecciona esta categoría, gracias a la geolocalización aparecerán en los móviles distintos eventos deportivos cercanos al usuario. Y si ninguno de ellos encaja con nuestras preferencias, tan sólo debemos crear uno nuevo y esperar a que otros se apunten.

Una de sus ventajas es que está disponible en 182 países, por lo que resulta muy útil en el caso de que nos encontremos de viaje o seamos nuevos en una ciudad y queramos encontrar gente para practicar deporte. A diferencia de Timpik y Fubles, cuando alguna actividad es de pago esta aplicación no actúa como intermediario para facilitar los abonos, sino que simplemente funciona como una plataforma que une a personas con aficiones comunes. Después, son los propios usuarios los que acuerdan los detalles de cada transacción, si es necesario.

Meetup es una comunidad formada por más de 32 millones de usuarios que mensualmente realizan unas 600.000 quedadas en todo el mundo.

Sport Meeting la propuesta de Decathlon. Desde 2013, la conocida cadena de tiendas de deportes Decathlon ofrece para dispositivos iOS y Android la aplicación Sport Meeting, creada al estilo de una red social para poner en contacto a personas que practican un mismo deporte y que cuentan con un nivel similar dentro de dicha actividad.

La idea es muy parecida a la de Timpik, pero con una apariencia que recuerda al muro de Facebook o al Timeline de Twitter, de tal modo que una vez que hemos configurado nuestros deportes favoritos y la zona en la que queremos practicar cada uno de ellos, Sport Meeting nos sugiere usuarios a los que seguir y quedadas a las que apuntarnos. Al darle protagonismo a esta capa social online, desde la propia app se anima a los usuarios a que suban sus fotos practicando deporte y a que compartan sus logros, para lo cual se facilita la conexión con WhatsApp, Facebook, Twitter o el correo electrónico.

Como en el resto de aplicaciones de este estilo, el usuario también tiene la opción de crear sus propias propuestas para encontrar gente con la que practicar una actividad deportiva concreta. Asimismo, Sport Meeting cuenta con perfiles específicos para que asociaciones y clubes deportivos puedan utilizar esta red social como medio de convocatoria y difusión de los eventos que organicen.

Runtastic carreras en grupo. Muy popular entre los aficionados al running, desde el pasado mes de abril esta aplicación para iOS y Android cuenta con la opción “Grupos”, desde la que es posible invitar a otras personas para realizar competiciones conjuntas. En el apartado “Clasificación” quedan registrados los kilómetros que lleva recorridos todo el grupo y se permite comparar resultados entre los distintos participantes, así como llevar un registro exhaustivo de la progresión y las marcas conseguidas.

Se trata de una forma amena de incentivar a los más perezosos, pero si el objetivo es conocer gente nueva para entrenar, es mejor decantarse por alguna de las anteriores aplicaciones, ya que las invitaciones para unirse a estos grupos sólo se pueden enviar a los contactos que ya tiene el usuario en Runtastic, Facebook, WhatsApp o en la agenda del correo electrónico, entre otras opciones.

## **Limitaciones inconformidades o frustraciones**

Las mayores inconformidades de los usuarios actuales de las aplicaciones que ofrecen servicios similares a Futdraft es la utilidad en la logística y organización de eventos, las cuales no ofrecen una planificación real y al acercarse a algún tipo de evento deportivo dependerá de tus habilidades de comunicación el conseguir personas que compartan tus intereses, he ahí donde hacemos la diferencia ya que es una red social cuenta con la oportunidad de interactuar antes con las personas interesadas.

Incrementar el alcance típicamente aumenta el tiempo y el costo, una restricción fuerte de tiempo puede significar un incremento en costos y una reducción en alcance.

Se descubre que la forma en que recolectó datos inhibió su capacidad para realizar un análisis exhaustivo de los resultados. Por ejemplo, no incluir una pregunta específica en una encuesta que, en retrospectiva, podría haber ayudado a abordar un tema particular que surgió más adelante en el estudio.

Este es el problema o situación de la elaboración del presupuesto de gastos del capital y que la inversión parcial en un proyecto no es posible.

