

**Creación de Empresa “#FESTIVALes”**

**Luis Fernando Velosa Montoya y Norbey Gutiérrez Lozano**

**Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN**



**Notas de Autor**

**Luis Fernando Velosa Montoya y Norbey Gutiérrez Lozano, Escuela de Ciencias**

**Administrativas, Corporación Unificada Nacional de Educación Superior**

**La correspondencia relacionada con este proyecto debe ser dirigida a Luis Fernando Velosa Montoya, Escuela de Ciencias Administrativas, Corporación Unificada Nacional**

**de Educación Superior, Carrera 15 N° 12 – 64**

**Contacto: [fer.velmont@gmail.com](mailto:fer.velmont@gmail.com)**

## 2. Tabla de Contenido

2.	<i>Tabla de Contenido</i>	2
3.	<i>Tabla de Representación</i>	4
4.	<i>Introducción</i>	5
5.	<i>Justificación</i>	6
6.	<i>Descripción de la Idea de Negocio</i>	7
7.	<i>Componente innovador de la idea de negocio</i>	8
8.	<i>Modelo Lean Canvas</i>	8
9.	<i>Descripción Detallada del Cliente</i>	9
<input type="checkbox"/>	<i>Cliente interno</i>	9
<input type="checkbox"/>	<i>Cliente externo</i>	9
9.1.	<i>Análisis PESTEL</i>	10
10.	<i>Validaciones de la idea</i>	10
10.1.	<i>Herramienta De Recolección</i>	11
10.2.	<i>Análisis de resultados</i>	11
11.	<i>Planeación Estratégica</i>	18
11.1.	<i>FODA</i>	19
11.2.	<i>Identidad Estratégica</i>	19
	<i>Misión:</i>	19
11.3.	<i>Futuro Preferido</i>	20



Visión:	20
<b>11.4. Objetivos</b>	<b>20</b>
Objetivo General	20
Objetivos Específicos	20
<b>11.5. Valores</b>	<b>21</b>
Excelencia:	21
Eficiencia:	21
Escucha:	21
Claridad:	21
Lealtad:	21
Compromiso:	22
<b>12. Conclusiones</b>	<b>22</b>
<b>13. Bibliografía</b>	<b>23</b>



1.

### 3. Tabla de Representación

<i>Representación 1. Modelo Lean Canvas</i>	8
<i>Representación 2. Análisis PESTEL</i>	10
<i>Representación 3. Tabla pregunta 1</i>	11
<i>Representación 4. Grafico pregunta 1</i>	12
<i>Representación 5. Tabla pregunta 2</i>	12
<i>Representación 6. Grafico pregunta 2</i>	13
<i>Representación 7. Tabla pregunta 3</i>	13
<i>Representación 8. Grafica pregunta 3</i>	14
<i>Representación 9. Tabla pregunta 4</i>	14
<i>Representación 10. Grafica pregunta 4</i>	15
<i>Representación 11. Tabla pregunta 5</i>	15
<i>Representación 12. Grafica pregunta 5.</i>	16
<i>Representación 13. Tabla pregunta 6.</i>	16
<i>Representación 14. Grafica pregunta 6.</i>	17
<i>Representación 15. Niveles de Planeación</i>	18
<i>Representación 16. FODA</i>	19

#### 4. Introducción

En Colombia existen un sin número de festivales los cuales se realizan durante todo el año, al ser encuentros culturales cada región se encarga de enseñar sus costumbres, exponer sus artesanías y/o se realizan diferentes concursos o competencias, la gastronomía es exhibida y deleitada por los asistentes.

Un fuerte obstáculo que ha tenido esta industria es la poca información y publicidad con que cuenta, a partir de esta necesidad se pretende crear una APP y página web, en la que se muestren todos los festivales que se desarrollan en el país, cronograma de actividades, restaurantes, hoteles, lugares de esparcimiento social y de más.



