

FACTIBILIDAD Y DISEÑO DE MARKETING  
DIGITAL PARA LA EMPRESA UIK STUDIO S.A.S

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD Y DISEÑO DE MARKETING DIGITAL PARA EMPRESA  
UIK STUDIO S.A.S, EMPLEANDO EL SERVICIO UIK NIGHT EN EL ÁREA DE  
BUCARAMANGA

JEILYS CAROLINA SANTANA HERNÁNDEZ

HENRY FABIAN SUAREZ DIAZ

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA

ESCUELA DE INGENIERÍAS

FACULTAD INGENIERIA INDUSTRIAL

FLORIDABLANCA

2015

**Página De Aceptación**

NOTA DE ACEPTACIÓN

---

---

---

---

---

Presidente del Jurado

---

Jurado

---

Jurado

Bucaramanga, Abril 2015

## **Dedicatoria**

Hoy damos gracia en primer lugar a Dios por habernos permitido terminar y ser profesionales en esta grandiosa carrera como es la Ingeniería Industrial, la cual podremos en práctica todos los conocimientos, actitudes y habilidades que nos enseñó esta carrera a nivel profesional y personal.

Ha nuestros padres, le damos las gracias por todo el apoyo emocional y económico que nos han dado, ya que sin la ayuda de ellos no estaríamos viviendo esta gran experiencia y ser las grandiosas personas que somos hoy en día.

A nuestros amigos con quienes conocimos el valor de la amistad, los cuales vivimos momentos inolvidables dentro y fuera de la universidad.

A su vez agradecemos a la Universidad Pontificia Bolivariana por proporcionarnos un lugar idóneo y a todo el personal docente, quienes brindaron su mayor esfuerzo en transmitir sus conocimientos hacia nosotros.

Este nuestros primer escalón para alcanzar el éxito en nuestras vida y gracias a todos hoy somos Ingenieros Industriales con sentido humano, orgullosos de pertenecer a la familia UPB.



## TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN .....	1
OBJETIVOS .....	1
Objetivo General .....	1
Objetivos Específicos .....	1
1    CONCEPTO DE NEGOCIO.....	2
1.1    Descripción del producto servicio.....	3
2    MODULO DE MERCADOS .....	5
2.1    Investigación de Mercados.....	5
2.1.1    Diseño de la Investigación de Mercados. ....	5
2.1.2    Justificación y Antecedentes del Proyecto.....	9
2.1.3    Análisis del Sector .....	10
2.2    Análisis de mercado .....	16
2.3    Medición Del Mercado.....	30
2.3.1    Estimación del potencial de mercado. ....	30
2.4    CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE LA FACTIBILIDAD DEL MERCADO .....	33
3    MODULO TECNICO .....	35
3.1    Tamaño del Proyecto.....	35
3.1.1    Factores que determinan el tamaño de un proyecto.....	35

FACTIBILIDAD Y DISEÑO DE MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA UIK STUDIO S.A.S	4
3.2 Capacidad del proyecto .....	36
3.2.1 Capacidad total diseñada.....	36
3.2.2 Capacidad instalada .....	37
3.2.3 Capacidad utilizada y proyectada. ....	37
3.3 Localización .....	38
3.3.1 Micro localización .....	38
3.4 Estándares de Calidad .....	40
3.5 Descripción Técnica del Proceso y Diagrama de Operación .....	41
3.6 Recursos .....	43
3.6.1 Recurso humano.....	43
3.6.2 Recurso físico y virtual .....	44
3.7 Distribución de oficina.....	45
3.8 CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO .....	46
4 MODULO ORGANIZACIONAL.....	48
4.1 ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA.....	48
4.1.1 Declaración de la misión.....	48
4.1.2 Declaración de la visión.....	48
4.1.3 Formulación de objetivos y estrategias.....	48
4.1.4 Descripción del Equipo Emprendedor .....	49
4.1.5 Estructura organizacional.....	51

FACTIBILIDAD Y DISEÑO DE MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA UIK STUDIO S.A.S	3
4.1.6    Definición de la planta de personal.....	51
4.1.7    Descripción de cargos .....	52
4.2    PROCEDIMIENTO Y COSTOS DE CONSTITUCIÓN .....	53
4.2.1    Estudio de homonimia .....	53
4.2.2    Tipo de sociedad y minuta de constitución.....	53
4.2.3    Trámites ante la Cámara de Comercio y DIAN.....	54
4.2.4    Otras regulaciones legales por tipo de empresa y de producto.....	56
4.2.5    Gastos de constitución .....	56
4.3    GESTIONES DE LEGALIZACIÓN TRIBUTARIA Y LABORAL .....	56
4.3.1    Compromisos tributarios.....	57
4.3.2    Estrategias para reducir la carga impositiva .....	57
4.3.3    Compromisos Laborales. ....	57
4.4    CONCLUSIÓN DEL ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL .....	58
5    MODULO FINANCIERO .....	59
5.1    INVERSIONES.....	59
5.1.1    Inversión Fija .....	59
5.1.2    Inversión diferida.....	60
5.1.3    Inversión Capital de Trabajo O Saldo Mínimo En Bancos Para Operar .....	60
5.1.4    Inversión total .....	61
5.1.5    Fuentes de financiación.....	62

FACTIBILIDAD Y DISEÑO DE MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA UIK STUDIO S.A.S	4
5.2 COSTOS.....	62
5.2.1 Costos fijos.....	63
5.2.2 Costos totales unitarios .....	63
5.3 PUNTO DE EQUILIBRIO .....	64
5.4 PRECIO DE VENTA.....	65
5.5 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS.....	65
5.5.1 Egresos Proyectados .....	65
5.5.2 Ingresos Proyectados .....	67
5.6 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO.....	67
5.7 FLUJO DE CAJA PROYECTADO.....	67
5.8 BALANCE GENERAL PROYECTADO .....	68
5.9 ANALISIS DE RAZONES E INDICADORES FINANCIEROS.....	69
5.10 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO FINANCIERO .....	69
6 MODULO DE GERENCIA ESTRATEGICA.....	71
6.1 PROGRAMA DE DESARROLLO DE PRODUCTO O SERVICIO .....	75
6.1.1 Marca de los productos .....	76
6.1.2 Ciclo de Vida de los Productos.....	76
6.1.3 Tácticas Relacionadas con el producto .....	78
6.2 PROGRAMA DE DISTRIBUCIÓN Y VENTAS .....	80
6.2.1 Comercialización .....	81

FACTIBILIDAD Y DISEÑO DE MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA UIK STUDIO S.A.S	5
6.2.2    Logística de distribución.....	81
6.2.3    Papel de la Fuerza de Ventas .....	82
6.3    PROGRAMA DE FIJACIÓN DE PRECIOS .....	83
6.3.1    Análisis de los precios .....	84
6.3.2    Análisis de Factores que afectan los precios.....	85
6.3.3    Análisis Competitivo de Precios .....	85
6.3.4    Políticas de pago .....	86
6.4    PROGRAMA DE COMUNICACIÓN INTEGRAL DE MARKETING .....	87
6.4.1    Logotipo.....	88
6.4.2    Slogan .....	88
6.4.3    Estrategias Publicitarias .....	89
6.5    PROGRAMA DE SERVICIO AL CLIENTE .....	95
6.5.1    Servicio Post Venta.....	96
6.5.2    Servicio de instalación .....	96
6.6    PRESUPUESTO PLAN DE MARKETING.....	96
6.7    CONCLUSIONES DEL MODULO DE GERENCIA ESTRATEGICA. ....	97
7    EVALUACIÓN DEL PROYECTO .....	99
7.1    Responsabilidad Social Empresarial (RSE).....	99
7.1.1    Impacto Social .....	99
7.1.2    IMPACTO AMBIENTAL.....	101

FACTIBILIDAD Y DISEÑO DE MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA UIK STUDIO S.A.S	4
7.2 EVALUACION FINANCIERA .....	103
7.2.1 Valor presente neto .....	103
7.2.2 Tasa interna retorno TIR y Tasa interna de retorno Modificada .....	104
7.2.3 Periodo de recuperación de la Inversión.....	104
7.2.4 Análisis de la relación Beneficio – Costo.....	105
7.2.5 Escenario de Riesgo.....	106
7.3 CONCLUSIONES DE LA EVALUACIÓN DEL PROYECTO.....	106
8 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES .....	109
9 CONCLUSIONES DEL PROYECTO ESTUDIO DE FACTIBILIDAD Y DISEÑO DE MARKETING DIGITAL PARA EMPRESA UIK STUDIO S.A.S, EMPLEANDO EL SERVICIO UIK NIGHT EN EL ÁREA DE BUCARAMANGA. ....	110
10 RECOMENDACIONES DEL PROYECTO ESTUDIO DE FACTIBILIDAD Y DISEÑO DE MARKETING DIGITAL PARA EMPRESA UIK STUDIO S.A.S, EMPLEANDO EL SERVICIO UIK NIGHT EN EL ÁREA DE BUCARAMANGA. ....	111
BIBLIOGRAFÍA .....	112
WEBGRAFÍA.....	112

## LISTA DE ILUSTRACIÓN

Ilustración 1.Características de la App. ....	4
Ilustración 2.Aplicaciones móviles.....	12
Ilustración 3. Mercado Objetivo .....	16
Ilustración 4.Demanda selectiva .....	20
Ilustración 5.Población objetivo .....	21
Ilustración 6. Mercado objetivo .....	23
Ilustración 7.Sector objetivo .....	31
Ilustración 8. Comportamiento de restaurante. ....	32
Ilustración 9. Estimación de clientes .....	33
Ilustración 10.Factores determinantes .....	35
Ilustración 11.Capacidad instalada. ....	36
Ilustración 12 Proceso de inscripción .....	42
Ilustración 13.Proceso de mantenimiento .....	43
Ilustración 14. Distribución de planta.....	46
Ilustración 15. Objetivos y estrategias .....	49
Ilustración 16Perfil del equipo emprendedor.....	50
Ilustración 17. Estructura organizacional .....	51
Ilustración 18. Consulta de homonimia. ....	53
Ilustración 19.Creación de valor .....	71
Ilustración 20.App características desde cliente. ....	72
Ilustración 21.App características desde usuarios .....	73

FACTIBILIDAD Y DISEÑO DE MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA UIK STUDIO S.A.S	4
Ilustración 22. Resultados clientes vs usuarios, características. ....	73
Ilustración 23. Programa de desarrollo del servicio.....	75
Ilustración 24. Ciclo de vida. ....	77
Ilustración 25. Matriz de crecimiento .....	78
Ilustración 26. Programa de distribución y venta. ....	80
Ilustración 27. Comercialización UIK NIGHT.....	81
Ilustración 28. Tiendas virtuales participantes.....	81
Ilustración 29. Fuerza de venta .....	82
Ilustración 30. Programa de fijación de precio .....	83
Ilustración 31. Comparación de características UIK NIGHT vs otros .....	86
Ilustración 32. Forma de pago. ....	86
Ilustración 33. Programa de comunicación integral .....	87
Ilustración 34. Logotipo UIK STUDIO S.A.S. y UIK NIGHT .....	88
Ilustración 35. Posicionamiento de UIK NIGHT .....	90
Ilustración 36. Herramientas digitales .....	91
Ilustración 37. Ilustraciones estrategias de marketing digital .....	94
Ilustración 38. Programa de servicio al cliente .....	95

**LISTA DE TABLA**

Tabla 1.Ficha técnica de investigación de mercado.....	5
Tabla 2. Datos muestrales .....	8
Tabla 3. Perfiles de establecimientos .....	22
Tabla 4.Apps sustitutas y complementarias .....	23
Tabla 5.Competencia Apps .....	25
Tabla 6.Factores objetivos .....	39
Tabla 7.Factores subjetivos.....	39
Tabla 8. Mano de obra .....	44
Tabla 9.Recursos físicos y virtuales.....	45
Tabla 10. Perfil equipo emprendedor (aspecto académico).....	50
Tabla 11.Perfil del equipo emprendedor (aspectos personales).....	50
Tabla 12.Estructura salarial .....	52
Tabla 13.Valor de constitución .....	56
Tabla 14. Activos fijos UIK NIGHT .....	59
Tabla 15. Inversiones diferidas para UIK STUDIO S.A.S .....	60
Tabla 16.Inversión de capital de trabajo UIK STUDIO S.A.S .....	61
Tabla 17. Fuente de financiación. ....	62
Tabla 18. Total de costos UIK STUDIO S.A.S. ....	63
Tabla 19.Costo unitario de UIK NIGHT .....	64
Tabla 20.Precio de venta de planes de UIK NIGHT .....	65
Tabla 21.Egresos proyectados para UIK STUDIO S.A.S. ....	66

FACTIBILIDAD Y DISEÑO DE MARKETING DIGITAL PARA LA EMPRESA UIK STUDIO S.A.S	4
Tabla 22. Ingresos proyectados para UIK STUDIO S.A.S.....	67
Tabla 23. Flujo de caja proyectado UIK STUDIO S.A.S.....	68
Tabla 24.Indicadores financieros.....	69
Tabla 25.Precio de planes. (\$).....	84
Tabla 26.Proyección de presupuesto para el plan de marketing.....	96
Tabla 27.Valor presente neto.....	103
Tabla 28.TIR y TIR-M.....	104
Tabla 29. Periodo de recuperación de la inversión.....	104
<b>Tabla 30.Beneficio - Costo.....</b>	<b>105</b>
Tabla 31.Cronograma de actividades.....	109

## LISTA DE ANEXOS

- ANEXO A. Modelo de Negocio- Canvas
- ANEXO B. Ficha Técnica del Servicio
- ANEXO C. Datos y Tabulación.
- ANEXO D. Análisis De Datos- Encuesta
- ANEXO E. Formato De Encuesta v
- ANEXO F. METODO DE Brown and Gibson
- ANEXO G. Manual De Cargos
- ANEXO H. Requisitos Y Pasos Para La Inscripción
- ANEXO I. Estudio Financiero
- ANEXO J. Cotizaciones De Préstamos-Bancos
- ANEXO K. Escenario Financiero Pesimista

## RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO

<b>TITULO:</b>	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD Y DISEÑO DE MARKETING DIGITAL PARA EMPRESA UIK STUDIO S.A.S, EMPLEANDO EL SERVICIO UIK NIGHT EN EL ÁREA DE BUCARAMANGA.
<b>AUTOR(ES):</b>	JEILYS CAROLINA SANTANA HERNÁNDEZ HENRY FABIAN SUAREZ DIAZ
<b>FACULTAD:</b>	Facultad de Ingeniería Industrial
<b>DIRECTOR(A):</b>	RUBÉN DARÍO JÁCOME CABRALES

### RESUMEN

A medida que avanza el tiempo la tecnología va cambiando, lo que trae como consecuencia el desarrollo de nuevas necesidades a satisfacer. Por esta razón se crea la empresa UIK STUDIOS S.A.S desarrollando el servicio UIK NIGHT, la cual es una aplicación móvil que enuncia todos los eventos culturales, realizados por diferentes establecimientos comerciales como bares, discotecas, restaurantes, teatros y zonas culturales de Bucaramanga. El estudio del proyecto está conformado por siete módulos (concepto del negocio, módulo de mercado, modulo técnico, módulo organizacional, modulo financiero, módulo de gerencia estratégica y evaluación financiera), que muestra la idea de negocio, la necesidad a suplir, estrategias de mercadeo tradicional (publicidad en radio, vanguardia, volantes, vallas, etc.) y digital (Filosofía SEO, redes sociales, herramientas digitales, e-mail etc.) que se implementaran, con el propósito de dar a conocer de manera eficiente y eficaz la aplicación UIK NIGHT; mostrando también la viabilidad del proyecto al presentar una TIR-M del 40,26% y VPN \$ 26'748.586 COP, teniendo en cuenta que este proyecto tecnológico depende de la aceptación del público.

### PALABRAS CLAVES:

Aplicación, viabilidad, marketing digital, filosofía SEO, tecnología.

V° B° DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

## GENERAL SUMMARY OF WORK OF GRADE

**TITLE:** FEASIBILITY STUDY AND DESIGN OF DIGITAL MARKETING COMPANY FOR UIK STUDIO S.A.S , USING THE SERVICE UIK NIGHT IN THE AREA OF BUCARAMANGA .

**AUTHOR(S):** JEILYS CAROLINA SANTANA HERNÁNDEZ  
HENRY FABIAN SUAREZ DIAZ

**FACULTY:** Facultad de Ingeniería Industrial

**DIRECTOR:** RUBÉN DARÍO JÁCOME CABRALES

### ABSTRACT

As time progresses technology changes, which results in the development of new needs to satisfy. For this reason the company UIK STUDIOS SAS creates UIK NIGHT developing the service, which is a mobile application that states all cultural events, held by various commercial establishments such as bars, clubs, restaurants, theaters and cultural areas of Bucaramanga. The project study consists of seven modules (business conception, module market, technical module, organizational module, financial module, module of strategic management and financial evaluation), which shows the business idea, the need to meet, strategies traditional marketing (advertising on radio, art, flyers, billboards, etc.) and digital (Philosophy SEO, social networks, digital tools, e-mail etc.) that were implemented with the aim of publicizing efficiently and effectively the UIK NIGHT application; also showing the feasibility of the project to present a TIR-M of 40.26% and \$ VPN 26\748.586 COP, considering that this technological project depends on public acceptance.

### KEYWORDS:

Application, feasibility, digital marketing, philosophy SEO, technology

V° B° DIRECTOR OF GRADUATE WORK

## INTRODUCCIÓN

Las TIC han penetrado en todos los aspectos de la vida en la sociedad moderna a tal punto que es casi imposible prescindir de sus servicios. La enorme mayoría de los expertos y empresarios de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC), califican el avance del sector como el mejor que ha presentado el país en los últimos años dentro de su economía. Teniendo un seguimiento de metas del gobierno referente al sector de las TIC como que al final el 2014, se encontraran abiertos al público 899 punto Vive Digital, que estará en funcionamiento a lo largo y ancho del territorio nacional. Estos lugares, son centros de acceso comunitario a internet, ubicando en cabeceras municipales, para población de estratos 1 y 2. El nuevo objetivo es lograr que Colombia sea líder en el desarrollo de aplicaciones sociales. (Economica, 2014)

UIK NIGHT es una aplicación móvil divertida, atractiva y fácil al usar, la cual enuncia todos los eventos socio-culturales que presenta la ciudad de Bucaramanga, está puede ser descargada fácilmente desde cualquier Smartphone con sistema operativo IOS y Android; este servicio es creado por la empresa UIK STUDIO S.A.S, la cual soluciona la problemática de la falta de información a la hora de realizar “planes o actividades” con los amigos y/o familia. Para desempeñar un buen funcionamiento se usara una plataforma virtual la cual almacena el contenido de los diferentes establecimientos, poniendo a disposición de los usuarios (bumangueses mayores de edad) información necesaria, generando un nuevo canal de información para los clientes.

En este proyecto se contemplara algunos módulos que facilita la interpretación de la factibilidad de un proyecto como el módulo de concepto de negocio, el cual describe de que va a tratar el proyecto; también se encontrara el módulo de mercadeo, el cual aclara cual va a hacer la población objetivo en el proyecto; también se enfocara en un estudio técnico el cual explicara cómo se debe realizar las operaciones dentro de la empresa. Otro tema propuesto es el modulo organización, donde se establece la Misión, Visión, Organigrama y los procedimientos de constitución; sin olvidar el modulo financiero en el cual se contempla los costos, gastos, precios de ventas y utilidades a obtener por el producto a ofrecer. Por otra parte se presentara el módulo de gerencia estratégica el cual se establecerá un plan de marketing con sus respectivos objetivos, estrategias, programas, indicadores y presupuestos para generar una excelente penetración de mercado. Por último se mostrara la evaluación financiera con sus respectivos indicadores, el cual dará respuesta si el proyecto es viable o no para su inversión.

## OBJETIVOS

### Objetivo General

Realizar el estudio de factibilidad y diseño de marketing digital de la empresa UIK STUDIO S.A.S, empleando el servicio UIK NIGHT (aplicación móvil).

### Objetivos Específicos

1. Investigar el mercado potencial, las necesidades de los clientes y las oportunidades de publicitar en UIK NIGHT (aplicación móvil) enfocado al nichos establecidos (restaurantes, bares, discotecas y socio-culturales).
2. Establecer los parámetros para el diseño técnico del funcionamiento de la empresa, plan de compras, costos de operación y plan de marketing digital para la aceptación del servicio con el fin ser competitiva y mantenerse en el mercado.
3. Definir los recursos económicos necesarios para el desarrollo del proyecto, utilizando un análisis financiero para definir la factibilidad económica.
4. Diseñar un Plan de Marketing Digital, el cual sea acorde a la empresa UIK STUDIO S.A.S en la implementación del servicio UIK NIGH

## 1 CONCEPTO DE NEGOCIO

UIK STUDIO S.A.S es una empresa especializada en el desarrollo e implementación de nuevas tecnologías, la cual actualmente ofrece una aplicación atractiva para el cliente, donde se puede emitir información oportuna de los últimos eventos que presenta la ciudad bonita, esta puede ser visible desde cualquier dispositivo móvil de forma gratuita; generando esto un efecto de consumo masivo en los diferentes establecimientos inscritos en la aplicación, denominándose como UIK NIGHT; además de presentar altos estándares de calidad en temas de resultados estadísticos, los cuales serán visibles a través del portal web donde pueden acceder desde sus dispositivos móviles o PC lo que permitirá una ágil y constante comunicación con el cliente.

Actualmente se pretende llevar esta propuesta principalmente a toda la población de Bucaramanga, donde se encontrara en primera instancia a los **usuarios** los cuales son todos los ciudadanos que descarguen gratuitamente la aplicación, donde encontraran toda la información socio-cultural de la ciudad; en segunda instancia se tendrá a los **clientes**, quienes brindaran la información pertinente para el contenido de la App los cuales deben cumplir con el perfil que presenta la aplicación donde debe ofrecer un producto y/o servicio único.

La idea de negocios surgió de la necesidad que presenta la población a la hora de conocer los lugares que tiene la ciudad, ya que muchas veces a pesar de vivir en la ciudad de Bucaramanga no se sabe sobre qué lugares hay para visitar o que planes culturales presenta la ciudad, donde para obtener información se hace a través de amigos, redes sociales o familiares, los cuales no

tiene a veces conocimientos de los planes socioculturales. Tal razón dio interés a realizar una aplicación la cual dará respuesta a esta problemática.

## ANEXO A. MODELO DE NEGOCIO-CANVAS

### 1.1 Descripción del producto servicio

La empresa UIK STUDIO S.A.S ofrece una aplicación llamada UIK NIGHT, la cual presta el servicio de publicidad a través de los Smartphone en plataformas como Android y IOS, donde tiene como objetivo generar una aplicación móvil novedosa en términos de publicidad comercial, accesible, fácil y sencilla en su manejo; generando a la vez un estilo fresco y moderno al utilizarlo, proponiendo así un contacto directo e innovador con el cliente, además de dar a conocer los descuentos, promociones, aperturas de nuevos establecimientos, conciertos, etc.

La aplicación UIK NIGHT cuenta con diferentes funciones como se muestra la Ilustración 1 a continuación se explica las características del sistema:

- **Banners:** son pautas publicitarias que duran una semana y se encuentran en la entrada al momento de abrir la App.
- **Noticias o Para Hoy:** Son pautas donde el Smartphone suena, el cual tiene como objetivo que el usuario o cliente revise el celular y mire la promoción, descuento, nuevo plato o evento que se está realizando por el “día de hoy”; estas Noticias tiene una duración de 12h.