## **Mercado**

La Encuesta de Hábitos Deportivos en Colombia 2010, es una operación estadística perteneciente al DANE y desarrollada como resultado de un convenio de colaboración entre el COLDEPORTES. La encuesta se dirigió a una muestra de 9.000 personas de 15 años en adelante residentes en el territorio nacional y ofrece información relativa a los hábitos deportivos de los colombianos y a los equipamientos deportivos de los que disponen. Los resultados indican que en 2010 el 40% de la población de 15 años en adelante practicaba algún tipo de deporte. La mayor parte de ellos, el 92,5%, con gran intensidad, al menos una vez a la semana. Las tasas de población que realiza algún deporte son muy superiores en el colectivo de los varones, 49,1%, que entre las mujeres, 31,1%. Se observan también diferencias significativas por edad, ascendiendo las tasas de deportistas en el grupo de 15 a 24 años al 59,8%, en el grupo de 25 a 54 al 44,6% y tomando sus menores valores, 23,3% entre aquellos de 55 años en adelante. La encuesta ofrece asimismo indicadores acerca del tipo de deporte realizado, destacando entre aquellos mayoritarios la natación recreativa, 22,4%, el ciclismo recreativo, 19,8%, el fútbol, 17,9%, la carrera a pie, 13,4%, y la gimnasia en centros deportivos, ya sea suave o intensa, con 11,1% y 10,7% respectivamente. Los equipamientos deportivos más frecuentes son las bicicletas, de adulto o de niño, 58,2% y 35,7% respectivamente, o los balones, ya sean de fútbol, un 56,9%, o de baloncesto, voleibol o balonmano, 33,1%. Un 47,6% dispone en su hogar de un ajedrez y el 40,5% de raquetas de tenis. De lo que inferimos el público objetivo está en el rango de edad entre los 15 y los 45 años.

## **Producto mínimo viable**

Nosotros vamos dirigidos a toda la población ya que es una práctica que no define edades, sexo, estrato o cultura ya que se promueve el deporte que es un bien común para el ser humano, así mismo se potenciara los sitios especializados este que a su vez causa impacto en la sociedad .

Hemos indagado y llegamos a la conclusión que por medio de futdraft incentivaremos y promoveremos sitios que prestan el servicio de las canchas ya que son predios que están en auge ya que por un radio de 20 cuadras a la redonda podemos encontrar de una a dos canchas, y así mismo que el número de personas que lo practican es un porcentaje muy alto.

Seremos innovadores en el mercado de las canchas sintéticas ya que existen estos servicios pero son telefónicamente o presencial, y se le brindara al usuario la posibilidad de interactuar con gente de otras partes de la ciudad o el país.

Queremos con futdraft que la gente se sienta segura de la comunidad que interactuara con todos los usuarios, y que nuestros socios estratégicos puedan incrementar sus ingresos y que podamos pautar para el beneficio de la gente ya que el incremento de usuarios generara ingresos mayores que se podrán beneficiar tanto el usuario y el prestador del servicio, ya que incentivaremos con dinero o promoción.

## **Análisis de Pestel**

### **Aspectos políticos**

Las app nos es que supongan una gran normatividad y los países a nivel político no hacen mucho hincapié ya que las tiendas de app son las que restringen y marcan la pauta de los que se publica.

En el texto de condiciones legales se incluirán tanto la licencia de uso y sus condiciones. Si su adecuación a la realidad de la aplicación y su ajuste a la legislación vigente son los adecuados, serán la mejor defensa posible en caso de cualquier posible reclamación. Por ello, su aceptación previa por el usuario es imprescindible.

Hay que ser claros y explícitos en la solicitud de permisos al usuario para temas como acceso a los contactos de la agenda o a contenidos del móvil, pagos, cesión de datos o instalación de cookies. Además, de ser informado el usuario debe validar su aceptación.

### **Aspectos económicos**

Con el fin de dar una idea aproximada del costo citaré la información que Lance Talent publicó en su Blog. Ellos mencionan cuánto cuesta crear una App y el precio puede variar entre 700€ y 3,000€. Si deseas una App que cuente con una base de datos, ésta puede costar por muy barata 5,000€ o puede llegar a costar hasta 30,000€. Un juego puede llegar a costar entre los 7,000€ hasta 150,000€.

A todas estas aplicaciones, se les debe sumar, si fuera el caso, el módulo de compras dentro de la App, servicios Web, inclusión al Game Center, etc. Estas funciones adicionales varían entre los 700€ y 2,000€

Resumiendo estos costos podemos decir que una App, por más barata que sea nos puede llegar a costar 1,400€ (incluyendo algunos servicios adicionales) puesto que no queremos gastar dinero para dar una aplicación simple y que no dé para más ni atraiga a nuestros futuros clientes. Estamos hablando que ésta sería sólo una App para iOS o Android, no para ambos. Si quisiéramos que nuestra App funcione en ambos sistemas estaríamos hablando ya de casi 3,000€.