## 5. Justificación

Teniendo en cuenta que la vida diaria es cada vez más ocupada ya sea por el trabajo, el estudio y otras obligaciones; se busca opciones de fácil accesibilidad y al alcance de la mano para suplir cualquier necesidad, entre esas el ocio y la entretención. En esta era de tecnología y globalización el tiempo para planear y hacer otras actividades debe ser eficiente en donde se encuentren nuevas ideas para programar y salir de la rutina.

La necesidad de cambiar de ambiente, de festejar o simplemente entretener nos da la oportunidad de idear una opción tecnológica eficaz y eficiente para acceder a información de entretención en un medio que sea amigable para su consulta. Así mismo un día que este libre y se quiera cambiar o variar de la rutina sea útil.



Con lo anteriormente dicho; este proyecto se realiza con el fin de implementar una herramienta tecnológica que informe a cualquier persona que la descargue en su celular las fechas de eventos, festivales y fiestas que se hagan en Colombia para explorar su cultura y diversidad gastronómica.

La APP “#FESTIVALes” es una alternativa tecnológica que ayudará de manera amigable a consultar fechas de eventos, festivales y fiestas a todos los usuarios que la adquieran ya sea cercanas a su punto de origen o un destino en particular, no sólo indicará la fecha sino que adicional confirmará la distancia, peajes, hoteles, restaurantes, actividades programadas ya sea para compartir en familia, amigos o seres queridos y de allí presupuestar una salida final.

Será una APP de fácil acceso que no ocupará gran tamaño de memoria en el celular y que se tendrá links para mayor consulta en donde se requiera en las asociaciones claves.

## 6. Descripción de la Idea de Negocio

Esta idea surge a partir de la carencia de información con la que cuenta cada festival en Colombia, “#FESTIVALes” es una APP en la cual se enlazan diferentes servicios de consumo masivo, por medio de esta se puede confirmar los diferentes eventos que se realizan en cada festival (cabalgatas, desfiles, reinados, etc.), los hoteles donde cada turista y su familia pueden alojarse, los restaurantes y otros servicios de entretenimiento que pueda ofrecer el lugar destino.

Nuestro cliente externo (Turistas) contará con una guía turística la cual les permitirá tener acceso al cronograma de actividades, hoteles restaurantes, entre otros para que su estadía sea más agradable y cómoda.



Nuestro cliente interno (Pymes) podrá postear sus servicios por medio de esta APP, cumpliendo previamente con unos estándares de calidad, de esta manera generar ingresos y la oportunidad de darse a conocer para que su negocio sea así rentable.

## 7. Componente innovador de la idea de negocio

Vivimos en una era tecnológica, donde cada día estamos obligados a pensar y realizar ideas innovadoras para mantenernos en un mercado de alta competencia, dada estas condiciones “#FESTIVALes” es una idea trabajada sobre este parámetro pensado en toda persona que cuenta con un celular Android y un plan de datos, que desee pasar un rato de ocio con su familia, amigos o pareja, de esta manera cada persona podrá tener acceso a todos los beneficios con que cuenta esta aplicación, así ahorrar tiempo, planear y pasar un rato agradable.

Otro componente innovador es el ambiental, ya que a mediano plazo lo que se busca es eliminar la publicidad generada por medio de volantes e implementar la publicidad en redes sociales y código QR.