### Ilustración 1. Características de la App.



Fuente: Autores

- **Aparición en la App:** Esta aparición va de lado a lado en la pantalla del celular como lo muestra la imagen anterior.
- **Perfil:** Es un espacio donde el establecimiento tiene la oportunidad de darse a conocer al público junto con cierto contenido como: nombre del establecimiento, logo, horario de atención, ubicación (mapa), la carta con los principales platos del establecimiento, servicios que ofrece el establecimiento, una breve pauta.
- **Mapa:** ilustración atractiva de Google Maps donde muestra la localización del establecimiento comercial.

LA FICHA TÉCNICA DEL SERVICIO (VER ANEXO B).

## 2 MODULO DE MERCADOS

### 2.1 Investigación de Mercados

#### 2.1.1 Diseño de la Investigación de Mercados.

**Tabla 1.**  
**Ficha técnica de investigación de mercado**

	<b>FICHA TÉCNICA</b>
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD Y DISEÑO DE MARKETING DIGITAL PARA EMPRESA UIK STUDIO S.A.S, EMPLEANDO EL SERVICIO UIK NIGHT EN EL ÁREA DE BUCARAMANGA	<b>NOMBRE DEL PROYECTO O INVESTIGACIÓN</b>
Enero 25 del 2015	<b>FECHA DE REALIZACIÓN DE CAMPO</b>
Se realizará una investigación de tipo descriptivo exploratorio	<b>TIPO DE INVESTIGACIÓN</b>
La técnica utilizada será la encuesta, para obtener información a partir de un número representativo de individuos de una población específica, con el fin determinar las mejores opciones para el uso del aplicativo móvil.	<b>MÉTODO DE INVESTIGACIÓN</b>
Primario, la recolección de información se realizó mediante la aplicación de encuestas, las cuales tienen dos fuentes de información (clientes, usuarios), donde cada uno se profundizará en temas acerca de la publicidad y la utilización de aplicativos móviles.	<b>FUENTE DE INFORMACIÓN</b>
Encuestas	<b>TÉCNICA</b>
Clientes: Encuestas Semi-asistida Usuarios: Encuestas virtuales	<b>MODO DE APLICACIÓN</b>

Cientes: 96 establecimientos Usuarios: 69.601 hab.	<b>TAMAÑO DE LA POBLACIÓN</b>
Bucaramanga	<b>ÁREA DE ESTUDIO</b>
Cientes:77 Usuarios:382 Total : 461	<b>MUESTRA</b>

Fuente: Autores, (-DANE., s.f.)

### 2.1.1.1 Definición de Objetivos del mercado

#### Objetivo General

Realizar el estudio de mercados el cual identifique el uso de las aplicaciones y establecimientos comerciales para el entretenimiento de las personas en Bucaramanga, comprendiendo a su vez el medio de publicidad adecuado para los establecimientos comerciales (restaurantes, bar, discotecas, zonas culturales, etc.) de la misma área.

#### Objetivos Específicos

- Analizar las características exigidas por los usuarios y clientes para desarrollar un servicio que satisfaga sus necesidades.
- Identificar el uso de los Smartphone en la vida cotidiana de los clientes.
- Determinar el perfil del consumidor.
- Definir el medio por el cual debería realizarse la publicidad

- Comprender las redes sociales favoritas de los usuarios.
- Evaluar la aceptabilidad de la población a analizar.
- Conocer el medio de publicidad más frecuente por los establecimientos comerciales.

### **2.1.1.2 Planteamiento del Problema**

Actualmente se ha visto un consumo en el sector de restaurantes y discotecas, donde la población de estratos 4,5,6 desea disfrutar los ingresos de forma inteligente acaparando lugares de acuerdo a sus gustos, estos presentan precios de platos acorde al mercado objetivo, donde muchas veces se ve gran acogidas en fechas especiales como cumpleaños, aniversarios o reuniones con amigos; esto hace que cada vez se desee impactar a la hora de invitar a alguien especial, sea un lugar agradable el cual preste un servicio sinigual ya sea por la comida, ambiente o servicio al cliente.

Es usual encontrar estos tipos de establecimientos, pero lo difícil es estar informado de los nuevos y antiguos negocios, es por esto que se emplea medios de difusión como el voz a voz, en el que en ocasiones no es muy asertivo por lo que el público se deja embaucar de posibles malas experiencias sin haberlo experimentado ellos mismos; esto cambiara gracias al aprovechamiento de los avances tecnológicos, el cual facilitara la vida del ser humano. Es por esta razón que damos énfasis a una publicidad directa y cercana a los consumidores como es en el uso de aplicaciones, creando una App la cual informe a toda la ciudad de los planes que tiene para ofrecer.

### 2.1.1.3 Análisis e interpretación de datos Encuestas

Para realizar la encuesta es necesario establecer el tamaño de la muestra de acuerdo a la población de la ciudad de Bucaramanga, para este proceso se utiliza la siguiente formula:

$$n = \frac{Z^2 * P * (q - N)}{(e^2 * (N - 1)) + Z^2 * (P * Q)}$$

Donde:

N= Tamaño de la Población

Z= Constante de acuerdo al nivel de confianza

P= Porción de individuos que posee la población característica de estudio

Q= Proporción de individuos que no poseen estas características

n= Tamaño de la muestra.

**Tabla 2.**  
**Datos muestrales**

MERCADO USUARIOS	
N	69.601
nconfianza	95%
Z	1,959963985
error	5%
n	382

MERCADO CLIENTES	
N	96
nconfianza	95%
Z	1,95996398
error	5%
n	77

Fuente Autores

De acuerdo al **Anexo C Datos y Tabulación**. Se muestra datos arrojados por cada una de las preguntas realizadas en la encuesta. Gracias al aporte suministrado por la Cámara de Comercio de Bucaramanga se pudo obtener un total de restaurantes de 1280 en el área de Bucaramanga, 480 bares, los cuales comprendiendo a el perfil exigido por la aplicación se obtuvo 65 restaurantes y 31 bares; dando como resultado de población total 96 encuesta para el mercado de clientes y 77 en su muestra. Por otra parte al establecer como población de nicho, personas comprendidas entre las edades de 18-60 años y que pertenece a la misma vez a los estratos 4,5 y 6 de la ciudad de Bucaramanga. Ver **Anexo D Análisis de Datos Encuesta**. para una mayor comprensión de los resultados arrojados por la encuesta.

### **2.1.2 Justificación y Antecedentes del Proyecto**

A medida que pasa el tiempo, las empresas han encontrado diferentes maneras de hacer publicidad ya sea a través de la televisión, radio, periódico, revistas, internet entre otras; por esta razón UIK STUDIO S.A.S capta una necesidad existentes por parte de estas organizaciones, la cual consiste en difundir, promocionar y lanzar nuevos producto o servicios a diferentes personas (posibles clientes) de manera eficiente , es por esta razón que la organización brinda la adaptación del Marketing Digital como una estrategia innovadora para atraer al público de hoy”, siendo esta una manera de estar en contacto con el usuario, a través de las tecnologías de la información (TIC), donde el cliente o consumidor expresa su opinión frente a las cosas que lo rodea; por esta razón nace la necesidad de crear un plan

de marketing digital el cual direcciona todos objetivos propuestos de manera fácil y coherente al sector, generando a su vez estrategias que fortalezcan este plan a diseñar.

Teniendo en cuenta la utilización de los Smartphones como herramienta del diario vivir de las personas, la organización UIK STUDIO S.A.S plantea una solución a la problemática de transmitir la información con fines publicitarios. De esta manera nace UIK NIGHT, la cual es una aplicación móvil desarrollada con el fin de dar a conocer una nueva manera de poder difundir información publicitaria; comprendiendo y analizando el público objetivo (bucaramanguenses mayores de edad) los cuales tengan una fuerte influencia en el uso de las tecnologías de la información; con el propósito de implementar una nueva forma de publicitar en sector socio cultural (restaurantes, bares, discotecas y zonas culturales) de la ciudad de Bucaramanga. Donde proporcionará una comunicación directa con los consumidores, comprendiendo sus gustos, necesidades y las tendencias que se estén presentando en la actualidad, penetrando en un gran mercado a nivel regional en cuestión de actividades recreativas; donde los Ingenieros Industriales demostraran las habilidades, actitudes y conocimientos referentes a la creación de empresa en diferentes entornos.

### **2.1.3 Análisis del Sector**

#### **2.1.3.1 Análisis del Sector a Nivel Internacional**

Los antecedentes que presentó la industria móvil en los años noventa era muy incierta ya que se prestaba más atención al hardware y a los “features”, donde gracias a la evolución llega la tecnología EDGE y su conexión a internet, permitiendo un mayor desarrollo de las aplicaciones ya existentes, pero las restricciones de los fabricantes que hacían sus propios sistemas operativos y que no permitían desarrolladores externos no hacían más que estancar a la industria.

Con la aparición en el 2007 del Iphone de Apple la cual ofrecía a los teléfonos celulares una plataforma de desarrollo de aplicaciones realizadas por compañías externas, las cuales eran almacenadas en la App Store, lanzando al mercado el 10 de julio del 2008 sus primeras 500 aplicaciones; tras tres meses después del mismo año (octubre 22 del 2008), Android Market (Google Play) lanzo sus primeras 50 Apps; donde en el 2013, App Store tiene 775.000 apps y Google Play 800.000 apps, contando cada una con funciones que aprovechan las características del teléfono (Viktor, 2012).

Actualmente todas las páginas web se preocupan de tener una buena versión adaptada para móviles o en mejor caso una App, es el caso que Facebook en el 2013 demostró un mayor tráfico desde dispositivos móviles que desde computadoras, por este motivo a continuación se mostrarán unas estadísticas (Ilustración 2) que aclaran el exitoso destino que le depara a la industria móvil en términos de aplicaciones.

## Ilustración 2. Aplicaciones móviles



Fuente: (USPSABolivia, 2013)

Las aplicaciones han tenido una gran aceptación en los últimos años, donde un estudio realizado en marzo del 2013, estima que a finales del 2012, 1.2 billones de personas en el mundo usaron aplicaciones móviles; estos pronósticos crecen cada años a 29,8 por ciento, teniendo como posible datos para el 2017 de 4.4 billones de usuarios, cabe rescatar que los mayores consumidores de estos dispositivos móviles son personas provenientes de Asia con un 30 %, donde para el 2017 será casi la mitad de las usuarios en total.

Debemos comprender que no todas las aplicaciones que encontramos en las tiendas son gratuitas teniendo una representación del 89%(40.6 billones de Apps) en el 2012 del total de las aplicaciones descargadas, cabe resaltar que los latinoamericanos son unos de los apoyadores en el este resultado porque no prefieren pagar por aplicaciones, a comparación de la cultura del

resto del mundo. Donde para el 2016aumentaa 4%por encima del 2012 en temas de aplicaciones gratuitas.

Android con su market al ser una plataforma open source permitió una mayor libertad, y con esto llegaron Smartphone de bajo costo, lo cual hace que se refleje en los indicadores de la investigación, teniendo un 89 % de la participación total de sistemas operativos, lo cual lo hace líder en mercado móvil.

Al entender que la industria de Smartphone la lidera Android, no son los mismos resultados en el sector de las tabletas, teniendo un mayor rendimiento y aceptación por parte de la compañía Apple teniendo un 75% sistema operativo IOS de 14 billones de descargas de aplicaciones para tabletas en el 2013.

Todos estos resultados nos da a reflexionar que el sector móvil específicamente en el desarrollo de aplicaciones , actualmente se encuentra en su auge el cual debe ser utilizar al máximo para beneficios económicos ya que este estudio demuestra su aumento en la descargas de aplicaciones para finales del 2013, lo cual garantiza un buen sector para futuras inversión.

### **2.1.3.2 Análisis del Sector a Nivel Nacional**

Colombia, al pasar de los años ha tenido un avance significativo en área de las comunicaciones y desarrollo tecnológico donde se demostró que en el 2011, según estudios del

Indicador de la sociedad de la información (ISI) realizado por Everis, consultora multinacional especializada en el desarrollo y mantenimiento de aplicaciones tecnológicas, Colombia ha logrado obtener 4,30 puntos, el mejor registro de la historia del país en el año 2012.

Si bien estos resultados son mejores que los del año pasado, parecen no ser suficientes, ya que otros países de la región han avanzado más rápidamente, dejando a Colombia en el sexto lugar y ubicando a Chile en el primero de Latinoamérica con 5,70 puntos en el resultado del ISI, acercándose a Portugal (5,73).

Otro de los puntos más altos que obtuvo el país, tiene que ver con la cantidad de usuarios en las redes sociales por cada mil habitantes que se ubicó en 246 superando los 153 del 2010. Por su parte, el número de teléfonos móviles en el país es superior a la media con 953 equipos por cada mil habitantes. (Radio, 2011). Lo cual da a entender que Colombia ha incrementa el uso de las TIC en el diario vivir de las personas, además que en los años 2013-2014 se disparó el consumo de la misma.

De acuerdo con cifras de los operadores, reportadas al Ministerio de las TIC, del segundo trimestre de 2013 al mismo periodo de 2014 este tipo de conexiones crecieron a un ritmo cercano al 30 por ciento, hasta las 9,3 millones de suscripciones a banda ancha.

Al discriminar el tipo de conexiones se observa que el mayor número corresponde a accesos a la red móvil con 4,6 millones de suscriptores, de los cuales 4,08 millones cuentan con servicios de tercera generación móvil y 585 mil a cuarta generación móvil; por su parte, los accesos a

Internet fijo alcanzaron los 4.6 millones de suscriptores. Donde el auge de celulares y tabletas tiene mucho que ver con este fenómeno tecnológico.

Otro de los sectores de la industria de las telecomunicaciones que aumentó fuertemente su penetración fue el de la telefonía móvil, que a junio del presente año alcanzó las 52,1 millones de líneas activas. Donde por cada 100 colombianos hay 109,5 líneas de telefonía móvil. Además, en los últimos 12 meses se activaron 4,8 millones de líneas celulares.

Parte de este crecimiento pudo estar relacionado con las fuertes campañas que emprendieron las empresas del sector para incentivar la adquisición de equipos de telefonía, previo a la entrada en vigencia de la regulación que eliminó las cláusulas de permanencia mínima.

Por lo tanto se puede dar a entender que Colombia está bien posicionada en el uso de las TIC, por ende es confiable sacar productos y servicios enfocados a este ámbito, puesto que a nivel regional es bastante aceptado el uso de la tecnología para la realización de tareas cotidianas con el fin de facilitarlas y mejorarlas. (Portafolio, Portafolio.co, 2014)

### **2.1.3.3 Análisis del Sector a Nivel Regional**

Bucaramanga se ha posicionado como la tercera ciudad a nivel nacional con mayor participación en el desarrollo de aplicaciones móviles, a un año de la puesta en marcha del programa Apps.co del ministerio de las Tecnologías de la Información y la Comunicaciones,

MiniTic; siendo así una región dinámica la cual está a la par de ciudades como Bogotá y Medellín.

La gerente nacional de App.co manifestó que en el último ciclo se encontraron aplicaciones muy interesantes en el área de Salud las cuales trataban temas de gestión, chequeo, funcionamiento del corazón, soporte en procesos de cuidados intensivos, nuevas formas de hacer rehabilitación física, también en el área de turismo, educación e innovación las cuales traen propuestas novedosas de acuerdo a la generación siglo XXI. (Liberal, Vanguardia Liberal, 2014)

## 2.2 Análisis de mercado

**Ilustración 3.**  
**Mercado Objetivo**



Fuente: Autores.

**Cientes UIK:** son los establecimientos (bares, discotecas, restaurantes, teatros, zonas culturales etc.) presentes o futuros que hacen parte de la aplicación UIK NIGHT.

**Usuarios UIK:** son las personas que conforman la sociedad que han descargado la aplicación móvil, esta sociedad está comprendida por el Área de Bucaramanga.

#### **2.2.1.1 Justificación del Mercado Objetivo.**

En proyecto se pretende abarcar un mercado selectivo de la ciudad de Bucaramanga el cual implica un grupo detallado en necesidades, gustos y hábitos que favorece la compra del producto como en este caso son personas consideradas mayores de edad con un alto consumo en aplicaciones móviles, donde la mayoría de esta población pertenece a estratos medio-altos, las cuales desean estar al tanto de los nuevos restaurantes, bares, planes y promociones que ofrece la ciudad. Además de tener un apoyo en la región encontrándose en el tercer lugar en temas de desarrollo tecnológico, lo cual lo hace más sencilla esta creación.

#### **2.2.1.2 Definición del mercado relevante.**

Gracias a la base de datos Benchmark se analizó el sector de las telecomunicaciones el cual hace parte la empresa UIK STUDIO S.A.S, donde de acuerdo con Fedesarrollo, los ingresos del sector TIC han presentado un crecimiento anual promedio cercano al 9.9% entre 2002 y 2012, dinámica que llevó al sector de ingresos por \$ 14 billones a \$36 billones en diez años, cifra que representa un 5.4% del PIB nominal. Además, Según el Índice de preparación tecnológica (NRI) del Foro Económico Mundial, que mide el entorno y la propensión de los países para el

aprovechamiento de las TIC, Colombia mostró en los primeros meses de 2013 un avance de 0.32 puntos frente a su desempeño en 2009.

También cabe aclarar que el acceso a internet dedicado alcanzó las 4.11 millones de conexiones en el primer trimestre de 2013, esto hace que el sector sea beneficioso a la hora de invertir en un proyecto de esta área. Por otro lado a nivel regional se ha creado entidades que apoyen este sector de las TIC como es el caso de SantanderApps, la cual brinda asesoría a los ciudadanos interesados en crear aplicaciones móviles.

### **2.2.1.3 Análisis de la demanda primaria.**

Los establecimientos comerciales (restaurantes, bares, discotecas, zonas culturales) siempre han optado por difundir su información a través del marketing tradicional, donde en diversas ocasiones genera un alto costo de inversión para que esta sea efectiva, lo que genera una insatisfacción a los inversionistas cuando los resultados no son los esperados; actualmente en el siglo XXI se cuenta con múltiples opciones para difundir la información de los establecimientos gracias a las herramientas tecnológicas que hacen más fácil la comunicación e interacción con el público objetivo de una manera más económica y con un mayor alcance puesto que estas herramientas son digitales (marketing digital).

Pero: “La sociedad establece sus necesidades en la medida del conocimiento que tiene de sus posibilidades, y este conocimiento se lo proporciona en una gran medida las expectativas de las comunidades científicas” (Bernal, 2006).

Un factor que explica tal resistencia es **la ignorancia**, no tanto el rechazo a la tecnología en sí. Es decir, desconocimiento del por qué y para qué de esa tecnología; ante esta falta de conocimiento las personas se sienten amenazadas y desplazadas por la tecnología. Si las personas comprenden las aplicaciones que la tecnología tiene en su ámbito personal y los beneficios que de ella se pueden generar habrá una aceptación inicial al uso de esta tecnología. (Bernal, 2006)

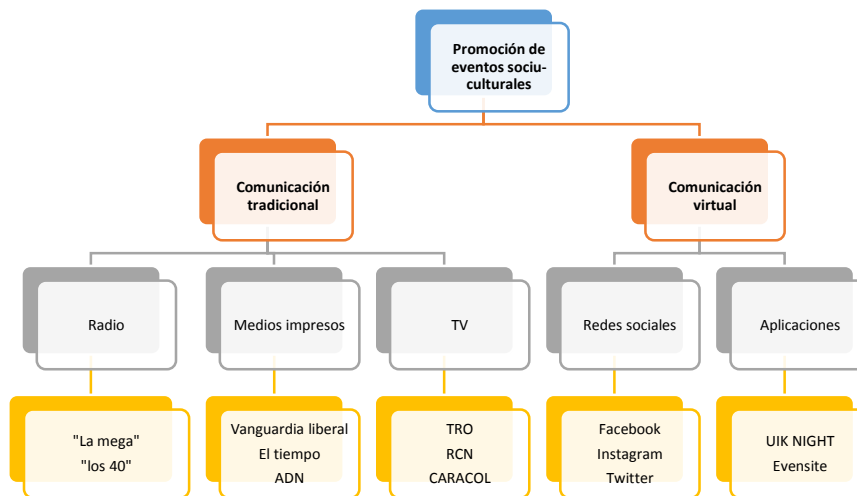
Es por esta razón que además de desarrollar una aplicación móviles se debe hacer énfasis en promoción de está dentro de la sociedad, con el fin de generarle confianza al cliente a la hora de usarla, por eso muchas de las aplicación que tienen gran participación hoy en día son sencillas y practicas a la vez ya que han hecho de la aplicación una ayuda y no un problema. Por esto nace UIK NIGHT, una aplicación fácil sencilla y con información oportuna de los lugares de interés que ofrece la ciudad.

#### **2.2.1.4 Análisis de la demanda selectiva.**

El sector promoción y difusión de eventos socioculturales enfatizados en el área de restaurantes presentan variedad de alternativas ya que se encuentra los medio tradicional y los medios virtuales (como se aprecias en la Ilustración 4), donde está tiene alta demanda en la creación de aplicaciones en diferentes áreas de mercado, donde muchas de estas tratan de solucionar una problemática de forma práctica y rápida; es el caso de las redes sociales las cuales presentan una gran participan en el mercado, por el contrario las aplicaciones que divulguen

información de restaurantes tiene poco existencia. Es por esta razón que se crea la aplicación UIK NIGHT, la cual contiene información de restaurantes, bares, discotecas y zonas culturales las cuales informarán al usuario de forma gratuita los planes y promociones que ofrece la ciudad.

**Ilustración 4.**  
**Demanda selectiva**



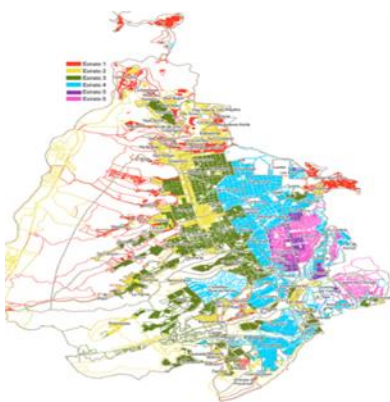
Fuente: Autores.

#### 2.2.1.5 Segmentación.

La aplicación cuenta con dos mercados principalmente, uno de estos son los usuarios, los cuales adquieren la aplicación de forma gratuita, estos están comprendidos por las edades de 18-60 años los cuales deben también pertenecer a los estratos de 4,5 y 6 como se muestra en la ilustración 5 y Tabla 3, ya que tiene un poder de adquisición acorde a los perfiles de los restaurantes pertenecientes a la aplicación; en segundo lugar se encuentra los clientes los cuales proporcionan un pago a la aplicación con el propósito de estar inscritos ella, estos

establecimientos están comprendidos por restaurantes, bares, discotecas y zonas culturales que presenten algo exclusivo en comparación a lo convencional, teniendo como con las claridad las características que muestran los perfiles, ya que se desea mostrar los mejores lugares que ofrece la ciudad.

**Ilustración 5.  
 Población objetivo**



Estrato	2011	2012
1	14.792	14.362
2	24.805	24.702
3	45.634	46.920
4	49.003	50.075
5	7.038	7.089
6	12.010	12.437
<b>TOTAL</b>	<b>153.282</b>	<b>155.585</b>

EDADES	POBLACION 2012
20-24	46400
25-29	48823
30-34	42400
35-39	34689
40-44	34142
45-49	35741
50-54	31643
55-59	24904
<b>TOTAL</b>	<b>298742</b>

Fuente: (PNUD, 2012) (Liberal, Vanguardia Liberal, 2014).

