

RESUMEN EJECUTIVO PROYECTO EMPRESARIAL II

Nexi

1. Industria

Durante el 2016, 7 de cada 10 colombianos adquirieron un teléfono inteligente. El 78% de los consumidores móviles colombianos está satisfecho con su experiencia de compra a través de sus dispositivos y 6 de cada 10 de ellos planean comprar más productos y servicios a través del smartphone o tableta en los próximos 6 meses. El 19% de los compradores ha usado las billeteras móviles en el pago virtual. (Reporte We Are Social, 2018) lo que nos muestra que las personas están dispuestas a pagar y realizar transacciones por medio de aplicaciones móviles.

Según el periódico el Tiempo, Colombia es el cuarto país con mayor uso de aplicaciones móviles en Latinoamérica (Hernández, 2016). Además de esto, Colombia es el tercer país con el mercado más grande en materia de smartphones. El 59% de los colombianos acceden a sus redes sociales al menos diez veces al día, mientras que el 8,1% ingresa más de 50 veces (Vanguardia, 2016).

Por otro lado, la industria de cultura, diversión y esparcimiento en Colombia acumuló un gasto corriente y real de \$8,71 billones y \$5,01 billones respectivamente (Blogs Portafolio, 2019)

Por eso **Nexi** es un negocio perteneciente a la industria de base tecnológica, enfocado a satisfacer necesidades de la industria de cultura, diversión y esparcimiento.

2. Oportunidad encontrada

De acuerdo con un estudio realizado por Gallup, se pudo identificar que 8 de cada 10 colombianos se encuentran infelices donde trabajan, en donde el estrés laboral, generado por la insatisfacción, es igual de dañino que ser fumador pasivo. Asimismo, el estrés laboral causado por el ausentismo en las empresas crece causando un gasto adicional para las empresas.

Igualmente, el 100% de las personas en el mundo al iniciar un año nuevo se proponen nuevas metas y retos relacionados ya sea con su trabajo o vida personal; muchas de estas metas van dirigidas a intentar y aprender cosas nuevas. Además, el 92% de estas personas no logra cumplir estos propósitos (Gutierrez, 2018) por factores como tiempo y dinero que, aunque no deberían ser limitantes si se vuelven excusas para dejar atrás aquellas cosas que siempre hemos querido hacer.

3. Solución

Con respecto a lo anterior, se decide buscar una solución que encuentre ese balance en la vida de las personas, creando experiencias profundas y permitiéndoles que se cumplan sus sueños. De esta manera se da inicio a trabajar en la siguiente



oportunidad de negocio, en la cual se puede trabajar en conjunto para formar un plan de negocio.

En base a esto hemos creado **NEXI**, una aplicación móvil que conectará aquellas personas que buscan adquirir nuevos conocimientos y/o experiencias ya sea sobre actividades deportivas o artísticas, por medio de la interacción entre personas, para que así puedan enseñar e intercambiar conocimientos que han adquirido a lo largo de su vida para recibir a cambio nuevos conocimientos y/o experiencias de otra persona y al mismo tiempo ampliar su red de contactos.

Debido al alto crecimiento tecnológico, además de una rápida globalización de mercados, es necesario ir más allá de los proyectos, ideas y negocios existentes teniendo en cuenta la autorrealización como motivación para la persona.

4. Modelo de negocio



6. La descripción y uso de la aplicación

El uso de la aplicación es sencillo, el usuario llenará inicialmente un perfil donde pondrá sus datos básicos como: Nombre, edad, género y ciudad de residencia, adicionalmente seleccionará aquellas habilidades o destrezas que posea en el ámbito artístico y/o deportivo junto con las habilidades que quiera aprender en estos temas; podrá subir fotos y enlazar sus cuentas de redes sociales si lo desea, tendrá un denominado **“banco de tiempo”** en donde le aparecerá las horas que posea extras para recibir un servicio, y adicionalmente existirá un espacio donde la persona seleccionará si estaría dispuesto con esos conocimientos que posee ser voluntario con diferentes fundaciones.