## 8. Modelo Lean Canvas

ASOCIACIONES CLAVES	ACTIVIDADES CLAVES		PROPUESTAS DE VALOR	RELACION CON LOS CLIENTES		SEGMENTACIÓN DE MERCADOS	
	Internos	Externos		Externo	Interno	Externo Turistas	Externo Residentes
* Hoteles, Hostales, apartamentos o casas que prestan servicio de hospedaje. * Restaurantes en todas las zonas y diversidad culinaria desde lo típico hasta comida rápida. * Recreación y entretenimiento. * Pymes, apoyo a la pequeña empresa en todas las zonas de Colombia * Sistemas de Transporte, ya sea aéreo, terrestre o sistema propio.	* Facilidad de acceso a la información por filtros o puntos de cercanía. * Guías informáticas por medio de las TICS.		Dar a conocer los servicios de nuestros clientes internos para satisfacción del cliente externo.	Externo	Interno	Se definen de acuerdo al festival, por medio de publicidad y canales se hace conocer los eventos para que se genere la necesidad de conocer y tener una nueva experiencia.	Interesados en participar en festival, promover sus negocios, expandir sus negocios.
	<b>RECURSOS CLAVES</b>			RRCS Voz a voz Aplicativo	Voz a voz Visita Portafolio de Servicio		
				<b>CANALES</b>			
		Cientes Usuarios		Externo	Interno		
	* Zonas turísticas de la ciudad. * Organizadores principales de los festivales * Pymes * Creación, diseño y mantenimiento del aplicativo. * Material POP Voz a Voz. Marketing		RRCS Guía Física en puntos estratégicos (terminales, peajes y aeropuertos)	Soporte por medio del aplicativo web Chat en línea Llamadas y seguimiento valorando su experiencia			
<b>ESTRUCTURA DE COSTOS</b>				<b>FUENTES DE INGRESO</b>			
Aplicativo y el mantenimiento				Cargo mensual por publicidad. Clientes Premium.			

Representación 1. Modelo Lean Canvas

## 9. Descripción Detallada del Cliente

De acuerdo a lo que hemos definido en los puntos anteriores, para generar esta idea de negocio se integrarán de dos tipos de clientes, el interno que ofrecerá los servicios por medio de nuestra plataforma tecnológica y el cliente externo quien serán los que reciban información y adquieran los servicios por medio de la APP.

- **Cliente interno**

Serán los diferentes terceros u empresas que deseen ofrecer por medio de la herramienta sus servicios, deben cumplir con los normas estatutarias de creación de empresa ya sean personas naturales o jurídicas, las cuales comprenden (NIT o RUT, cámara de comercio, balances o certificaciones de ingresos con retenciones y sanidad)

Se les debe hacer un estudio de seguridad como SARLAFT y una visita donde se confirme que los servicios ofrecidos correspondan a la realidad y no tener publicidad engañosa.

Estas revisiones estarán sujetas semestralmente a actualización y validación así mismo a las sugerencias y quejas del cliente final.

- **Cliente externo**

Será todo usuario final que quiera informarse y tenga la capacidad económica para adquirirlos los servicios ofrecidos por la APP, la población sin importar género desde los 16 hasta 60 años, de cualquier raza.

Esta APP es de acceso libre y gratis lo que lo hace abierto para cualquier usuario que lo conozca o por cualquier canal lo conozca.

### 9.1. Análisis PESTEL

<b>POLÍTICAS</b>	<b>ECONOMÍA</b>	<b>SOCIO-CULTURAL</b>
Impulso y acompañamiento por parte del Ministerio de Tecnologías de la información y las comunicaciones en el desarrollo de aplicaciones móviles.	Aumentar la participación en cada festival y de esta manera generar más ingresos en las diferentes regiones donde se lleven a cabo, impulsando de esta manera la economía naranja.	La finalidad de “#FESTIVALes”, es permitir que las personas interactúen y conozcan las diferentes culturas, costumbres, gastronomía de cada región.
<b>TECNOLOGÍA</b>	<b>ECOLOGÍA</b>	<b>LEGISLACIÓN</b>
Vivimos en una era tecnológica en la cual el celular hace parte de nuestro diario vivir, por esta razón se pretende realizar una App la cual contara con toda la información de su interés a bajo costo.	“#FESTIVALes”, es una plataforma digital, mediante la cual los usuarios tendrán acceso a los diferentes festivales y servicios que allí se presten, de esta manera esta compromiso con la preservación del medio ambiente y el cuidado del mismo.	Normativa de consumo. Ley 1480 de 2011, Estatuto del consumidor. Ley estatutaria 1581 de 2012, Protección de datos personales.

