

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



Plan de Negocio – Beep

Trabajo de Grado

Juan Sebastián Mahecha Álvarez

Bogotá, Colombia

2016

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



Plan de Negocio – Beep

Trabajo de Grado

Juan Sebastián Mahecha Álvarez

Ángela Patricia Pulido

Administración de Negocios Internacionales

Bogotá, Colombia

2016

TABLA DE CONTENIDO

GLOSARIO	1
RESUMEN	2
Palabras Claves	3
ABSTRACT.....	4
Key words	5
1. EMPRESA	6
1.1. Datos generales	6
1.2. Equipo emprendedor	6
1.3. Objetivos	8
1.4. Origen de la idea de negocio	8
1.5. Aspectos legales	9
2. SERVICIO	11
2.1. Descripción general.....	11
2.2. Propuesta de valor	12
3. MERCADO.....	14
3.1. Descripción del mercado.....	14
3.1.1. Necesidades y segmentación	14
3.1.2. Segmento Objetivo	17
3.1.3. Tamaño de mercado.....	19
3.1.4. Poder de Negociación de los Clientes y Proveedores.....	20
3.2. Competencia y productos sustitutos.....	20
3.3. Clientes.....	22
3.3.1. Actuales	22
3.3.2. Potenciales	23
3.4. Proveedores y partners	24
3.5. Aspectos socio culturales	24

3.6. Aspecto tecnológico	25
3.7. Aspecto político.....	27
3.8. Aspecto legal	27
4. ESTRATEGIAS.....	29
4.1. Monetización.....	29
4.2. Mercadeo	29
4.2.1. Producto.....	29
4.2.2. Precio	31
4.2.3. Promoción.....	32
4.2.4. Distribución	33
4.3. Administrativa.....	33
4.3.1. Estructura organizacional	33
4.3.2. Personal	35
5. OPERACIONES	39
5.1. Planta.....	39
5.2. Servicio/producto	39
5.3. Planificación y programación.....	44
5.3.1 Planificación de ventas	44
5.3.2 Sistema de Evaluación de Resultados	45
6. FINANCIERO	48
6.1. Presupuestos	48
6.2. Inversiones	50
6.3. Costo variable.....	51
6.4. Gastos administrativos y de ventas	52
6.5. Indicadores financieros	53
7. VALORACIÓN	54
7.1. Análisis D.O.F.A.....	54
8. BIBLIOGRAFÍA	56

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Características entre Beep y competencia	22
Tabla 2: Planes Beep PBX.....	31
Tabla 3: Política salarial área de mercadeo y ventas	36
Tabla 4: Política salarial área de ingeniería y soporte	37
Tabla 5: Política salarial área de administración	38
Tabla 6: Cronograma de actividades / Semana 1-8	40
Tabla 7: Cronograma de actividades / Semana 9-16	41
Tabla 8: Cronograma de actividades / Semana 17-24	42
Tabla 9: Ficha técnica y características de Beep VoIP	43
Tabla 10: Indicadores.....	44
Tabla 11: Evaluación de resultados	45
Tabla 12: Presupuesto de ventas app mensual.....	48
Tabla 13: Presupuesto de ventas SIPtrunk corporativo mensual.....	48
Tabla 14: Presupuesto de ventas totales mensuales.....	49
Tabla 15: Estado de resultados presupuestado mensual	49
Tabla 16: Crecimiento estimado del estado de resultados	50
Tabla 17: Inversión realizada para el desarrollo de la plataforma	50
Tabla 18: Inversión en imagen.....	50
Tabla 19: Inversión en trámites legales	51
Tabla 20: Inversión de capital total.....	51
Tabla 21: Costos variables	51
Tabla 22: Gastos administrativos y de ventas.....	52
Tabla 23: Indicadores financieros	53
Tabla 24: Flujo neto de efectivo mensual	53

GLOSARIO

VoIP: Voice Over Internet Protocol es un sistema de comunicación mediante internet y no análogamente por las líneas telefónicas. Esto permite comunicarse rápidamente con cualquier parte del mundo. (Christensson, 2006)

SIPtrunk: Session Initiation Protocol Trunking, es la conexión entre un dispositivo móvil y el internet que permite el uso de la aplicación de telefonía VoIP. (TechTarget, 2008)

Yodo terapia: Es un tratamiento para la excesiva actividad de la tiroides y para curar el cáncer que se da en esta glándula. El paciente debe permanecer en cuarentena hasta que los niveles de radiación sean mínimos o nulos (Cancer.org, 2015).

RESUMEN

Rio Alto (nombre jurídico) es una compañía constituida en el 2013 por un grupo de emprendedores buscando satisfacer las necesidades del mercado con un producto llamado Beep (nombre comercial) el cual utiliza el sistema de llamado VoIP para brindarle a los clientes la mejor calidad de servicio a un precio bajo.

Beep ofrece seis servicios: Beep Móvil, Beep PBX Virtual, Beep SMS Masivo, Beep Callblasting, Beep Email y Beep SIPtrunk. Cada uno de ellos busca llegarle a un mercado objetivo diferente, pero siempre buscando ofrecerle la mejor calidad al consumidor. Para efectos de profundización en los productos que a través del tiempo pueden brindarle un mayor valor agregado al cliente y que son diferenciables de la competencia, este Plan de Negocio solamente se centrará en los dos primeros productos, es decir, en Beep Móvil y Beep PBX Virtual.

Beep Móvil es una aplicación que permite a los usuarios comunicarse entre miembros de la comunidad y establecer un contacto directo, rápido, efectivo y de excelente calidad con cualquier persona que desee, sin importar si el receptor tiene la aplicación o no. Para esto es necesario tener un dispositivo inteligente (Smartphone, Tableta o Computador) con internet; hoy en día estos requisitos no son una barrera para los colombianos, se ha evidenciado un aumento en el consumo de dispositivos inteligentes y cada día el Wifi se vuelve más popular en el país.

Este producto está enfocado para empresas que deseen mantener sus comunicaciones internas a un precio bajo, estudiantes universitarios que deseen crear una comunidad o que se encuentren en el plan prepago y desean tener un punto de recarga de fácil acceso. También está enfocada para empresas prestadoras de salud que deseen reducir costos y brindarle comodidad a un paciente por medio de tele consultas que generarían un descongestionamiento en los centros hospitalarios.

Por otro lado, Beep PBX Virtual es una aplicación enfocada para las micro, pequeñas y medianas empresas que deseen tener un PBX desde su celular teniendo la disponibilidad de tiempo y espacio sin perder la conexión con sus colegas, clientes y proveedores en ningún momento. Esta

aplicación se almacena en la nube por lo que no ocuparía ningún espacio físico, además se pueden grabar mensajes corporativos y generar extensiones a distintos dispositivos móviles.

Con estas soluciones se busca poder generar un impacto social desde el punto de vista de la salud de los usuarios hasta el nivel empresarial apoyando en las operaciones del día a día a los emprendedores que en un país como Colombia conforman gran parte del sector empresarial.

Rio Alto se basa en ofrecer mediante Beep, un producto y servicio de alta calidad, teniendo en cuenta el entorno cambiante y las nuevas tecnologías de información que emergen. Además teniendo en cuenta el segmento seleccionado del mercado es indispensable tener unos precios competitivos en el mercado y diferenciarse de la competencia de otros prestadores de servicios similares teniendo una aplicación completa, confiable y amigable con el usuario.

Palabras Claves

Software & IT, Plataforma, Tecnología, Aplicación, Comunicación, Comunidad, Llamadas, Video llamadas.

ABSTRACT

Rio Alto (legal name) is a company incorporated in 2013 by a group of entrepreneurs to satisfy the needs of the market with a product called Beep (trade name) which uses the VoIP calling system to provide customers the best quality service at a low price.

Beep offers six services: Beep Mobile, Beep Virtual PBX, Beep Bulk SMS, Callblasting Beep, Beep Email and Beep SIPtrunk. Each seeks to reach out to a different target market, but always looking to offer the best quality to the consumer. For purposes of deepening the products over time can provide greater customer value and that are differentiated from the competition, this business plan only focuses on the first two products, Beep Mobile and Beep PBX Virtual.

Beep Mobile is an application that allows users to communicate with community members and establish direct, fast, effective and of excellent quality contact with anyone you want, regardless of whether the receiver has the application or not. This requires having an intelligent device (Smartphone, Tablet or Computer) with internet; today these requirements are not a barrier for Colombians, has recorded an increase in the consumption of intelligent devices and wireless every day becomes more popular in the country.

This product is aimed for businesses that want to keep their internal communications at a low price, college students who want to create a community or who are in the prepaid plan and wish to have a charging point for easy access. It is also aimed to health firms wishing to reduce costs and provide comfort to a patient via tele consultations would generate overcrowding in hospitals.

On the other hand, Beep Virtual PBX is a focused application for micro, small and medium enterprises wishing to have a PBX from cellphone having the availability of time and space without losing the connection with colleagues, customers and suppliers at any time. This application is stored in the cloud so it doesn't occupy any floor space and also can be recorded and generate extensions corporate messages to different mobile devices.

With these solutions we seek to generate a social impact from the point of view of the health of users to enterprise-level support in the day-to-day operations to entrepreneurs in a country like Colombia make up much of the business sector.

Rio Alto is based on offering by Beep, a product and service of high quality, taking into account the changing environment and new emerging information technologies. Besides considering the selected segment of the market it is essential to have competitive prices on the market and differentiate themselves from competition from other providers of similar services having a complete, reliable and user-friendly application.

Key words

Software & IT, Platform, Technology, Application, Communication, Community, Calls, Video calls.

1. EMPRESA

1.1. Datos generales

Rio Alto (nombre jurídico) nace el 29 de Noviembre de 2013 con NIT 900.678.949-9 y matrícula No. 02391812 en la Cámara de Comercio de Bogotá. La empresa se consolida con cinco socios, Harold Valderrama con el 50% del capital y Laura Marcela Mahecha, José Daniel Montealegre, Juan David Montealegre y Juan Sebastián Mahecha con el 12.5% cada uno. Sin embargo, Laura Mahecha y José Montealegre no participan en las actividades administrativas u operativas de la compañía, solamente son acreedores del capital empresarial.

Beep provee una solución de comunicaciones a través de internet, con excelente calidad, bajo costo y bajo consumo de datos para la población colombiana. Ofrece seis servicios basados en la nueva generación de la comunicación llamada VoIP, en los cuales se encuentran distintos tipos de canales como llamadas, video llamadas, mensajes de texto, mensajes de voz y correos electrónicos.

1.2. Equipo emprendedor

El equipo está conformado por cinco personas conocedoras y con experiencia en el área comercial y en el sector de comunicaciones, formando así un grupo balanceado que pueda identificar y cautivar el segmento del mercado objetivo propuesto, y a su vez brindarle un servicio de alta calidad y bajo precio para poder satisfacer las necesidades que este público tenga. Las personas que conforman este equipo emprendedor son:

- **Juan Sebastián Mahecha:** Estudiante de Administración de Negocios Internacionales de la Universidad del Rosario, actualmente se desempeña como pasante en la Embajada de Colombia en Indonesia apoyando las actividades del área comercial ‘ProColombia’. Tiene

conocimientos en comercio, finanzas y negociación, colaborando de esta manera con el área administrativa y comercial de la compañía.