Luego de llenar el perfil, el usuario podrá encontrar a otros usuarios quienes enseñen lo que aquel quiera aprender, al seleccionar a la persona podrá contactarse con ella para cuadrar el lugar y la hora para intercambiar sus experiencias; al momento en que estas se conocen y se enseñan uno la otro los conocimientos que posean, seguido de esto, se darán una confirmación mutua por medio de la aplicación (NEXI) para confirmar que han recibido su nuevo conocimiento y el tiempo que invirtieron aprendiéndolo. La aplicación contará con un espacio en el cual las personas podrán subir “posts” de su experiencia al aprender nuevas habilidades y así de contar la historia de su experiencia vivida y tendrán la opción para calificar a la persona que le brindó su conocimiento, para así generar una mayor confianza entre los usuarios.

7. Resumen plan comercial (Escalabilidad, innovación e impacto social)

Nexi al ser un proyecto tecnológico, este requiere del uso de internet, con el funcionamiento mediante una aplicación móvil, se guiará mediante la estrategia de inbound marketing, en donde generará demanda mediante la técnica de **atracción pull** en donde el usuario llega a nosotros, para de esta manera captarlos y así tener una maximización de usuarios. Para el mercadeo de la marca y la comunicación, por medio de la atracción de clientes, se realizará por medio de estrategias de marketing de digital en las redes sociales como lo son Facebook, Instagram y Youtube, siendo estas las redes más frecuentadas por nuestros dos segmentos objetivos, las publicaciones en estas redes se mostrarán a aquellas personas que busquen o poseen gustos e intereses similares a los que brinda **Nexi**. Asimismo, otro medio de comunicación con nuestro sector objetivo, son los eventos sociales como conciertos, exposiciones de arte, eventos deportivos, etc. En donde se publicitaria y se dé a conocer a **Nexi** ya sea con vallas o volantes.

- Escalabilidad, innovación e impacto social

Nexi presenta un modelo innovador el cual permite conectar a personas entusiasmadas y dispuestas a aprender cosas nuevas y de igual manera a enseñar aquellas cosas que han aprendido en su vida, conociendo personas de intereses similares. Nuestro modelo de negocio presenta un alto grado de escalabilidad debido



a que su aumento en costos no es significativo a medida que aumenta su penetración de mercado, lo que permite que cada vez más personas descarguen la aplicación y paguen nuestra membresía sin necesidad de nosotros incurrir en costos adicionales significativos, adicionalmente a medida que la aplicación va obteniendo popularidad en el mercado, el deseo de diversas empresas por tener publicidad en nuestra aplicación aumenta generando así más ingresos para nosotros, a esto finalmente se le suma el punto en el cual se posea la base de datos lo suficientemente grande para que esta información pueda ser vendida a todo tipo de empresas interesadas en poseer este tipo de información.

De igual manera Nexi buscará generar un impacto social en sus usuarios por medio de la modalidad de voluntariado incluida dentro de la aplicación en la cual se invita a sus usuarios para que hagan partícipes a otras personas, especialmente niños y jóvenes, de escasos recursos o que se encuentren en condiciones de vulnerabilidad a enseñarles aquellas cosas que han aprendido por medio de la experiencia brindada gracias a **Nexi**.

8. Resumen plan de operaciones

El funcionamiento de **Nexi** será por medio de una aplicación móvil, que se podrá descargar de manera gratuita por medio de App Store y Play Store. Además, el tipo de servidor que se usará para almacenamiento de datos e información en la nube en la aplicación de **Nexi** será tercerizado por medio de la empresa **Appypie**.

Durante el proceso de producción, se tendrán en cuenta las actividades primarias como **diseño**, para el desarrollo y diseño de la aplicación cuenta con su respectiva interfaz gráfica en la aplicación móvil para ofertantes y demandantes, contando con la conectividad de ancho de banda. **Logística de inventarios:** se debe contar con proveedores para los servidores de la (nube) servicio proveído por **Appypie**, y su vez esta capacidad de almacenamiento estará añadida en la aplicación. En cuanto al ancho de banda (ADLS y satelital) **Appypie** le provee la cantidad de 12 GB. En cuanto a la **distribución**, será de manera directa, en donde los usuarios podrán descargar la aplicación en sus dispositivos móviles a través de App store o Play Store sin ningún costo, y dentro de la aplicación podrán hacer uso de los servicios ofrecidos por **Nexi** y sus demás usuarios, así como el pago del tipo de membresía. Con respecto a **tecnologías**, se requerirá del servidor **Appypie** para almacenamiento de información y base de datos. Por último, la utilización de **recurso humano**, en cuanto a diseño de la aplicación y en el mantenimiento de la misma.

