

## IDEAS DE NEGOCIO

### DATOS INICIALES

Nombre del Proyecto	Tu Parche SCRUM MASTERS
Sector económico en el que estará situado el proyecto	Sector Terciario: Comunicaciones

### Información del equipo Emprendedor

Nombre y apellidos	Jerónimo Andrés Ortega Duque
Comuna –Ciudad – País	Bello-Antioquia-Colombia
Correo Electrónico	<a href="mailto:Jaod0814@gmail.com">Jaod0814@gmail.com</a>
Teléfono fijo	+57 4 2728563
Teléfono celular	310 894 24 34
Fax	

Nombre y apellidos	Dairon Harley Muñoz Ocampo
Comuna-Ciudad– País	Medellín-Antioquia
Correo Electrónico	dairon.munoz3200@unaula.edu.co
Teléfono fijo	2202015
Teléfono celular	3006740652
Fax	no

Nombre y apellidos	Marily Henao López
Comuna –Ciudad – País	Medellín – Antioquia - Colombia
Correo Electrónico	marily.henao5205@unaula.edu.co
Teléfono fijo	
Teléfono celular	3225332639
Fax	

Nombre y apellidos	Yeison Andrés Garzón Toro
Comuna –Ciudad – País	Medellín-Antioquia-Colombia
Correo Electrónico	yeison.garzon4977@unaula.edu.co
Teléfono fijo	3064753
Teléfono celular	3234422155
Fax	No

Nombre y apellidos	Andrés Felipe García Genes
Comuna –Ciudad – País	
Correo Electrónico	
Teléfono fijo	
Teléfono celular	
Fax	

Nombre y apellidos	Santiago Salazar Castaño
Comuna –Ciudad – País	Bello-Antioquia
Correo Electrónico	<a href="mailto:santiago.salazar9208@unaula.edu.co">santiago.salazar9208@unaula.edu.co</a>
Teléfono fijo	No
Teléfono celular	3117858828
Fax	No

Nombre y apellidos	Juan Pablo Torres Betancur
Comuna –Ciudad – País	Medellín-Antioquia
Correo Electrónico	<a href="mailto:Juan.torres0272@unaula.edu.co">Juan.torres0272@unaula.edu.co</a>
Teléfono fijo	2996501
Teléfono celular	3123021710
Fax	No

Nombre y apellidos	Carlos Alberto Betancur Taborda
Comuna –Ciudad – País	Medellín – Antioquia - Colombia
Correo Electrónico	<a href="mailto:Carlayt1999@gmail.com">Carlayt1999@gmail.com</a>
Teléfono fijo	No
Teléfono celular	3216205402
Fax	No

Nombre y apellidos	Jorge Daniel Cadavid Morales
Comuna –Ciudad – País	
Correo Electrónico	
Teléfono fijo	
Teléfono celular	
Fax	

Nombre y apellidos	Miguel Ángel Palacio Gonzales
Comuna –Ciudad – País	La candelaria, Medellín, Colombia
Correo Electrónico	<a href="mailto:miguel.palacio0023@unaula.edu.co">miguel.palacio0023@unaula.edu.co</a>
Teléfono fijo	No
Teléfono celular	3004407047
Fax	No

Nombre y apellidos	Yonjar Alfredo Moreno Moreno
Comuna –Ciudad – País	
Correo Electrónico	
Teléfono fijo	
Teléfono celular	
Fax	

Nombre y apellidos	Juliana Guerra Guerra
Comuna –Ciudad – País	La América-Medellín, Antioquia
Correo Electrónico	<a href="mailto:Juliana.guerra5737@unaula.edu.co">Juliana.guerra5737@unaula.edu.co</a>
Teléfono fijo	5082334
Teléfono celular	3016666197
Fax	No

Nombre y apellidos	Diego Luis Barbaran Zapata
Comuna –Ciudad – País	Medellín, Antioquia, Colombia
Correo Electrónico	<a href="mailto:diego.barbaran8764@unaula.edu.co">diego.barbaran8764@unaula.edu.co</a>
Teléfono fijo	No
Teléfono celular	3145077395
Fax	No

## **IDENTIFICACIÓN DE LA OPORTUNIDAD**

### **1. ANTECEDENTES DE LA INICIATIVA**

El proyecto nació en una lluvia de ideas demostrando los fuertes deseos y conocimientos de cada uno de los integrantes en apoyar el arte y la cultura en el Valle de Aburrá, se inicio con la idea de sacar paradigmas paisas (los paisas solo escuchan reggaetón, la cultura paisa solo se puede ver a través de lo que dejo los carteles de droga, la cultura paisa a crecido pero solo se aprecia en las comunas más alejadas).