- **Juan David Montealegre:** Graduado de la Universidad Icesi de Mercadeo y Publicidad, tiene gran experiencia en diversos mercados adquirida por su trabajo realizado en multinacionales como Reckitt Benckiser y Unilever (actual). Tiene conocimiento en segmentación de mercado y estrategias de publicidad en varios sectores contribuyendo a la identificación de las necesidades y la manera de cómo llegarle al cliente potencial. Sus funciones estarían enmarcadas en el área de mercadeo.

- **Harold Valderrama:** Graduado de Ingeniería Industrial de la Universidad Javeriana, con conocimientos en dirección de desarrollo de nuevos productos, reingeniería de procesos y ejecución de plan de mercadeo. Posee 10 años de experiencia en el sector de telecomunicaciones adquirida en compañías como Lafer Massive Solutions Insurances, Vida Plus, ValAdd, Farmacoop y Johnson & Johnson de Colombia. Sus roles estarían enfocados en el área comercial y de ingeniería.

- **Julio Barbosa:** Ingeniero de Sistemas que posee 15 años de experiencia laboral en el sector siendo socio fundador de Global Data y Voz IP Company. Tiene conocimientos sobre Sistemas, Telefonía IP, Protocolo SIP, configuración de equipos Cisco, Quintum, Linksys, Grandstream y dispositivos análogos de Telefonía ATA. Su rol está enmarcado en el área de ingeniería.

- **Alexander Cuartas:** Graduado de Administración de Empresas, cuenta con experiencia de 8 años en el sector de tecnologías de información y las comunicaciones adquirida como Director Nacional del Programa Ciudadano Digital del Ministerio de TIC, Gerente de proyectos de implementación de TIC en Casanare y Huila, entre ellos la primera Comunidad Virtual Educativa en 3D del país para b-Learning, entre muchas otras. Aporta gran conocimiento en el entendimiento del mercado de las TIC en el cual Beep se desenvolverá. Sus funciones están en el área administrativa y comercial.

1.3. Objetivos

Objetivo General:

Brindar a los colombianos la posibilidad de comunicarse a través de cualquier dispositivo con acceso a internet, a cualquier destino nacional e internacional con excelente calidad y a los más bajos precios del mercado.

Objetivos específicos:

- Formalizar los contratos y acuerdos con las empresas de puntos de recarga (empresas de apuestas y cajas de las empresas que van comercializarlas).
- Realizar las pruebas de funcionamiento de la plataforma en cada uno de los nichos mercado específico.
- Cubrir los nichos de mercado de la primera fase compuesta por Universidades, institutos de educación técnica, compañías del sector de la salud, Call centers y hogares con acceso a internet.
- Expandir el modelo de negocio al sector corporativo.
- Evaluar los indicadores de servicio de mercado de la primera fase compuesta por Universidades, institutos de educación técnica y hogares con acceso a internet.

1.4. Origen de la idea de negocio

La idea del negocio de Beep Móvil nace a partir de la experiencia del Ing. Harold Valderrama al haber trabajado en el sector de telecomunicaciones durante los últimos años, descubriendo oportunidades de negocio que no estaban siendo atendidas por las aplicaciones

actuales del mercado, para lo cual, inicia un proceso de diseño de producto con la colaboración del resto del equipo.

El usar diferentes canales de comunicación telefónica, por chat y video con la mismas personas, generaba ineficiencia en los procesos de comunicación y requería tener múltiples aplicaciones en diferentes tipos de plataforma, cuando el Ing. Harold Valderrama nos compartió la idea el equipo reviso cuales eran los canales que se utilizaban con mayor frecuencia para la comunicación y resultaron ser: WhatsApp, Skype, Line, operador celular; a partir de esa multiplicidad de canales es que nace la idea de tener una sola aplicación eficiente, rápida y usable, por lo cual Beep Móvil se convierte en un producto que satisface las necesidades de comunicación, con una sola aplicación, muy usable y de bajo consumo de datos.

1.5. Aspectos legales

La forma de constitución de la empresa será a través de la sociedad por acciones simplificada SAS dado que esta figura limita la responsabilidad hasta el monto de los aportes, facilita el desarrollo de inversiones extranjeras, no requiere de una duración determinada y otorga mayor flexibilidad en la regulación de los derechos patrimoniales y políticos de los accionistas en las SAS. Adicionalmente tiene mayores facilidades con los impuestos de acuerdo a la reforma tributaria de la Ley 1607 del 26 de diciembre del 2012. (Anexo 1)

Beep ya cuenta con el registro de marca y signos distintivos en la Superintendencia de Industria y Comercio (Ver Anexo 2), además de poseer por un año tres dominios de internet: beepmovil.com, beepmovil.com.co y beepmovil.co., sin embargo, en este momento solamente está en uso el primero. Este registro de dominios se realiza anualmente por la página proveedora llamada Click Panda (clickpanda.com).

Hasta el momento no se ha realizado una declaración de renta, ya que solamente hasta el 2015 la empresa comenzó a recibir ingresos provenientes de la actividad. La declaración de renta

de este periodo del año se debe realizar en el 2016, in embargo, ya se adelantan los libros contables y el respaldo necesario para realizarla de manera transparente y efectiva.

2. SERVICIO

2.1. Descripción general

Beep presta seis tipos de servicios, pero como objeto de estudio de este plan de negocio se tomarán los dos más representativos de la compañía y aquellos que tienen mayor capacidad de crecimiento y generación de valor en el tiempo. Estos servicios son: Beep Móvil y Beep PBX.

I. Beep Móvil: Es una aplicación para conectar comunidades y facilitar las comunicaciones a través de video y audio de alta calidad, y el más bajo consumo de kbps del mercado. Puede conectarse a un servicio SIPtrunk para dirigir llamadas a otros operadores. Se hacen recargas a través de una aplicación que puede ser instalada en Tablet, computador o Smartphone (multiplataforma) y es personalizable para el cliente con su propia marca.

II. Beep PBX Virtual: Es una aplicación enfocada a micro, pequeñas y medianas empresas en la cual los empresarios pueden tener su número PBX desde el celular, teniendo la opción de crear sucursales (teléfono principal), extensiones (otros teléfonos móviles) e incluso grabar saludos corporativos. Es una forma ideal de estar en contacto directo con clientes y proveedores sin importar el lugar donde se encuentre el empresario, ya que no requiere de una unidad física de PBX.

III. Beep SIPtrunk: Este servicio está diseñado para las compañías que operan como Call Center, ya que la plataforma le permite realizar llamadas con capacidad de múltiples canales simultáneos de voz. De igual manera, se le proporciona al cliente un paquete de minutos para su disposición logrando mantener un contacto constante y a bajo precio con los clientes que se busca contactar de manera masiva y/o constante. Este servicio tiene una troncal SIP (física) desde la cual salen los diversos canales para realizar las llamadas de manera simultánea.

IV. Beep SMS Masivo: Ofrece al cliente una herramienta de alerta, publicidad de productos y/o compañías, convocatorias, etc. por medio de mensajes de texto, permitiendo la comunicación simultánea y masiva con usuarios de los operadores tradicionales Tigo, Movistar y Claro.

V. Beep Callblasting: El mailing telefónico permite la emisión masiva de llamados telefónicos con mensajes de voz previamente grabados y digitalizados, generando una interacción con los receptores y dando un registro completo de resultados de llamados y respuestas. Es la manera más rápida y efectiva de comunicarse con los contactos de una base de datos extensa.

VI. Beep Email: Esta solución permite realizar una comunicación masiva y simultánea con los clientes mediante el envío de correos electrónicos a las cuentas de los usuarios con información en forma de texto, video, imágenes y posee la opción de compartir en redes sociales. Esta forma es ampliamente utilizada por sectores y área de mercadeo, cobranza, campañas comerciales, invitación a eventos y campañas políticas, gracias a que es una manera económica, medible y efectiva de hacerle llegar el mensaje a sus clientes.

2.2. Propuesta de valor

Proporcionar a los usuarios una aplicación de comunicación de voz, chat y video ilimitado (comunidad) en calidad High Definition, a través de datos (Wifi o Plan de datos) y de una plataforma VoIP robusta que utiliza el menor consumo de ancho de banda de apps similares en el mercado. En esta aplicación la personalización del producto es posible, por lo que el logo y la interfaz de la aplicación puede ser escogida y modificada por cada compañía, creando una aplicación institucional.

Las comunidades juegan un rol importante en la generación de valor, ya que al tener un monto ilimitado para comunicarse mediante voz, chat y video entre sus miembros, rompe las barreras de los costos asociados con la cantidad de tiempo en las cuales se generan las comunicaciones. Los miembros de estas comunidades pueden ser escogidos libremente por las compañías, brindando un acercamiento con proveedores, clientes, familiares y demás contactos que tengan un vínculo constante con la empresa.

La transferencia de saldo de un usuario a otro es posible, no debe pertenecer necesariamente a la misma comunidad. Lo que permite una interacción directa y segura entre cada

uno de los portadores de la aplicación móvil, ayudando de esta forma a la consecución del objetivo de mantener comunicado a los clientes, empresas, proveedores y demás usuarios Beep. La aplicación puede ser instalada en teléfonos inteligentes (iPhone y Android), tabletas y computadores, dando así una gama amplia de dispositivos para el uso.

Esta aplicación también tiene la capacidad de poder realizar llamadas a operadores de telefonía celular, larga distancia nacional y larga distancia internacional a tarifas económicas en el mercado. De igual manera y como herramienta de control, los clientes podrán consultar y monitorear el consumo de llamadas, saldo y transacciones realizadas para efectos de costos, productividad y servicio al cliente.

Beep PBX Virtual le genera al cliente comodidad ya que al tener dirigidas todas las llamadas empresariales a su dispositivo móvil le permite desplazarse con mayor tranquilidad y estar en contacto con sus clientes y proveedores sin importar el lugar y el momento en el que se encuentre. Igualmente, le proporciona un ahorro en los costos y espacio ya que Beep PBX Virtual se almacena en una nube evitando utilizar el espacio físico que usualmente este tipo de dispositivos ocuparían.

3. MERCADO

3.1. Descripción del mercado

3.1.1. Necesidades y segmentación

Las necesidades aunque similares en cada grupo de usuarios o comunidades se diferencian de acuerdo a estos nichos de mercado:

Empresas de más de 200 empleados: Las necesidades de comunicación inmediata y que permita la comunicación más que de voz como lo ofrecen los productos de llamadas por canal celular, se requiere una comunicación entre empleados a través de video de alta calidad para procesos inmediatos y chat privados de forma expedita. En las empresas cada vez se busca estar más cerca del cliente, por lo que los empleados requieren cada vez estar más afuera de las oficinas creando relaciones más cercanas y lo cual requiere comunicaciones inmediatas de alta calidad y bajo costo para que los procesos empresariales se ejecuten en la medida de la necesidad, para esto Beep Móvil es una solución de audio, video y chat de comunicación al interior de los equipos de trabajo sin límites; facilitando a todos los miembros estos canales con una aplicación multiplataforma.