La publicación en las tiendas y cada publicación tienen su proceso y por supuesto, su costo. Estamos hablando que para publicar la App en Google Play Store deberás pagar 25 dólares, lo bueno que éste es un único pago. Pero si la quieres publicar en Apple, deberás pagar 99 dólares anuales.

Ahora bien ya en el mercado existe páginas que te permiten crear tu propia app sin recurrir ayuda de terceros y debido a que contamos con un desarrollador en el equipo, los costos bajarían a solo de publicación, comprar la dirección web. Por lo que el costo total en pesos colombianos sería de alrededor de \$600.000

### **Aspectos socio culturales**

Generalmente en el desarrollo de aplicaciones se termina con un gran documento donde se describen todas las funcionalidades, estos manuales no sobran pero deben enfocarse en ser más gráficos e interactivos.

Como ya se mencionó son muchas las herramientas que se pueden utilizar para la construcción de blue prints y wireframes que permiten un proceso rápido de prototipado para darle paso a la validación, desde la perspectiva del cliente.

Antes de requerimientos detallados, que son importantes desde el punto de vista de la ingeniería de software, se debe definir de forma efectiva lo que debe hacer el prototipo en su versión de baja fidelidad, iniciar con un wireframe sencillo que incorpore las necesidades del cliente

Es importante recordar que en la actualidad las cuatro pantallas (computadores, televisores inteligentes, celulares y tabletas) están revolucionando la manera en que interactuamos con la información, las apps solo son una interfaz más que permiten el acceso a los servicios web. La

creación de la interfaz gráfica exige un trabajo conjunto entre desarrolladores, diseñadores para incorporar la solución a las necesidades del mercado.

El estudio determina que el 80 por ciento de los encuestados señaló haber descargado una app móvil cuando buscaban novedades por ocio dentro de la plataforma. Hay que destacar que la calificación que se le asigna a cada una de ellas determina si el usuario considera buena idea descargarla.

### **Aspectos ambientales**

El contexto es de gran importancia para el desarrollo de aplicaciones móviles, ya que se espera que en la mayoría de casos se usen mientras el usuario está en la calle o en espacios públicos.

Un mayor detalle en el diseño de la usabilidad, pudiendo resumir usabilidad como rapidez, eficiencia, limitar la propensión al error y gustar al usuario.

Tener en cuenta el contexto de cómo funcionará el aplicativo móvil dentro del contexto para el cual fue construido.

Si bien las barreras entre estos dispositivos cada vez son más borrosas desde el punto de vista técnico y funcional, el contexto de uso de una tableta no es el mismo al de un celular.

Al momento de decidir abarcar varios dispositivos o tecnologías será necesario que la construcción de diferentes versiones del app o se aborde una estrategia de responsabilidad de diseño para lograr que el desarrollo funcione bien sobre las diferentes plataformas.

Para los que se dediquen al diseño de aplicaciones móviles, en lo posible deberán:

Ser conocedor de los limitantes de cada plataforma para realizar un buen despliegue de funciones y de la información que esta presenta.

Tener claro los principios de diseño, por ejemplo en el caso de Apple los lineamientos de interfaz humana, pues si nuestra aplicación no cumple con los requisitos mínimos no podrá ser publicada en las diferentes tiendas de aplicaciones

Deseable un experto en usabilidad dentro del equipo de desarrollo

Tener experiencia en diseño web, así como en usabilidad, pero predominantemente sentido común.

La funcionalidad puede ser la respuesta a la necesidad, sin embargo no se puede dejar de lado el diseño, si la interfaz gráfica y funcionamiento de la app no es atractiva, probablemente no utilizarán la aplicación.

La aplicación deber será atractiva desde el punto de vista gráfico, independiente de la terminal que este consumiendo el servicio.

### **Aspectos tecnológicos**

Una de las mayores limitaciones es la duración de las baterías, un uso inadecuado de los recursos del equipo significará el consumo de la batería en un tiempo corto, lo cual no hará que tu app sea muy popular.

Hay aspectos importantes a tenerse en cuenta como sensores de proximidad, localización, orientación de pantalla vertical u horizontal, lectores biométricos.