Esta idea fue creciendo al punto de idear una forma de que las personas conozcan las diferentes culturas y artes vividas en este territorio.

En su primer modelo seideo, de forma muy general, mapear las muestras artísticas que se dan en todo el Valle de Aburrá pero esta idea carecía del factor motivador hacia las personas que deseen conocer nuevos artes y culturas que se viven aquí.

En nuestro producto final nos enfocamos en mejorar las experiencias de usuario mientras mantenemos la idea de tener lugares en los que se presenten nuevos artes y culturas de la ciudad.

### **2. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA**

Las personas del Valle de Aburrá ¿Conocen y participan de los diferentes eventos musicales creados en dicho territorio?

A pesar de que los datos en eventos masivos en nuestra ciudad es favorable en términos de arte y cultura, específicamente hablando de la música, (altavoz 83,472 personas el 2018<sup>1</sup>, feria de flores alrededor de 600,000 personas el 2018<sup>2</sup>) estos números prácticamente desaparecen por fuera de temporada demostrando que la mayoría de habitantes del Valle de Aburrá tiende a no consumir arte y cultura en la ciudad y mucho menos las nuevas ideas generadas en la ciudad.

Con esta identificación del problema pretendemos lograr aumentar estos números y lograr invitar cada vez más a las personas a escuchar los nuevos sonidos que se ven en la ciudad.

---

<sup>1</sup> <https://altavozfest.co/2018/11/83-472-personas-celebraron-la-edicion-numero-15-de-altavoz-fest/>

<sup>2</sup> <https://www.eltiempo.com/colombia/medellin/alcaldia-presenta-balance-de-feria-de-las-flores-2018-255258>

### **3. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO**

Nuestro producto es un aplicativo web fácilmente escalable a un aplicativo híbrido (web y móvil) en donde los generadores de cultura<sup>3</sup> podrán inscribirse por una mensualidad al aplicativo, podrán publicar sus eventos e información del local o espacio que usan para las muestras musicales.

El aplicativo permitirá a los usuarios registrarse y ganar puntos por ir a los locales y eventos de los generadores de cultura inscritos en la aplicación.

El generador de cultura podrá crear premios redimibles en puntos para los usuarios que vayan, estos premios están a la imaginación del generador de cultura y podrán ir desde un producto hasta situaciones como entradas gratis a alguno de sus eventos.

Los usuarios pueden redimir dichos puntos en cualquier local y evento de los generadores de cultura.

El aplicativo permitirá mostrar y conocer a los generadores de cultura, a través de las transacciones realizadas, los usuarios que se lograron movilizar y que están siendo premiados por ayudar a la cultura en el valle de Aburrá así mismo los usuarios que van a sus eventos a través del aplicativo y los movimientos de estos a través de la ciudad.

Así de esta manera el aplicativo asegurará la movilización de personas a dichos eventos y permitirá solucionar el problema planteado.

---

<sup>3</sup> Un generador de cultura es cualquier persona con la capacidad de hacer eventos o presentar musicalmente propuestas en un local estos pueden ser: colectivos privados con sede, colectivos públicos con permisos para usar espacios, dueños de locales comerciales (bares, discotecas, entre otros).

#### 4. CONOCIMIENTO Y TECNOLOGÍA

Para dar comienzo a los conocimientos necesarios por el emprendedor iniciaremos con la arquitectura del software y lo necesario para trabajarlo:

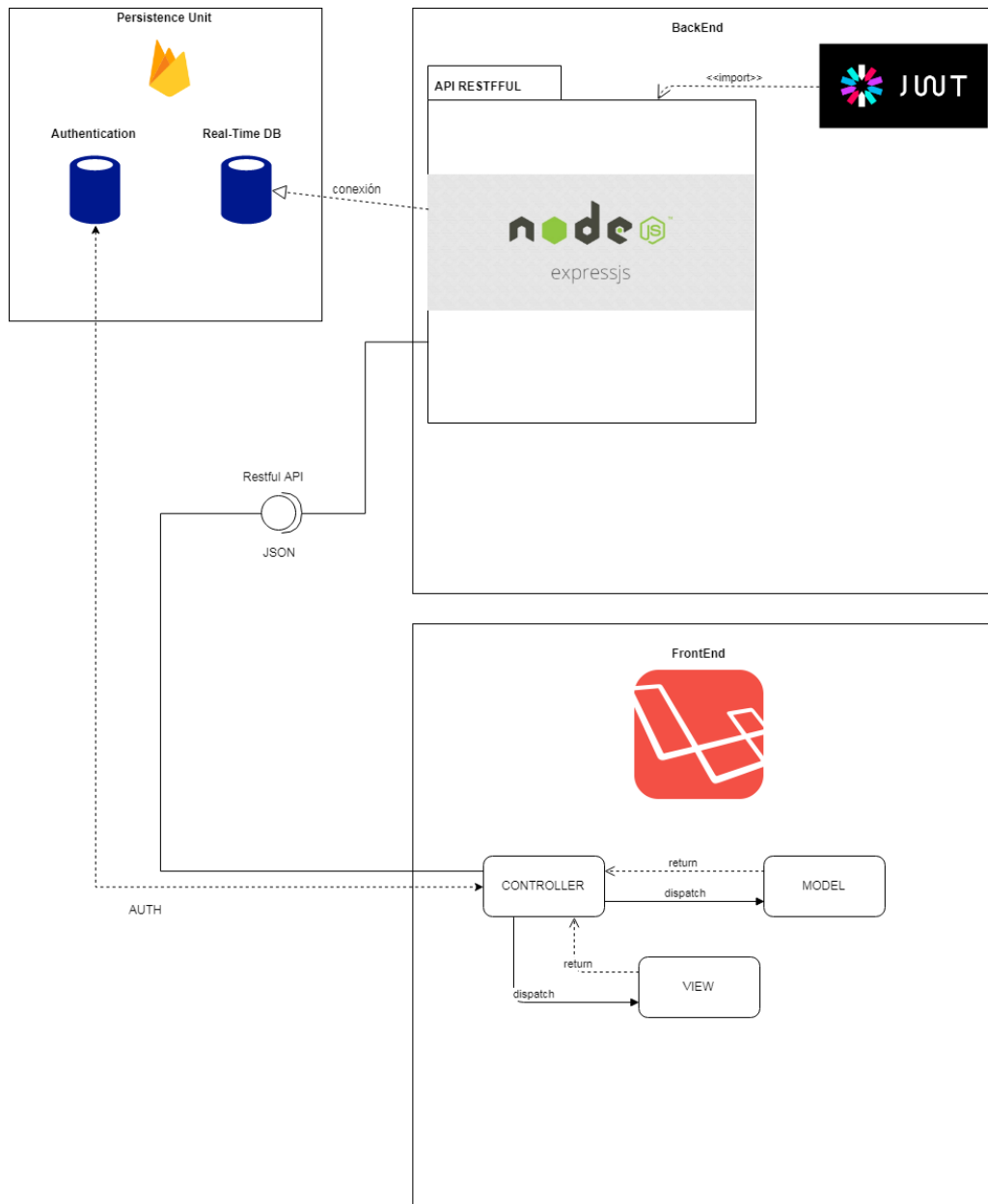


Imagen 1 Arquitectura Proyecto "Tu Parche"

Los emprendedores deben de ser programadores con un conocimiento fuerte en programaciones web e híbridas, deben conocer los manejos de base de datos NoSQL<sup>4</sup>, conocer Firebase<sup>5</sup> como proveedor de servicios de autenticación y base de datos, conocer el funcionamiento de una RestFul API<sup>6</sup> como capa backend<sup>7</sup> (para este específico caso el equipo recomienda el uso de NodeJS y sus frameworks para mayor confiabilidad y jwt como seguridad de esta capa), conocimiento de web y aplicaciones híbridas (específicamente en el conocimiento de cómo autenticar con firebase, como consumir una API y como usar la API de google maps para referenciar los puntos y los locales en el mapa).