La aplicación Beep Móvil no solo genera un canal de comunicación entre los empleados de las empresas en este nicho de mercado, sino entre la empresa y sus clientes, grupos de clientes de valor e importancia para una empresa requieren canales de comunicación más rápidos por el tipo de negocios entre ellos, por lo que la forma de comunicarse es un aspecto vital en el flujo del negocio y requiere esto de las empresas crear una canal diferenciado a sus grupos de clientes, para lo cual Beep Móvil facilita en un solo paso desde su Smartphone, Tablet, o equipo de escritorio puede comunicarse de inmediato con la persona que desea en la empresa. Esto crea canales transparentes, eficientes y genera confianza en esos clientes importantes y genera valor a las partes.

Al tener una base de datos de empresas que cumplen con estos requisitos se evaluaron los sectores que se identificaran mayores necesidades de comunicación, teniendo como resultado

empresas de tres sectores principales. El primero fue el sector financiero, ya que al tener constante cambio en las operaciones día a día, los empresarios deben tener constante comunicación tanto con los clientes como con sus propios empleados, brindado de esta forma una oportunidad de penetrar este mercado.

El segundo sector que se identificó fue el de salud, ya que diariamente se escuchan testimonios de personas que reclaman el mal servicio, las demoras para la atención y las extensas filas que se forman para solicitudes, pagos, consultas, entre otras actividades. Por último encontramos las empresas dedicadas a la operación petrolera, teniendo como oportunidad de intervenir en la comunicación entre los empleados que se encuentran en las plantas de extracción y las oficinas centrales. Así mismo se tuvo en cuenta la comunicación que mantienen los operarios con sus familiares, ya que muchas veces las jornadas de trabajo fuera de casa duran aproximadamente 15 días.

Después de realizar la segmentación y escoger los tres principales mercados para abarcar, se evaluó las posibilidades de penetración en cada uno y se decidió que se iban a realizar etapas o fases donde cada una busca atacar a un mercado. El mercado que compone la primera fase es el del sector salud, ya que este tendría un impacto social de mayor alcance y con gran repercusión en la sociedad, igualmente al mirar la forma de acceder a este mercado se encontró variedad de posibilidades de acción, definiendo el nicho específico de teleconsultas como el objetivo para poder lograr conseguir las metas de la primera fase.



Figura 1. Segmentación del mercado objetivo. En esta figura se muestra los niveles estudiados para tener un mercado reducido al cual se le puede ofrecer un tipo de servicio especializado en la primera fase del proyecto.

Fuente: Beep

El segundo nicho de mercado en el cual están los universitarios como consumidores de servicios de telecomunicaciones en prepago, son un gran sector de alto consumo en volumen. La necesidad de comunicación en esta gran comunidad de estudiantes se da entre sus amigos y

familiares, requiriendo recargas de poco valor que facilite una comunicación rápida, para lo cual Beep Móvil se convierte en una solución pertinente para adquirir desde las universidades.

Para temas de segmentación, se decidió que se busca prestar el servicio a universidades que tengan más de 2.000 estudiantes entre los estratos 3 y 5 preferiblemente. Ya que después de realizar un estudio de campo donde se encuestaron 300 estudiantes de 10 universidades distintas (estratos 3 a 6), se encontró que solamente 6% de los encuestados de estrato 6 tienen plan prepago.

Además, con la experiencia del emprendedor Juan Sebastián Mahecha se identificaron ciertas universidades que tienen un problema y es la localización, es decir, aquellas universidades que por temas de desplazamiento y ubicación espacial genera una incomodidad al estudiante cuando no tiene forma de comunicarse. Las universidades identificadas fueron la Universidad del Rosario (sede norte), Universidad de la Sabana, la Escuela de Ingenieros Julio Garavito y Universidad de la Salle. Estas universidades e institutos no tienen las facilidades de puntos de recargas, minuterios (informales), ni ningún mecanismo para proveer de minutos a los estudiantes que por uno u otro motivo carecen de ellos.

Para el nicho de emprendedores y microempresarios la operación de sus negocios en todos sus frentes requiere movilidad de las personas sin perder comunicaciones en su equipo de trabajo y con sus clientes. El hecho de estar frente a una línea telefónica o PBX análogo obliga a tener disposición de tiempo para estar contestando la entrada de llamadas y no perder clientes, por eso se requiere una solución de PBX móvil que permita a este grupo de personas en este nicho a poder moverse para ser productivos y competitivos y comunicarse desde donde estén, dentro o fuera de la empresa, a través de un mismo canal.

Al planear las tareas y la ejecución de estas dentro del equipo de Beep, se encontró una necesidad de estar conectados tanto al interior del equipo como con los clientes y proveedores, pero el tiempo y el espacio eran necesarios para que cada uno de los miembros del equipo pudiera tener libertad de poder desplazarse y realizar sus tareas de forma cotidiana. Fue en ese momento donde se busca crear una solución a todos los emprendedores y micro empresarios del país, buscando darles un servicio de alta calidad y con la confianza y tranquilidad de estar constantemente conectados con las personas vinculadas al negocio.

Para lograr esto se busca realizar una alianza estratégica con la Cámara de Comercio de Bogotá, la cual es el centro de apoyo, registro y monitoreo de las compañías y emprendedores objetivos. Es por eso que hemos segmentado el mercado en el corto plazo a las micro y pequeñas empresas registradas en la Cámara de Comercio de Bogotá.

3.1.2. Segmento Objetivo

Para el desarrollo del Plan de Negocio bajo los dos servicios mencionados (Beep Móvil y PBX Virtual) se han identificado tres nichos de mercado en una primera etapa.

I. Empresas Prestadoras del Servicio de Salud:

En este mercado se identificaron principalmente las EPS que desean realizar tele consultas, es decir, a través de un medio virtual poder realizar una consulta con el paciente para evitar efectos de desplazamiento, esperas y costos tanto para el paciente como para la empresa. Esta modalidad es de gran ayuda para pacientes crónicos o con cierto riesgo de contaminación, generando un canal directo entre el paciente y/o familiar con el médico o encargado de proveer la consulta.

Esto además tiene un impacto social de gran magnitud, ya que se busca que las entidades prestadoras de servicios médicos puedan cubrir mayor cantidad de población evitando las filas, esperas y hacinamientos en salas de espera que son tan comunes en los centros hospitalarios colombianos. Además, la reducción de costos tanto para el paciente como para el prestador del servicio, logra que esta modalidad de consulta tenga gran acogida y aceptación.

Las EPS que buscamos tener en nuestro portafolio de clientes son principalmente de aquellas que manejen personas de estratos 3, 4, 5 y 6; ya que esta población es la que tiene mayor capacidad de tener un dispositivo inteligente (Smartphone, tableta o computador) con internet para poder realizar las tele consultas. Además nos enfocaremos dentro de estas entidades prestadoras de salud en la categoría de pacientes con: urgencias leves, diabetes, varicela, yodo terapia, ancianos y discapacitados.

En un primer momento buscaremos acercarnos a las EPS de las principales ciudades del país, siendo estas: Bogotá, Cali, Medellín, Bucaramanga y Barranquilla, aunque este servicio es flexible y adaptable a los mercados regionales y se puede llevar de fácil manera a todo el territorio colombiano.

II. Universidades con más de 2.000 estudiantes:

La modalidad de telefonía prepago entre los estudiantes universitarios de estratos 3, 4 y 5 es usual, generando así una necesidad de comunicación a la mano como puntos de recarga y minuterios cerca de las instalaciones. De igual manera, el tener que desplazarse fuera de las instalaciones de las universidades para realizar una llamada es dispendioso e incluso, en algunos casos, inseguro.

Por este motivo Beep Móvil busca proveer una plataforma cuya recarga pueda realizarse dentro de las mismas instalaciones de la entidad universitaria, evitando así los desgastes mencionados y ganando comodidad con un precio bajo. Para esto es necesario realizar alianzas estratégicas con las universidades segmentadas y tener un punto de recaudo fácil para todos los estudiantes.

Hoy en día el Wifi se ha vuelto más común a tal punto que la gran mayoría de instituciones universitarias del país proveen internet gratis a sus estudiantes, por este motivo la conexión a internet no será un impedimento para los usuarios que se verán beneficiados. La única condición que se tiene es el portar un Smartphone, tableta o computador para poder realizar su comunicación, pero el tener uno de estos dispositivos actualmente no se ha convertido en un reto, ya que por precios y variedad la población colombiana tiene mayor facilidad al acceso de portar estos dispositivos inteligentes.

III. Micro, Pequeñas y Medianas empresas:

Según el reporte del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en Febrero del 2014 se encontraban registradas 1'389.689 MIPYMES (Micro, Pequeñas y Medianas Empresas), las cuales abarcaban un total del 96,4% del total de compañías en el país (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2014). Esto hace posible poder tener un panorama de la importancia y la magnitud de estas empresas en el mercado colombiano, donde día a día este número crece y cada uno de los emprendedores y empresarios busca tener contacto directo y constante con sus proveedores y clientes.

La Cámara de Comercio de Bogotá es el punto de inicio de todos estos emprendedores, por lo que se va a fijar a Bogotá como la ciudad para la población objetivo, pensando en un futuro poder expandirse a distintas ciudades en Colombia. Por esto es de gran importancia acordar un plan de acción conjunta con la Cámara de Comercio en busca de brindarle soluciones al emprendedor colombiano.

Como segunda fase del proyecto se busca atacar potenciales clientes en los sectores de:

- I. Empresas Petroleras:** Empresas de servicios para revisión, vigilancia y prestación de video conferencia a infraestructura.
- II. Empresas Multinivel:** Capacitación, soporte en ventas, pedidos y atención individual o a grupos para los comerciantes.
- III. Empresas Municipales:** Cuentan con gran presupuesto para comunicaciones que puede verse optimizado con el concepto de comunidades.

3.1.3. Tamaño de mercado

Beep Móvil espera tener una mercado aproximado de 200 estudiantes de la Universidad EAN en los primeros meses, ya que al ser una plataforma nueva se deben tener en cuenta los early adopters, mientras la población poco a poco va conociendo las ventajas que la comunidad y la plataforma le brindan en temas de precio y calidad. Se espera tener 1.000 estudiantes de esta institución después de varios meses, es decir, cerca del 25% de los estudiantes, no necesariamente deben ser suscritos a planes prepagos en los operadores, también se espera que mediante el tema de comunidades otros usuarios descarguen y utilicen la aplicación.

A largo plazo se espera tener una población estudiantil de las universidades mencionadas entre 13.000 y 15.000 estudiantes, proyectando crecimiento a otras ciudades como Cali, Medellín, Bucaramanga y Manizales que cuentan con instituciones que cumplen con el perfil para poder segmentarlos debidamente.

Además con Corvesalud se espera tener cubiertos entre 4.000 y 5.000 pacientes con diabetes, a esto se le debe sumar las personas afiliadas a la comunidad, ya sean familiares, doctores, etc. Con esto se busca tener mayores pacientes en la modalidad de tele consulta y también comenzar a diversificar esta modalidad con pacientes con otro tipo de discapacidad o enfermedad para poder abarcar mayor número de pacientes.

A finales de 2016 se espera tener como clientes a tres universidades (incluida Universidad EAN) y tres EPS (incluida Corvesalud) buscando que de esta manera la marca Beep comience a posicionarse en el mercado. De igual manera se espera tener un acuerdo con la Cámara de

Comercio de Bogotá para poder apoyar bajo el Plan Emprendedor a varios empresarios que buscan desarrollar su empresa y ya sea con Beep PBX Virtual o Beep Móvil ofrecerles alternativas.