**Tabla 3.**  
**Perfiles de establecimientos**

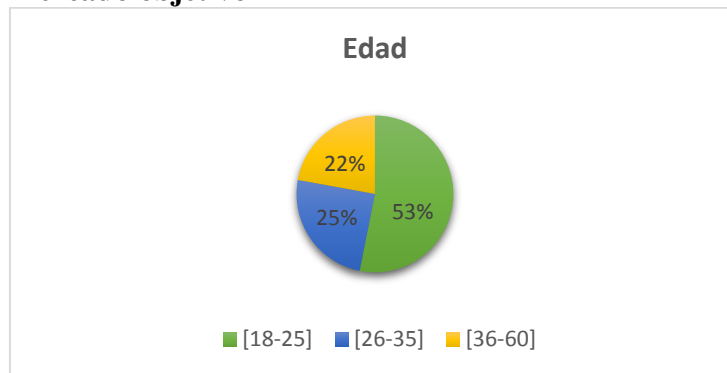
<b>ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES</b>		<b>CARACTERÍSTICAS</b>
<b>Restaurantes</b>		
Restaurantes	Son establecimientos con un concepto claro en el ámbito gastronómico, el cual presenta un ambiente adecuado y platos de buena calidad a precios accesibles para los comensales.	
Restaurantes Plus	Son establecimientos con un concepto bien definido en el ámbito gastronómico, además de presentar un ambiente de confort acorde a la filosofía del mismo, ofreciendo platos de primera mano a los comensales.	
<b>Establecimientos nocturnos</b>		
Snack-bar	En este lugar se dedica al expendio de alcohol para diferentes productos ya sea nacionales e internacionales pero sin ofrecer un producto original del establecimiento.	
Bares y Discotecas	Estos establecimientos además de ofrecer bebidas alcohólicas comerciales también ofrecen productos creados por ellos mismo creando a su vez un ambiente particular al estilo del establecimiento.	

Fuente: Autores.

### **2.2.1.6 Definición del mercado objetivo**

Como se puede apreciar en la Ilustración 6 el mercado objetivo está comprendido por las personas jóvenes mayores edades comprendidos entre las edades de 18 a 25 años las cuales están diariamente estén navegando en sus celulares, donde está población les gusten están atento de los eventos que presente la ciudad, como promociones, aperturas de restaurante atractivos y novedosos de la ciudad

**Ilustración 6.**  
**Mercado objetivo**



Fuente: Autores

### 2.2.1.7 Productos Sustitutos y Complementarios

**Tabla 4.**  
**Apps sustitutas y complementarias**

SUSTITUTOS	COMPLEMENTARIOS
<p><b>Evensite</b></p> <p>Al presentar una aplicación el cual anuncia eventos de las festividades nacionales podría abarcar el nicho de mercado para entidades privado y no solamente público.</p>	<p><b>Apetitos</b></p> <p>Al presentarse como una nueva propuesta de origen regional hace más fácil la conexión de nuevos proyectos con los propósitos que se genere un beneficio para ambas partes participantes.</p>
<p><b>Guru</b></p> <p>Al tener muchos establecimientos comerciales ya inscritos a la aplicación hace más fácil la agregación de una nueva herramienta la cual podría ser informar los eventos que presenta algunos establecimientos por un precio adicional.</p>	<p><b>Waze</b></p> <p>Al ser una aplicación exitosa en temas de localización podría ayudar al momento de encontrar un establecimiento y como llegar a este lo cual sería beneficioso para ambas partes.</p>
<p><b>Facebook apps</b></p>	<p><b>Hellofood</b></p>


Al estar muy bien posicionada en el mercado como red social, hace que pueda implementar un nuevo elemento el cual se especifique en no solamente personas naturales sino que también en entidades comerciales como son los restaurantes, bares, discotecas.



Al tener presencia en 41 países puede ser satisfactoria el intercambio de contactos que presenta esta gran aplicación donde si el clientes desea realizar un domicilio lo pueda realizar por medio de esta aplicación, es decir se crearía una alianza.


Fuente: Autores



2.2.1.8 Análisis de la Competencia

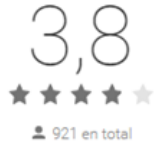
Tabla 5.  
Competencia Apps

Nombre de la App	Descripción	Fortalezas	Debilidades
	<p><b>Nombre de la App:</b> LaBonoteca  <b>Nombre de la Empresa :</b> <u>e-volution</u>  <b>Año de desarrollo:</b> 25 de marzo de 2014  <b>Descarga:</b> Gratuita</p> <p><b>Descripción:</b> Encuentra descuentos al instante en Comidas, Belleza &amp; Salud, Entretenimiento, Gimnasios, Hoteles, y mucho más! todos los días aparecerán nuevos establecimientos y promociones para redimir!</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>↳ Plataforma fluida.</li> <li>↳ Habilitada para Android y iOS.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>↳ Diseño poco agradable.</li> <li>↳ Poca información.</li> <li>↳ Pide muchos datos personales.</li> </ul>

 <p><b>Eventsite</b> Calificación de Usuarios 3,9 ★★★★☆ 331 en total</p>	<p><b>Nombre de la App:</b> Eventsite <b>Nombre de la Empresa :</b> Eventsite S.A.S <b>Año de desarrollo:</b> 17 de diciembre de 2014 <b>Descarga:</b> Gratuita</p> <p><b>Descripción:</b> Eventsite es una aplicación móvil que integra las principales Festividades Nacionales con los diferentes sitios de cada ciudad, permitiendo conocer el contenido completo de cada evento o lugar que visites, entérate de Horarios, Noticias, Promociones, ubicaciones, boletería, además del contenido especial para la: Feria de Manizales, Feria de las flores Medellín, Carnaval de Barranquilla, Carnaval de Blancos y Negros Pasto, Feria Bonita Bucaramanga, Festival de la Leyenda Vallenata de Valledupar, Feria Nacional de la Ganadería Córdoba.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>↪ Se encuentra con información de actividades a nivel nacional.</li> <li>↪ Habilitada para Android y iOS.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>↪ No está actualizada.</li> <li>↪ No hay fluidez en la aplicación.</li> <li>↪ Los mapas que posee la App presentan problemas.</li> <li>↪ Interfaz lenta y tediosa.</li> <li>↪ Falta de información sobre el evento (precios).</li> <li>↪ No hay desarrollo para Windows Phone.</li> </ul>
 <p><b>Hellofood</b> Calificación de Usuarios 3,8 ★★★★☆ 18.767 en total</p>	<p><b>Nombre de la App:</b> Hellofood - Comida a domicilio <b>Nombre de la Empresa :</b> Hellofood.com <b>Año de desarrollo:</b> 14 de enero de 2015 (actualización) <b>Descarga:</b> Gratuita</p> <p><b>Descripción:</b> Dale un toque, elige, y disfruta de una deliciosa comida de muchos de los restaurantes que hay alrededor de tu localidad con Hellofood. Tu servicio único de comida a domicilio ¡Una app, una cuenta, más de 41 países! Y todo esto ¡GRATIS! Si te gusta la comida china, italiana, ensaladas, pizza, sushi, hamburguesas, o cualquier otra de tus cocinas favoritas. Pidiendo a través de la app gratis de Hellofood te garantizará que tu comida será enviada rápidamente, caliente y deliciosa. Disponible en Perú,</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>↪ Es útil en 20 países.</li> <li>↪ Interfaz fluida y fácil para el usuario.</li> <li>↪ Diversidad de Restaurantes para escoger.</li> <li>↪ Habilitada para Android y iOS.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>↪ Diseño poco llamativo.</li> <li>↪ En ocasiones los pedidos son más demorados por esta App que por vía telefónica.</li> <li>↪ No hay desarrollo para Windows-Phone.</li> <li>↪ Muy tediosa la búsqueda.</li> </ul>

	<p>Argentina, Colombia, Chile, México, ,Brasil Singapur, Arabia Saudí y muchos más</p>		
 <p><b>Calificación de Usuarios</b></p> <p>4,5</p> <p>★★★★★</p> <p>38 en total</p>	<p><b>Nombre de la App:</b> Ahí esta  <b>Nombre de la Empresa :</b> Agencia Tok  <b>Año de desarrollo:</b> 26 de noviembre de 2014  <b>Descarga:</b> Gratuita</p> <p><b>Descripción:</b> Ahí esta App." es una aplicación, que te muestra la información de tus lugares favoritos, promociones, descuentos, premios, menú etc. Puedes seleccionar, el negocio y cupón que satisfaga tus necesidades, después lo muestras por tu celular en el negocio, válidalo y disfruta, también lo puedes utilizar para el servicio a domicilio, si así lo dice el cupón, Ahorra dinero y tiempo. "Ahí está" es una gran aplicación ya que tendrás todas las promociones, concursos, premios, etc. de tu ciudad en tus manos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>↪ App fluida.</li> <li>↪ Habilitada para Android y iOS.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>↪ No tiene un concepto definido.</li> <li>↪ Diseño poco acorde al contenido que ofrece.</li> <li>↪ Poco contenido.</li> <li>↪ No hay desarrollo para Windows-Phone.</li> </ul>

 <p><b>Calificación de Usuarios</b></p> <p>4,7</p> <p>★★★★★</p> <p>84 en total</p>	<p><b>Nombre de la App:</b> Appetitos  <b>Nombre de la Empresa :</b> Appetitos  <b>Año de desarrollo:</b> 23 de enero de 2015  <b>Descarga:</b> Gratuita</p> <p><b>Descripción:</b> aplicación para el teléfono que te permite pedir tu comida a Domicilio con un solo click, y funciona así: Abre la aplicación y busca tu restaurante favorito o el más cercano según tu ubicación actual, revisa el menú, selecciona tu plato y si tienes alguna observación la puedes realizar, y pulsa en pedir domicilio para finalizar tu orden, además de eso cuando el restaurante lo confirme, Appetitos te enviará una notificación al teléfono. También podrás realizar nuevamente uno o más de tus últimos pedidos favoritos pulsando en volver a pedir.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>↪ Diseño agradable.</li> <li>↪ App Fluida.</li> <li>↪ Habilitada para Android y iOS.</li> <li>↪ Concepto bien definido.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>↪ No hay desarrollo para Windows-Phone.</li> <li>↪ Muy tediosa la búsqueda.</li> <li>↪ Le falta mayores participantes en la App (usuarios como clientes).</li> <li>↪ No tiene una propuesta de valor a comparación de su competencia directa (hellofood).</li> </ul>
 <p><b>Calificación de Usuarios</b></p>	<p><b>Nombre de la App:</b> Guru  <b>Nombre de la Empresa :</b> Publicar  <b>Año de desarrollo:</b> 15 de enero de 2015 (actualización)  <b>Descarga:</b> Gratuita</p> <p><b>Descripción:</b> Guru es una aplicación móvil de fácil uso donde podrás encontrar toda la información local que necesitas de tu ciudad o cerca de ti. Cuántas veces has necesitado ubicar rápidamente un restaurante, un café, una notaría o un centro comercial? Ahora con el aplicativo Guru, consultar información alrededor tuyo es muy sencillo, basta con indicar qué estás buscando y Guru ubicará las empresas que ofrecen el producto o</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>↪ Basta información de establecimientos.</li> <li>↪ App sencilla</li> <li>↪ Útil por sus mapas (muestra lugares cercanos a donde puede ir la persona a "x" establecimiento)</li> <li>↪ Habilitada para Android y iOS.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>↪ Demasiado rígida y pesada</li> <li>↪ Poco amigable con el usuario.</li> <li>↪ No hay desarrollo para Windows-Phone.</li> </ul>

 <p>3,8 ★★★★☆ 921 en total</p>	<p>servicio que necesitas y están próximos a tu ubicación.</p>		
---	--	--	--

Fuente: Autores

- De acuerdo al análisis de competencia se puede establecer que la competencia directa estaría dado por la La Bonoteca la cual se encarga de enunciar las promociones de diferentes restaurante y Eventsite que se encarga de informar sobre las actividades culturales de las diferentes ciudades de Colombia.
- Dentro de las fortalezas que se demarcaron entre los servicios sustitutos y complementarios se mostró que la plataformas iOS y Android son las más usadas dentro del mercado. Mientras que en las debilidades más demarcadas se encontró que los diseños son poco agradables, intuitivos y en ocasiones hay una falta de contenido por parte de la App.
- Gracias al estudio del análisis de la competencia se puede tener presente que la aplicación UIK NIGHT debe tener un diseño atractivo, agradable, con información relevantes de los establecimientos pero teniendo cuidado de que no sea demasiada, además de poderse descargar en las tiendas de IOS y Android.

## **2.3 Medición Del Mercado**

### **2.3.1 Estimación del potencial de mercado.**

Según los resultados obtenidos gracias a las encuestas realizadas, se puede analizar que la aceptación por parte de la comunidad bumangués quienes son los usuarios estarían dispuestos a

descargar la aplicación UIK NIGHT de forma gratuita con un 89% del total de encuestados; por otra parte los clientes con un 84% estarían dispuestos a pagar por la aplicación la cual difunde información promocional de su negocio.

### 2.3.1.1 Estimación de las ventas de la industria

Por medio del informe del primer trimestre de 2014 del PIB (Ilustración 7), Colombia creció 6,4% con relación al mismo trimestre de 2013 en sector de comercio, reparación, restaurante y hoteles. Frente al trimestre inmediatamente anterior, el PIB aumentó 2,3%. por otra parte el comportamiento del PIB por ramas de actividades económicas, obtuve una variación del 5,6% en el sector de comercio, reparación, restaurante y hoteles y respecto al cuarto trimestre del 2013 tuvo un aumento del 0,3%.

**Ilustración 7.**  
**Sector objetivo**

Ramas de actividad	Variación porcentual
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	6,1
Explotación de minas y canteras	5,6
Industrias manufactureras	3,3
Suministro de electricidad, gas y agua	3,1
Construcción	17,2
Comercio, reparación, restaurantes y hoteles	5,6
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	4,5
Establecimientos financieros, seguros, actividades inmobiliarias y servicios a las empresas	6,0
Actividades de servicios sociales, comunales y personales	6,3
<b>Subtotal valor agregado</b>	<b>6,3</b>
Impuestos menos subvenciones sobre la producción e importaciones	7,7
<b>PRODUCTO INTERNO BRUTO</b>	<b>6,4</b>

Fuente: (DANE, 2014)

Gracias a la investigación realizada por base la cámara del comercio COMPITE 360 (Ilustración 8) , se pudo conocer que en el sector de servicio de comida y bebida presenta una

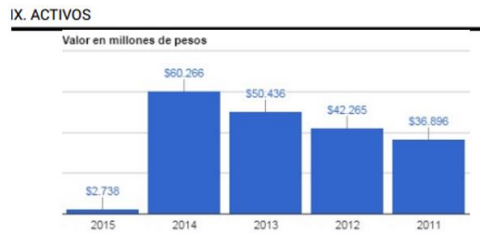
población total de 2.911 empresas, las cuales han tenido un crecimiento 15,98 % en la ciudad de Bucaramanga, donde este dato es tomado de la empresas activas entre 1 enero 2014 al 23 febrero del 2015; donde analizando los activos que se tuvieron en el 2014 fueron de \$60.266 millones de pesos y los pronósticos apunto en superar este acumulado que hasta la fecha es de 2.738 millones de pesos ya que se han creado 112 empresas nuevas.

### Ilustración 8. Comportamiento de restaurante.

III. EMPRESAS ACTIVAS				IV. NUEVAS EMPRESAS			
Número de empresas		Crecimiento		Número de empresas		Crecimiento	
2015	2.910	2014-2015*	15.98%	2015	112	2014-2015*	85.24%
2014	2.509	2013-2014	16.54%	2014	759	2013-2014	18.59%
2013	2.153	2012-2013	16.44%	2013	640	2012-2013	36.17%

Nota(\*) Los valores corresponden a las empresas activas entre el 1 de ene. del 2014 y lunes, 23 de febrero del 2015 frente al mismo periodo del año anterior.

Nota(\*) Los valores corresponden a las empresas activas entre el 1 de ene. del 2014 y lunes, 23 de febrero del 2015 frente al mismo periodo del año anterior.

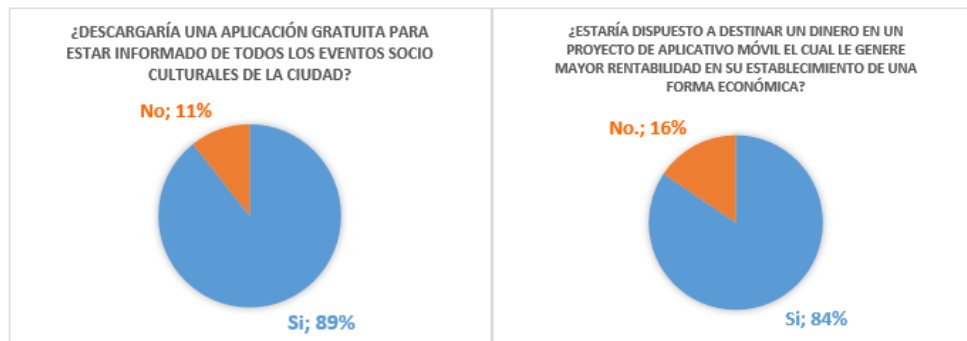


Fuente: (Comercio, 2015)

#### 2.3.1.2 Pronóstico de ventas para la idea de negocio

Teniendo en cuenta que la aplicación UIK NIGHT está dada por los usuarios los cuales descargan la app y hacen uso del contenido, por otro lado están los clientes los cuales son todos los establecimientos (restaurantes, bares, discotecas y zonas sociales) que proporcionaran la información necesaria para darle robustez a este servicio innovador. Según la Ilustración 9 se muestra los resultados del posible pronóstico por parte del mercado objetivo.

**Ilustración 9.**  
**Estimación de clientes**



Fuente: Autores

Como se puede observar en la Ilustración 9 se acierta el 89% de los usuarios estarían dispuestos a descargar la aplicación y el 84% de los clientes esta dispuestos destinar recursos económicos al servicio UIK NIGHT, por lo tanto se puede analizar que los establecimientos son cada día más conscientes de la importancia del marketing para darse a conocer en un mercado competitivo.

## 2.4 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE LA FACTIBILIDAD DEL MERCADO

El mercado objetivo está enfocado a personas jóvenes mayores de edad quienes presentan un continuo uso de aplicaciones móviles, que su vez les gustan asistir a lugares novedosos y originales que tiene la ciudad de Bucaramanga.

Se debe aclarar que el mercado referente a los clientes debe estar regido por las perfiles que se muestran en la Tablas 3, ya que la aplicación desea tener una filosofía específica con el propósito de ser diferenciadora a una posible competencia.

Partiendo de la encuesta realizada a la ciudad de Bucaramanga y a los establecimientos comerciales los cuales fueron segmentos acorde al perfil propuesto, se pueden encontrar los siguientes resultados: una aceptabilidad por parte de los establecimientos comerciales del 84 % los cuales afirman la participación en la aplicación UIK NIGHT; por otra parte la sociedad encuestada afirma que el 89% se encuentran interesados en descargar la aplicación y hacer uso de ella.

La idea de negocio posee estrategias de marketing fuertes las cuales ayudarán que la penetración del mercado objetivo (entretenimiento) sea eficiente, a pesar de no tener una competencia fija enfocada en el mismo nicho de mercado, pero si presentan unas posibles empresas sustitutas y complementarias las cuales podrían ser un posible competidor a futuro, como muestra la Tabla 5.

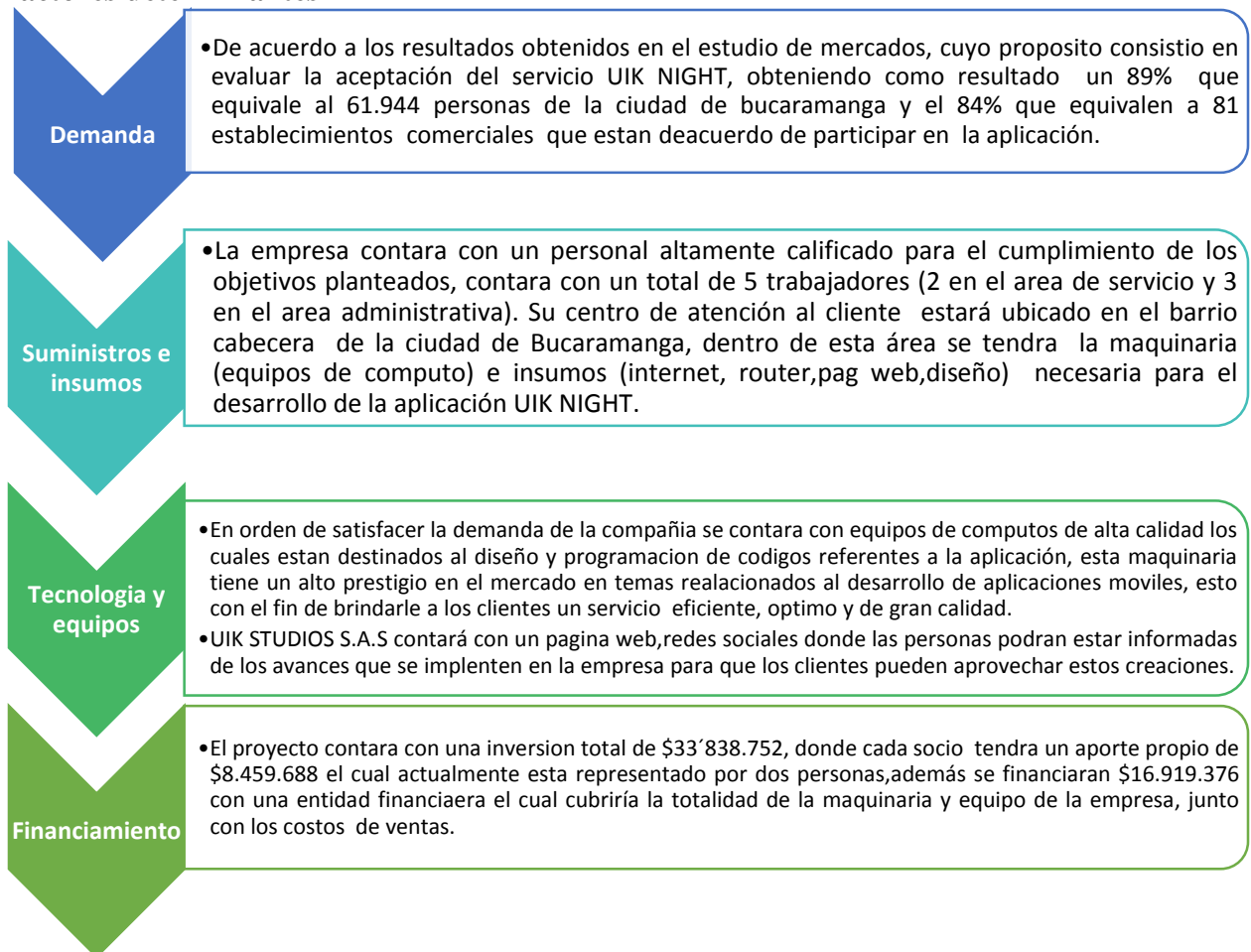
### 3 MODULO TECNICO

#### 3.1 Tamaño del Proyecto

##### 3.1.1 Factores que determinan el tamaño de un proyecto

Los factores que se presenta en la ilustración 10, hacen referencia funcionamiento de la organización en el área administrativa y operativa.