No por menos es importante que los emprendedores conozcan el funcionamiento cultural y el funcionamiento de los generadores de cultura para mejorar la experiencia de estos.

En términos de que deben poseer los emprendedores para la implementación de dicho programa deben:

- Tener una cuenta en google para uso de firebase y las Apis de este mismo para uso en el aplicativo.
- Recomendamos tener cuenta en AWS<sup>8</sup> en caso de no poder implementar todas las funcionalidades con firebase.
- Por último y no menos importante se recomienda tener una cuenta de crédito empresarial para el pago de los servicios necesarios para este aplicativo.

## **5. MERCADO Y CLIENTES**

El enfoque del mercado que consume la aplicación es un rango de edades de personas, hombres y mujeres entre los 18 y 60 años de edad, habitantes del área metropolitana del Valle de Aburrá los cuales posean un medio para acceder al aplicativo, mediante un computador o un dispositivo móvil con conexión a internet, no tenemos ningún tipo de restricción en cuanto a ubicación dentro del territorio, ni mucho menos a su nivel de estrato socio-económico. Por otro lado, podemos decir que los usuarios finales del aplicativo son personas que entre sus actividades principales destacan el esparcimiento dentro del área metropolitana, el compartir con su círculo social de manera regular en zonas musicales.

Pasando al sector de clientes encontramos que serán personas dueñas de algún tipo de establecimiento, o con permisos para uso de un espacio en concreto, donde su principal actividad sea la divulgación de algún tipo de música y todo lo relacionado. Las cuales están esparcidas por toda el área metropolitana; estos son clasificados como clientes potenciales, otro segmento son los altos empresarios privados generadores de eventos de gran magnitud junto a las organizaciones gubernamentales.

Por último y con los permisos de tratamiento de datos por parte de los usuarios podremos ser la primera página que den estadísticas sobre el flujo, gustos musicales de nuestros clientes, y sobre el apoyo (crecimiento o decrecimiento) cultural en el Valle de Aburrá.

---

<sup>4</sup> <https://blogs.oracle.com/spain/qu-es-una-base-de-datos-nosql>

<sup>5</sup> <https://youtu.be/iosNuldQoy8>

<sup>6</sup> <https://searchmicroservices.techtarget.com/definition/RESTful-API>

<sup>7</sup> <https://rafarjonilla.com/que-es/backend/>

<sup>8</sup> Amazon Web Services <https://aws.amazon.com/es/>

## ¿Cuál es el tamaño del mercado y su posible participación?

Como mercado objetivo tenemos a priori más de 500 000 personas basándonos con los datos recopilados, centrándonos en primeras cifras podemos tener más de 10 000 descargas, y que esta cantidad vaya creciendo dependiendo de la reputación, uso y propagación de la aplicación.

### 6. COMPETIDORES Y PRODUCTOS SUSTITUTOS

Nuestros competidores:

- **Revista Opción Hoy**<sup>9</sup>: “es la primera y única Agenda Cultural, Turística y Deportiva de Medellín, creada en agosto de 1993. Se trata de una edición mensual donde se presenta toda la programación remitida por cerca de 600 instituciones. Por su labor incansable y su compromiso absoluto con la cultura, en 1999 Opción Hoy se hizo merecedora del reconocimiento como Mejor Guía Turística de Medellín, otorgado por el Periódico El Mundo; también recibió la Medalla al Mérito Cultural Porfirio Barba Jacob, Categoría Oro, concedida por la Alcaldía de Medellín en 2003 y en el 2011 el premio Manuel del Socorro Rodríguez a Mejor Revista, concedido por el Club de la Prensa. En diciembre de 2013 le fue otorgada la orden Juan del Corral, Categoría Plata, por su labor durante 20 años de trabajo. Con el correr de los años y siempre fiel a su objetivo de difundir la información requerida por la comunidad y con el afán de ser acompañante en los procesos culturales y turísticos que impulsen la región y la presenten ante el país y el mundo como uno de los destinos más importantes de Colombia, desarrolló otros productos especiales que, por su diseño y contenido, son de constante consulta. Entre otras publicaciones que se han puesto en circulación se destacan: Vademécum, Directorio de Artes y Oficios, Mapas de Medellín y de Antioquia, Guía de Rumba y Gastronomía, Guía Electoral y Directorio de Artistas.”<sup>10</sup>
- **Compás Urbano**: “En Compás Urbano consolidamos y divulgamos la agenda cultural de Medellín entendiendo la agenda como un medio o punto de encuentro, que contribuye a lograr nuestro objetivo: incidir en la transformación del ser y la ciudad y fortalecer la **cadena de valor** del sector cultural y artístico de la ciudad. Este proyecto surge en el 2015 de una visión de una Medellín fragmentada, desigual e inequitativa en donde hay unos muros invisibles, altos, fuertes y difíciles de sobrepasar que inciden sobre las personas y la ciudad. Sobre las personas porque en el encierro de estos muros es difícil ver la realidad desde otras perspectivas y conocer que en la ciudad donde se habita hay otras maneras de concebir y vivir; una ciudad donde hay espacio para el arte, la cultura, la recreación, el deporte, el goce y más importante aún para la plena realización del