3.1.4. Poder de Negociación de los Clientes y Proveedores

No hay mucho poder de negociación de los clientes en un mercado que es nuevo y que además es amplio por la cantidad de empresas que hay en el país y operan de forma independiente, además de las personas naturales las cuales no afectan la operación del mercado.

Los proveedores son muchos a nivel mundial lo que permite que no haya poder en estos que dificulten las operaciones de la compañía, tanto en términos de desarrollo de la aplicación, desarrollo de la plataforma de administración de clientes y proveedor de tiempo, como los tres elementos importantes proveídos al negocio; es en la integración de estos y el modelo de negocio hacia el frente donde se configura la ventaja competitiva.

3.2. Competencia y productos sustitutos

En este mercado se pueden incluir los operadores móviles tradicionales, aplicaciones como Skype e incluso los vendedores de minutos ambulantes; sin embargo, Beep móvil ofrece otro tipo de funcionalidades que logran destacar entre los mencionados anteriormente. Por una parte, los operadores tradicionales manejan el tema de ‘comunidades’ con ciertas limitaciones, por ejemplo, que todos los usuarios miembros sean parte del mismo operador móvil, lo que restringe la libre inclusión de personas a sus comunidades.

Teniendo ahora en cuenta las aplicaciones de llamadas como Skype, Line, Viber y otras; la mayoría de ellas funcionan con un tipo de monetización basado en las tarjetas de crédito, es decir, que para realizar una transacción es necesario el uso de la tarjeta de crédito. Teniendo en cuenta el panorama de los estratos segmentados en el país se evidencia que no es la mejor forma de recaudar el dinero; Colombia es el sexto país en Latinoamérica en el uso de tarjetas de crédito

y la mayor parte del mercado en nuestro país para nuestro producto no tiene tarjeta de crédito (García, 2015), lo que hace el acceso al servicio de Beep Móvil un elemento diferenciador del resto de los productos de la competencia.

En el mercado hay actualmente productos sustitutos que ya están siendo usados en el mercado, pero que cumplen solo funciones parciales del producto de Beep VoIP y es a partir de esa desagregación de aplicaciones que solo cumplen funciones parciales que nace la oportunidad de atender nichos específicos con una solución integradora y usable.

Las aplicaciones sustitutas en el mercado cubren diferentes funciones como lo son:

- **Operadores Celular:** los operadores tienen una amplia red de telefonía celular a nivel nacional y una estabilidad en las comunicaciones con un mercado cubierto en términos de comunicación por audio, pero no logran solventar las necesidades de chat o de video llamada y SIPtrunk de forma integrada.
- **Skype:** Brinda una solución de video conferencia y chat gratuitos, o versión paga para realizar llamadas telefónicas a números en cualquier país. Con un consumo alto en Kbps. Requiere el uso de tarjeta de crédito.
- **WhatsApp:** aplicación para chat en línea gratuito que permite dejar mensajes de audio cortos. Posee un sistema de llamadas con la limitante que el receptor debe poseer la misma aplicación y el sistema de compras es a través de tarjeta de crédito.
- **Line:** aplicación similar a la anterior que incluye una versión más juvenil y se diferencia en las opciones que brinda alrededor del chat y sus emoticones. Sus funciones, forma de uso y de pago es igual a WhatsApp.
- **Minuteros:** Manera informal de poder realizar llamadas sin video ni chat, aunque cubren un buen territorio de las ciudades son puntos de llamadas de conveniencia. Su pago es en efectivo.

Tabla 1*Características entre Beep y competencia.*

Características	Skype	WhatsApp	Line	Viber	Beep Móvil
Video HQ	Sí	No	No	No	Sí
Audio HQ	Sí	No	No	No	Sí
Chat	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Comunicación ilimitada	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Forma de pago	TC*	TC*	TC*	TC*	TC* y efectivo
Red de pago en Colombia	No	No	No	No	Sí
Integración SIPtrunk	No	No	No	No	Sí

*TC: Tarjeta de crédito.

Fuente: Beep.

3.3. Clientes

3.3.1. Actuales

Actualmente Beep cuenta con 6 clientes:

I. CORVESALUD: Se está realizando el Plan Piloto para poder atender a más de 15.000 pacientes con diabetes buscando en la tele consulta una oportunidad de mejorar los procesos y la calidad del servicio brindado.

II. UNIVERSIDAD EAN: Plan Piloto para poner en marcha la plataforma a disposición de cerca de 4.000 estudiantes que posee esta universidad en pregrado. De igual forma es un buen medio para mostrar la marca ya que los estudiantes pueden ser posibles clientes de

Beep PBX Virtual debido a que esta universidad tiene como insignia ‘La Universidad de los Emprendedores’

III. ALOGLOBAL: Call center al cual se le proveen 100 canales para realizar llamadas simultáneas. La bolsa de minutos depende del consumo mensual del cliente.

IV. ATYC: Call center con 20 canales de llamadas para poder realizar las llamadas a sus clientes. La bolsa de minutos depende del consumo mensual del cliente.

V. ACTIVA ABOGADOS: Call center especializado en temas jurídicos y que consume 40 canales para consultas y solicitudes de sus clientes. La bolsa de minutos depende del consumo mensual del cliente.

VI. GLOBALVOX: Call center con 20 canales de llamadas para poder realizar las llamadas a sus clientes. La bolsa de minutos depende del consumo mensual del cliente.

3.3.2. Potenciales

I. EMCALI: Tiene un presupuesto de 40 millones de pesos para el tema de comunicaciones entre miembros de la empresa y con los clientes. Se espera tener una aproximación para lograr un acuerdo donde Beep le provea la plataforma de comunicación y EMCALI pueda ahorrar en gastos operacionales.

II. CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ: Con la Cámara de Comercio de Bogotá se espera ser apoyo en el Plan Emprendedor, brindándole a los empresarios emergentes una herramienta de comunicaciones que le permita el contacto con sus proveedores y clientes para el desarrollo de su empresa.

III. UNIVERSIDAD DEL ROSARIO (SEDE NORTE): Debido a las necesidades identificadas principalmente por el estudiante de esta universidad, y con la relación que él tiene hacia ella, se espera poder vincularse para poder crear un plan piloto el cual resuelva las necesidades de comunicación que esta sede tiene debido a su ubicación en las afueras de la ciudad.

3.4. Proveedores y partners

El proveedor es una compañía localizada en la ciudad de Bogotá llamada Tele Amigo, el cual suministra los minutos que se consumen mensualmente a un precio de COP 40 por cada uno. Este precio puede variar dependiendo de la cantidad de minutos consumida, se espera que en el corto o mediano plazo el portafolio de clientes haya crecido lo suficiente para lograr una reducción en los costos de los minutos suministrados.

Para el desarrollo de la plataforma fue preciso mirar las opciones del mercado de desarrollo de plataformas de este tipo. Se encontró en IP Company la mejor opción con un precio que se ajustaba al presupuesto empresarial teniendo en cuenta la calidad esperada del producto. IP Company es una empresa con sede en Polonia que se dedica a realizar softwares de telefonía vía VoIP. Esta ofrece servicios de arreglos, ajustes y demás soluciones a inconvenientes que puedan surgir con el uso de la plataforma.

3.5. Aspectos socio culturales

Este tipo de aspecto tiene un impacto positivo en el desarrollo del negocio para la compañía en el corto, mediano y largo plazo.

Las cifras de estudiantes en IES – Instituciones de Educación Superior públicas y privadas cada año viene aumentando, lo que permite a nuestras perspectivas tener mayor mercado disponible en un nicho importante para la compañía con más de 2 millones de estudiantes, agregados al interior de los 938 Institutos de Educación Superior en el país.

De igual forma, la tecnología ha generado un cambio en la forma de comunicarse en las personas y esto implica un cambio cultural que beneficia las aspiraciones de ventas y de uso de las aplicaciones, todo estudiante universitario tiene un equipo celular y es mayor la posesión de un “Smartphone” o teléfono inteligente entre ellos por varias razones:

Por estatus, pues los seres humanos tienen una tendencia a pertenecer y no sentirse excluidos de la comunidad a la que pertenecen, por lo que la tendencia a tener un Smartphone es clara y esto permite que una aplicación como la nuestra sea susceptible para su uso.

Esta tendencia es cultural y no solo se da en los jóvenes universitarios, sino en toda la población, actualmente hay más líneas celulares que población en Colombia, esto implica que todos tengan un equipo celular y Colombia es uno de los países de mayor crecimiento de ventas en Smartphone a nivel regional.

La necesidad de estatus, de comunicación a nivel familiar y con amigos, de estar conectado a internet ha hecho que en Colombia al año 2014 sean 14,4 millones de usuarios con teléfonos inteligentes o Smartphone, esto facilita que la población pueda conectarse a través de Beep VoIP.

Es normal usar nuevos canales de comunicación y aceptado socialmente, como lo son el chat, la video llamada y la comunicación multicanales en la población colombiana lo que facilita el uso de estas aplicaciones.

3.6. Aspecto tecnológico

Colombia sigue adelante en el uso de nuevas tecnologías y la penetración de Smartphone lo que facilita el uso de aplicaciones instaladas en los equipos móviles, esto permite que el mercado sea cada vez mayor para Beep VoIP, el siguiente extracto tomado de un artículo de ‘America Retail’ evidencia la importancia del mercado para Beep VoIP.

Los esfuerzos del Gobierno Nacional en materia de telecomunicaciones y la adopción innata de los colombianos por las nuevas tecnologías han hecho que el país figure en el top de naciones latinoamericanas con mayor penetración de usuarios de Smartphone. Serán 16,3 millones los propietarios de por lo menos un teléfono inteligente este año. Además, la penetración de conexión móvil seguirá aumentando a lo largo de toda la década.