Los usuarios de dispositivos móviles cuentan con una creciente oferta de redes para realizar su conexión a la web: 3G, 4G, Wi-Fi, redes híbridas, etc.

La interacción con teclado mouse es totalmente diferente a la interacción con una pantalla.

La oferta de dispositivos móviles entre teléfonos y tabletas es tan amplia que existen ofertas para cualquier necesidad y bolsillo; desde equipos inteligentes, semi inteligentes y los ya cada vez más comunes ‘phablets’.

El mercado de las apps es competitivo, sin productos bandera definidos, dicho mercado evoluciona a tal velocidad que las aplicaciones de hoy en menos de un año serán obsoletas.

### **Aspectos legales**

Funcionalidades: Las funcionalidades de la app deben ser lícitas. Hay que tener en cuenta que, lo que no se puede hacer en una campaña de marketing tradicional, tampoco se podrá hacer mediante una App.

#### **Derechos propios y de terceros.**

Las Apps son obras multimedia, compuestas por un conjunto muy amplio de elementos: librerías de programación, bases de datos, elementos gráficos, melodías, textos... Para poder publicarlos, debemos contar con las oportunas licencias sobre todos ellos. También debe prestarse atención a los contenidos con licencias copyleft: a veces, excluyen los fines comerciales.

## **Menores.**

Si nuestra aplicación va dedicada a menores de 14 años, es necesario consultar las implicaciones y obligaciones legales que debe ser el primer paso antes de empezar el desarrollo, ya que a este colectivo les afecta especialmente la legislación en materia de consumidores y usuarios, derechos de imagen, protección de datos, por no hablar de los riesgos reputacionales que puede suponer un negligente tratamiento legal en este sentido.

Privacidad y geolocalización: Si se pretende obtener datos personales de los usuarios, deben de tenerse en cuenta dos premisas: la recogida de información debe limitarse a la mínima necesaria, y el usuario tiene que tener la posibilidad de controlar, en la medida de lo posible, su configuración de privacidad. Todo ello, sin olvidar las cláusulas informativas pertinentes.

## **Condiciones de los market.**

Los grandes mercados de aplicaciones para móviles tienen estrictas condiciones para las aplicaciones que permiten vender. En su mayor parte, los "markets" son soberanos sobre las apps a vender, por lo que es posible que incluso cumpliendo todo lo que solicitan las condiciones en el momento de colgar la app, estas condiciones cambien y nos encontremos con que la aplicación queda fuera de disponibilidad para nuevos usuarios.

## **Cookies.**

Es conveniente un aviso informativo con la información básica (qué son las cookies, su finalidad, quien las instala y cómo rechazarlas) y que esta dirija a una información con todos los aspectos exigidos por la ley.

## **Informar al usuario.**

Hay que informar a los usuarios de los aspectos marcados por la ley, lo que puede hacerse a través de textos de las condiciones legales, o más claramente, en una sección que se denomine “acerca de” o “quiénes somos”. Esta información incluye aspectos como el nombre y dominio de la empresa, los datos de inscripción del Registro Mercantil, NIF, la adhesión a códigos de conducta.

### **Publicidad.**

La monetización de la mayoría de las aplicaciones gratuitas proviene de aspectos relacionados con la publicidad. Si bien es totalmente lícito que una App incluya publicidad, ésta deberá aparecer siempre identificada como tal.

Como se ve, son requerimientos muy sencillos de cumplir por lo que merece la pena no descuidarlos. Es factible que se cumplan convenientemente por parte de empresas de todos los tamaños.

(Figura 1.)



**Las cinco fuerzas de Porter**

## **Nuevos entrantes**

Teniendo en cuenta la competencia actual y las soluciones que brinda el mercado actual para suplir las necesidades de los usuarios, básicamente seríamos pioneros en este tipo de soluciones, y teniendo en cuenta nuestro público objetivo, esperamos una tasa alta de aceptación en el primer año.

## **Proveedores**

La forma más fácil y rápida de introducir publicidad es registrándose en la red de anuncios de para móviles de Google, Admob.

El funcionamiento de Admob es sencillo. Google tiene una serie de anunciantes que quieren poner su publicidad en aplicaciones móviles. Tú, sólo tienes que registrarte y crear un perfil de tu aplicación que estará identificado con un código. Una vez tienes ese código, sólo tienes que copiar y pegar ese código en el espacio dedicado al mismo en el editor de adelante apps. Tu aplicación empezará a mostrar los anuncios en la parte inferior de tu app.