#### Ilustración 10. Factores determinantes



Fuente: Autores.

## 3.2 Capacidad del proyecto

### 3.2.1 Capacidad total diseñada

Para la atención de los establecimientos comerciales se tendrá un personal el cual estará encargado de la inscripción de los establecimientos y el mantenimientos de la información de cada uno de ellos inscritos, donde se tiene una población total de 96 establecimientos como se puede apreciar en la ilustración 11, donde la capacidad máxima en horas de cumplir sus funciones es de 672 establecimientos lo cual nos deduce que se alcanzara a suplir la población actual con los equipos que actualmente contemplados.

En cuanto al horario laboral, el personal tendrá un horario contemplado de 8 am – 12 am y 2 pm – 6 pm de lunes a sábado (medio día).

#### **Ilustración 11. Capacidad instalada.**

DEMANDA ESTIMADA AL MES	CAPACIDAD DE DEMANDA MAXIMA AL MES
•96 Establemcientos comerciales	•672 establemcientos comerciales

Fuente: Autores

### **3.2.2 Capacidad instalada**

Con base en los resultados obtenidos a través de la encuesta semi-asistida, se dio a entender que el 89% de la población y el 84 % de los establecimientos comerciales están interesados en participar en la aplicación UIK NIGHT, que equivale al 61.944 personas de la ciudad de Bucaramanga y 81 establecimientos comerciales (restaurantes, bares y discotecas); para suplir esta demanda es necesario tener una gran capacidad de atención, que está compuesta por un equipo como lo muestra la Tabla 9. Que ofrece todas herramientas necesarias para generar programación y diseño de aplicaciones móviles, el cual estará encargado un tecnólogo quien tendrá la supervisión de un director de desarrollo, estos serían los elementos esenciales para la generar el servicio UIK NIGHT.

### **3.2.3 Capacidad utilizada y proyectada.**

Según el estudio de mercados se observó que el producto presenta una alta acogida por su grado de innovación, pero se desea ser realista con el posible consumo, razón por la cual se estima una satisfacción de la población de 30% representado en 29 establecimientos al mes inscritos en la aplicación UIK NIGHT.

### **3.3 Localización**

#### **3.3.1 Micro localización**

Geográficamente el proyecto estará ubicado en Colombia en el departamento de Santander, en la ciudad de Bucaramanga donde se localiza nuestro mercado objetivo.

Durante los últimos años la ciudad de Bucaramanga registra las tasas más altas de crecimiento en su producto interno bruto, una baja tasa de desempleo, disponibilidad de mano de obra e insumos, además Santander cuenta con vías que la comunican con el resto del país y una vía fronteriza con Venezuela. Por las anteriores razones se escoge la ciudad de Bucaramanga para llevar a cabo la realización de la idea de negocio, por ser una ciudad emprendedora, generando grandes apartes a sector de la TIC.

La localización de la empresa es muy importante y de gran relevancia para la viabilidad del proyecto o de la idea de negocio, ya que factores como transporte, la infraestructura, cercanía con al sector comercial, entre otros, puede verse afectados por la localización. Es por esto que en la Tabla 6 Factores Objetivos y Tabla 7 Factores Subjetivos, influyen en la decisión de elegir el lugar más indicado para la empresa.

Es importante para la empresa UIK STUDIO S.A.S., presente una oficina agradable al cliente el cual demuestre un estilo propio, innovación y tecnología en su decoración, a su vez suministrando un espacio amplio agradable para el personal que conforma la empresa, con el fin de crear el mejor funcionamiento en la compañía.

De acuerdo al método de “Brown & Gibson” (Ver Anexo F), el cual nos permite eliminar aquellas alternativas que no cumplen con los requisitos mínimos exigidos a la localización del proyecto, se determinaron los factores objetivos y subjetivos de mayor importancia para determinar el punto estratégico de la zona de operación para la empresa UIK STUDIO S.A.S.

**Tabla 6.**  
**Factores objetivos**

Factores Objetivos	Descripción
<b>Arriendo</b>	Se necesita un valor no muy elevado para que no se incurran en altos gastos de arriendo. Pero que se encuentre cerca al área comercial.
<b>Servicios Públicos</b>	Valor acorde al sector.
<b>Impuestos</b>	Importante contar con un área donde los impuestos sea acorde al sector.

Fuente: Autores.

**Tabla 7.**  
**Factores subjetivos**

Factores Subjetivos	Descripción
<b>Seguridad</b>	Minimizar el riesgo de hurto de equipos de oficina y atraco a empleados.
<b>Cercanía</b>	Deberá ser centrado en las dimensiones de la ciudad, también tendrá que estar cercano a la zona comercial de Bucaramanga.

Infraestructura	Se necesita un lugar amplio agradable para el cliente y empleados, el cual cuente con las distribuciones adecuadas.
-----------------	---

Fuente: Autores.

La localización de la oficina de la empresa UIK STUDIO S.A.S estará ubicada tras obtener el mayor puntaje en el método de Brown & Gibson estará ubicado en el barrio de cabecera de la ciudad de Bucaramanga.

### **3.4 Estándares de Calidad**

Los estándares de calidad que se implementaran en la empresa serán en busca de la satisfacción del cliente brindándole un servicio óptimo que le resulte muy útil y agradable. Como UIK NIGHT es una empresa prestadora de servicios se buscara crear una aplicación y pagina web que resulten amigables para el usuario, de igual manera se piensa implementar y certificar la norma ISO 9001, que le dará a los clientes la seguridad y confianza en la empresa.

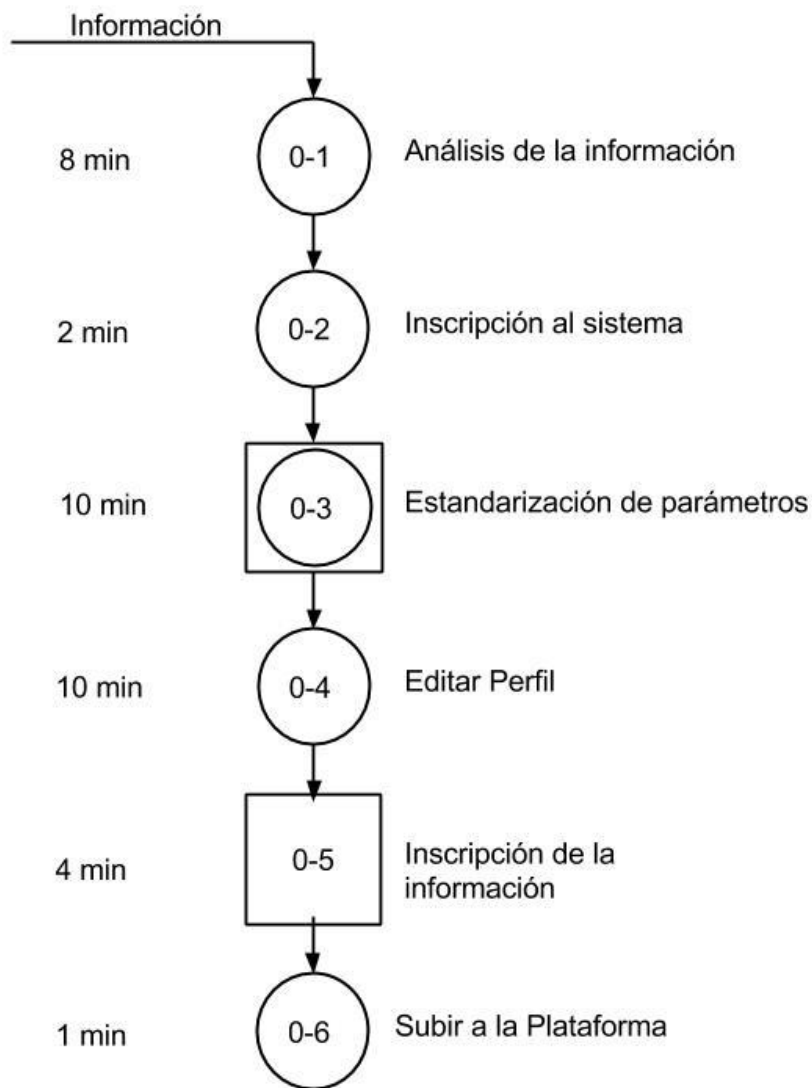
Para manejar buenas políticas calidad se piensa dejar en claro las normas que implican usar el servicio de UIK NIGHT. Los usuarios que queden molestos por alguna situación podrán quejarse en el buzón de sugerencias virtual donde serán analizados los reclamos y peticiones.

De igual manera se implementara a futuro un sistema de seguridad y salud en el trabajo con el fin de prevenir posibles riesgos a nivel laboral.

### **3.5 Descripción Técnica del Proceso y Diagrama de Operación**

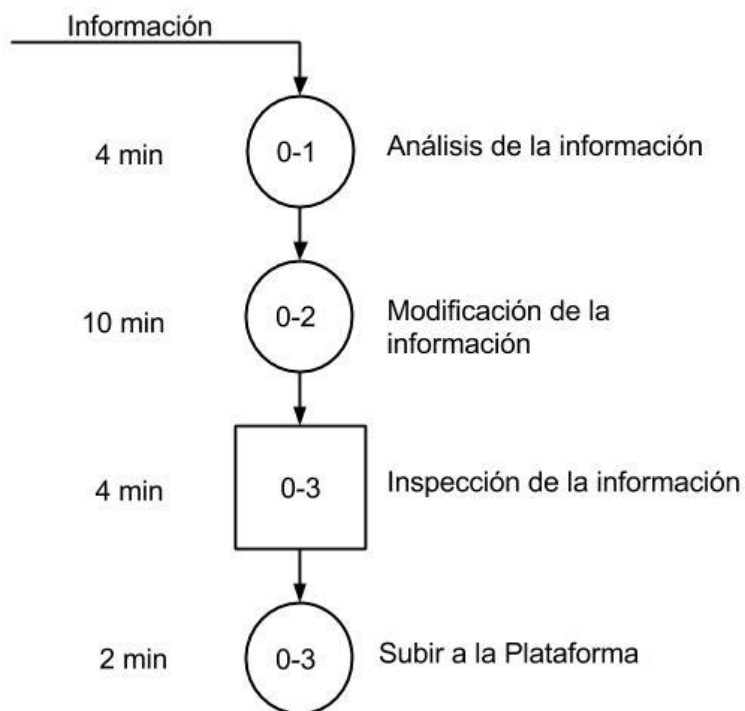
Para obtener el servicio de UIK NIGHT, es necesario estipular un procedimiento el cual especifique cada uno de las actividades que se prenden llevar a cabo para la adquirir el servicio, es por esto que un establecimiento público al pertenecer a nuestra aplicación debe realizar en primera instancia una inscripción, como lo muestra la Ilustración 12, el cual tiene un proceso total de 32 min; en segunda instancia se realizara un mantenimiento del perfil del negocio que contemplara posible cambios en anuncios publicitario, el cual tiene un procedimiento como se ve en la Ilustración 13, con un total de tiempo de 20 min en su mantenimiento; estas dos procedimientos estarán a cargo por el tecnólogo.

**Ilustración 12.**  
**Proceso de inscripción**



Fuente: Autores.

**Ilustración 13**  
**.Proceso de mantenimiento**



Fuente: Autores.

### 3.6 Recursos

#### 3.6.1 Recurso humano

Para lograr el éxito en todas las organizaciones es indispensable contar un talento humano altamente calificado y comprometido con está, un personal que garantice el adecuado servicio al

cliente. Como se presenta en la Tabla 8 en la cual se encuentra la mano de obra directa (MOD), es aquel personal que interviene directamente en la elaboración del producto y la mano de obra indirecta (MOID) que sirven de apoyo al servicio y al crecimiento de la organización en las áreas administrativas, comercio y financieras.

**Tabla 8.**  
**Mano de obra**

<b>Personal Vinculado</b>	<b>Cantidad de Personas</b>
<b>Gerente General</b>	1
<b>Director de Desarrollo</b>	1
<b>Director de Mercadeo</b>	1
<b>Vendedor</b>	1
<b>Tecnólogo</b>	1

Fuente: Autores.

### **3.6.2 Recurso físico y virtual**

Hace referencia a los bienes tangibles utilizados por la empresa para el buen funcionamiento tanto para el área administrativa como el área de producción.

En el **Anexo H (Ver Anexo H)** se especifica la ficha técnica de la maquinaria a utilizar, a continuación se presenta la maquinaria y herramientas a utilizar, las cantidades, su valor unitario y total que se requerirá para ejecutar el servicio de UIK NI

**Tabla 9.**  
**Recursos físicos y virtuales**

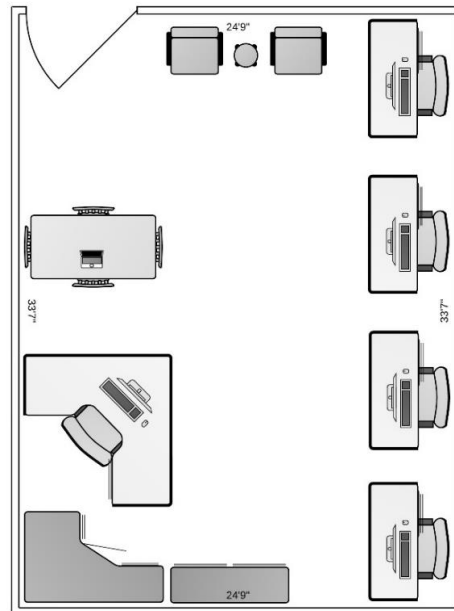
<b>Elemento</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Total</b>
<b>Escritorios</b>	\$ 131.920,00	5	\$ 659.600,00
<b>Archivadores</b>	\$ 269.900,00	2	\$ 539.800,00
<b>Sillas</b>	\$ 80.000,00	10	\$ 800.000,00
<b>Portátil Dell</b>	\$ 1.561.008,00	3	\$ 4.683.024,00
<b>IMac</b>	\$ 2.839.920,00	2	\$ 5.679.840,00
<b>Impresora</b>	\$ 670.000,00	1	\$ 670.000,00
<b>Teléfono</b>	\$ 33.000,00	5	\$ 165.000,00
<b>Router</b>	\$ 146.500,00	1	\$ 146.500,00
<b>TOTAL</b>			\$ 13.343.764,00

Fuente: Autores.

### 3.7 Distribución de oficina

La distribución de la oficina de la empresa UIK STUDIO S.A.S se puede apreciar en la ilustración 14 la cual está contemplada de la siguiente manera, una línea paralela la cual estará ubicada el director de desarrollo, el tecnólogo, el director de mercadeo y el vendedor; cada uno de ellos con su respectivo escritorio y equipo de cómputo; al frente de la puerta se encuentra el área del gerente de la empresa donde también encuentra con todos los implementos laborales. Cabe resaltar que ninguna de las áreas de la oficina tiene divisiones ya que se maneja una filosofía abierta la cual mejora el trabajo en equipo.

**Ilustración 14.**  
**Distribución de planta.**



Fuente: Autores.

### 3.8 CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO

- La empresa UIK STUDIO en su proceso de servicio requiere contar con un personal calificado, comprendido por 5 trabajadores, los cuales 2 de estos hacen parte del desarrollo y servicio técnico del producto y 3 en el área administrativa – venta; el personal debe estar a la vanguardia del mercado e innovar con la creación de nuevos elementos, además se contará con máquinas que faciliten estos objetivos con el propósito de satisfacer la demanda de clientes contando con buena calidad en términos de servicio al cliente.

- Para la ubicación se eligió el barrio de cabecera, una localización agradable para el empleado y los clientes, esto con el fin de generar centralidad en términos de distancia y mayor influencia comercial.

## **4 MODULO ORGANIZACIONAL**

### **4.1 ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA**

#### **4.1.1 Declaración de la misión**

UIK STUDIO S.A.S tiene como misión dar a soluciones tecnológicas innovadoras a las diferentes empresas que presenten problemas por medio herramientas didácticas y un equipo de profesionales en tecnología de informática y empresarial altamente competitivo, donde ofrecemos nuestros servicios a nivel nacional.

#### **4.1.2 Declaración de la visión**

Para el 2018 ser una empresa reconocida a nivel nacional por su liderazgo, creatividad, competitividad e innovación en los procesos, manteniendo a su vez una excelente calidad en sus servicios de desarrollo tecnológico-empresarial, generando relaciones duraderas con nuestros clientes, proveedores y nuestra gente.

#### **4.1.3 Formulación de objetivos y estrategias**

Los objetivos que se pueden apreciar en la ilustración 15 fueron formulados de acuerdo a la investigación de mercado que se realizó por medio de encuestas semi asistidas, también

teniendo en cuenta el análisis del marco teórico del sector, donde en cada objetivo se generó sus respectivas estrategias de cumplimiento.

**Ilustración 15.**  
**Objetivos y estrategias**

Objetivos	Estrategias
<input type="checkbox"/> Ofrecer un servicio innovador en el mercado, con excelentes estándares de calidad.	<input type="checkbox"/> Mejoramiento continuo de cada uno de los procesos del servicio, para garantizar un excelente servicio al cliente.
<input type="checkbox"/> Captar el 30% de la población objetivo en clientes.	<input type="checkbox"/> Implementar estrategias de marketing digital, a su vez destinar un gran porcentaje en promoción y publicidad.
<input type="checkbox"/> Proponer la creación de nuevos eventos socio culturales en la ciudad de Bucaramanga.	<input type="checkbox"/> Sensibilizar a los establecimientos públicos de la necesidad y la oportunidad de negocio que se encuentra en el sector de eventos.
<input type="checkbox"/> Generar la recordación de marca por parte de nuestros dos mercados clientes y usuarios.	<input type="checkbox"/> Estar presente e informados de todos los eventos de la ciudad, con el fin de prestar el mejor servicio posible.
<input type="checkbox"/> Incentivar el uso de aplicaciones móviles en personas que rechazan esta forma de informar.	<input type="checkbox"/> Desarrollar aplicaciones interactivas, fáciles y sencillas en su manejo.

Fuente: Autores.

**4.1.4 Descripción del Equipo Emprendedor**

Para ser emprendedor se debe tener algunas cualidades o atributos ya sean creados por su personalidad o por conocimientos académicos, como se puede observar en Tabla 10 y 11, muestra los aspectos predominantes de cada uno de los emprendedores, donde estas cualidades

fueron asignadas por las competencias que presenta un ingeniero industrial y finalizando en la Ilustración 16, muestra un resumen del perfil de cada emprendedor.

**Tabla 10.**  
**Perfil equipo emprendedor (aspecto académico)**

Atributos Académicos	Control De Calidad	Mercadeo	Planeación De Proyectos	Finanzas	TIC
Jeilys Carolina Santana Hernandez					
Henry Fabian Suarez Díaz					

Fuente: Autores.

**Tabla 11.**  
**Perfil del equipo emprendedor (aspectos personales)**

Atributos Académicos	Tecnología	Hábitos De Negocio	Conocimiento Técnico	Liderazgo	Creatividad	Sentido De Pertenencia
Jeilys Carolina Santana Hernandez						
Henry Fabian Suarez Díaz						

Fuente: Autores.

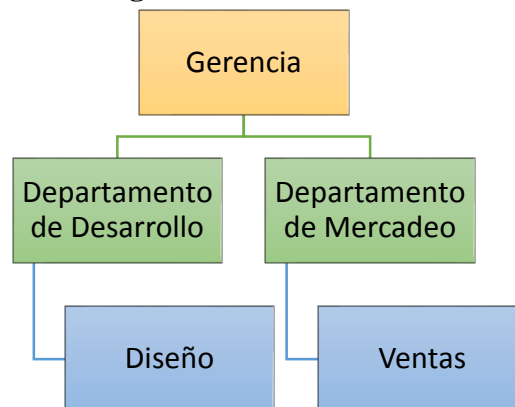
**Ilustración 16.**  
**Perfil del equipo emprendedor**

<b>Jeilys Carolina Santana Hernández</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Ingeniera Industrial con capacidades de liderazgo, con habilidades de direccionar los aspectos comerciales y financieros de la empresa, creando a su vez estrategias operacional y organizacional; además cuenta con un gran conocimiento técnico en el área de servicio y en el área de calidad de la</li> </ul>
<b>Henry Fabian Suarez Diaz</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Ingeniero industrial con habilidad en los negocios, capacidad social de establecer relaciones con los clientes , además de ser el encargado de desarrollar estrategias y campañas para la empresa, a su vez tiene gran conocimientos en temas de TIC.</li> </ul>

Fuente: Autores.

#### 4.1.5 Estructura organizacional

**Ilustración 17.**  
**Estructura organizacional**



Fuente: Autores

#### 4.1.6 Definición de la planta de personal.

##### 4.1.6.1 Forma de contratación

Cada uno de los empleados pertenecientes a UIK STUDIO S.A.S tendrá un contrato a término fijo con duración de un año, a los cuales se les contemplara las prestaciones sociales de ley como son cesantías, primas, vacaciones. Se firmara un formato de contrato donde estará especificado todas aquellas actividades y funciones que deberá cumplir y de igual forma deberá ser firmado tanto por empleado como por la empresa.

Todo el personal que conforma la compañía tendrá un horario de 8 am – 12 am y 2:00 pm – 6:00 pm, teniendo una hora y media de almuerzo al media día.

**Tabla 12.**  
**Estructura salarial**

Persona Vinculado	Cantidad de Personas	Salario Mensual por Persona	Axulio de Transporte	Prestaciones y Aportes	% de Comisiones	Total al Mes
Gerente General	1	\$ 1.300.000	\$ -	\$ 667.290,00	\$ -	\$ 1.967.290
Director de Desarrollo	1	\$ 1.000.000	\$ 74.000	\$ 513.300,00	\$ -	\$ 1.587.300
Director de Mercadeo	1	\$ 1.000.000	\$ 74.000	\$ 513.300,00	\$ 257.713	\$ 1.845.013
Vendedor	1	\$ 644.350	\$ 74.000	\$ 330.744,86	\$ 257.713	\$ 1.306.807
Tecnologo	1	\$ 644.350	\$ 74.000	\$ 330.744,86	\$ -	\$ 1.049.095
<b>Total de Nomina</b>						<b>\$ 7.755.505</b>

Fuente: Autores.

La cancelación de los sueldos se realizara quincenalmente, con cinco días hábiles para realizar el pago; de los cuales se les descontaran los aportes sociales que se deben realizar a Salud, Pensión y riegos profesionales.

#### 4.1.7 Descripción de cargos

Al emplear cada uno de los cargos necesario para el funcionamiento de la empresa, se crearon perfiles acordes a las necesidades, los cuales deberán cumplir con unas habilidades, competencias, experiencia laboral y formación profesional para la obtención de cargo. Como se muestra en el manual de funciones. **(Ver Anexo F)**.

## 4.2 PROCEDIMIENTO Y COSTOS DE CONSTITUCIÓN

### 4.2.1 Estudio de homonimia

Para realizar el estudio de Homonimia, se consultó la página web [www.sintramites.com](http://www.sintramites.com), donde se revisó la disponibilidad del nombre “UIK STUIDIOS S.A.S”.