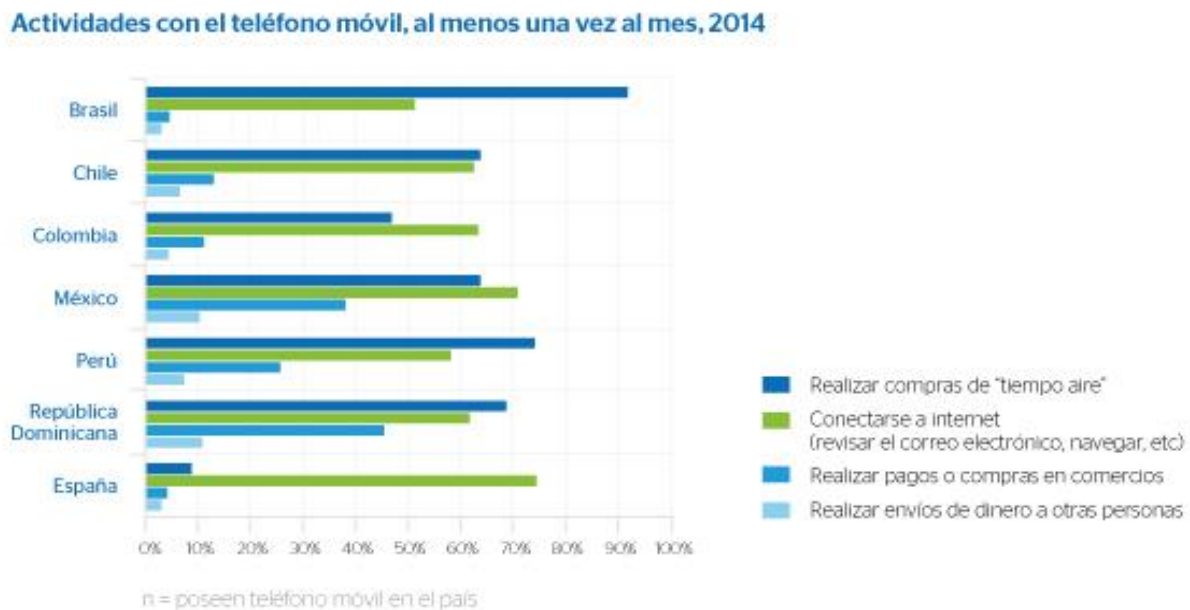
Según los datos revelados por eMarketer, y otras fuentes consultadas por este portal, la predicción para el número de Smartphone seguirá creciendo durante los próximos cinco años en

nuestro país. Ese 50,4% de usuarios que utilizará un teléfono inteligente este año podría aumentar a 20,9 millones, lo que representa 60,9% de penetración entre los usuarios de teléfonos móviles en 2018. (America Retail, 2015)

No solo el crecimiento en el uso de teléfonos inteligentes facilita la adopción de aplicaciones de telecomunicaciones, se requiere que los equipos tengan conexión a internet y este es otro de los indicadores nacionales que favorece el emprendimiento de Beep VoIP. A continuación un extracto que da claridad sobre la penetración de internet en el país:

En cuanto a las conexiones de internet 4G, el tercer informe trimestral de las TIC reveló que a septiembre de 2014 Colombia tenía 9,7 millones de conexiones a internet de banda ancha, 342% más que en 2010. “, señaló el ministro TIC, Diego Molano (MinTIC, 2015)

Otra de las estadísticas importantes en el uso de tecnología y los servicios de internet se muestra en el siguiente gráfico, siendo el ítem “Conectarse a internet” el de mayor número en actividades con el teléfono móvil.



Gráfico

Gráfico 1. Estudio sobre actividad en telefonía móvil. En este gráfico se identifican y se comparan la principales actividades que los usuarios de diferentes países realizan en su teléfono móvil al menos una vez al mes en el 2014.

Fuente: BBVA Innovation Center (BBVA, 2014)

3.7. Aspecto político

La actualidad política del país ha generado confianza de inversión a nivel nacional e internacional, dadas las políticas y la continuidad del gobierno actual durante dos períodos consecutivos y se ha logrado que se siga trabajando en el proceso de paz que durante más de 50 años ha tenido Colombia.

En este momento es vital este proceso de paz para el crecimiento y estabilidad socio económica lo que permite que se prospere cierta estabilidad política durante los próximos años y una amplia inversión estatal para la continuidad de la paz, al haber inversión del gobierno y apoyo de posibles gobiernos extranjeros.

Las políticas gubernamentales en el país han generado diversas posiciones como lo es normal en una democracia, pero ha sido estable el ambiente político y los opositores al gobierno actual no han generado desestabilidad y muestran una política alienada con el gobierno brindando a las empresas tranquilidad de inversión y continuidad en la política de generación de empleo.

3.8. Aspecto legal

La creación de empresas en el país se ha estado facilitando a los emprendedores a través de la disminución de pasos y un nuevo tipo de sociedad como lo es la Sociedad por Acciones Simplificada, S.A.S. Esto ha permitido desde el punto de vista de trámites legales la creación de empresas, siendo un nicho para Beep VoIP estas nuevas empresas.

De igual forma hace unos años se facilitó desde el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones la entrega del Registro de TIC para las empresas interesadas en comercializar servicios y productos de telecomunicaciones, esto facilitó crear mayor oferta de estos servicios, haciendo desde el punto de vista legal un mercado más sólido y maduro.

Otro de los elementos vitales para el uso de servicios basados en negocios de telecomunicaciones y de aplicaciones a través de la red de internet es la legislación alrededor del comercio electrónico, el uso de internet y el marco para prestar servicios en internet y las tecnologías de la información y las comunicaciones: Ley 527 de 1999 de Comercio electrónico, Ley 1221 de 2008 del Teletrabajo, Ley 1273 de 2009 sobre Delitos Informáticos, Ley 1341 de 2009 sobre las TIC y la Sociedad de la Información, Ley 1266 de 2008 sobre Habeas Data, entre otras. Todas estas han estado facilitando el camino para que en Colombia los negocios tengan seguridad, normatividad y transparencia, tanto para oferentes como demandantes.

4. ESTRATEGIAS

4.1. Monetización

El recaudo se puede dar de tres formas. La primera es la consignación o transferencia bancaria, esta es la usada por las empresas que desean adquirir cualquier producto y mensualmente pagan los servicios de manera bancaria. Este depósito o transacción se realiza a una cuenta del Banco de Bogotá (ya existente) después de haber recibido la factura por parte de Beep.

La segunda forma de monetizar el producto y servicio es por medio de la tarjeta de crédito, donde se brinda la posibilidad a los usuarios de recargar, acceder a servicios y otras funciones a través de pagos por medio de la tarjeta de crédito. Esta opción se ve más viable para empresarios e incluso emprendedores que están bancarizados.

Por último, el efectivo es el modo de recaudar los fondos principalmente para los usuarios universitarios, ya que la gran mayoría de la población colombiana no está bancarizada, lo que hace que recargar en plataformas virtuales que utilizan el mismo sistema de VoIP tengan dificultades en penetrar el mercado del colombiano común. Para esto se busca disponer las tiendas de venta de apuestas y las cajas de las universidades y empresas dispuestas a recibir el servicio en busca de una comodidad y ahorro de tiempo para el cliente

4.2. Mercadeo

4.2.1. Producto

Beep VoIP (Incluye Beep Móvil y Beep PBX Virtual) es una aplicación diseñada para facilitar las comunicaciones por medio de llamadas, video llamadas y chat de alta calidad entre comunidades, familiares, clientes, proveedores y todas las personas que de una forma u otra tengan

la necesidad de estar conectados. Se utiliza por medio de Smartphone, Tabletas o computadores (multiplataforma) y es personalizable.

La instalación de esta aplicación se puede dar desde Play Store (para teléfonos Android), App Store (para iPhone) e incluso desde la página beepmovil.com. Una vez se tenga la aplicación en el dispositivo, se asigna un usuario (número telefónico personal), una contraseña y un opencode (imagen personalizada); posteriormente ya es posible realizar las llamadas, consultar el saldo y mirar el consumo a través de la aplicación.

Otro producto diferenciado de la competencia y diseñado para atender soluciones de comunicaciones al sector empresarial en Beep PBX Virtual lo que permite atender un mercado importante de más de 200.000 empresas que se vienen creando anualmente en el país, de acuerdo a las últimas cifras de Confecámaras. (Portafolio, 2015)

Pensando en los empresarios emprendedores, estamos ofreciendo una solución que brinda la mejor opción para estar permanentemente comunicados tanto interna como externamente y que también, ayuda a las empresas en la consolidación de una imagen corporativa, lo que redundará en una percepción de seriedad y confianza hacia los clientes y proveedores, ayudando en la generación de nuevos negocios y en el fortalecimiento de los ya existentes.

Nuestro IP PBX Virtual o hosteado es un PBX en la "nube" que ofrece una excelente solución para pequeñas empresas que no quieren invertir en un costoso PBX convencional e infraestructura telefónica. Beep PBX Virtual estará en la "nube", así que donde sea que esté el usuario empresarial con acceso a Internet tendrá una extensión telefónica.

Un IP PBX Virtual es ideal si necesita crear: sucursales, extensiones, grabar saludos para cuando los clientes llamen escuchen un saludo corporativo y cuando seleccionen una opción dentro del menú (IVR) la llamada sea direccionada al grupo de timbrado o extensión indicada y si la extensión no contesta se dirija (Forward) a un número o se active el buzón de voz consiguiendo vía email el mensaje de voz, que puede ser escuchado en un Smartphone!

4.2.2. Precio

La estrategia de precio es muy competitiva y está orientada a generar ingresos en volúmenes importantes, para manejar una estructura en escala de costos. El precio busca en el segmento de empresarios, estudiantes y microempresarios generar un valor asequible para este grupo de clientes, con igual alta calidad del servicio, lo que permite que un servicio de alta necesidad como es la comunicación nuestro servicio se perciba como de alto valor agregado por un precio menor.

Los usuarios finales podrán en los segmentos de personas naturales podrán usar la comunicación sin límites entre usuarios Beep sin ningún costo, es gratis usando el audio y video de alta calidad y chat ilimitado; para realizar llamadas a otros operadores de telefonía fija o celular en Colombia a un valor de \$100 pesos el minuto, un valor competitivo.

El método de fijación de precio es “precio objetivo”, pues basado en el precio anterior a usuarios finales nuestro interés es competir con los usuarios de telefonía celular y otros servicios de telefonía VoIP para el mercado colombiano y el valor estándar de \$100 el minuto es el valor que se consigue a nivel nacional.

Hacia el mercado corporativo se definen planes de precios de acuerdo a la cantidad de minutos demandados mensualmente lo que puede otorgar un valor por minuto mucho más bajo del precio de referencia de \$100 a los usuarios de otros operadores de telefonía fija o celular para los planes de Beep PBX Virtual la metodología de precios es “basados en la demanda”, esto implica rangos de precios de acuerdo a la demanda de minutos de cada cliente que requiere el plan de Beep PBX Virtual.

Tabla 2

Planes Beep PBX.

PLAN	BÁSICO	MEDIO	PREMIUM
Extensiones	3	4	5
Minutos otros operadores	100	200	300
Llamadas ilimitadas Beep	✓	✓	✓

Videoconferencia	✓	✓	✓
Chat	✓	✓	✓
IVR	✓	✓	✓
Buzón de voz	✓	✓	✓
DID	✓	✓	✓
Tarifa mensual	COP 29.900	COP 39.900	COP 49.900

Fuente: Beep.

4.2.3. Promoción

La comunicación se realiza en varios formatos o canales de acuerdo al segmento de mercado, para lograr estrategias de comunicación diferenciadas que logren los objetivos de comunicación y toma de decisiones acertada para la compra de producto.

Para cualquiera de los segmentos, el tipo producto requiere una presencia en la web y el slogan que acompaña la estrategia de mercadeo es “Conectando Comunidades”. Por lo tanto, el objetivo de comunicación superior apunta a que el público objetivo sienta que Beep Móvil los conecta, a quien necesitan y desean.

Para la comunidad de estudiantes, se generará una estrategia de marketing digital que cubra la presencia web y las redes sociales. Para este segmento la comunicación requiere un modelo de comunicación dinámica y acompañarlo en los lugares de estrategias BTL – Below the Line que impacte de forma innovadora este mercado. Este tipo de trabajo requiere realizar alianzas estratégicas con las IES – Instituciones de Educación Superior.