Representación 2. Análisis PESTEL

## 10. Validaciones de la idea

Teniendo en cuenta que contamos con 2 públicos objetivos nos hace tener dos tiempos distintos de venta o uso del servicio, la aplicación gira entorno a los festivales que hay en Colombia nuestro cliente hará uso del servicio, aun así cada festival tiene un público diferente en cada ciudad por esta razón la periodicidad de la venta del servicio es constante pero la ciudad es diferente.

### 10.1. Herramienta De Recolección

La recolección de la información se ha realizado por medio de la observación y la percepción de los participantes del proyecto, se realizó encuestas con el fin de fijar parámetros y determinar características similares en gustos para llegar al mercado objeto y cómo promocionarse en el mismo.

A partir del Análisis de la información obtenida con la observación y las encuestas hemos determinado que se le va a ofrecer al posible usuario.

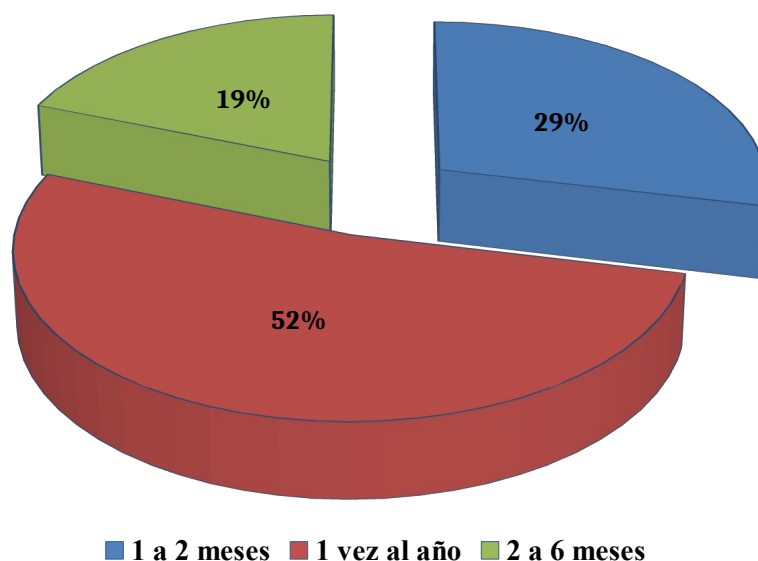
### 10.2. Análisis de resultados

Se realiza una encuesta de 6 preguntas en las que se presenta 4 se realiza con respuesta de selección múltiple y dos preguntas abiertas, los resultados obtenidos son los siguientes:

¿Con que periodicidad sale de viaje a conocer Colombia?

Opciones	Cantidad
1 a 2 meses	60
1 vez al año	110
2 a 6 meses	40
<b>Total general</b>	<b>210</b>