Con respecto a las necesidades tecnológicas para la aplicación Nexi, se requerirá de servidores tecnológicos que se necesitará la aplicación y mantenimiento de la misma de **Appypie**.

9. Resumen plan organizacional

En este plan se abordaron temas tanto como la **misión de Nexi, somos una plataforma tecnológica que une a dos mundos, por un lado, para personas con intereses y/o gustos afines a los deportes convencionales, y por otro lado a personas interesadas**



en las artes de música, cine y televisión, en búsqueda de aprender y ofrecer conocimientos en estas áreas a personas y freelancers en Bogotá D.C. La visión de Nexi, aspirar ser uno de los referentes en la industria para el año 2023, brindando la posibilidad de conectar a personas dispuestas a brindar cualquier tipo de conocimiento, caracterizados como la aplicación pionera en Colombia en la industria de economía colaborativa. Asimismo, de los valores corporativos tales como responsabilidad, actitud de servicio, mejoramiento continuo, creatividad e intra-emprendimiento, apoyando e incentivando las ideas de nuestros colaboradores.

En cuanto al modelo societario y aspectos legales se hizo la elección de la naturaleza jurídica de la empresa es sociedad por acciones simplificadas (S.A.S) siendo su razón **Nexi conectando sueños S.A.S.**

El motivo de elección de la S.A.S es debido a las bondades de las normas tales como los requerimientos establecidos en su constitución, puede constituir una o varias personas naturales. Asimismo, la reducción de costos y trámites, no requiere de revisor fiscal. (Editores, L., 2015) Cabe resaltar que la sociedad por acciones simplificada, su constitución es de un día, es la forma más sencilla de constitución en todo término con respecto a las otras y es el tipo de sociedad más usado actualmente. De igual forma, no se obliga a crear instancias como la junta directiva o cumplir con requisitos de pluralidad de socios. (Editores, L., 2015)

Se tuvo en cuenta, además, las características del recurso humano requerido por cada puesto de trabajo y sus responsabilidades. Dentro de los recursos humanos requeridos para el funcionamiento de Nexi se encuentra primero a Gabriel Felipe Gutiérrez Nariño quien es el jefe ejecutivo de la compañía encargado de conciliar las propuestas y objetivos de la organización manteniendo clara la visión de la organización. Entre sus funciones estará el desarrollo del aporte social de la empresa y la definición de los objetivos estratégicos.

Seguido de esto, se encuentran los tres (3) socios propietarios de la compañía. Jordan Camilo Correa Quijano es el jefe de ventas, responsable por la evaluación y control del cumplimiento de los objetivos de captación, mantenimiento y crecimiento de la base de clientes y por consiguiente de las ventas. Tendrá funciones de relaciones públicas con clientes corporativos, premium y prensa.

Nicolás Esteban Amarillo Díaz asumirá el cargo de jefe financiero, encargado del manejo y control de presupuestos e inversiones de la organización, entre sus funciones está la búsqueda constante de fuentes de ingresos, como la venta de big data (cuando se tenga el volumen necesario) y tendrá como responsabilidad en los primeros meses el aseguramiento de la liquidez de la empresa.

Andrea Estefanía Mora Gutiérrez tendrá el cargo de Jefe de marketing y community manager, será encargada del área de mercadeo diseñando, evaluando y autorizando las diferentes campañas publicitarias y anuncios digitales, así como decidiendo

también en qué tipo de eventos se hará presencia de marca. Será responsable de la presencia en redes sociales y las investigaciones de mercado.

Finalmente se contratará un contador mensualmente para registros financieros antes entidades gubernamentales y un todero encargado de realizar papeleos, mensajería y demás actividades que la empresa pueda llegar a necesitar.

10. Resumen plan financiero

Estructura de Costos:

Costo aproximado de la app en creación un mantenimiento: \$150.000 mensuales COP.

Costo aproximado de nómina de socios: \$3'918,550 mensual COP.

Amortización mensual de costo del registro mercantil: \$10,166.67 COP.