#### Ilustración 18. Consulta de homonimia.



Centro de Atención Empresarial

Inicio Acerca de los CAE Como Ser Empresario Tarifas Consulta de Documentos Registro de proponentes

**Consulta de Homonimia**  
Para el diligenciamiento de los formularios el usuario debe registrarse en el portal. Para ellos se debe solicitar algunos datos necesarios

Buscar Por Nombre **Buscar Por Palabra Clave**

Palabra clave  
UIK STUIDIOS **Buscar**

El Nombre 'UIK STUIDIOS' No Existe, Este Nombre Estará Sujeto A Revisión Posterior Por Parte De La Cámara De Comercio.  
La consulta de homonimia no encontró coincidencias.

Fuente: (Camara de comercia de Bucaramanga, 2015)

### 4.2.2 Tipo de sociedad y minuta de constitución

El tipo de sociedad que la empresa conformará es Sociedad por Acciones Simplificadas (S.A.S), mediante 2 personas Jurídicas. A continuación se presentan los beneficios y ventajas de implementar este tipo de sociedad (Finanzas personales, 2008):

- Permite contar con estatutos flexibles que se adapten a las condiciones y a los requerimientos de cada empresario.
- La responsabilidad de los socios se limita a sus aportes
- Las acciones pueden ser de distintas clases y series, como: acciones ordinarias, dividendo preferencial, con o sin derecho a voto, privilegiadas, con dividendo fijo o acciones de pago.
- Reduce costos, dado que no se requiere reformas estatutarias cada vez que el termino de duración societaria este próximo a caducar.
- No exige revisor fiscal, solo si los activos brutos sean o excedan el equivalente a tres mil salarios mínimos.
- Tramite de liquidación es más ágil
- Mayor flexibilidad en la regulación de los derechos patrimoniales

#### **4.2.3 Trámites ante la Cámara de Comercio y DIAN**

Para constituirse e inscribirse ante la cámara de comercio como persona jurídica, se debe generar los siguientes pasos:

Paso 1. Consultas: este procedimiento consta de definir en primera instancia el tipo de sociedad que se desea establecer, después determinar la denominación o razón social de la sociedad, también se debe hacer consulta de la actividades comerciales (CIU) que va ejecutar la empresa. Por otro lado se debe consultar la viabilidad de uso de suelo por posible restricción. Al final de procedimiento se generar un usuario y contraseña.

Paso 2. Elaboración del documento de constitución: realizar el documento privado para la sociedad, el cual podrá ser descargado desde la página oficial de la cámara de comercio ([www.sintramites.com](http://www.sintramites.com)), denominado modelo de constitución S.A.S.

Paso 3. Pago de impuesto de registro: se debe hacer pago a este impuesto con el fin de estar inscrito ante la cámara de comercio, esto se realizara en la Casa del libro.

Paso 4. PRE-RUT y formulario RUES: en este procedimiento será realizado principalmente por el representante legal de la sociedad, el cual deberá acudir a la entidad de la cámara de comercio y diligenciar el formulario PRE RUT y el RUES.

Paso 5. Pago e ingreso de la documentación: se debe hacer un pago en las ventanillas de la cámara de comercio, para que ellos analicen los documentos para la activación de la empresa.

Paso 6. Formulación del RUT: realizar ante la DIAN la certificación de existencia y representante legal, y certificación de apertura de una cuenta en una entidad financiera.

Paso 7. Industria y comercio: dentro de 5 días hábiles, realizar una consulta en el portal de la cámara de comercio y conocer su ficha técnica de establecimiento comercial (NIT).

Para conocer específicamente cada paso nombrado anteriormente Ver Anexo H. Requisitos para la inscripción.

#### 4.2.4 Otras regulaciones legales por tipo de empresa y de producto.

**UIK STUDIOS S.A.S** es una empresa que presta el servicio de UIK NIGHT (App móvil), el cual ofrece el servicio enfocado a la recreación de las personas en el ámbito socio-cultural de Bucaramanga, con el propósito de que los usuarios estén enterados de las diversas actividades que pueden realizar en la ciudad. Todo esto a través del aplicativo móvil que podrá ser descargado de forma gratuita, por esta razón se debe diligenciar el formato para constituir la empresa.

- Registro de Marca y Lemas comerciales

#### 4.2.5 Gastos de constitución

A continuación se presenta la relación de los gastos de constitución y gerencia del proyecto, para este ejercicio se realizó la pre- liquidación en la página web de sin tramites.

**Tabla 13.**  
**Valor de constitución**

<b>TRAMITE</b>	<b>VALOR</b>
<b>DERECHOS DE MATRICULA</b>	\$ 135.000
<b>CONSTITUCIÓN</b>	\$ 32.000
<b>IMPUESTO DE REGISTRO</b>	\$ 45.000
<b>TOTAL VALOR</b>	\$ 212.000

Fuente: (Centro de atención empresarial, 2015).

### 4.3 GESTIONES DE LEGALIZACIÓN TRIBUTARIA Y LABORAL

#### **4.3.1 Compromisos tributarios**

**UIK STUDIOS S.A.S** debe cumplir con los siguientes compromisos tributarios:

- Pago de impuestos sobre las ventas IVA
- Pago de Retenciones en la fuente
- Declaración de Renta
- Pago de Impuestos de industria y Comercio

#### **4.3.2 Estrategias para reducir la carga impositiva**

**UIK STUDIO S.A.S** se involucrara con la fundación “Soñar Despierto” de la ciudad de Bucaramanga, en donde anualmente donara el 1% de la utilidad neta de la empresa a los niños de esta institución, esto con el fin de hacer presencia del servicio UIK NIGHT en los diferentes eventos y contribuir al crecimiento de esta organización santandereana.

#### **4.3.3 Compromisos Laborales.**

**UIK STUDIOS S.A.S** maneja una serie de compromisos laborales y beneficios con sus empleados y los cuales son exigidos por la ley.

- Afiliación a una entidad prestadora del servicio salud
- Aseguradora de Riesgos profesionales *ARP* ( Denominación modificada por la Ley 1562 de 2012 a *ARL*)

- Caja de compensación
- Afiliación a un fondo de Pensiones y Cesantías
- Subsidio al Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (*ICBF*)
- Subsidio para el Servicio Nacional de Aprendizaje (*SENA*)

#### 4.4 CONCLUSIÓN DEL ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

**UIK STUDIO S.A.S** al ser una empresa nueva en el mercado le resulta de vital importancia reconocer e identificar los trámites legales necesarios para la constitución de la empresa y así mismo cumplir a cabalidad los diferentes compromisos tributarios y laborales exigidos por la ley, logrando evitar cualquier inconveniente legal que ocasione algún tipo de sanción.

Mediante el código laboral colombiano se le brindara seguridad a los trabajadores de la empresa, por medio de las cesantías, pensiones, vacaciones, parafiscales y afiliación a un sistema de salud, cumpliendo lo establecido por la ley colombiana.

De acuerdo al análisis legal, **UIK STUDIO S.A.S** es una empresa que cumple a cabalidad con las normas y leyes establecidas para la creación y funcionamiento legal de la empresa.

## 5 MODULO FINANCIERO

Para generar la viabilidad de la empresa es necesario proporcionar datos financieros, los cuales argumenten la posible situación que se podría presentar en la empresa en su ejecución; este estudio se realiza con el fin de conocer cuáles serían los costos que traería su implementación en el mercado, además cuanto y cuando se tendrán utilidades de este proyecto. Por esta razón a continuación se mostrara más detalladamente cada uno de los parámetros que influye en este estudio financiero. (Ver anexo Excel del estudio financiero)

### 5.1 INVERSIONES

#### 5.1.1 Inversión Fija

**Tabla 14.**  
**Activos fijos UIK NIGHT**

<b>ACTIVOS FIJOS</b>				
<b>Elemento</b>	<b>Vida Util</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Total</b>
<b>Escritorios</b>	<b>10</b>	\$ 131.920	5	\$ 659.600
<b>Archivadores</b>	<b>10</b>	\$ 269.900	2	\$ 539.800
<b>Sillas</b>	<b>10</b>	\$ 80.000	10	\$ 800.000
<b>Portátil Dell</b>	<b>3</b>	\$ 1.561.008	3	\$ 4.683.024
<b>iMac</b>	<b>3</b>	\$ 2.839.920	2	\$ 5.679.840
<b>Impresora</b>	<b>3</b>	\$ 670.000	1	\$ 670.000
<b>Teléfono</b>	<b>5</b>	\$ 33.000	5	\$ 165.000
<b>Reuter</b>	<b>5</b>	\$ 146.500	1	\$ 146.500
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>				<b>\$ 13.343.764</b>

Fuente: Autores

Como se puede apreciar en la Tabla 14 el total de activos fijo es de \$13'343.764, lo cual hace parte de los recursos físicos que necesita la organización para poder ejecutar el servicio UIK NIGHT de manera eficiente. Estos recursos tendrán una depreciación la cual se hallara

por medio de su vida útil, donde este dato está inmerso en la tabla 14, el cual depende del mueble. Para mayor comprensión ver Anexo I Estudio financiero **UIK STUDIO S.A.S** Hoja inversiones.

### 5.1.2 Inversión diferida

**Tabla 15.**  
**Inversiones diferidas para UIK STUDIO S.A.S**

<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>				
<b>Elemento</b>	<b>Vida Util</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Total</b>
<b>Impuesto de registro municipal</b>	<b>1</b>	\$ 45.000	1	\$ 45.000
<b>Derechos de matrícula inscritos</b>	<b>1</b>	\$ 125.000	1	\$ 125.000
<b>Documentos de constitución</b>	<b>1</b>	\$ 32.000	1	\$ 32.000
<b>Formularios</b>	<b>1</b>	\$ 4.988	1	\$ 4.988
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>				<b>\$ 206.988</b>

Fuente: Autores

Según la Tabla 15, el total de activos diferidos es de \$ 206.988, está compuesto por la constitución de la empresa, la matrícula de inscripción y el registro municipal de la organización, esto compete al estar inscrita bajo la entidad gubernamental Cámara de Comercial de Bucaramanga, la cual exige de estas inversión para ejercer de manera legal la actividad comercial y estar legalmente constituida ante ellos. Para mayor comprensión ver Anexo I Estudio Financiero **UIK STUDIO S.A.S** Hoja inversiones

### 5.1.3 Inversión Capital de Trabajo O Saldo Mínimo En Bancos Para Operar

**Tabla 16.**  
**Inversión de capital de trabajo UIK STUDIO S.A.S**

<b>CAPITAL DE TRABAJO/ SALDO MÍNIMO EN BANCOS PARA OPERACIÓN</b>			
<b>Elemento</b>	<b>No de Veces Año</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Precio anual</b>
Página web	1	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000
Aplicación	1	\$ 7.000.000	\$ 7.000.000
Diseño	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
Servicios Públicos	4	\$ 472.000	\$ 1.888.000
Arriendo	4	\$ 1.650.000	\$ 6.600.000
Papelería	4	\$ 100.000	\$ 400.000
Otro Gastos	4	\$ 50.000	\$ 200.000
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>			<b>\$ 20.288.000</b>

Fuente: Autores

Según la Tabla 16, el total de capital de trabajo es de \$ 20'288.000, lo cuales son recursos necesarios para poder operar inicialmente en la empresa UIK STUDIO S.A.S de manera adecuada. Los elementos destacados para este rubro dan una gran participación en el área de servucción comprendidos por: Pagina web, aplicación, diseño, servicios públicos, arriendo, papelería y otros gastos, ya que se enfatiza en la excelencia del servicio. Para mayor comprensión ver Anexo I Estudio Financiero **UIK STUDIO S.A.S** Hoja inversiones

#### **5.1.4 Inversión total**

La inversión total del proyecto es de \$ **33'838.752**, lo que es relativamente económico a comparación de empresas manufactureras, puesto que este tipo de organización tienen una alta inversión en equipos, personal capacitado y terreno, mientras que UIK STUDIO S.A.S al ser una empresa prestadora de servicios enfocada al ámbito virtual, es capaz de operar en un espacio

físico más reducidos y contando a su vez con una menor cantidad de personal calificado. Para mayor comprensión ver Anexo I Estudio Financiero **UIK STUDIO S.A.S** Hoja inversiones

### 5.1.5 Fuentes de financiación

**Tabla 17.**  
**Fuente de financiación.**

<b>FUENTES DE FINANCIACIÓN</b>		
<b>EMPRENDEDORES</b>	50%	\$ 16.919.376
<b>FINANCIADO</b>	50%	\$ 16.919.376

Fuente: Autores

Debido al costo de la inversión de \$ **33'838.752**, el proyecto será financiado 50% emprendedores y 50% con el Banco Davivienda con un interés del 16.17% efectivo anual (EA) como se puede observar en la Tabla 17, el cual comprendido en un plazo de 60 meses para su pago; donde se realiza su amortización adecuada, la cual arroja la cuota de pago, su interés en valor monetario para su mayor control, el cual será anexado como gasto cubrir; para mayor comprensión ver Anexo I Estudio Financiero **UIK STUDIO S.A.S** Hoja financiación.

## 5.2 COSTOS

**Tabla 18.**  
**Total de costos UIK STUDIO S.A.S.**

COSTOS	Costo Und Por Servicio	Costos Mes	Costos Anuales				
			2015	2016	2017	2018	2019
Internet	\$ 5.417	\$ 156.000	\$ 1.872.000	\$ 1.940.968	\$ 2.012.713	\$ 2.087.356	\$ 2.165.022
Hosting de la App	\$ 1.174	\$ 73.350	\$ 880.200	\$ 912.628	\$ 946.362	\$ 981.459	\$ 1.017.977
Dominio y Hosting de la Web	\$ 1.442	\$ 41.541	\$ 498.487	\$ 516.852	\$ 535.956	\$ 555.833	\$ 576.514
Mantenimiento (hora precio)	\$ 9.107	\$ 262.274	\$ 3.147.285	\$ 3.263.237	\$ 3.383.857	\$ 3.509.350	\$ 3.639.925
Costo de inscripcion a la App	\$ 4.553	\$ 131.137	\$ 1.573.642	\$ 1.631.618	\$ 1.691.929	\$ 1.754.675	\$ 1.819.963
Servicios Públicos	\$ 9.722	\$ 280.000	\$ 3.360.000	\$ 3.483.789	\$ 3.612.562	\$ 3.746.536	\$ 3.885.937
Mantenimiento equipo de computo	\$ 4.167	\$ 120.000	\$ 1.440.000	\$ 1.493.052	\$ 1.548.241	\$ 1.605.658	\$ 1.665.401
<b>Sub Total por und por servicio</b>	<b>\$ 35.582</b>	<b>\$ 533.164</b>	<b>\$ 12.771.613</b>	<b>\$ 13.242.145</b>	<b>\$ 13.731.621</b>	<b>\$ 14.240.865</b>	<b>\$ 14.770.738</b>
Arriendo	\$ 43.403	\$ 1.250.000	\$ 15.000.000	\$ 15.552.629	\$ 16.127.510	\$ 16.725.607	\$ 17.347.931
Suministros de oficina	\$ 1.736	\$ 50.000	\$ 600.000	\$ 622.105	\$ 645.100	\$ 669.024	\$ 693.917
Fotocopias y Papelería	\$ 1.042	\$ 30.000	\$ 360.000	\$ 373.263	\$ 387.060	\$ 401.415	\$ 416.350
Otros Gastos	\$ 3.403	\$ 98.000	\$ 1.176.000	\$ 1.219.326	\$ 1.264.397	\$ 1.311.288	\$ 1.360.078
Publicidad y Promoción	\$ 104.167	\$ 3.000.000	\$ 36.000.000	\$ 37.326.311	\$ 38.706.023	\$ 40.141.456	\$ 41.635.035
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 65.907.613</b>	<b>\$ 68.335.779</b>	<b>\$ 70.861.711</b>	<b>\$ 73.489.654</b>	<b>\$ 76.224.050</b>

Fuente: Autores

### 5.2.1 Costos fijos

Como se puede apreciar en la Tabla 18 los costos fijo están determinados por los siguientes elemento: internet, hosting de la App, dominio y hosting de la web, mantenimiento, costo de inscripción a la App, servicios públicos y mantenimiento de cómputo, son los que están directamente relacionados con la creación del servicio UIK NGIHT, mientras que el arriendo, suministros de oficina, fotocopias y palería, publicidad y otros gastos hacen parte de los costos de la empresa pero no incurren directamente en el servicio. Para mayor comprensión ver Anexo I Estudio Financiero **UIK STUDIO S.A.S** Hoja Costos.

### 5.2.2 Costos totales unitarios

**Tabla 19.**  
**Costo unitario de UIK NIGHT**

Planes	Mesual	Trimestral	Semestral	Anual	Pitido
Grado de participación	15%	18%	30%	25%	12%
Internet	\$ 23.400	\$ 28.080	\$ 46.800	\$ 39.000	\$ 18.720
Hosting de la App	\$ 11.003	\$ 13.203	\$ 22.005	\$ 18.338	\$ 8.802
Dominio y Hosting de la Web	\$ 6.231	\$ 7.477	\$ 12.462	\$ 10.385	\$ 4.985
Mantenimiento (hora precio)	\$ 39.341	\$ 47.209	\$ 78.682	\$ 65.568	\$ 31.473
Costo de inscripción a la App	\$ 19.671	\$ 23.605	\$ 39.341	\$ 32.784	\$ 15.736
Servicios Públicos	\$ 42.000	\$ 50.400	\$ 84.000	\$ 70.000	\$ 33.600
Mantenimiento equipo de computo	\$ 18.000	\$ 21.600	\$ 36.000	\$ 30.000	\$ 14.400
Arriendo	\$ 187.500	\$ 225.000	\$ 375.000	\$ 312.500	\$ 150.000
Suministros de oficina	\$ 7.500	\$ 9.000	\$ 15.000	\$ 12.500	\$ 6.000
Fotocopias y Papelería	\$ 4.500	\$ 5.400	\$ 9.000	\$ 7.500	\$ 3.600
Otros Gastos	\$ 14.700	\$ 17.640	\$ 29.400	\$ 24.500	\$ 11.760
Publicidad y Promoción	\$ 450.000	\$ 540.000	\$ 900.000	\$ 750.000	\$ 360.000
<b>Costo Total por Plan</b>	<b>\$ 823.845</b>	<b>\$ 988.614</b>	<b>\$ 1.647.690</b>	<b>\$ 1.373.075</b>	<b>\$ 659.076</b>
Demanda Estimada del producto	11	7	6	5	30
<b>COSTO UND DEL SERVICIO SEGÚN PLAN</b>	<b>\$ 74.895</b>	<b>\$ 141.231</b>	<b>\$ 274.615</b>	<b>\$ 274.615</b>	<b>\$ 21.969</b>

Fuente: Autores

El costo unitario del servicio está dado por los tipos de planes que se ofrecen, los cuales son Mensuales, Trimestrales, Semestrales, Anuales y el “Pitido”, como se aprecia en la Tabla 19, el costo de cada plan junto con la demanda pronosticada por la empresa UIK STUDIO S.A.S junto con los rubros que competen el servicio; teniendo en cuenta que los costos directos de fabricación están dado por los primeros siete elementos (color amarillo) y seguido de los costos indirectos de fabricación (color rosa). Para mayor comprensión ver Anexo I Estudio Financiero **UIK STUDIO S.A.S** Hoja Costos.

### 5.3 PUNTO DE EQUILIBRIO

Teniendo en cuenta los diferentes planes que ofrece la organización, la empresa deberá tener unos ingresos en utilidades mayor e igual de **\$ 9’572.380**, con el fin de no presentar perdidas ni problemas de financieros a futuro. Para mayor comprensión ver Anexo I Estudio Financiero **UIK STUDIO S.A.S** Hoja Costos.

## 5.4 PRECIO DE VENTA

El precio de venta de cada plan que presenta la aplicación UIK NIGHT para su adquisición se puede apreciar en la Tabla 20; además de poder observar el pronóstico de la demanda para cada tipo de plan que ofrece UIK STUDIO S.A.S para el año 2015

**Tabla 20.**  
**Precio de venta de planes de UIK NIGHT**

Servicios	Precio Und 2015	No Und a Vender/Año 2015	Total Ventas 2015
<b>Mensual</b>	\$ 177.908	132	\$ 23.483.873
<b>Trimestral</b>	\$ 355.816	28	\$ 9.962.855
<b>Semestral</b>	\$ 609.971	12	\$ 7.319.649
<b>Anual</b>	\$ 1.067.449	5	\$ 5.337.244
<b>Pitido</b>	\$ 355.816	305	\$108.523.956
	<b>Total Anual</b>	<b>482</b>	<b>\$154.627.576</b>
	<b>Total Mensual</b>		<b>\$ 12.885.631</b>

Fuente: Autores

Para mayor comprensión ver Anexo I Estudio Financiero **UIK STUDIO S.A.S** Hoja Planes y Servicios, donde además se puede observar la relación año a año

## 5.5 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

### 5.5.1 Egresos Projectados

Los egresos que incurre la empresa UIK STUDIO S.A.S en el proceso de proporcionar un servicio para la ciudad de Bucaramanga, se puede apreciar en la Tabla 21, los cuales están proyectados a cinco años.

**Tabla 21.**  
**Egresos proyectados para UIK STUDIO S.A.S.**

FLUJO DE CAJA	0	1	2	3	4	5
	Años					
	0	2015	2016	2017	2018	2019
<b>EGRESOS</b>						
Costos						
Internet	\$ -	\$ 1.872.000	\$ 1.940.968	\$ 2.012.713	\$ 2.087.356	\$ 2.165.022
Hosting de la App	\$ -	\$ 880.200	\$ 912.628	\$ 946.362	\$ 981.459	\$ 1.017.977
Dominio y Hosting de la Web	\$ -	\$ 498.487	\$ 516.852	\$ 535.956	\$ 555.833	\$ 576.514
Mantenimiento (hora precio)	\$ -	\$ 3.147.285	\$ 3.263.237	\$ 3.383.857	\$ 3.509.350	\$ 3.639.925
Costo de inscripción a la App	\$ -	\$ 1.573.642	\$ 1.631.618	\$ 1.691.929	\$ 1.754.675	\$ 1.819.963
Servicios Públicos	\$ -	\$ 3.360.000	\$ 3.483.789	\$ 3.612.562	\$ 3.746.536	\$ 3.885.937
Mantenimiento equipo de computo	\$ -	\$ 1.440.000	\$ 1.493.052	\$ 1.548.241	\$ 1.605.658	\$ 1.665.401
Arriendo	\$ -	\$ 15.000.000	\$ 15.552.629	\$ 16.127.510	\$ 16.725.607	\$ 17.347.931
Suministros de oficina	\$ -	\$ 600.000	\$ 622.105	\$ 645.100	\$ 669.024	\$ 693.917
Fotocopias y Papelería	\$ -	\$ 360.000	\$ 373.263	\$ 387.060	\$ 401.415	\$ 416.350
Otros Gastos	\$ -	\$ 1.176.000	\$ 1.219.326	\$ 1.264.397	\$ 1.311.288	\$ 1.360.078
Publicidad y Promoción	\$ -	\$ 36.000.000	\$ 37.326.311	\$ 38.706.023	\$ 40.141.456	\$ 41.635.035
Nomina Sin cesantías	\$ -	\$ 58.616.400	\$ 60.855.546	\$ 63.017.657	\$ 65.088.237	\$ 67.052.972
Cesantías	\$ -	\$ 34.449.660	\$ 35.765.637	\$ 37.036.339	\$ 38.253.247	\$ 39.407.948
Gatos Financieros (Intereses)	\$ -	\$ 2.471.003	\$ 2.064.732	\$ 1.590.348	\$ 1.036.433	\$ 389.653
Impuesto	\$ -	\$ -	\$ 3.657.367	\$ 5.209.647	\$ 6.596.197	\$ 9.224.788
Abono a Capital	\$ -	\$ 2.423.306	\$ 2.829.577	\$ 3.303.961	\$ 3.857.876	\$ 4.504.656
<b>TOTLA EGRESOS</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 163.867.982</b>	<b>\$ 166.193.904</b>	<b>\$ 181.019.663</b>	<b>\$ 188.321.644</b>	<b>\$ 196.804.067</b>

Fuente: Autores

Los egresos están comprendidos por los costos que incurre la empresa UIK STUDIO S.A.S. al momento de ejecutar su servicio, al mismo tiempo teniendo en cuenta el costo de nómina de sus empleados, cesantías, interés del préstamo realizado con la entidad bancaria, la amortización con la misma y el impuesto de la matrícula mercantil, la cual varía y se realiza cada inicio de año; teniendo así un total de egresos para los próximos años. Para tener un mayor entendimiento ver Anexo I Estudio Financiero UIK STUDIO S.A.S Hoja Flujo de Caja.