Representación 3. Tabla pregunta 1



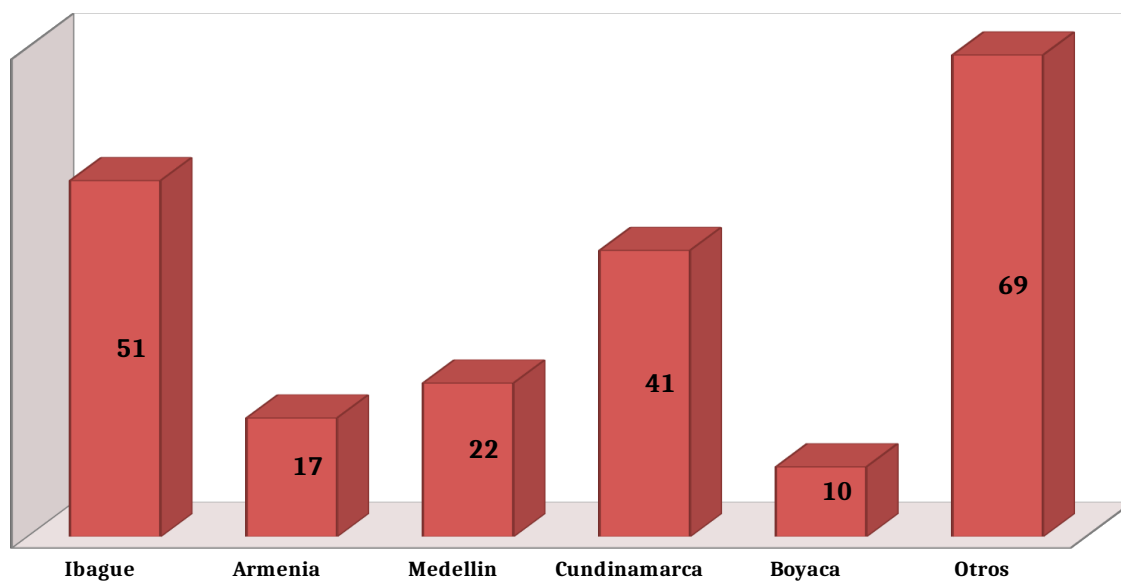
Representación 4. Gráfico pregunta 1

Análisis: De acuerdo a la población encuestada se puede determinar que un poco más de la mitad de los participantes viaja como mínimo una vez al año y la otra mitad se da la oportunidad de salir más veces en un periodo, quiere decir que si hay interés particular de viajar y recursos para realizar esta actividad, por lo tanto si existe la necesidad.

¿Qué ciudad visita con mayor frecuencia?

Ciudad	Cuenta
Ibagué	51
Medellín	20
Cundinamarca	40
Boyacá	10
Otros	89
<b>Total general</b>	<b>210</b>

Representación 5. Tabla pregunta 2



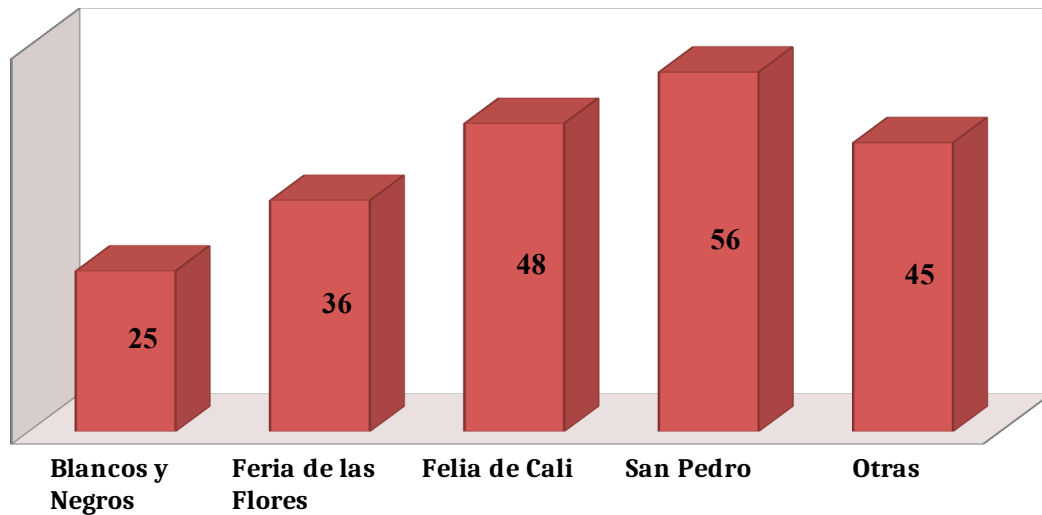
Representación 6. Grafico pregunta 2

Análisis: Al ser una pregunta abierta se presentan muchas posibilidades en el territorio nacional a visitar, plasmamos las más representativas en las encuesta, lo que nos indica que el eje cafetero, Cundinamarca, Antioquia y Boyaca son las regiones con más acogida y las que por medio de nuestra APP se debería dar prioridad para abarca ese mercado.