Asesorías: \$1'200,000 COP.

Costos de publicidad y mercadeo en porcentaje de ventas mensuales:

- Publicidad en internet: 35%
- Redes sociales: 40%
- Eventos sociales: 25%

Fuentes de Ingresos:

- Membresía de la aplicación.
- Publicidad de complementos.
- Venta de información big data. (Planeado a partir del año 6)
- Usuarios premium quienes quieren aparece de primero en las listas de recomendados como freelancers o coaches deportivos.

Plan de Ventas 3 - PRESUPUESTO ANUAL de VENTAS

Número Ventas	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Publicidad internet	0	6.062.525	7.588.875	9.492.525	12.828.200	18.221.875	22.783.775	17.784.550	16.009.525	17.613.050	19.199.425	22.663.725
Redes sociales	0	6.928.600	8.673.000	10.848.600	14.660.800	20.825.000	26.038.600	20.325.200	18.296.600	20.129.200	21.942.200	25.901.400
Eventos sociales	0	4.330.375	5.420.625	6.780.375	9.163.000	13.015.625	16.274.125	12.703.250	11.435.375	12.580.750	13.713.875	16.188.375
Total	0	17.321.500	21.682.500	27.121.500	36.652.000	52.062.500	65.096.500	50.813.000	45.741.500	50.323.000	54.855.500	64.753.500

Tabla de plan de ventas 2, autoría propia (2019)

Plan de Ventas 2 - Previsión de CONTACTOS mensuales

Contactos-mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Publicidad internet	206	247	310	387	524	744	930	726	653	719	784	925
Redes sociales	235	283	354	443	598	850	1.063	830	747	822	896	1.057
Eventos sociales	147	177	221	277	374	531	664	519	467	514	560	661

Tabla plan de ventas 3, autoría propia (2019)

RESUMEN ANUAL		
Venta en unidades	20.535	
Venta total	503.107.500	
Coste total	6.138.532	1,22%
Margen Bruto	496.968.968	98,78%

Tabla de Resumen anual, autoría propia (2019)