### 5.5.2 Ingresos proyectados

**Tabla 22.**  
**Ingresos proyectados para UIK STUDIO S.A.S**

FLUJO DE CAJA	0	1	2	3	4	5
	Años					
	0	2015	2016	2017	2018	2019
<b>INGRESOS</b>						
Ventas	\$ -	\$ 154.627.576	\$ 186.284.045	\$ 195.846.494	\$ 208.939.162	\$ 220.038.928
<b>TOTAL INGRES</b>	\$ -	\$ 154.627.576	\$ 186.284.045	\$ 195.846.494	\$ 208.939.162	\$ 220.038.928

Fuente: Autores

Los ingresos están dados por las ventas de la empresa UIK STUDIO S.A.S como se puede apreciar en la Tabla 22, los cuales están proyectados a cinco años y varia por el índice del precio al consumidor, para tener un mayor entendimiento ver Anexo I Estudio Financiero **UIK STUDIO S.A.S** Hoja Flujo de Caja.

### 5.6 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

En el estado de resultados presentado en el Anexo I Estudio Financiero **UIK STUDIO S.A.S** Hoja PYG o Estados Resultados, mostros un resultado alentador al comprender ventas, costos, depreciaciones de la muebles a utilizar, nómina de los empleados, gastos financieros con el banco e impuesto correspondiente al ser una empresa legalmente constituida; los cuales presentan cada año utilidades positivas en aumento para la empresa.

### 5.7 FLUJO DE CAJA PROYECTADO

**Tabla 23.**  
**Flujo de caja proyectado UIK STUDIO S.A.S**

FLUJO DE CAJA	Años					
	0	2015	2016	2017	2018	2019
<b>INGRESOS</b>						
TOTAL INGRESOS	\$ -	\$ 154.627.576	\$ 186.284.045	\$ 195.846.494	\$ 208.939.162	\$ 220.038.928
<b>EGRESOS</b>						
TOTLA EGRESOS	\$ -	\$ 163.867.982	\$ 166.193.904	\$ 181.019.663	\$ 188.321.644	\$ 196.804.067
TOTAL FLUJO DE CAJA OPERACIONAL	\$ -	-\$ 9.240.406	\$ 20.090.141	\$ 14.826.832	\$ 20.617.518	\$ 23.234.860

Fuente: Autores.

El flujo de caja proyectado, el cual consiste en analizar los ingresos y los egresos del proyecto, muestra resultados aceptables, donde los ingresos representados por las ventas cubren los egresos que emerge la empresa para su ejecución, menos en el primer año de su ejecución lo cual este estado es normal que se presente en una nueva empresa. Por otro lado la volatilidad del flujo de caja año tras año, se debe a que primero es un proyecto tecnológico y en temas publicitario su demanda es volátil; también apreciamos una disminución en el flujo de caja en el 2017, esto debe a que hay compra de nuevos equipos de cómputo, ya que tuvo fin su vida útil. Para comprender mejor Ver Anexo I Estudio Financiero **UIK STUDIO S.A.S** Hoja Flujo de Caja

## 5.8 BALANCE GENERAL PROYECTADO

El balance general es un informe financiero contable que refleja la situación económica y financiera de una empresa en un momento determinado, donde los activos que incurre la empresa UIK STUDIO S.A.S son igual a los todas la obligaciones que presenta la empresa (pasivos) más

los aportes de los socios (patrimonio); lo cual da un informe confiable y certero al cumplir este parámetro. Para conocer cada uno de los elementos que conforma los activos, pasivo y patrimonio, Ver Anexo I Estudio Financiero **UIK STUDIO S.A.S** Hoja Balance General

## 5.9 ANALISIS DE RAZONES E INDICADORES FINANCIEROS

En el Anexo I se hallaron los diferentes indicadores financieros que incurren en la empresa, los cuales informan a la empresa el grado de liquidez, endeudamiento, rentabilidad y rotación que presentan, manifestando en este caso un crecimiento año tras año, como se ilustra en la Tabla 14, lo cual es alentador en términos económicos.

**Tabla 24.**  
**Indicadores financieros.**

	INDICADOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
LIQUIDEZ	Capital Neto de Trabajo	\$ 14.911.948,96	\$ 26.135.076,53	\$ 34.504.430,39	\$ 52.493.356,97	\$ 73.724.694,59
	Indice de Solvencia	-3,08	6,02	6,23	6,69	7,57
	Prueba Acida	-3,08	6,02	6,23	6,69	7,57
ENDEUDAMIENTO	Razon Endeudamiento	1,04	1,86	2,75	4,50	7,57
	Razon Pasivo Capital	0,8568	0,6895	0,4943	0,2662	0,0000
RENTABILIDAD	Margen Bruto de Utilidad	-0,060	0,108	0,076	0,099	0,106
	Margen Utilidad Operacional	-0,041	0,133	0,091	0,115	0,120
	Margen Neto de Utilidades	\$ 162.913.534	\$ 168.896.823	\$ 174.855.568	\$ 180.771.000	\$ 186.624.832
	Rendimiento de Inversion	-0,34	0,27	0,27	0,28	0,26
ROTACIÓN	Rotacion de Activo	7,48	5,06	4,11	3,25	2,63

Fuente: Autores.

## 5.10 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO FINANCIERO

**UIK STUDIO S.A.S** al desarrollar la aplicación UIK NIGHT realizara una inversión total al iniciar sus labores de \$33'838.752, la cual el 50% es decir 16'919.376 serán aportados por los 2

socios que conforman el grupo emprendedor y el 50% restante serán financiados por una la entidad bancaria Davivienda una tasa de 16,77% E.A con tiempo de pago de hasta 60 meses.

En términos de utilidad neta, **UIK STUDIO S.A.S** durante su dos primero años de funcionamiento presentara una utilidad negativa, sin embargo al año siguiente recuperara la inversión realizada, estos ocurre por ser una empresa prestadora de servicio con poco egresos al desarrollar la aplicación móvil y también al incrementar sus ventas obteniendo esto un posicionamiento en el mercado de las TIC de la ciudad de Bucaramanga.

## 6 MODULO DE GERENCIA ESTRATEGICA

UIK STUDIOS S.A.S es una empresa que ha creado un proceso social y administrativo mediante el cual los individuos y las organizaciones obtienen lo que “necesitan y desean” mediante el intercambio de información para dar a conocer una propuesta de valor óptima en el mercado de Bucaramanga, para esto se crea el siguiente esquema de creación de valor para clientes y usuarios (ver Ilustración 19).

**Ilustración 19.**  
**Creación de valor**

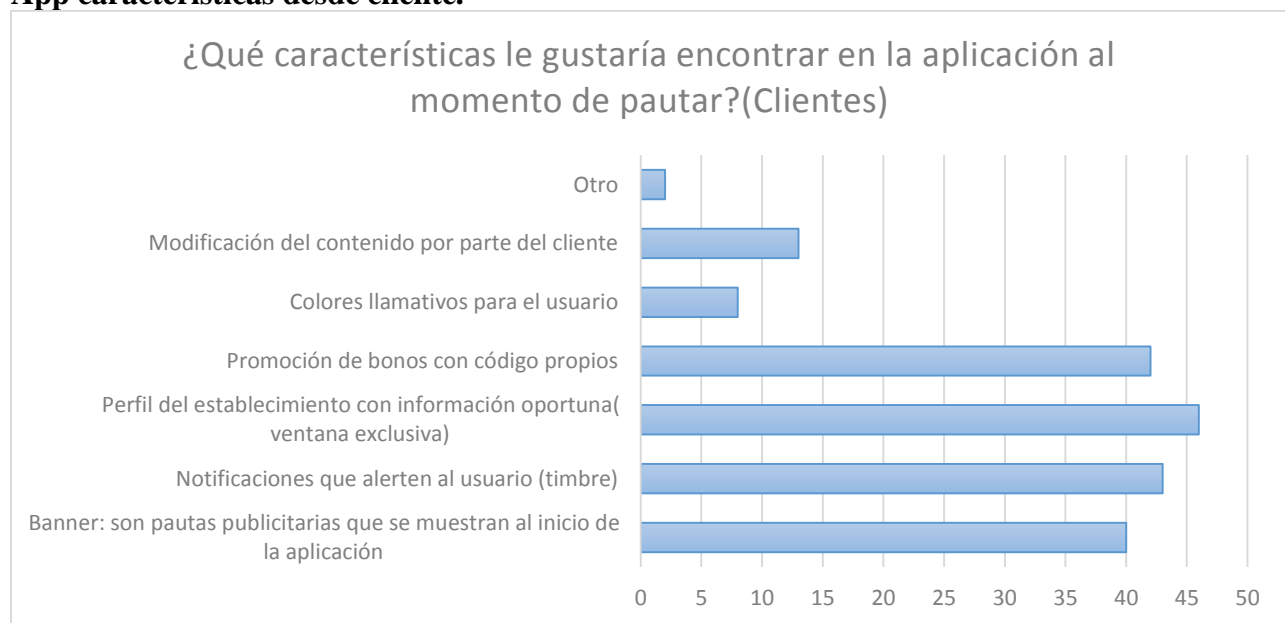


Fuente: Autores.

Además la organización presenta estrategias en marketing digital, con el propósito de interactuar más con los usuarios en diferentes ámbitos como lo viene siendo las redes sociales, pagina web entre otras.

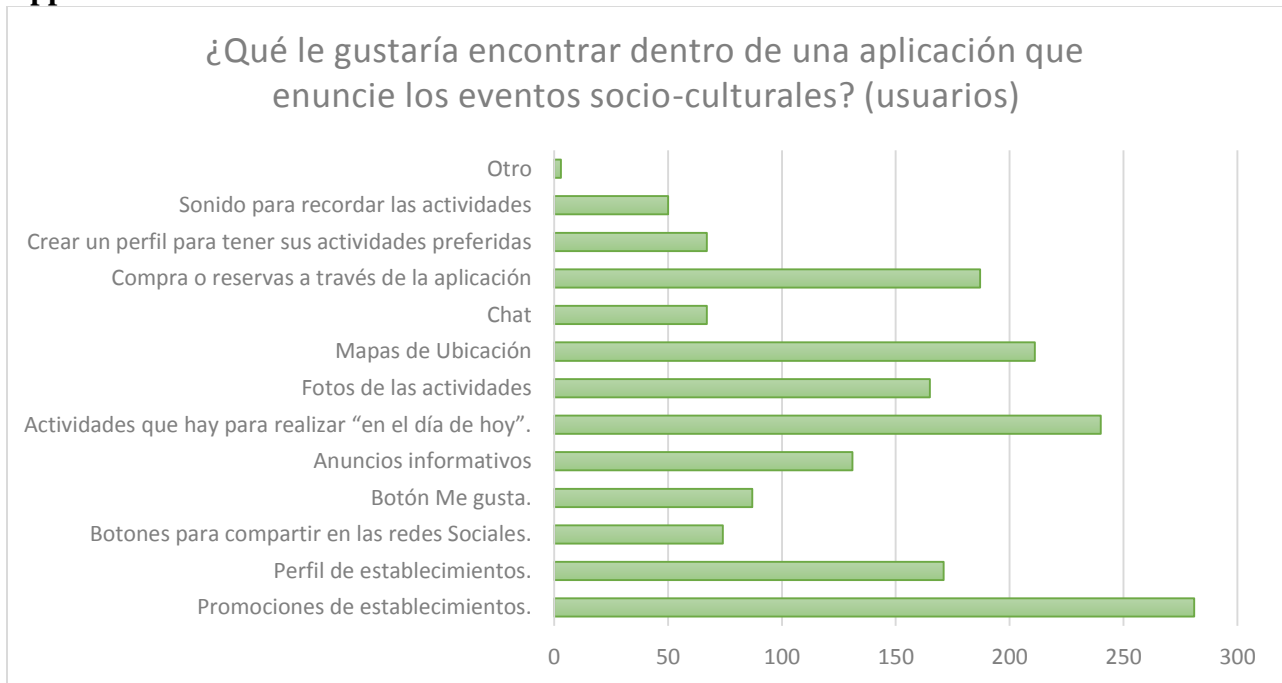
Como se pudo identificar en la investigación de mercado realizada a cliente y usuarios las diferentes características (ver Ilustración 20 y 21) que podía tener la aplicación, donde se desea conocer los gustos y necesidades sociales de la población de Bucaramanga en el ámbito de conocer que planes socio-culturales que ofrece la ciudad, sin embargo son los clientes los cuales van a proporcionar la información para nutrir esta plataforma digital de acuerdo a ciertas características que desea la población (usuarios y clientes), con el fin de proporcionar un servicio óptimo, agradable, eficiente y eficaz de acuerdo a los parámetros del estudio de mercado.

**Ilustración 20.**  
**App características desde cliente.**



Fuente: Autores.

**Ilustración 21.**  
**App características desde usuarios**



Fuente: Autores.

De acuerdo a las gráficas anteriores que se presentaron en el estudio de mercado se determinó las características más significativas que se puede apreciar en la ilustración 22 que buscan los usuarios y los clientes, los cuales arrojaron como resultados similitudes en su respuesta a la hora crear la aplicación.

**Ilustración 22.**  
**Resultados clientes vs usuarios, características.**



Fuente: (Autores)

Gracias al acelerado avance que ha tenido la industria de la tecnología, la información y comunicación, cada vez aparecen más productos y servicios diseñados para facilitar y complementar las actividades cotidianas. Las aplicaciones móviles son una de las herramientas que han facilitado la realización de diferentes actividades, pues permiten acceder a servicio digitales, realizar compras y transacciones por medio de los dispositivos móviles, proporcionar entretenimiento, establecer canales de comunicación en línea, etc.

Por esta razón la empresa santandereana, **UIK STUDIO S.A.S** generará crecimiento, desarrollo económico y social en la región, impulsando el sector TIC.

Con el fin de desarrollar su plan de marketing **UIK STUDIO S.A.S**, tuvo en cuenta los diferentes programas relacionados con el desarrollo del producto, distribución y ventas, fijación de precios, comunicación y finalmente servicio al cliente.

## 6.1 PROGRAMA DE DESARROLLO DE PRODUCTO O SERVICIO

### Ilustración 23.

#### Programa de desarrollo del servicio



##### OBJETIVO

Ofrecer al consumidor un servicio de calidad el cual esta diseñado para aumentar sus ventas y la recordación de marca de los establecimientos o entidades enfocadas al ambito socio- cultural.



##### ESTRATEGIAS

- Establecer diversos canales de comunicación e interacción con los clientes y usuarios, con el fin de garantizar un buen servicio.
- Fusionar estrategias de maketing digital y tradicional para impulsar el servicio UIK NIGHT.
- Innovar en el uso de los medios digital, con el proposito de estar a la vanguardia.



##### PROGRAMA

- Utilizar todos los medio de comunicación posibles en el mercado, para establecer una relación eficiente con los clientes y usuarios.
  - Realizar campañas de descarga .
- Innovar en el ambito publicitario, con el fin tener una mayor captción de clientes.
- Crear una departamento de I+D, destino a su vez recursos para la innovación .



##### PRESUPUESTO

El presupuesto que se tiene contemplado es de 36 millones de pesos anuales, para los planes y estrategias de marketing que se tengan presupuestado en el año.



##### INDICADORES

- Número de clientes inscritos al servicio por año.
- Número de descargas en las tiendas de Android e IOS.
- Calificación y opinion de los usuarios frente a las necesidades suplidas.

Fuente: Autores.

### **6.1.1 Marca de los productos**

UIK STUDIO S.A.S es una empresa la cual presenta un servicio innovador llamado UIK NIGHT, el cual es una aplicación que enuncia todos los planes socio-culturales de la ciudad de Bucaramanga, con el propósito de dar a conocer los mejores programas que hay en la ciudad y de esta manera creando un nuevo canal de publicidad el cual dará a conocer a los establecimientos que presentan un concepto definido de acuerdo a los perfiles establecidos por la organización.

UIK NIGHT además de informar los planes que presenta la ciudad cuenta con un sistema de operación claramente establecido el cual suministra información estadística del volumen de visitas hechas por los usuarios en la App, el cual evalúa su rendimiento y recordación de marca que presenta la población frente a este negocio, donde al presentar bajo rendimiento, el personal estará en el deber de informar al establecimientos de los resultados arrojados por el sistema, donde esta compañía deberá tomar acciones correctivas como promociones de nuevos producto o creación de eventos, el cual incremente su recordación de marca dentro de la ciudad. Por otra parte el administrador posee un sistema de seguridad de datos los cuales dan confianza al cliente a la hora de suministrar información.

### **6.1.2 Ciclo de Vida de los Productos**

UIK STUDIO S.A.S, es una empresa nueva en un mercado, donde actualmente se encuentra en la etapa de INTRODUCCIÓN; a pesar tener una inversión económica presenta un alto riesgo

al ser una empresa de innovación la cual está ligado a la aceptación por parte de los ciudadanos, ya que en esta caso se enfocara en la población de Bucaramanga la cual son personas con costumbres tradicionales, donde hace más difícil su aceptación.

**Ilustración 24.**  
**Ciclo de vida.**

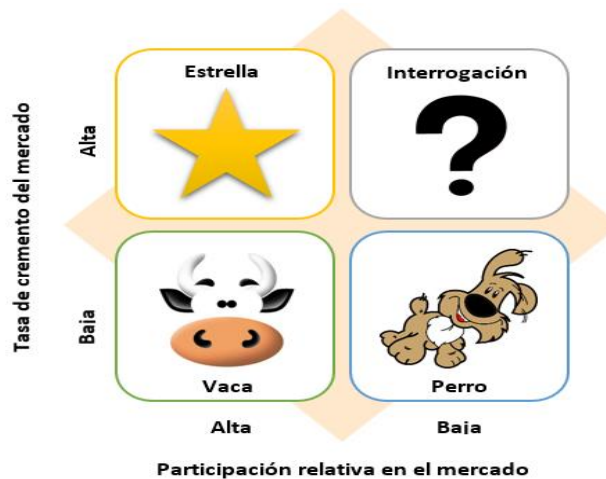


Durante esta etapa, el objetivo principal es impulsar el producto mediante distintas promociones y publicidad que ayuden a ser reconocida rápidamente para generar utilidades y recuperar la inversión realizada.

Fuente: (GOOGLE IMAGEN, 2015)

Analizando la matriz de crecimiento se pudo ubicar el producto UIK NIGHT como la aplicación de servicio Estrella (ver Ilustración 25) al ser partícipe del crecimiento de la organización y requerir una inversión alta para la empresa, pero a comparación de otros sectores presenta una baja inversión lo cual será recuperable en poco tiempo, convirtiéndose al final en una empresa representada como vaca generadora de dinero.

**Ilustración 25.**  
**Matriz de crecimiento**



Fuente: Autores.

### 6.1.3 Tácticas Relacionadas con el producto

**UIK STUDIO S.A.S**, cuenta con ciertos factores que le permitirán diferenciarse dentro del mercado que abarca, lo cual pretende posicionar su marca y ofrecer un excelente servicio, estas son:

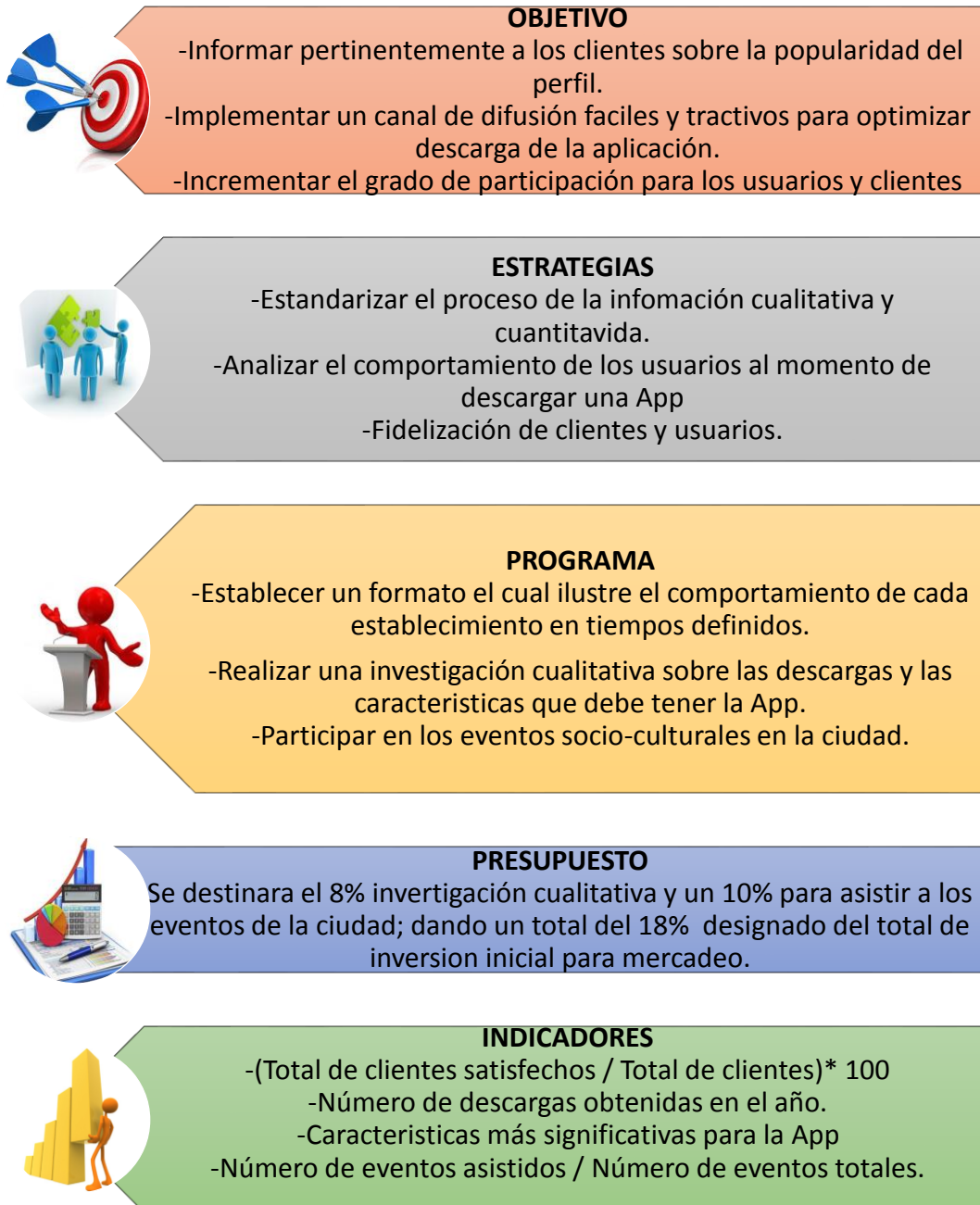
- ❖ Plataforma web y aplicación móvil, lo cual le permitirá a los usuarios mantenerse en línea las 24 horas del día, en cualquier lugar o momento en el que se encuentre, brindando facilidad y comodidad a los usuarios y clientes.
- ❖ Brindar análisis estadísticos de tránsito de audiencia en cada uno de los establecimientos pertenecientes a la aplicación.
- ❖ Generar seguridad en la plataforma web con cada uno de los negocios pertenecientes a la App.