¿Qué festivales de Colombia conoce?

Opciones	Cantidad
Blancos y Negros	25
Feria de las Flores	36
Feria de Cali	48
San Pedro	56
Otras	45
<b>Total general</b>	<b>210</b>

Representación 7. Tabla pregunta 3



Representación 8. Grafica pregunta 3

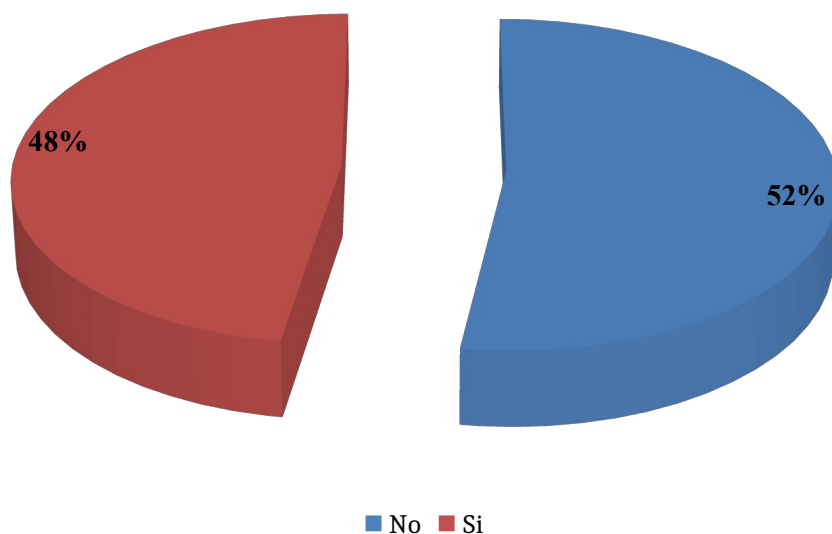
Análisis: Al ser una pregunta abierta nos dieron respuestas que podemos explorar a futuro, en este momento se grafica las más representativas que no da la oportunidad de abarcar inicialmente, pero este punto nos brinda es información más de complementar y mostrar esos carnavales poco conocidos y hacerlos más comerciales.



¿Cuándo sale de la ciudad tiene la claridad de que planes hacer en su lugar de destino?

Opción	Cantidad
No	110
Si	100
<b>Total general</b>	<b>210</b>

Representación 9. Tabla pregunta 4



Representación 10. Grafica pregunta 4

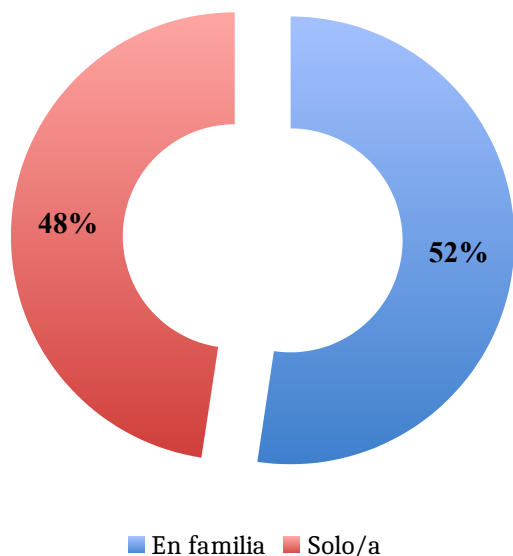
Análisis: En esta pregunta nos da la opción de validar que tan planeado o no son los viajes para los encuestados, la posibilidad es muy equilibrada, lo que indica que podemos atacar planes a largo plazo o sea festivales promocionándolos con tiempo y otros en plazos cortos ya que tenemos interesados en los dos casos.

¿En la generalidad viaja solo/a o con su familia?