El principal canal para sector corporativo o empresarial por su naturaleza requiere la atención presencial y realizar visita para la venta directa. Por lo tanto, esta comunicación directa requiere una estrategia diferenciada para los otros tipos de segmentos de clientes. Esta comunicación al ser más corporativa requiere ser más enfocada, dirigida y con propuestas únicas de valor en la estrategia de comunicación de acuerdo a nichos de mercado.

4.2.4. Distribución

El producto se distribuye directamente a través de las tiendas Google Play para usuarios de sistemas operativos Android y por App Store para los usuarios de iPhone, cada usuario podrá descargar directamente la aplicación sin ningún costo y queda instalada en los equipos que requiera.

Para la aplicación que es personalizada se usará la misma forma de distribución por descarga en los dispositivos o equipos terminales y se entrega al cliente el enlace para realizar la operación.

4.3. Administrativa

4.3.1. Estructura organizacional

La compañía tendrá la división en 3 áreas funcionales que facilitarán el cumplimiento de los objetivos organizacionales.

A. Área Administrativa:

El área administrativa se encargará del desarrollo de las actividades financieras, administrativas, de personal, manejo de proveedores y facturación a clientes.

El área administrativa deberá diseñar las políticas de prestación del servicio, de compras, la contratación y retención de personal, los procesos de entrenamiento requeridos. De igual forma facilitará el flujo de trabajo para cumplir con las metas comerciales y financieras proveyendo los recursos necesarios, esto implica las relaciones con proveedores y la administración del dinero.

B. Área Mercadeo y Comercial:

Esta área será la encargada de desarrollar toda la estrategia de mercadeo, comunicaciones, publicidad y dirigir el equipo comercial.

La estrategia de mercadeo debe atender las necesidades de la empresa para atender los diferentes segmentos a los que va dirigido el producto y a partir de esto definir la estrategia de comunicación apoyado en el slogan “Conectando Comunidades”. De igual forma estrictamente relacionado toda la publicidad y canales de comunicación con el cliente: presencial, web y redes sociales.

El equipo comercial tendrá presencia en las principales ciudades y alguien destinado a administrar las relaciones que se generen virtualmente.

C. Área de Ingeniería y Soporte:

Ingeniería y Soporte será un área donde se desarrolla la actividad de tecnología y tendrá la función principal de mantener los procesos clave para que la aplicación esté funcionando y activa en los usuarios finales; esto significa que la concurrencia y la capacidad de crecimiento estén soportados en términos de escalabilidad y el ancho de banda garantice la entrada y salida de llamadas de acuerdo a la cantidad de clientes soportados.

De igual forma, se enfoca en brindar el soporte adecuado a clientes finales o corporativos para garantizar que no solo la aplicación funcione, sino que deberá dar respuesta a las inquietudes de cada cliente tanto virtual como presencial, de acuerdo al tipo de segmento al que se preste el servicio.

D. Organigrama empresarial

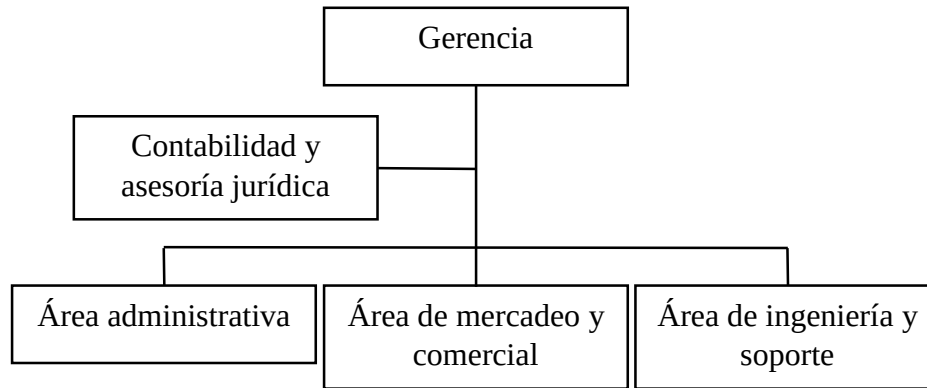


Figura 2. Organigrama empresarial. En esta figura se evidencian los diferentes niveles que tiene la jerarquía organizacional, donde se soporta por 3 pilares (administración, comercial & mercadeo y soporte & ingeniería) teniendo como cabeza la gerencia y apoyo de la contabilidad y asesoría jurídica.

Fuente: Beep

4.3.2. Personal

Dado que la compañía requiere poco personal para operar la estructura organizacional es más horizontal haciendo de esta un equipo compacto y flexible. De acuerdo al futuro crecimiento de la compañía se revisará las necesidades de personal en cada área.

Se requerirá personal en el área comercial en las ciudades y regiones principales del país en los cuales operará un ejecutivo o representante comercial, bajo el modelo de corretaje.

Política de contratación

Dado que la compañía requiere poco personal para operar la estructura organizacional es más horizontal haciendo de esta un equipo compacto y flexible. De acuerdo al futuro crecimiento de la compañía se revisará las necesidades de personal en cada área.

Se requerirá personal en el área comercial en las ciudades y regiones principales del país en los cuales operará un ejecutivo o representante comercial, bajo el modelo de corretaje.

Política salarial

Tabla 3

Tabla de política salarial para área de mercadeo y ventas.

Área	Cargo	Perfil y funciones	Tipo de relación	Prestación	Empresa prestadora de servicios	Descripción
Área de Mercadeo y Ventas	Dirección de Mercadeo y Ventas	Diseñar el plan general de marketing, plan de campañas, material de publicidad, definir y revisar cumplimiento de objetivos comerciales.	Emprendedor	Pensión	Porvenir	Bajo la modalidad de pensión:
				Salud	Compensar	POS + Plan complementario de apoyo
				ARL	Positiva	Clase de riesgo: Tipo I
				Caja de compensación	Colsubsidio	4% sobre la totalidad de los factores de liquidación de aportes
				Cesantías	Rio Alto S.A.S.	1 mes de salario * c/año trabajado
				Intereses de cesantías		Int del 12% anual * Valor Cesantías Acumuladas
				Prima de servicios		1 mes de salario pagado * semestre
			Detalle	Salario real	Aporte total de Rio Alto * Mes y empleado	Total
			Cesantías	\$ 151.243,65	\$ 1.760.650	\$ 2.666.651
			Prima	\$ 151.243,65		
			Vacaciones	\$ 73.419,11		
			Inter. Cesantías	\$ 1.512,44		
			Salud	\$ 149.655,25		
			Pensión	\$ 211.278,00		
			Caja. Compensación	\$ 70.426,00		
			I.C.B.F	\$ 52.819,50		
			Sena	\$ 35.213,00		
			Riesgos profesionales	\$ 9.190,59		
			Total Apropiación	\$ 906.001,17		

Fuente: Beep.

Tabla 4

Tabla de política salarial para área de ingeniería y soporte.

Área	Cargo	Perfil y funciones	Tipo de relación	Prestación	Empresa prestadora de servicios	Descripción
Área de Ingeniería y Soporte	Dirección de Ingeniería	Diseñar la estrategia de prestación del servicio desde la plataforma, verificación de funcionamiento de la misma y de la App, verificar estado de cuentas y usuarios, dar respuesta a solicitudes de soporte	Emprendedor	Pensión	Porvenir	Bajo la modalidad de pensión:
				Salud	Compensar	POS + Plan complementario de apoyo
				ARL	Positiva	Clase de riesgo: Tipo I
				Caja de compensación	Colsubsidio	4% sobre la totalidad de los factores de liquidación de aportes
				Cesantías	Rio Alto S.A.S.	1 mes de salario * c/año trabajado
				Intereses de cesantías		Int del 12% anual * Valor Cesantías Acumuladas
				Prima de servicios		1 mes de salario pagado * semestre
			Detalle	Salario real	Aporte total de Río Alto * Mes y empleado	Total
			Cesantías	\$ 151.243,65	\$ 1.760.650	\$ 2.666.651
			Prima	\$ 151.243,65		
			Vacaciones	\$ 73.419,11		
			Inter. Cesantías	\$ 1.512,44		
			Salud	\$ 149.655,25		
			Pensión	\$ 211.278,00		
			Caja. Compensación	\$ 70.426,00		
			I.C.B.F	\$ 52.819,50		
			Sena	\$ 35.213,00		
			Riesgos profesionales	\$ 9.190,59		
			Total Apropriación	\$ 906.001,17		

Fuente: Beep

Tabla 5

Tabla política salarial para área de administración.

Área	Cargo	Perfil y funciones	Tipo de relación	Prestación	Empresa prestadora de servicios	Descripción
Área de Administración	Dirección de Administración	Diseño de plan general de administración de la compañía, plan de personal y pago de salarios, verificación de pagos a proveedores y generación de facturas, generación de documentos contables y estimación de los planes financieros.	Emprendedor	Pensión	Porvenir	Bajo la modalidad de pensión:
				Salud	Compensar	POS + Plan complementario de apoyo
				ARL	Positiva	Clase de riesgo: Tipo I
				Caja de compensación	Colsubsidio	4% sobre la totalidad de los factores de liquidación de aportes
				Cesantías	Rio Alto S.A.S.	1 mes de salario * c/año trabajado
				Intereses de cesantías		Int del 12% anual * Valor Cesantías Acumuladas
				Prima de servicios		1 mes de salario pagado * semestre
			Detalle	Salario real	Aporte total de Río Alto * Mes y empleado	Total
			Cesantías	\$ 151.243,65	\$ 1.760.650	\$ 2.666.651
			Prima	\$ 151.243,65		
			Vacaciones	\$ 73.419,11		
			Inter. Cesantías	\$ 1.512,44		
			Salud	\$ 149.655,25		
			Pensión	\$ 211.278,00		
			Caja. Compensación	\$ 70.426,00		
			I.C.B.F	\$ 52.819,50		
			Sena	\$ 35.213,00		
			Riesgos profesionales	\$ 9.190,59		
			Total Apropriación	\$ 906.001,17		

Fuente: Beep

5. OPERACIONES

5.1. Planta

Dado que la prestación del servicio se realiza a través del uso de plataformas de tecnología en la nube y permite la escalabilidad de la prestación del servicio y descarga de la aplicación sin necesidad de incrementar espacio en planta, hace que la necesidad de espacio sea menor y el espacio de oficinas para las áreas de la empresa sea mínimo.

El equipo de trabajo no necesariamente requiere estar en una oficina centralizada, por la naturaleza del trabajo y las facilidades que brinda la tecnología actual, la mayor parte del equipo podrá realizar teletrabajo; el equipo comercial y de ingeniería y soporte trabajará mediante este modelo, lo que implica una reducción importante en área requerida.

Los espacios estimados requeridos serán los siguientes:

- A. Un espacio para recepción
- B. Para Gerencia y Administración
- C. Para reuniones
- D. Para Ingeniería y Soporte

5.2. Servicio/producto

Acciones necesarias para el uso de la aplicación en usuario final.

- 1) Registro en la plataforma web de beepmóvil.com
- 2) Ingreso a la tienda virtual (App Store o Google Play)

- 3) Búsqueda de la app
- 4) Descarga de la app en la terminal de usuario o dispositivo
- 5) Configuración automática de la app
- 6) Recarga de minutos o adquisición del plan
- 7) Uso de los servicios

Los requisitos para estas acciones es tener acceso a internet y un navegador web desde cualquier dispositivo.