- ❖ Realizar mejoramiento continuo en cada uno de las características que conforman la aplicación UIK NIGHT.
- ❖ Mantener y conservar buenas relaciones bilaterales con los establecimientos inscritos a la aplicación.

Por medio del servicio al cliente tener una relación estrecha con nuestro clientes para conocer las opiniones del servicio y de esta manera hacer las mejoras necesarias o dar solución a nuevas necesidades que se presenten.

## 6.2 PROGRAMA DE DISTRIBUCIÓN Y VENTAS

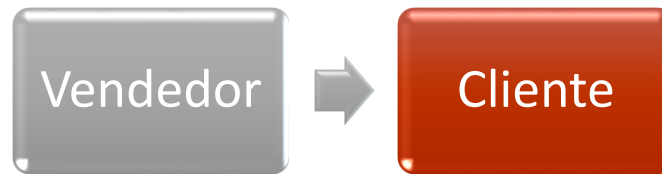
**Ilustración 26.**  
**Programa de distribución y venta.**



Fuente: Autores.

### 6.2.1 Comercialización

**Ilustración 27.**  
**Comercialización UIK NIGHT.**

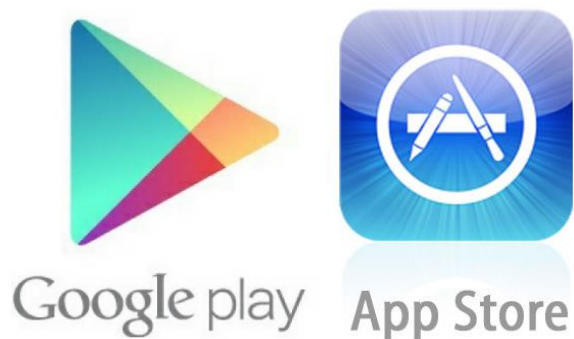


Fuente: Autores.

La comercialización del servicio UIK NIGHT será directa con los vendedores de empresa UIK STUDIO S.A.S como se aprecia en la Ilustración 27, los cuales tienen las habilidades analíticas para ofrecer el plan adecuado a cada cliente, además de brindar un servicio bastante completo el cual responderá cualquier inquietud de la manera más eficiente posible generando calidad en el servicio Pre y Pos venta.

### 6.2.2 Logística de distribución

**Ilustración 28.**  
**Tiendas virtuales participantes**

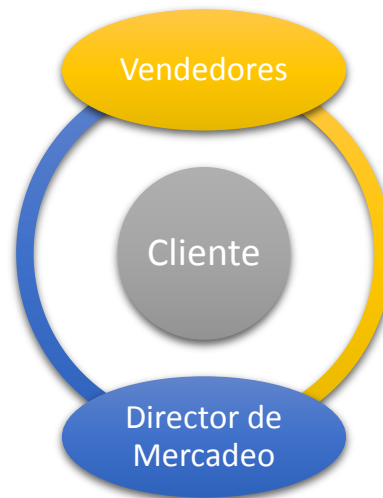


Fuente: Autores.

La distribución de la aplicación será a través de las tiendas Google Play y App Store que hacen referencia a los sistemas Android e iOS como se aprecia en la Ilustración 28 respectivamente. El cual es bastante efectivo puesto que todos Smartphone de estos sistemas operativos tienen estas tiendas virtuales las cuales servirán para descargar la aplicación UIK NIGHT sin ningún inconveniente.

### 6.2.3 Papel de la Fuerza de Ventas

**Ilustración 29.**  
**Fuerza de venta**



Fuente: Autores.

La fuerza de venta estará compuesta por el Director de Mercadeo, capaz de manejar las estrategias necesarias para impulsar las ventas y la localizando de clientes potenciales, junto con los vendedores, (ver Ilustración 29) los cuales acataran las estrategias del Director para tener una penetración de mercado efectiva.

Teniendo en cuenta que la satisfacción del cliente está enmarcado como eje principal para una fidelización, generando así una comunicación bilateral (empresa – cliente) y duradera a través del tiempo, gracias a las herramientas digitales con las que cuenta UIK STUDIO S.A.S.

### 6.3 PROGRAMA DE FIJACIÓN DE PRECIOS

**Ilustración 30.**  
**Programa de fijación de precio**



Fuente: Autores.

### 6.3.1 Análisis de los precios

Los precios del servicio UIK NIGHT esta demarcado por el estudio de mercado que se dio en el proyecto (ANEXO D. ANALISIS DE DATOS ENCUESTA - Figura 12. Dinero que invierte en publicidad) donde se puede apreciar los recursos económicos que invierten los establecimientos a la hora de destinar en publicidad en términos mensuales, bimensuales, trimestrales, semestrales y anuales. Dando así una perspectiva general de lo que piensa el cliente, lo cual se puede apreciar en la Tabla 15 en el que se establecen los planes del servicio.

**Tabla 25.**  
**Precio de planes. (\$)**

Servicios	Precios
<b>Mensual</b>	\$ 177.908
<b>Trimestral</b>	\$ 355.816
<b>Semestral</b>	\$ 609.971
<b>Anual</b>	\$ 1.067.449
<b>Pitido</b>	\$ 355.816

Fuente: Autores.

Los precios no sobrepasan el presupuesto estipulado por los cliente, además de que el estudio de mercado demarco que las tarifas bimensuales serian poco efectivas dado que los establecimientos planean un presupuesto mensual, trimestral, semestral o anual preferiblemente lo cual no se hará uso de este periodo; gracias a los planes ofrecidos por UIK STUDIOS S.A.S se observa la facilidad de adquisición de acuerdo al tiempo y las necesidades de cada establecimiento.

### **6.3.2 Análisis de Factores que afectan los precios**

Los servicios al no ser un producto de consumo, no poseen materia prima que acarren precios inesperados, sin embargo los servicios poseen unos costos no visibles al cliente (servidores virtuales). Colombia es un país con una brecha tecnológica alta en el ámbito del internet, por lo que el desarrollo que se tiene en esta circunstancia es de vital importancia para el correcto funcionamiento del servicio UIK NIGHT, el cual posee una plataforma robusta en ámbitos digital. Gracias a la noticia *¿Cuál debe ser la banda ancha mínima en Colombia? Empieza la discusión para definir la velocidad básica de las conexiones a internet*, se espera que la velocidad del internet mejore progresivamente al pasar de los años, para que de esta manera se pueda presentar un excelente servicio sin ninguna interrupción. (Miguel Ángel, 2015).

### **6.3.3 Análisis Competitivo de Precios**

Como se ha observado a lo largo del desarrollo del plan de negocio, **UIK STUDIOS S.A.S** cuenta con competencia directa e indirecta, que proporciona un servicio parecido, que carece de ciertos factores que se muestran en la ilustración 31.

### Ilustración 31

#### .Comparación de características UIK NIGHT vs otros

Otros Servicios	Servicio UIK NIGHT
<ul style="list-style-type: none"><li>•Diseño poco agradable</li><li>•Plataforma lenta</li><li>•No hay interaccion con el cliente</li><li>•Contenido pobre</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>•Diseño agradable.</li><li>•Servicio facil de usar</li><li>•Plataoforma rapida.</li><li>•Relacion con los lcientes es de vital importancia.</li><li>•Contenido coherente con la peticios de los usuraros y clientes.</li></ul>

Fuente: Autores.

#### 6.3.4 Políticas de pago

### Ilustración 32.

#### Forma de pago.

Pago	Decontado
<ul style="list-style-type: none"><li>•Las politicas de pagos que presenta la empresa UIK STUDIO S.A.S. se manifiesta por pagos de contado, por motivos de seguridad al servicio,los cuale puede hacer en efectivo,o por medio tarjetas de credito, de lo contrario no puede acceder a los beneficios del servicio UIK NIGHT.</li></ul>	

Fuente: Autores.

## 6.4 PROGRAMA DE COMUNICACIÓN INTEGRAL DE MARKETING

### Ilustración 33.

#### Programa de comunicación integral



##### OBJETIVO

- Lograr una alta penetración en el mercado.
- Incentivar el uso de las App.
- Ser líderes en el mercado en los próximos 3 años.



##### ESTRATEGIAS

- Suplir una necesidad establecida (información de eventos socio-culturales).
- Mostrar los beneficios que tiene la App UIK NIGHT en comparación a la competencia.
- Ser un grupo de apoyo en los diferentes eventos de la ciudad.



##### PROGRAMA

- Realizar el programa "somos amigos" con fin de crear relación bilaterales con las empresas inscritas.
- Diseñar de un portal web, canal de youtube y ser participe de las redes sociales para mostrar los beneficios de UIK NIGHT.
- Usar el portal el web, correo electrónico y redes sociales como medio de relación directa con el usuario y cliente.
- Realizar campañas de marketing tradicional con el fin de generar recordación de marca.



##### PRESUPUESTO

Se destinará el 65% del presupuesto anual para el área de mercadeo.



##### INDICADORES

- (Número de soluciones en el año/ Número de reclamos en el año)\*100.
- Numero de visitas a en el portal web, canal de youtube y redes sociales.

Fuente: Autores.

### 6.4.1 Logotipo

**Ilustración 34.**  
**Logotipo UIK STUDIO S.A.S. y UIK NIGHT**



Fuente: Autores.

El significado del nombre UIK hace referencia a la palabra Week en inglés, solo que en este caso se ha realizado una modificación en su escritura, donde se escribe como se escucha en español, lo que tiene como significado que en cada semana hay un plan diferente para realizar, por otro lado la palabra STUDIO está relacionada con el lugar donde se crean nuevas ideas que aportan a la creación de grandes proyectos. Los colores blanco y negro resaltan y dan un contraste visual a las curvas de las letras que conforma el nombre UIK, el cual tiene la misma presentación para la empresa como para el producto; los detalles rojos muestra la fuerza, innovación, modernidad, estilo que tiene la empresa UIK STUDIO S.A.S., todo esto dentro de un enfoque minimalista y limpio lo que da un fácil aprendizaje de los símbolos y proporciona gran recordación de marca.

### 6.4.2 Slogan

*“El Plan Perfecto”*

UIK NIGHT es una empresa comprometida en buscar los mejores planes que tenga la ciudad de Bucaramanga, con el propósito de que los usuarios puedan escoger entre las diferentes actividades que ofrecen los establecimientos, para así compartir momentos divertidos e inolvidables con sus amigos o familiares y descubrir lo que tiene la ciudad bonita.

### **6.4.3 Estrategias Publicitarias**

Como se trata de un nuevo servicio en el mercado, la publicidad tiene un papel muy importante para el reconocimiento y aceptación de la aplicación UIK NIGHT con el propósito de dar recordación de marca e impulsar las ventas a través de diferentes estrategias de marketing.

#### **6.4.3.1 Estrategias de Marketing Digital**

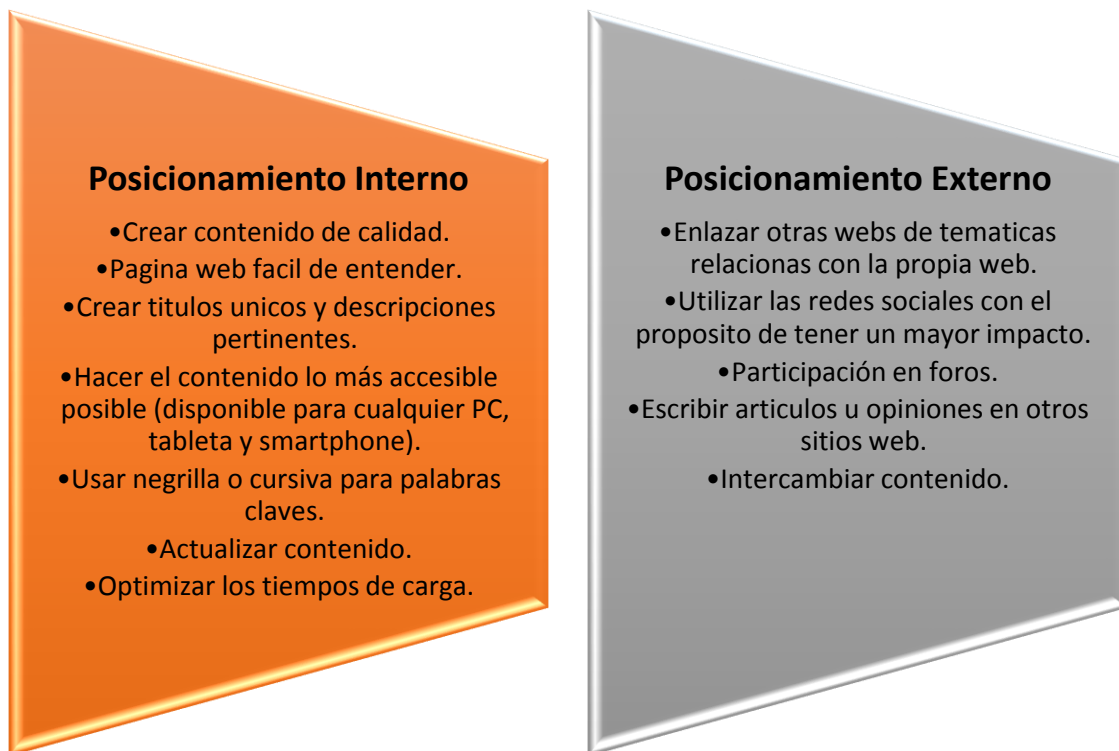
- **Marketing On-Line**
  - **Estrategia SEO**

(Maciá Domene, 2011) afirma que el posicionamiento en buscadores u optimización en motores de búsqueda es el proceso de mejorar la visibilidad de un sitio web en los resultados orgánicos de los diferentes buscadores. Conseguir un posicionamiento natural u orgánico.

El objetivo es aparecer en las posiciones más altas posibles de los motores de búsqueda como Google, Bing, Yahoo entre otras.

Para esto es necesario crear cierto contenido el cual posicione a la página UIK NIGHT y UIK STUDIO S.A.S de acuerdo al posicionamiento interno y externo en el mercado objetivo, para esto se van a realizar las siguientes actividades demostradas en la Ilustración 35.

**Ilustración 35.**  
**Posicionamiento de UIK NIGHT**



Fuente: Autores.

**6.4.3.2 Herramientas que se van a usar**

UIK STUDIO S.A.S usara diferentes herramientas digitales (ver Ilustración 36) para impulsar la productividad y resolver las problemáticas que se tengan para promocionar el servicio UIK NIGHT.

**Ilustración 36.**  
**Herramientas digitales**



Fuente: (Autores).

- **Google Analytics:** es un servicio de Google que sirve para dar una visión en tiempo real del rendimiento del sitio web, ver las suscripciones a la página, y ver el comportamiento de las personas que ingresan al portal web.
- **SEMRush:** sirve para rastrear una serie de palabras clave que son importantes para la empresa, así como la forma en que realizamos en comparación con nuestros competidores.
- **Buffer:** Se ocupa de todos los intercambios de contenido que se hace a través de la plataforma. Uniendo las redes sociales que se tengan en participación con tan solo un clic.

- **FollowerWonk:** encontrará el mejor momento para tuitear en base a su público específico, y luego compartir estos datos con Tampón (una solución de código libre para programar tweets) para publicar en el momento óptimo.
- **Facebook Go:** ayuda a los anunciantes a obtener el máximo rendimiento de su gasto publicitario en Facebook. Encontrando la mejor manera de anunciarse y crear una estrategia publicitaria personalizada para la empresa, familiarizándose con la creación de anuncios segmentado, midiendo el rendimiento de las campañas. (Reed, 2014)
- **Marketing Directo y de relaciones**

Desarrollo de las bases de datos de clientes, es una herramienta para gestionar información disponible donde permite conseguir altos niveles de segmentación de los clientes. Utilizando el conocimiento previo de determinadas características del posible cliente como:

- ❖ Condición social
- ❖ Situación económica, geográfica o profesional.

A partir de estas se realiza una segmentación de los clientes potenciales, con el propósito de generar el mejor servicio, utilizando paralelamente las redes sociales para armar una segunda base de datos, la cual será usada para la fidelización y entendimiento de los deseos de los usuarios.

Con el objeto de crear un vínculo de dependencia recíproca entre la organización y el cliente - usuario que dé lugar a relaciones estables a largo plazo entre ellos, de tal forma que la relación con el cliente no termina con la venta, sino que se intensifica a partir de ésta, de esta forma presentado un servicio personalizado.

El servicio UIK NIGHT tendrá una base de datos para sus clientes, la cual suministrada apropiadamente dará a entender el comportamiento del mercado (“los deseos potenciales”, las expectativas) de una población en específico que en este caso serían los restaurantes, bares, discotecas y zonas culturales.

Para observar y relacionarse con los usuarios se usaran las redes sociales, con el fin de establecer vínculos de interacción y comunicación con las individuos que hacen parte de UIK NIGHT, de esta manera UIK STUDIO S.A.S podrá ofrecer contenido interesante y de calidad.

- **Otras estrategias de marketing**

Para la empresa UIK STUDIO S.A.S es de vital importancia darse a conocer en la ciudad de Bucaramanga para esto se usará una estrategia de penetración de mercado (marketing de guerrilla, acción y segmentación) con el propósito de mostrar el servicio UIK NIGHT, para lo cual se tiene previstas diferentes actividades como:

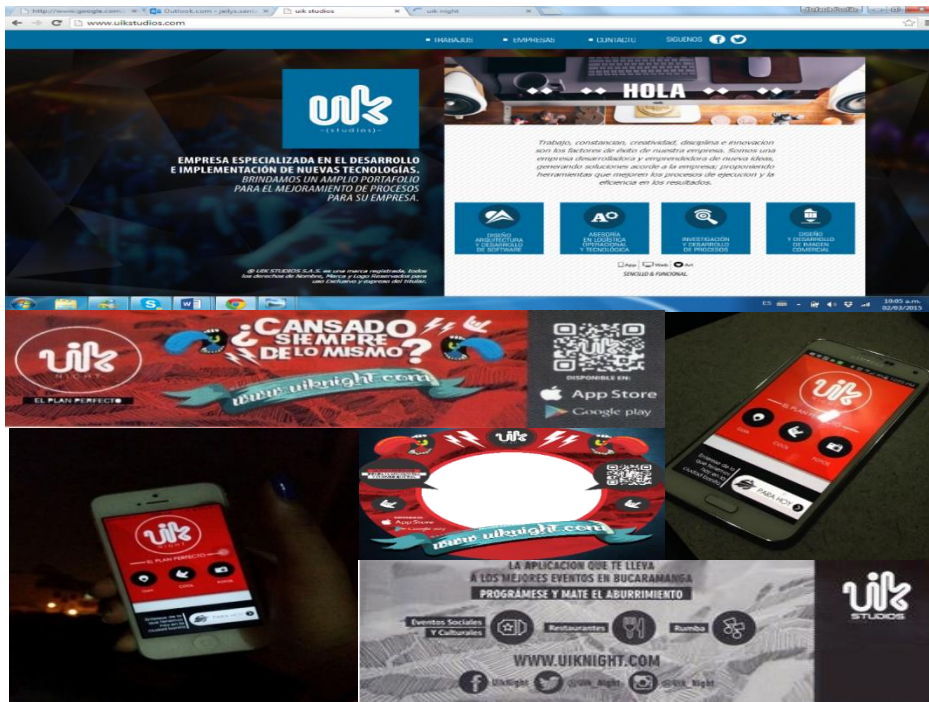
- ❖ Volanteo.
- ❖ Participación en eventos socio-culturales.
- ❖ Radio y prensa.

- ❖ Carro vallas.
- ❖ Regalos de boletas para eventos.

De esta manera se tiene cubierto tanto el ámbito digital como físico, lo que da como consecuencia el gran auge de UIK NIGHT como aplicación número uno en la Ciudad Bonita y de esta manera crean un revolución informativa sobre los eventos que abarca Bucaramanga.

Para la empresa UIK STUDIO S.A.S es de vital importancia el despliegue de la aplicación UIK NIGHT en la ciudad de Bucaramanga, por esta razón se evidencian algunas estrategias como lo muestra la Ilustración 37, las cuales viene siendo digitales y tradicionales, para tener una gran penetración en la ciudad.

### Ilustración 37. Ilustraciones estrategias de marketing digital



Fuente: Autores.

## 6.5 PROGRAMA DE SERVICIO AL CLIENTE

### Ilustración 38.

#### Programa de servicio al cliente



Fuente: Autores.

### **6.5.1 Servicio Post Venta**

El servicio post-venta que se le prestará a nuestros clientes será por medio de la página web oficial de la empresa, correo oficial y teléfono conservando una relación con el cliente antes, durante y después de la compra. De esta manera la empresa implementara las mejoras para ofrecerles a nuestros clientes un excelente servicio.

### **6.5.2 Servicio de instalación**

A la hora de descargar la aplicación UIK NIGHT, se podrá encontrar en los tiendas virtuales APP STORE Y GOOGLE PLAY, donde será descargada de forma fácil, sin ningún costo y sin inscripciones al iniciar.

## **6.6 PRESUPUESTO PLAN DE MARKETING**

UIK STUDIO S.A.S al ser una empresa de servicio, enfatizada en el desarrollo de aplicaciones, teniendo como servicio principal la aplicación UIK NIGHT, la cual es una app publicitaria; es necesario analizar los costos que emerge un plan de marketing el cual es muy importante en este sector, ya que depende éxito de la empresa por la aceptación del cliente y usuario, es por esto que la tabla 16 muestra la distribución de la inversión inicial en cada una de los programas que contempla el plan de marketing, donde se hace una proyección de los siguientes 5 años, el cual estará influenciado por el IPC pronosticado.