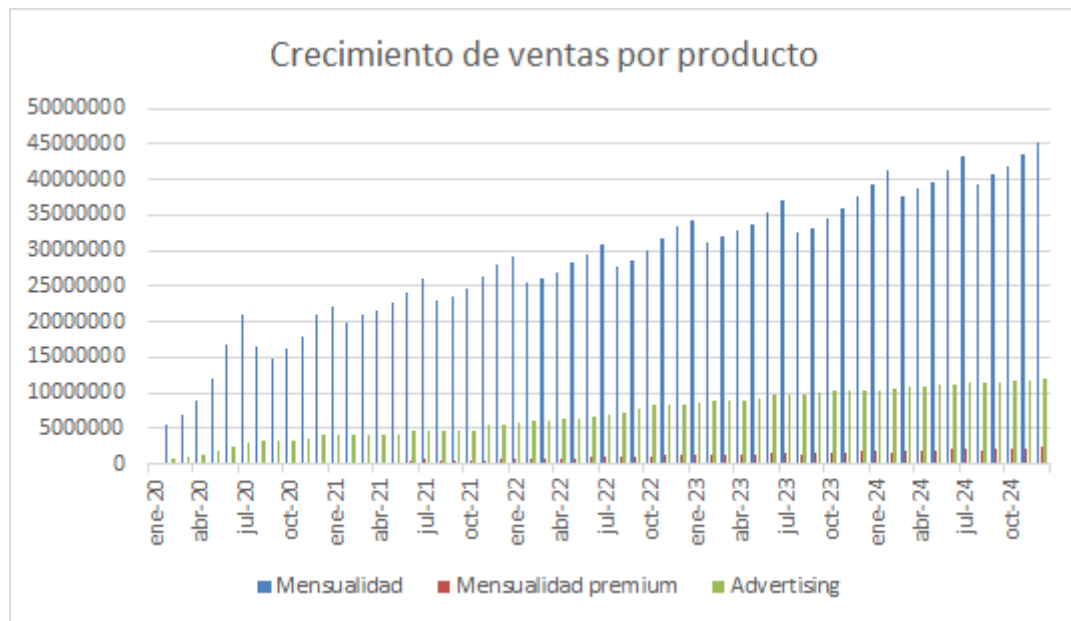
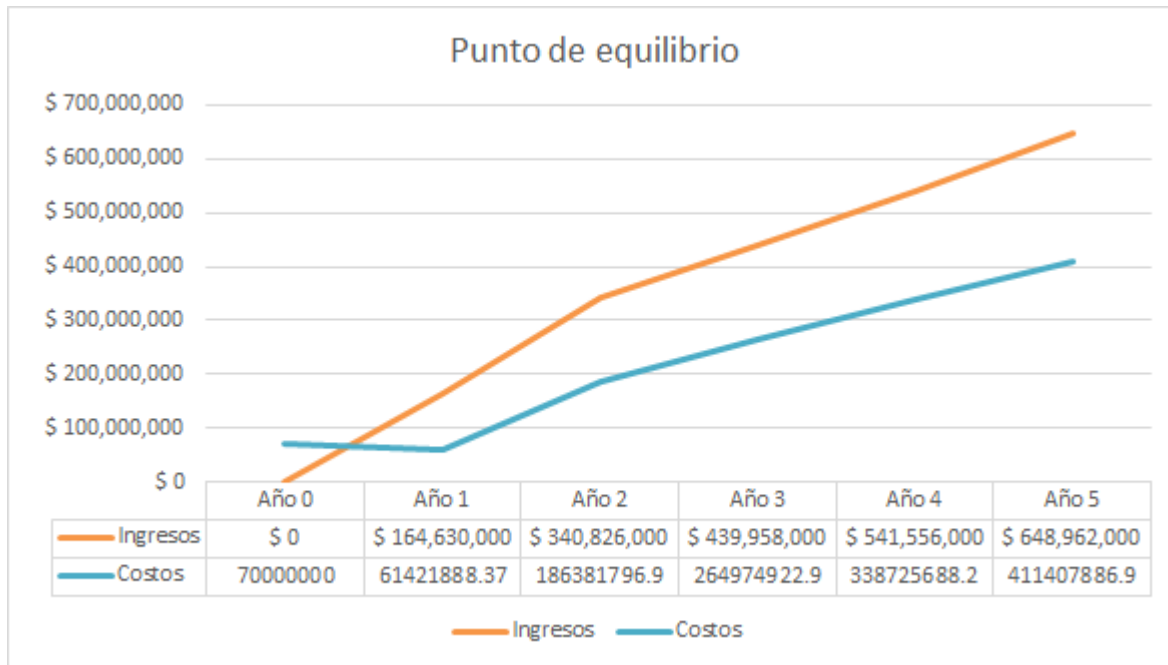


Gráfico de escalabilidad, autoría propia (2019)

Las ventas esperadas para el primer año son de 190'520,000 las cuales tendrán un aumento del 83.46%. Esto debido a la pérdida esperada en los primeros 10 meses de operación de **Nexi**. En el tercer año se espera un aumento de ventas del 28.39%, para el tercer año del 22.18% y para el cuarto año del 20.32%.



Grafica punto de equilibrio, autoría propia (2019)

Referencias:

- Cómo Va la Categoría de Entretenimiento en 2017 - RADDAR | Blogs Portafolio. (2019). Retrieved from <http://blogs.portafolio.co/raddar/2017/06/30/va-la-categoria-entretenimiento-2017/>
- Editores, L. (2015). Código de comercio. *Bogotá: Legis.*
- Hernández, M. (2016). Colombia, cuarto país de latinoamérica en consumo de apps móviles. Obtenido de Enter.co: <https://www.enter.co/chips-bits/apps-software/colombia-cuarto-pais-de-latinoamerica-en-consumo-de-apps-moviles/>.
- Reporte We Are Social, (2018). Estadísticas marketing digital Colombia 2018 obetenido de observatorioecommerce.com:<https://www.observatorioecommerce.com.co/estadisticas-marketing-digital-colombia-2018/>
- Vanguardia, (2016). 59% de los colombianos ingresa al menos 10 veces al día a las redes sociales. Obtenido de Vanguardia.com: <https://www.vanguardia.com/tecnologia/59-de-los-colombianos-ingresa-al-menos-10-veces-al-dia-a-las-redes-sociales-ODVL358723>