A continuación un cronograma de actividades para el cumplimiento de los objetivos principales para entrar en operación.

Tabla 6

Cronograma de actividades / Semana 1-8

Objetivos	Metas	Actividades	Responsables	Semana							
				1	2	3	4	5	6	7	8
Diseño y testeo de plataforma tecnológica	Diseño de plataforma de administración	Análisis de flujos de procesos	Todos	X	X						
		Diseño de Software	Ingeniero			X	X	X			
	Diseño de App	Requerimientos a proveedor	Administración			X	X	X	X		
		Testeo de funcionamiento	Ingeniero							X	X
	Plan de mejoramiento	Seguimiento PQR App	Ingeniero								X
		Rediseño y mejoras	Todos								X
Estrategia de mercadeo y ventas	Diseño página web	Requerimientos de comunicación	Mercadeo			X	X	X	X		
	Publicación en Google Play y Play Store	Crear cuenta en plataformas	Mercadeo							X	X

	Plan comercial	Definir clientes objetivos prioritarios	Comercial	X	X	X	X												
	Visitas a clientes potenciales	Programación visitas	Comercial															X	X

Fuente: Beep.

Tabla 7

Cronograma de actividades / Semana 9-16

				Semana											
Objetivos	Metas	Actividades	Responsables	9	10	11	12	13	14	15	16				
Diseño y testeo de plataforma tecnológica	Diseño de plataforma de administración	Análisis de flujos de procesos	Todos												
		Diseño de Software	Ingeniero												
	Diseño de App	Requerimientos a proveedor	Administración												
		Testeo de funcionamiento	Ingeniero												
	Plan de mejoramiento	Seguimiento PQR App	Ingeniero	X	X	X	X	X	X	X	X	X			
		Rediseño y mejoras	Todos	X	X	X	X	X	X	X	X	X			
Estrategia de mercadeo y ventas	Diseño página web	Requerimientos de comunicación	Mercadeo												
	Publicación en Google Play y Play Store	Crear cuenta en plataformas	Mercadeo												
	Plan comercial	Definir clientes objetivos prioritarios	Comercial												
	Visitas a clientes potenciales	Programación visitas	Comercial	X	X	X	X	X	X	X	X				

Fuente: Beep

Tabla 8*Cronograma de actividades / Semana 17-24*

Objetivos	Metas	Actividades	Responsables	Semana									
				17	18	19	20	21	22	23	24		
Diseño y testeo de plataforma tecnológica	Diseño de plataforma de administración	Análisis de flujos de procesos	Todos										
		Diseño de Software	Ingeniero										
	Diseño de App	Requerimientos a proveedor	Administración										
		Testeo de funcionamiento	Ingeniero										
	Plan de mejoramiento	Seguimiento PQR App	Ingeniero	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
		Rediseño y mejoras	Todos	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
Estrategia de mercadeo y ventas	Diseño página web	Requerimientos de comunicación	Mercadeo										
	Publicación en Google Play y Play Store	Crear cuenta en plataformas	Mercadeo										
	Plan comercial	Definir clientes objetivos prioritarios	Comercial										
	Visitas a clientes potenciales	Programación visitas	Comercial	X	X	X	X	X	X	X	X	X	

Fuente: Beep.

El plan de producción se hace con base en la capacidad instalada de la plataforma tecnológica, por el tipo de producto y la forma en que los clientes y usuarios instalan y usan Beep VoIP al descargar la aplicación y usar en pocos minutos, hace que el proceso de producción sea mínimo y se defina a través de dos procesos diferentes: En cliente corporativo y cliente personal.

A continuación el proceso que debe seguir el cliente corporativo. Este proceso es rápido y sencillo lo que facilita hacia el cliente el usar el servicio de forma pronta e incrementa positivamente la experiencia del usuario.

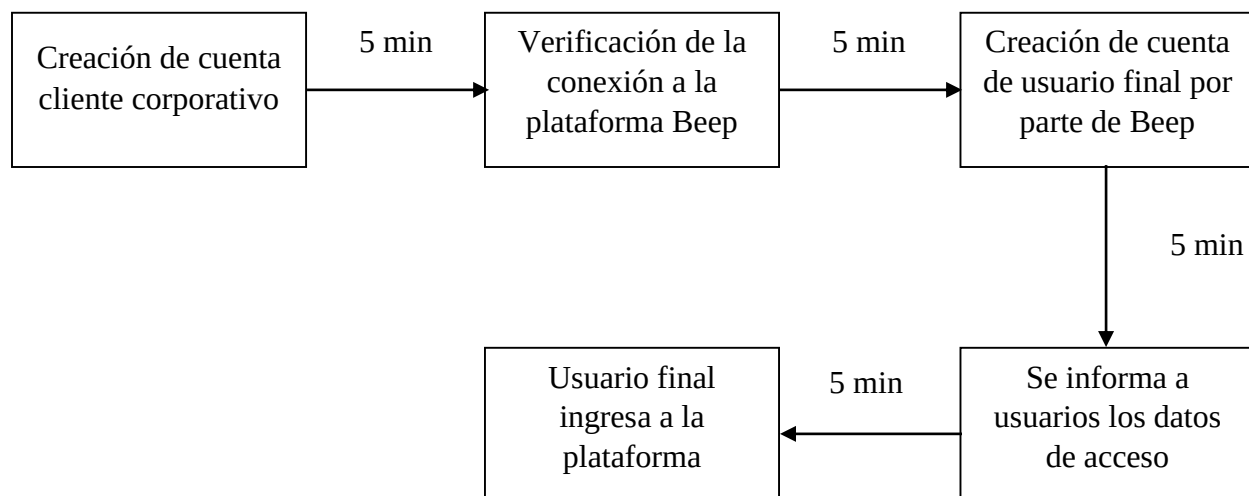


Figura 3. Proceso del servicio. En esta figura se pasos que se deben tomar para poder ingresar y utilizar la plataforma, los tiempos pueden reducirse dependiendo de la agilidad del usuario.

Fuente: Beep

En la siguiente tabla de ficha del producto se evidencia la capacidad de crecimiento por que la suma de clientes no requiere mucho tiempo y demanda de personal para su atención.

Tabla 9

Ficha técnica y características de Beep VoIP.

Ficha Técnica del Producto	Beep VoIP
Tiempo de la producción del Producto	
Tiempo para Cliente Corporativo	14 minutos
Tiempo para Cliente personal o usuario final	10 minutos (lo hace solo el usuario)
Características del producto	
Es una aplicación para conectar comunidades y facilitar las comunicaciones a través de video y audio de alta calidad, y el más bajo consumo de kbps del mercado. Puede conectarse a un servicio SIPtrunk para dirigir llamadas a otros operadores. Se hacen recargas a través de una aplicación que puede ser instalada en Tablet, computador o Smartphone (multiplataforma) y es personalizable para el cliente con su propia marca.	

Equipo Humano requerido	Competencias Requeridas
Ingeniero de Sistemas	Profesionales con competencias en Telefonía IP y procesos comerciales
Director Comercial	
Tiempo total MINUTOS / hombre por unidad de producción	7 minutos (Este tiempo es necesario por hombre para Cliente Corporativo)
Sitio de producción del producto	Virtual

Fuente: Beep.

5.3. Planificación y programación

5.3.1 Planificación de ventas

Tabla 10

Tabla de indicadores.

Indicador	Descripción
1. Tiempo medio que tardamos para conseguir una venta	Rango en minutos que describe el tiempo necesario entre una venta y otra
2. Número de devoluciones o abandono del servicio	Mide la cantidad de abandonos o devoluciones del servicio sobre el total de los servicios entregados
3. % de Clientes nuevos sobre el total	Mide el crecimiento de la tasa sobre los nuevos clientes que obtenemos cada semana

Fuente: Beep

5.3.2 Sistema de Evaluación de Resultados

A continuación listamos un grupo de indicadores importantes en la operación de la empresa que nos permitirá medir el crecimiento de la compañía.

Tabla 11

Tabla evaluación de resultados.

Perspectiva	Indicador	Descripción	Medición	Objetivo
Clientes	# de Clientes corporativos actuales	Número total de clientes activos	Información obtenida de la plataforma propia	Semanal
	# de Clientes Personas actuales	Número total de clientes activos	Información obtenida de la plataforma propia	Semanal
	Crecimiento	% de crecimiento en clientes respecto del periodo anterior	$((V_f - V_i)/V_i) * 100$	Semanal
	# de minutos en clientes corporativos	Cantidad total de minutos consumidos	Información obtenida de la plataforma propia	Semanal
	# de minutos en clientes personas	Cantidad total de minutos consumidos	Información obtenida de la plataforma propia	Semanal

Finanzas	Utilidad Neta	El exceso de los ingresos totales sobre los gastos totales	Proviene del estado de resultados	Mensual
	Utilidad Operacional	Exceso de ingresos totales descontando los costos de operación	Proviene del estado de resultados	Mensual
	ROA	Retorno sobre los activos	$(\text{utilidades}/\text{activos}) * 100$	Mensual
	ROI	Retorno sobre la inversión	$((\text{ingresos} - \text{inversión}) / \text{inversión}) * 100$	Mensual
	Ingresos por Cliente Corporativo	Cantidad monetaria recibida por pago de servicios en tipo de cliente	Sistema interno de facturación	Mensual
	Ingresos por Cliente Personal			Mensual
	Crecimiento en ingresos por tipo de cliente	Cambio porcentual entre ingresos del periodo actual contra el anterior	$((V_f - V_i) / V_i) * 100$	Mensual

Operación	Cantidad de descargas de la app	Cantidad de veces descargado el software por usuarios	Información obtenida de la plataforma propia	Mensual
	Cantidad de tickets (PQR)	Cantidad de solicitudes recibidas por parte de los usuarios	Información obtenida de la plataforma y canales de comunicación	Mensual
	Cantidad de nuevas empresas visitadas	Cantidad de organizaciones visitadas para promocionar el producto	Registro de actividades e informes de equipo comercial	Quincenal

Fuente: Beep

6. FINANCIERO

6.1. Presupuestos

I. Ventas App.

Tabla 12

Tabla presupuesto de ventas app mensual

Mes	1	2	3	4	5	6
Planes	200	400	600	800	1,000	1,500
Extensiones	600	1,200	1,800	2,400	3,000	4,500
Ventas	3,600,000	7,200,000	10,800,000	14,400,000	18,000,000	27,000,000
Ingresos App	3,600,000	7,200,000	10,800,000	14,400,000	18,000,000	27,000,000

Fuente: Beep

Mes	7	8	9	10	11	12
Planes	2,000	2,500	3,000	3,000	3,000	3,500
Extensiones	6,000	7,500	9,000	9,000	9,000	10,500
Ventas	36,000,000	45,000,000	54,000,000	54,000,000	54,000,000	63,000,000
Ingresos App	36,000,000	45,000,000	54,000,000	54,000,000	54,000,000	63,000,000