Por lo anterior la primera parte para la obtención de recursos es la captación de usuarios quienes verán la publicidad al ingresar.

Por otra parte se harán convenios con lugares deportivos privados con el fin de pautarlo en la aplicación y que sean también valor agregado al suscriptor que podrá tener a la mano la mejor opción para lo que busca.

## **Clientes**

La relación con los clientes es un aspecto del sector muy a tener en cuenta puesto que cuanto mayor sea el dominio de las relaciones por parte de los clientes, menor será el atractivo del sector y la rentabilidad obtenida.

Si estudiamos a los clientes como canales de distribución, podemos decir que la implantación de nuevos sistemas de comunicación ha tenido como efecto la reducción del poder negociador de este tipo de cliente; prueba de ello es el uso que dan las organizaciones de Internet, gracias al cual, en muchas ocasiones, las organizaciones pueden prescindir de los clientes intermedios teniendo relación exclusivamente con los clientes finales, de esta manera, se evitan los costos que los clientes intermedios ocasionaban, obteniendo una ventaja competitiva con respecto de los competidores. Como consecuencia, el poder negociador de la organización se verá incrementado con respecto al de los clientes.

### **Productos sustitutos**

Si bien es cierto en el mercado existen algunas aplicaciones que pueden prometer lo mismo como organizar actividades deportivas de tales como Timpik organizar quedadas en un minuto, Fubles mucho más que fútbol, Meetup: aficiones comunes por todo el planeta, Sport Meeting la propuesta de Decathlon y Runtastic carreras en grupo, la mayoría no te permite conocer personas nuevas, adquirir información detallada de los lugares precios ofertas de centros deportivos privados o públicos, el pago en línea de estos eventos y una logística sencilla, por otra parte son algunas de suscripción aproximadamente de 3US mensuales.

### **Rivalidad de la industria**

Teniendo en cuenta que es un negocio de telecomunicaciones en el mercado hay millones de aplicaciones que te proveen de alternativas, y nuestro principal objetivo es que cada uno de nuestros usuarios encuentre lo que busque de una forma sencilla y eficaz que permita dar ese salto diferencial y posicionarnos como la predilecta.

**Registro mercantil**

Cuando usted formaliza su negocio en el Registro Mercantil genera seguridad y confianza para sus empleados, sus clientes, sus proveedores y la comunidad empresarial en general. Además:

- Acredita y hace pública su calidad de comerciante.
- Hace visible su negocio frente a potenciales clientes pues la información consignada en el registro es pública y frecuentemente consultada por empresas que buscan proveedores.
- Brinda estructura legal que soporta jurídicamente sus negocios.
- Le facilita la participación en licitaciones y obtención de créditos ante entidades financieras.

¿Cuáles son sus obligaciones como comerciante y qué pasa si no cumple con ellas?

De acuerdo con el artículo 19 del Código de Comercio las obligaciones del comerciante son:

- Matricularse en el Registro Mercantil y realizar su renovación anualmente.
- Inscribir en el Registro Mercantil todos los actos, libros y documentos.
- Llevar contabilidad regular de sus negocios conforme a las prescripciones legales.
- Conservar, con arreglo a la ley, la correspondencia y demás documentos relacionados con sus negocios o actividades.
- Denunciar ante el juez competente la cesación en el pago corriente de sus obligaciones mercantiles.
- Abstenerse de ejecutar actos de competencia desleal.

El incumplimiento de las anteriores obligaciones se sanciona con multas económicas impuestas por la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) de hasta 17 Salarios Mínimos Mensuales Legales Vigentes (SMMLV).

La ministra del Trabajo, Clara López Obregón, firmó el Decreto 639 de 2017 por medio del cual se reglamenta el artículo 3 de la Ley 1780 de 2016, “Ley Projoven” y establece la exención del pago de la matrícula mercantil y la primera renovación para las pequeñas empresas jóvenes (que hayan iniciado su actividad económica principal a partir del 2 de mayo de 2016).

López explicó que la nueva norma establece que los emprendedores que deseen acceder a los beneficios deberán tener entre 18 y 35 años, contar con un máximo de 50 trabajadores y activos totales que no superen los 5.000 salarios mínimos mensuales legales vigentes.

## BIBLIOGRAFIA