Opción	Cantidad
En familia	110
Solo/a	100
<b>Total general</b>	<b>210</b>

Representación 11. Tabla pregunta5





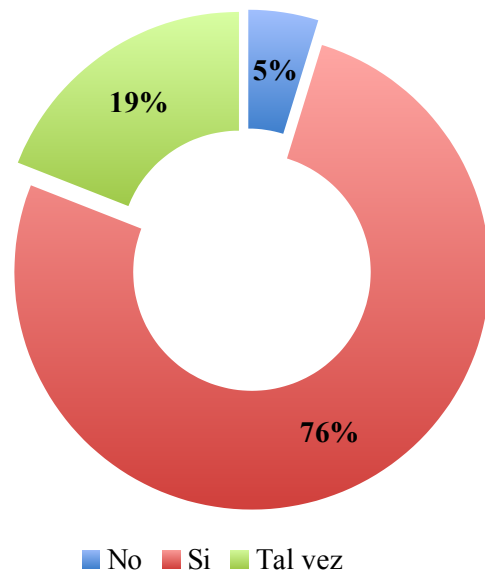
Representación 12. Grafica pregunta 5.

Análisis: Es una pregunta equilibrada lo que indica que siempre debemos generar beneficios para viajar solos y en familia, construyendo un producto integral; se deben fomentar escenarios que se disfruten ya sea en compañía o solos y así también la posibilidad de conocer más lugares y a otros.

¿Instalaría una aplicación que le recomiende que lugares visitar en una ciudad que visita?

Opción	Cantidad
No	10
Si	160
Tal vez	40
<b>Total general</b>	<b>210</b>

Representación 13. Tabla pregunta 6.



Representación 14. Grafica pregunta 6.

Análisis: La pregunta da una respuesta asertiva a generar nuestra APP con diversas características de viaje, por lo tanto es una oportunidad de negocio a la cual se le puede generar ingresos y crecimiento.



Conclusiones Generales De La Encuesta: Podemos determinar que la APP cubre necesidades de los encuestados, nos da la oportunidad de ofrecer un servicio integral y de fácil acceso, genera propuestas de priorización de como que abarcar primero el mercado y a futuro cuales serían las mejora para incrementar los usuarios y así mismo las ganancias.

## 11. Planeación Estratégica

NIVELES DE PLANEACIÓN	
NIVEL	DESCRIPCIÓN
<b>ESTRATEGICA</b>	<p>Realizar alianzas estratégicas con cadenas de hoteles y restaurantes, con el fin de captar la mayor cantidad de turistas y permitirles a los mismos que construyan el paquete que más se ajuste a sus necesidades.</p> <p>Tener en cuenta las opiniones y sugerencias del cliente externo al visitar cada festival y los lugares que “#FESTIVALes” ofrezcan por medio de la plataforma, con el fin de trabajar de la mano del cliente interno en la mejora y calidad de los servicios ofrecidos.</p>
<b>TACTICAS</b>	<p>El área de mercadeo será la encargada de buscar las mejores alianzas con hoteles y restaurante, esto con el fin de garantizar que las condiciones y servicios que ofrecen cumplan con los estándares de calidad.</p> <p>Crear un centro especializado de servicio al cliente mediante el cual se verifiquen todas las sugerencias y observaciones que el cliente externo realice para así mejorar el servicio prestado pensando en la comodidad de los turistas.</p>
<b>OPERATIVA</b>	<p>Realizar un estudio el cual arroje los mejores resultados y permita de esta manera tomar la mejor decisión para una futura alianza, pensado siempre en la calidad del servicio que estos ofrecen y la presencia en diferentes lugares del país.</p> <p>La APP “#FESTIVALes” contará con espacio exclusivo para las sugerencias y comentarios que los clientes externos deseen realizar, de esta manera la recolección será más efectiva y esto servirá para la toma de decisiones.</p>

Representación 15. Niveles de Planeación

### 11.1. FODA



## 11.2. Identidad Estratégica

**Misión:** [ CITATION Min19 \l 9226 ]

Satisfacer las necesidades de nuestros clientes por medio de una aplicación tecnológica la cual permite tener acceso a toda información de festivales y eventos turísticos en todo el territorio nacional colombiano.