Fuente: Beep

II. Presupuesto ventas SIPtrunk Corporativo

Tabla 13

Tabla de presupuesto de ventas SIPtrunk corporativo mensual

Mes	1	2	3	4	5	6
Min. mes	100,000	200,000	300,000	350,000	400,000	450,000
Canales	8	15	23	27	30	34
Ingresos	4,000,000	8,000,000	12,000,000	14,000,000	16,000,000	18,000,000
Ingresos SIP	4,000,000	8,000,000	12,000,000	14,000,000	16,000,000	18,000,000

Fuente: Beep

Mes	7	8	9	10	11	12
Min. mes	500,000	550,000	600,000	650,000	700,000	750,000
Canales	38	42	45	49	53	57
Ingresos	20,000,000	22,000,000	24,000,000	26,000,000	28,000,000	30,000,000
Ingresos SIP	20,000,000	22,000,000	24,000,000	26,000,000	28,000,000	30,000,000

Fuente: Beep

III. Presupuesto de ventas totales

Tabla 14

Tabla presupuesto de ventas totales mensuales

Mes	1	2	3	4	5	6
Ventas totales	14,350,000	28,700,000	43,050,000	55,400,000	67,750,000	95,625,000

Fuente: Beep

Mes	7	8	9	10	11	12
Ventas totales	123,500,000	151,375,000	179,250,000	181,250,000	183,250,000	211,125,000

Fuente: Beep

IV. Estado de resultados presupuestado

Tabla 15

Estado de resultados presupuestado mensual

Mes	7	8	9	10	11	12
Ventas	123,500,000	151,375,000	179,250,000	181,250,000	183,250,000	211,125,000
Costo de vtas	55,641,667	66,920,883	78,200,000	79,954,167	81,708,333	92,987,500
Utilidad neta	67,858,333	84,454,167	101,050,000	101,295,833	101,541,667	118,137,500

Gastos operativos y de administración

Nómina	8,000,000	8,000,000	8,000,000	8,000,000	8,000,000	144,000,000
Admon y vtas	6,170,000	6,170,000	6,170,000	6,170,000	6,170,000	111,075,432
Total GOA	14,170,100	14,170,100	14,170,100	14,170,100	14,170,100	255,075,432

Utilidad	53,687,386	70,283,220	86,878,953	87,124,786	87,370,620	103,996,553
----------	------------	------------	------------	------------	------------	-------------

Fuente: Beep

V. Proyección presupuestada del Estado de Resultados

Tabla 16

Tabla de crecimiento estimado del estado de resultados

			18 meses	Año 2	Año 3
Crecimiento	10%	Utilidad	1,532,599,586	1,685,859,525	1,854,445,477

Fuente: Beep

6.2. Inversiones

I. Inversión Plataforma

Tabla 17

Inversión realizada para el desarrollo de la plataforma.

Plataforma APP	29,000,000
Softphone Android	3,000,000
Softphone IOS	3,000,000
Subtotal	35,000,000

Fuente: Beep

II. Inversión Imagen

Tabla 18

Tabla de inversión en imagen

Inversión	Valor
Página Web	2,000,000
Logos	500,000

Fuente: Beep

III. Trámites Legales

Tabla 19

Tabla de inversión en trámites legales

Trámite	Valor
Registro de Marca	785,000
Abogados	6,000,000
Creación Empresa	500,000

Fuente: Beep

IV. Capital Total

Tabla 20

Tabla de inversión de capital total

Ítem	Valor Mes	Total
Gerencia de Proyecto	3,000,000	24,000,000
Ingeniero Soporte	1,500,000	12,000,000
Gastos	1,000,000	8,000,000
Costo Minutos pruebas		1,000,000
Hosting Plataforma	\$550,000	4,400,000

Capital Total	49,400,000
---------------	------------

Fuente: Beep

6.3. Costo variable

Tabla 21

Tabla de costos variables

Costo variable	Valor
Costo extensión	1.1
Minuto	35
Servidores	668.333

Total Costo de Ventas	7.318.333
-----------------------	-----------

Fuente: Beep

6.4. Gastos administrativos y de ventas

Tabla 22

Tabla de gastos administrativos y de ventas

Administrativos	
Contador outsourcing	\$500.00
Arriendo Oficina	\$2.000.000
Banda Ancha	\$1.000.000
Seguros	
Acueducto	\$150.000
Energía	\$120.000
Teléfonos (Internet + tv)	
Publicidad	\$1.000.000
Gastos Legales	
Aseo y Cafetería	
Útiles de Oficina	
Taxis y Buses	
Total Gastos Administrativos	\$ 4.500.000
Ventas	
Honorarios (Personal)	
Ind. Y Comercio	\$0
Teléfonos celulares	\$200.00
Portes y Cables	\$0
Fletes y Acarreos	\$100
Gastos Legales	\$200.00
Mant. Y Reparaciones	\$0
Gastos de Viaje	\$1.000.000
Depreciaciones	\$0
Gastos de Inventario	\$0
Total Gastos Ventas	\$1.400.100
Total Gastos Admon. y Ventas	\$6.170.100

Fuente: Beep

6.5. Indicadores financieros

Tabla 23

Tabla de indicadores financieros

Periodo	0	1	2	3
Resultado del ejercicio		560,287,750	616,316,525	677,948,177.50
Inversión inicial	-44,785,000			
Capital de trabajo	-49,400,000			
Flujo neto de efectivo	-94,185,000	560,287,750	616,316,525	677,948,177.50
Flujo acumulado	-94,185,000	466,102,751	1,082,419,276	1,760,367,453

Fuente: Beep

Tabla 24

Flujo neto de efectivo mensual

Concepto	Valor
Periodo anterior al cambio de signo	0
Valor absoluto del cambio acumulado	94,185,000
Flujo neto de efectivo siguiente periodo	560,287,751
Periodo de recuperación	0.1681
Equivalencia en meses	2.0172
Flujo mensual promedio periodo 1	46,690,645
Prueba simple	94,185,000

Fuente: Beep

Un proyecto muy rentable, de hecho una inversión con este tipo de beneficios no tiene ningún tipo de competencia en cuanto a rendimiento si se compara con papeles de bajo riesgo como son los del estado que máximo reconocen un 6.20% en CDT a 360 días.

Al ser de tal magnitud la tasa obtenida es muy atractivo ejecutar este proyecto. El elevado valor de esta tasa es consecuente con una baja inversión y un muy alto rendimiento en el tiempo que lo demuestra con la actualización de los flujos y el que esta tasa sea 5 veces mayor que la tasa de descuento estipulada para invertir en alto nivel de seguridad.

7. VALORACIÓN

7.1. Análisis D.O.F.A.

Debilidades

Los datos en Colombia todavía están en proceso de expansión de la señal y los planes de los operadores celulares aún son costosos. Hay una iniciativa por dar gratis el servicio de Wifi en las ciudades pero la calidad que se alcanza en estos sitios es baja. Es un producto que depende de una conexión a internet y por lo tanto su accesibilidad depende de la cobertura y calidad de este servicio.

Desde el punto de vista de la seguridad, las llamadas en VoIP se transmiten por Internet o por redes potencialmente inseguras. Lo cual plantea riesgos de privacidad y seguridad que no surgen con un servicio telefónico tradicional. Un ejemplo de ello, es que la infraestructura VoIP se puede ver seriamente degradada por el efecto de algún virus, gusano o por el más que conocido SPAM.

Una debilidad es la poca experiencia en la promoción y campañas digitales que permita un rápido crecimiento y enfoque al sector universitario donde hay un volumen importante de clientes potenciales al cual le apostamos.

Oportunidades

Rio Alto es la única empresa que está apostando directamente por este mercado con un producto de alta calidad y con bajo consumo de datos. Hay excelentes oportunidades en nichos de mercado de la Salud (Tele consulta y Segmentación de usuarios por patología) Venta Directa o Multinivel (Capacitación online con video y asesoría disponible 100%), Emprendedores (Comunicaciones unificadas entre emprendedores), estudiantes de universidad y familias que necesiten un medio económico de comunicación y que ofrezca estándares de calidad HD.

Fortalezas

Nuestra plataforma está a la par con las plataformas de última generación en telecomunicaciones, podemos personalizar los APP de las empresas generando posicionamiento de marca e identidad. Se tiene un grupo de desarrolladores que todo el tiempo está innovando el APP con nuevas funciones que faciliten a los usuarios el flujo de sus comunicaciones ya sean corporativas o personales. El App de Beep VoIP es el único en el mercado con la posibilidad de hacer recargas en efectivo desde \$100 y además permite hacer llamadas de cualquier operador y destino en el mundo. A diferencia de otros APP del mercado, Beep VoIP permite comunicaciones vía chat, voz y video de alta calidad todo en una misma APP.

Somos una empresa pequeña, con grandes oportunidades que le permite ser flexible y por el modelo del negocio puede adaptarse rápidamente.

Amenazas

Empresas reconocidas como WhatsApp, Line y Skype permiten estas comunicaciones a través del mismo protocolo de forma gratuita. La amenaza es que alcancen el nivel de calidad que Beep VoIP tiene y siga siendo gratuito. Otra Amenaza es que los operadores celulares provean a sus clientes de una aplicación gratuita para integrar los demás servicios de comunicaciones vía chat y video llamada.

8. BIBLIOGRAFÍA

- America Retail. (26 de Enero de 2015). *Colombia alcanzará los 16,3 mlls de personas con smartphones al final de 2015*. Recuperado el Noviembre de 2015, de America Retail: <http://america-retail.com/estudios-consumidores/colombia-alcanzara-los-163-mlls-de-personas-con-smartphones-al-final-de-2015>
- BBVA. (17 de Diciembre de 2014). *Colombia y México lideran el crecimiento en la banca móvil - See more at: http://www.centrodeinnovacionbbva.com/noticias/colombia-y-mexico-lideran-el-crecimiento-en-la-banca-movil#sthash.CLgK6iVK.dpuf*. Recuperado el Noviembre de 2015, de BBVA Innovation Center: <http://www.centrodeinnovacionbbva.com/noticias/colombia-y-mexico-lideran-el-crecimiento-en-la-banca-movil>
- Christensson, P. (2006). *Tech Terms*. Recuperado el Noviembre de 2015, de VoIP Definition: <http://techterms.com/definition/voip>
- García, C. A. (1 de Junio de 2015). *Solo se pagan con tarjeta de crédito 12 de cada 100 pesos en compras*. Recuperado el Octubre de 2015, de El Tiempo: <http://www.eltiempo.com/economia/indicadores/uso-tarjeta-de-credito-en-colombia/15871657>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2014). *Reporte de MIPYMES*. Bogotá.
- MinTIC. (7 de Enero de 2015). *275% crecieron conexiones a Internet 4G en el país durante enero y septiembre de 2014*. Recuperado el Octubre de 2015, de Ministerio TIC: <http://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-article-8141.html>
- Portafolio. (22 de Octubre de 2015). *A septiembre de 2015 se han creado 211.320 empresas*. Recuperado el Noviembre de 2015, de Portafolio.co: <http://www.portafolio.co/negocios/creacion-empresas-colombia-septiembre-2015>

TechTarget. (Octubre de 2008). *SIP trunking (Session Initiation Protocol trunking) definition*. Recuperado el Octubre de 2015, de TechTarget.com.

Unuth, N. (s.f.). *What is Softphone?* Recuperado el Octubre de 2015, de About Tech:
<http://voip.about.com/od/glossary/g/SoftphoneDef.htm>