**Tabla 26.**

**Proyección de presupuesto para el plan de marketing**

Descripción	Año				
	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Presupuesto Total</b>	<b>\$ 36.000.000</b>	<b>\$ 37.326.311</b>	<b>\$ 38.706.023</b>	<b>\$ 40.141.456</b>	<b>\$ 41.635.035</b>
<b>Programa del desarrollo del servicio</b>					
Apoyo al departamento I+D	\$ 2.502.000	\$ 2.594.179	\$ 2.690.069	\$ 2.789.831	\$ 2.893.635
<b>Programa de distribución y venta</b>					
Desarrolladores de investigación cuantitativa	\$ 2.880.000	\$ 2.986.105	\$ 3.096.482	\$ 3.211.316	\$ 3.330.803
Participación de Eventos	\$ 3.600.000	\$ 3.732.631	\$ 3.870.602	\$ 4.014.146	\$ 4.163.504
<b>Programa de fijación de precios</b>					
Realización de encuesta	\$ 9.000	\$ 9.332	\$ 9.677	\$ 10.035	\$ 10.409
Inversión de planes adecuados para negocios	\$ 9.000	\$ 9.332	\$ 9.677	\$ 10.035	\$ 10.409
<b>Programa de comunicación integral del marketing</b>					
Realizar el programa "somos amigos"	\$ 4.680.000	\$ 4.852.420	\$ 5.031.783	\$ 5.218.389	\$ 5.412.555
Diseño página web	\$ 1.800.000	\$ 1.866.316	\$ 1.935.301	\$ 2.007.073	\$ 2.081.752
Participación en redes sociales	\$ 2.520.000	\$ 2.612.842	\$ 2.709.422	\$ 2.809.902	\$ 2.914.452
Canal youtube	\$ 3.960.000	\$ 4.105.894	\$ 4.257.663	\$ 4.415.560	\$ 4.579.854
Correo empresarial	\$ 108.000	\$ 111.979	\$ 116.118	\$ 120.424	\$ 124.905
Voltanteo	\$ 2.052.000	\$ 2.127.600	\$ 2.206.243	\$ 2.288.063	\$ 2.373.197
Carro balla	\$ 4.680.000	\$ 4.852.420	\$ 5.031.783	\$ 5.218.389	\$ 5.412.555
Publicidad en radio	\$ 3.600.000	\$ 3.732.631	\$ 3.870.602	\$ 4.014.146	\$ 4.163.504
<b>Programa del Servicio al cliente</b>					
Planes de celular	\$ 1.800.000	\$ 1.866.316	\$ 1.935.301	\$ 2.007.073	\$ 2.081.752
Estrategias de servicio al cliente	\$ 1.800.000	\$ 1.866.316	\$ 1.935.301	\$ 2.007.073	\$ 2.081.752

Fuente: Autores.

Acorde a la distribución determinada para cada programa, establecido en el plan de marketing, se obtuvieron los siguientes presupuestos específicos en cada año, el cual está relacionado con las utilidades de los próximos cinco años pronosticados.

**6.7 CONCLUSIONES DEL MODULO DE GERENCIA ESTRATEGICA.**

En el plan de marketing se pudo concluir los objetivos pertinentes para cada programa (desarrollo de producto o servicio, distribución y venta, fijación de precios; comunicación integral del marketing y servicio al cliente), con sus respectivas estrategias al momento de ejecutar; a su vez se contempla la inversión de \$ 36'000.000 anuales que debe realizar la

empresa para realizar y mantener cada programa junto con los indicadores los cuales serán un medio de evaluación.

La empresa UIK STUDIO S.A.S al ser una empresa de desarrollo tecnológico, se enfocara en realizar estrategias de marketing digital, con el propósito de ser reconocida en este ámbito, como se aprecia en el programa de comunicación integral del marketing; fusionando el marketing tradicional y online, posicionando la marca a través de las filosofías SEO y herramientas digitales, las cuales ayuden a monitorear el comportamiento de las personas junto con la efectiva difusión en diferentes medios (página web, redes sociales, entre otras).

## 7 EVALUACIÓN DEL PROYECTO

### 7.1 Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

#### 7.1.1 Impacto Social

La empresa **UIK STUDIO S.A.S**, realizara sus operaciones de servicio en el área de Bucaramanga bajo un enfoque socialmente responsable, generando un impacto positivo en términos ambientales, económicos y sociales, contribuyendo al desarrollo económico y social de la ciudad.

Para lograr este propósito, la empresa se apoyara y regirá bajo la norma internacional ISO 26000 para comprender sobre qué temas abarca esta norma, la orientación y la implementación de diferentes acciones que involucren a sus grupos de apoyo, contribuirán mediante sus opiniones y soporte incondicional.

En primera instancia, para **UIK STUDIO S.A.S** los trabajadores son su activo más valioso, de acuerdo a la filosofía oriental SAMUI, por esta razón merecen respeto como seres humanos y como personal ligado a la empresa, es por esto que **UIK STUDIO S.A.S**, se acogerá bajo el código sustantivo de trabajo, específicamente y los fundamentos estipulados en el derecho laboral colombiano y en los lineamientos del párrafo 9 de la ley 149, con el fin de brindarle a “nuestros asociados” un ambiente laboral tranquilo, acogedor, un salario justo

acorde a sus labores dentro de la empresa, el cual les permita cubrir sus necesidades básicas y llevar un estilo de vida aceptable para la sociedad.

Dentro de la nómina de **UIK STUDIO S.A.S** se contara con 1 asociados los cuales tendrán estudios técnicos en el SENA en el área de programación y diseño de plataformas informáticas y además la encargada del área de ventas será madres cabezas de familia; a quienes se les compensara mensualmente con un salario ordinal, el cual incluye: el auxilio de transporte, las prestaciones sociales exigidas por el código sustantivo de trabajo, afiliación a cajas de compensación, seguro médico y ARP.

**UIK STUDIO S.A.S**, como organización responsable y preocupada por el desarrollo intelectual y emocional de sus asociados, les da la posibilidad de recibir capacitaciones por medio de instituciones como el SENA, en donde mediante talleres, cursos virtuales o presenciales desarrollen sus habilidades y capacidades. , el cual aportara mayor conocimiento y rendimiento en las funciones. Adicional los empleados contaran con un horario flexible de trabajo, en donde se trabajaran 8 días a la semana, manejando una hora de entrada de 8 am a 12 m y 2 pm – 6 pm.

Mediante la caja de compensación a la cual serán afiliados los asociados de **UIK STUDIO S.A.S**, estos podrán disfrutar de los diferentes beneficios que ofrece Comfenalco para él y toda su familia, además de las actividades culturales y recreativas que la empresa organice en pro del bienestar de sus asociados.

Además de contribuir a la región mediante la disminución de la tasa de desempleo, según la publicación del periodo El Portafolio es del 8.1%, en el ámbito económico pretende contribuir al PIB de Bucaramanga pues sus planes de negocio y estrategias le permitirán ser rentable, así mismo la empresa se comprometerá a cumplir oportunamente con el pago de impuestos. (Portafolio, Portafolio, 2014)

Con el fin de brindarle a los usuarios un servicio de alta calidad, **UIK STUDIO S.A.S** se registrará bajo entes certificadores, tales como: ISO 9000 y la ISO 14000, generando de esta manera valor a los clientes, quienes encontraran en el mercado un servicio con las cualidades prometidas a un precio justo.

Cabe destacar que **UIK STUDIO S.A.S**, constituye una gran fuente de desarrollo para la ciudad de Bucaramanga y el departamento de Santander, incentivando la participación de la comunidad en nuevos proyectos que generen conciencia ambiental y social, además de ayudar al crecimiento de la economía de la región.

### **7.1.2 IMPACTO AMBIENTAL**

El desaforado crecimiento económico de las sociedades ha provocado una serie de consecuencias negativas en la sociedad actual, por esta razón la conservación del medio ambiente es un asunto de gran importancia y por el cual muchas empresas han empezado a abarcar esta problemática brindando soluciones que favorezcan al desarrollo sostenible del planeta y de la sociedad, **UIK STUDIO S.A.S** es una empresa pionera en la ciudad de

Bucaramanga, la cual desea ser reconocida por contribuir a la sostenibilidad del planeta, reduciendo e impacto ambiental.

Con el fin de lograr este objetivo, los esfuerzos de **UIK STUDIO S.A.S** se enfocaran en hacer buen uso de sus recursos en la ejecución del servicio, implementando estrategias que resulten eficientes en el desarrollo de la aplicación UIK NIGHT. A continuación se fundamentaran los aspectos más relevantes para la organización.

#### **Servicios públicos**

- **Consumo De energía**

Dado que se tiene equipos de cómputos con un uso continuo, el consumo de energía será uno de los factores más relevantes y que generaran un mayor impacto ambiental, por esta razón se instalaran bombillos ahorradores de energía para contrarrestar este impacto, a su vez se tendrán controles de los reguladores de energía evitando así el aumento de consumo de energía , tales como: suspender y apagar los computadores mientras no se utilicen, apagar las luces de las áreas que no están siendo utilizadas. Esto con el fin de inculcar a los asociados la cultura del ahorro de energía dentro de la empresa y sus hogares, generando un mayor impacto dentro de la sociedad.

#### **Elementos de oficina**

Al ser una empresa prestadora de servicio, sus funciones deberán de ser documentadas con el fin de tener un control y registro de todos los datos que involucra la empresa; por esta razón se evitara el uso de papel como medio de registro de información, donde se remplazara por el uso de bases digitales(Dropbox, Onedrive), correos electrónicos(Gmail, Hotmail, Yahoo), documentos digitales (Word), ya que al ser una empresa de desarrollo tecnología debe a hacer el mayor uso de la tecnología a favor del medio ambiente.

## 7.2 EVALUACION FINANCIERA

### 7.2.1 Valor presente neto

**Tabla 27.**  
**Valor presente neto**

<b>VALOR PRESENTE NETO</b>	\$ 206.988,00	\$ (7.393.918,27)	\$ 12.863.234,30	\$ 4.998.253,68	\$ 8.452.219,47	\$ 7.621.808,70
Número de períodos	0	1	2	3	4	5

Fuente: Autores.

El Valor Presente Neto permite determinar si dicha inversión puede incrementar o reducir el valor de la empresa, donde la situación para la empresa UIK STUDIO S.A.S para el primer año presenta un dato negativo, esto se debe por iniciar como una nueva empresa, la cual no podrá cubrir todas sus deudas en el primer años, donde los años siguiente presentara un aumento en su solvencia económica. . . Para mayor compresión ver Anexo I Estudio Financiero **UIK STUDIO S.A.S** Hoja Evaluación Financiera.

### 7.2.2 Tasa interna retorno TIR y Tasa interna de retorno Modificada

**Tabla 28.**  
**TIR y TIR-M**

<b>TASA INTERNA DE RETORNO = TIR</b>	<b>49,71%</b>	<b>PROYECTO VIABLE</b>
<b>COMPROBACIÓN DE VPN = CERO</b>	<b>\$ 0,00</b>	
<b>TASA INTERNA DE RETORNO MODIFICADA = TIRM</b>	<b>40,26%</b>	<b>PROYECTO VIABLE</b>

Fuente: Autores.

La TIR es el promedio geométrico de los rendimientos futuros esperados de dicha inversión, donde la tasa interna de retorno modificada (TIR-M) es más realista en términos financieros, ya que tiene en cuenta el interés bancario; estos dos indicadores dan resultados un poco elevados (Tabla 27) en comparación a otros proyectos, esto se debe al manejar un proyecto de tipo tecnológico, donde en el siglo 21 presenta un alto riesgo ya que depende el grado de aceptación del público, pero por lo contrario si es agradable por el público, tendrá una alta rentabilidad y con una inversión mínima. Para mayor comprensión ver Anexo I Estudio Financiero **UIK STUDIO S.A.S** Hoja Evaluación Financiera.

### 7.2.3 Periodo de recuperación de la Inversión

**Tabla 29.**  
**Periodo de recuperación de la inversión.**

CALCULO DEL  
No. PERIODOS DE  
RECUPERAC. DE  
LA INVERSIÓN  
(PRI):

**Año 0      Año 1      Año 2      Año 3      Año 4      Año 5**

---

	-\$	-\$	\$	\$	\$	
<b>Valor presente de los flujos a evaluar</b>	<b>16.919.376</b>	<b>3.159.733</b>	<b>14.052.705</b>	<b>16.744.243</b>	<b>21.846.803</b>	<b>\$ 25.735.993</b>
	-\$	-\$	-\$	\$	\$	
<b>VPN acumulado</b>	<b>16.919.376</b>	<b>20.079.109</b>	<b>6.026.404</b>	<b>10.717.839</b>	<b>32.564.641</b>	<b>\$ 58.300.635</b>
<b>PRI: Año en que se recupera la inversión:</b>	<b>Año 2</b>					
<b>Mes de recuperación de la inversión:</b>	<b>4</b>					
<b>Día de recuperación de la inversión:</b>	<b>10</b>					

Fuente: Autores.

El periodo de recuperación de la inversión para la empresa UIK STUDIO S.A.S con el proyecto UIK NIGHT será de dos años, 4 meses y 10 días; donde después de este tiempo se tendrán ganancias hacia la empresa. . Para mayor comprensión ver Anexo I Estudio Financiero **UIK STUDIO S.A.S** Hoja Evaluación Financiera.

#### 7.2.4 Análisis de la relación Beneficio – Costo.

**Tabla 30.**

##### **Beneficio - Costo.**

<b>CÁLCULO DE LA RELACIÓN BENEFICIO / COSTO = B / C</b>	<b>2,5</b>
VPN DE LOS INGRESOS	\$ 19.147.680
VPN DE LAS INVERSIONES Y EGRESOS	\$ 7.600.906

**PROYECTO VIABLE**


Fuente: Autores.

Costo-beneficio es una lógica o razonamiento basado en el principio de obtener los mayores y mejores resultados al menor esfuerzo invertido, tanto por eficiencia técnica como por motivación humana. Se puede observar que el resultado es mayor que 1 más exactamente **2,51**, esto indica que por cada peso invertido en nuestro servicio UIK NIGHT se va a generar una utilidad del 1,51 del valor presente. . Para mayor comprensión ver Anexo I Estudio Financiero **UIK STUDIO S.A.S** Hoja Evaluación Financiera.

#### **7.2.5 Escenario de Riesgo.**

Al realizar un escenario pesimista para la aplicación móvil UIK NIGHT, se le disminuyeron las ventas del servicio del pitido con relación al escenario normal obteniendo 85 menos de servicios, esto da como resultado un proyecto no viable, al no cumplir con la evaluación financiera, como lo muestra el Anexo K, donde presenta un TIR menor que la TIO, al igual que la TIR-M, B/C.

### **7.3 CONCLUSIONES DE LA EVALUACIÓN DEL PROYECTO**

 La empresa **UIK STUDIO S.A.S** ofrece una aplicación llamada UIK NIGHT, la cual presta el servicio de publicidad a través de los Smartphone en plataformas como Android y IOS, donde tiene como objetivo generar una aplicación móvil novedosa en términos de

publicidad comercial, accesible, fácil y sencilla en su manejo; generando a la vez un estilo fresco y moderno al utilizarlo, proponiendo así un contacto directo e innovador con el cliente, además de dar a conocer los descuentos, promociones, aperturas de nuevos establecimientos, conciertos, etc., la cual tendrán la posibilidad de estar en continuo comunicación con los usuarios por medio de sus redes sociales, portal web, aplicación, a su vez se contarán con diferentes planes de pago, el cual se ajuste a su administración y precio asequible en el mercado.

✚ **UIK STUDIO S.A.S** , se caracteriza por ser una empresa Santandereana socialmente responsable, tanto internamente en su organización y externamente como empresa de servicio ya que en su plan de negocios, propone estrategias que tienen como objetivo contribuir a la generación de empleo en la sociedad Bumanguesa, brindarle las condiciones de trabajo adecuadas a los trabajadores de **UIK STUDIO**, desarrollar acciones, tales como: ahorro de energía, campañas de reciclaje, entre otras dentro su organización que contribuyan a la preservación del medio ambiente.

✚ la TIR o Tasa Interna de Retorno para UIK NIGHT es de 49%. Este alto porcentaje al que rinden la inversión tiene una respectiva razón y es la innovación que UIK NIGHT propone como servicio de UIK STUDIO S.A.S dentro del mercado actual. Se puede llegar a decir que los competidores son a lo sumo nulos en Bucaramanga, acabe a clara que dependen de la aceptación del público y al estar en el sector de las TIC lo hace más acorde en el sector involucrado. Esta es la ventaja que tiene el modelo de negocio frente a otros, y por esto el 49% de la TIR puede ser completamente aceptada.

- ✚ Es importante reconocer que el Valor presente neto es mayor a cero \$ 7.621.809, lo cual indica que UIK NIGHT tendrá mayor los ingresos que los egresos.
  
- ✚ Las TIR-M tiene como resultado en este proyecto del 40,26%, el cual indicador es más real, ya que interviene en sus calcula la tasa de préstamos emitida en este caso por la entidad financiera Davivienda.
  
- ✚ TIR (49%)>TIO (39,27%) esto demuestra la viabilidad del proyecto al ser mayor al CAPM.
  
- ✚ Dentro del análisis de costo-beneficio se puede observar que el resultado es mayor que 1 más exactamente **2,51**, esto indica que por cada peso invertido en nuestro servicio UIK NIGHT se va a generar una utilidad del 1,51 del valor presente.



## **9 CONCLUSIONES DEL PROYECTO ESTUDIO DE FACTIBILIDAD Y DISEÑO DE MARKETING DIGITAL PARA EMPRESA UIK STUDIO S.A.S, EMPLEANDO EL SERVICIO UIK NIGHT EN EL ÁREA DE BUCARAMANGA.**

- Al realizar la evaluación financiera se demostró que la empresa **UIK STUDIO S.A.S**, es **viable**, al cumplir con los indicadores financieros mostrados en el análisis financiero
- UIK STUDIO S.A.S es una empresa de desarrollo tecnológico, presenta como proyecto la aplicación interactiva UIK NIGHT, la cual trata de informar los eventos socio culturales que muestra la ciudad de Bucaramanga.
- Por medio de la investigación de mercados realizada en la ciudad de Bucaramanga, se pudo encontrar los siguientes resultados: una aceptabilidad por parte de los establecimientos comerciales del 84 % los cuales afirma la participación en la aplicación UIK NIGHT; por otra parte la sociedad encuestada afirma que el 89% se encuentran interesados en descargar la aplicación y hacer eso de está.
- En el plan de marketing se pudo concluir los objetivos pertinentes para cada programa con sus respectivas estrategias al momento de ejecutar; las cuales fueron diseñadas acorde a las necesidades que sule la empresa; fusionando el marketing tradicional y online, para posicionar la marca a través de la filosofías SEO y herramientas digitales, las cuales ayuden a monitorear el comportamiento de las personas junto con la efectiva difusión en diferentes medios (pagina web, redes sociales, entre otras).

**10 RECOMENDACIONES DEL PROYECTO ESTUDIO DE FACTIBILIDAD Y  
DISEÑO DE MARKETING DIGITAL PARA EMPRESA UIK STUDIO S.A.S,  
EMPLEANDO EL SERVICIO UIK NIGHT EN EL ÁREA DE BUCARAMANGA.**

Después de realizar la sustentación del proyecto ante los calificadores correspondientes, se hallaron unos inconformidades no perjudiciales para el proyecto, las cuales se tomaron como recomendación al momento de ejecutar la empresa, las cuales fueron:

- ✚ Hacer cambios en la estructura organizacional, reduciendo el número de personas, teniendo como nuevas jerarquía comprendida por un gerente, el diseñador y el personal de ventas.
- ✚ Hacer cambio en el módulo financiero en el área de nómina, disminuyendo el salario básico, lo cual disminuiría los aportes parafiscales los cuales generan un gran costo para la empresa.
- ✚ Al hallar una alta aceptación por parte de la población comprendida entre las edades 18-25 años, se debe realizar una nueva investigación de mercados referida específicamente a esta población anteriormente nombrada, con el fin de corroborar los resultados encontrados en este proyecto.

## BIBLIOGRAFÍA

- Baca Urbina, G. (2013). *Evaluación de Proyectos*. Graw Hill.
- Economica, L. N. (2014). Universo TIC. *La Nota Economica*, 40-62.
- Estrade Nieto, J. M., Soro, D. J., & Hernandez Dauder, M. A. (2013). *Marketing Digital. Marketing movil, SEO y analitica web*. Madrid: ANAYA MULTIMEDIA (GRUPO ANAYA, S.A).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing*. Mexico: PEARSON EDUCACIÓN.
- Maciá Domene, F. (2011). tecnicas avanzadas de posicionamiento en buscadores. En *tecnicas avanzadas de posicionamiento en buscadores*. Anaya multimedia-anaya interactiva.
- Zeithami, V., Bitner, M., & Gremier, D. (2009). *Marketing de Servicio*. Graw Hill.

## WEBGRAFÍA

- Alcaldia de Bucaramanga. (2009). *Alcaldia de Bucaramanga*. Obtenido de <http://www.bucaramanga.gov.co/Contenido.aspx?Param=9>
- Bernal, G. (2006). *El desarrollo tecnológico, una perspectiva social y humanista*. Obtenido de <http://www.oei.es/memoriasctsi/mesa1/m01p02.pdf>
- Camara de comercia de Bucaramanga. (2015). *Centro de atencion empresarial*. Obtenido de <http://www.sintramites.com/sintramites/General/Homonimia.aspx>
- Centro de atencion empresarial. (2015). *Sintramites*. Obtenido de [www.sintramites.com](http://www.sintramites.com)
- Comercio, C. d. (2 de 2015). *Compite360*. Obtenido de <http://www.compitem360.com/compitemhtml5/sitio/adn/>

DANE. (3 de 1 de 2014). *DANE*. Obtenido de

[http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bol\\_PIB\\_Itrime14.pdf](http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bol_PIB_Itrime14.pdf)

-DANE., D. A. (s.f.). *DANE:Proyecciones de Población departamentales y municipales por área 2005 – 2020*. Obtenido de

[http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/poblacion/proyepobla06\\_20/ProyeccionMunicipios2005\\_2020.xls](http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/poblacion/proyepobla06_20/ProyeccionMunicipios2005_2020.xls)

Finanzas personales. (2008). *Finanzas personales* . Obtenido de

<http://www.finanzaspersonales.com.co/impuestos/articulo/por-que-vale-pena-constituirsas/37888>

GOOGLE IMAGEN. (2015). *GOOGLE IMAGEN*. Obtenido de

<http://www.google.com.co/imghp>

Liberal, V. (2014). *Vanguardia Liberal*. Obtenido de

<http://www.vanguardia.com/actualidad/tecnologia/230614-santander-tercero-en-colombia-en-disenar-aplicaciones-moviles>.

Liberal, V. (2014). *Vanguardia Liberal*. Obtenido de

<http://www.vanguardia.com/santander/bucaramanga/227>

Maciá Domene, F. (2011). técnicas avanzadas de posicionamiento en buscadores. En *técnicas avanzadas de posicionamiento en buscadores*. Anaya multimedia-anaya interactiva.

Miguel Ángel, H. (26 de 02 de 2015). *EL TIEMPO*. Obtenido de

<http://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/cual-es-la-velocidad-de-la-banda-ancha-en-colombia-/15308078>

PNUD. (2012). *PNUD.ORG*. Obtenido de <http://www.pnud.org.co/2012/odm2012>

Portafolio. (27 de junio de 2014). *Portafolio*. Obtenido de

<http://www.portafolio.co/economia/desempleo-mayo-2014>

Portafolio. (26 de septiembre de 2014). *Portafolio.co*. Obtenido de

<http://www.portafolio.co/negocios/colombia-consumo-tecnologias-informacion-comunicacion>

Radio, C. (21 de agosto de 2011). *Caracol Radio*. Obtenido de

<http://www.caracol.com.co/noticias/tecnologia/colombia-consigue-el-mejor-resultado-en-el-desarrollo-tecnologico-de-su-historia/20110826/nota/1537886.aspx>

Reed, D. (14 de noviembre de 2014). *7 Soluciones de Marketing Digital para las necesidades de cada inicio*. Obtenido de <http://blog.mention.com/startup-digital-marketing-solutions/>

USPSABolivia. (17 de septiembre de 2013). *APLICACIONES MÓVILES, LA EVOLUCIÓN*.

Obtenido de <https://upsasoyyo.wordpress.com/2013/09/17/aplicaciones-moviles-la-evolucion/>

Viktor, C. S. (7 de 2 de 2012). *Infografía - La Historia de Mobile App Stores*. Obtenido de

<http://blog.shoutem.com/2012/02/07/infographic-the-history-of-mobile-app-stores/>