## 11.3. Futuro Preferido

**Visión:**

Para el año 2.025 seremos reconocidos como la aplicación líder en consulta de festivales colombianos la cual permita dar solución a más de un millón de turistas y visitantes, conectando a cada uno de ellos con las entidades prestadoras de servicios.

**11.4. Objetivos****Objetivo General**

Diseñar e implementar una APP que permita ofrecer servicios de consumo masivo a los turistas en los diferentes festivales realizados en el país.



- Generar una herramienta tecnológica que permita interactuar de manera simultánea con el cliente interno y externo.
- Resolver las necesidades de hospedaje, alimentación, guía turística y recreación de nuestros clientes.
- Incentivar y promover la economía naranja en pro del crecimiento económico del país.

**11.5. Valores**

**Excelencia:**

Brindar las recomendaciones con el mayor criterio es la cara de presentación para nuestros clientes externos, y el prestigio del aplicativo depende de un servicio con excelencia por parte de nuestros aliados.

**Eficiencia:**

Brindar la información correcta en el momento correcto hará que nuestros clientes externos e internos tengan una experiencia con los festivales de la manera que lo deseen.

**Escucha:**

Conocer las necesidades y demandas de nuestros clientes se convierte en un eje de mejora continua de nuestro servicio adaptándonos día a día a las necesidades y servicios de cada festival.

**Claridad:**

Por parte de la aplicación siempre tendremos claridad entre la relación de cliente externo con prestador de servicio o producto, ya que la transparencia en nuestro relacionamiento brinda una experiencia real.

**Lealtad:**

Nuestro equipo de servidores y clientes son lo más importante para el funcionamiento correcto del servicio, por lo tanto hacer sentir parte de FestivalES a nuestro público es primordial.

**Compromiso:**

Generar planes de mejora con el fin de satisfacer a nuestros clientes y crear sensación de satisfacción compromiso y seguridad.

## 12. Conclusiones

De acuerdo a la recolección de la información y del planteamiento realizado en este trabajo, podemos concluir que la necesidad existe y no hay en el mercado actualmente una APP o proveedor único que ofrezca este tipo de servicios, como el interés tecnológico ha incrementado y hay tanta difusión por las redes sociales, se tiene la oportunidad de llegar a un alto de nivel mercado nacional e internacional y así ofrecer servicios que estén cada vez más a la medida de la necesidad del usuario final.

Esto quiere decir que podemos iniciar con una versión completa pero que siempre estará en pro de mejora siendo vanguardista. La APP “#FESTIVALes” será una opción innovadora en la cual se hará conocer el país en sus mejores momentos culturales, no solo a nivel informativo sino también contará con la interacción de alianzas que fortalecerán los servicios adicionales.



## 13. Bibliografía

- behance. (n.d.). *behance*. Retrieved 03 15, 2019 from Mostrar y descubrir: Mostrar y descubrir
- Blanch, A. (2017, 11 10). *Lean Canvas: Qué es y cómo puede ayudarte en tu empresa*. Retrieved 04 10, 2109 from arsys: <https://www.arsys.es/blog/emprededor/lean-canvas-que-es/>
- Comunicaciones, M. d. (2019, 04 10). *mintic*. From Impulso al desarrollo de aplicaciones móviles: <https://www.mintic.gov.co/portal/vivedigital/612/w3-propertyvalue-575.html>
- FACUNDO. (2019, Febrero 08). *NORMAS APA 2019 – 6TA (SEXTA) EDICIÓN*. Retrieved 05 16, 2019 from El Eterno Estudiante: <http://eleternoestudiante.com/normas-apa-2019/>
- freepick.es. (n.d.). *freepick.es*. Retrieved 03 15, 2019 from [www.freepick.es](http://www.freepick.es)