---

<sup>9</sup> <http://www.opcionhoy.com/>

<sup>10</sup> Tomado de <http://www.opcionhoy.com/Opci%C3%B3n-Hoy>

ser. Sobre la ciudad porque partimos de la idea que lo que no se conoce, no se ama, lo que no se ama no se habita y lo que no se habita no se cuida.”<sup>11</sup>

- **Google Trips**<sup>12</sup>

Productos Sustitutos:

- **Puntos Leal**<sup>13</sup>

## 7. MODELO DE NEGOCIOS

**¿Cuál es el modelo de operación para satisfacer con el producto, las necesidades detectadas?**

Las actividades clave son:

- Plataforma de puntos para entidad y local comercial.
- Plataforma Publicitaria para generadores de cultura.
- Estadísticas de población en su negocio.
- Red de colaboración a través de entidades.

**¿En qué forma se generan los ingresos para la empresa?**

Los ingresos se generan de la siguiente forma:

- **En caso de ser propietarios de la plataforma:** En caso de nosotros implementar la plataforma nuestro principal proveedor sería los ya llamados generadores de cultura con su aporte mensual para la implementación de puntos y pago de dicha plataforma, por otro lado las negociaciones que se realicen con entes gubernamentales o estatales.
- **En caso de vender prototipo:** El ingreso principal se dará por el emprendedor que desee implementar la plataforma y deberá pagar por el aplicativo y se recibirá un porcentaje de las acciones de dicha empresa por la idea de negocio, esta variará según la adaptabilidad que se tome.

---

<sup>11</sup> Tomado de <https://compasurbano.com/agenda-cultural-en-medellin>

<sup>12</sup> <https://youtu.be/ign2GmVEflw>

<sup>13</sup> <https://www.puntosleal.com/>



## **8. ESTRATEGIAS DE SOSTENIBILIDAD**

### **¿Cuáles son los factores fundamentales de diferenciación?**

El factor diferenciador con nuestra plataforma es ser la primera agenda cultural que premia a los usuarios por pertenecer a ella y aseguramos a nuestros generadores de cultura no solo un alcance de la población sino datos precisos de las personas que se han movilizadado hacia su evento/local a través de nuestro aplicativo.

### **¿Cuáles son los factores críticos que ha identificado para su iniciativa empresarial?**

Nuestro factor crítico parte del hecho que las corporaciones, dueños de bares y discotecas o cualquier generador de cultura no tenga intención alguna de tener el perfil que estamos buscando, una persona con las capacidades y el deseo de emprender en conjunto con el crecimiento cultural en todo el Valle de Aburrá.

Un segundo factor crítico parte de el hecho de que la plataforma crecerá conforme a la aceptación de los generadores de cultura, y no lograr ser un referente de cultura en el territorio pierde los fundamentos con respecto a nuestros competidores.

El último factor se identifica con el hecho de que nuestros generadores de cultura, por más que estén de acuerdo y tengan el perfil de la plataforma, no puedan costear la mensualidad de la plataforma y al no tener principales colaboradores la aplicación caiga por un alto costo de uso.

### **¿Cómo se asegura una capacidad innovadora que permita un mejoramiento continuo y un crecimiento empresarial?**

Nuestra principal ventaja con la plataforma es su fácil y rápida adaptabilidad y sostenibilidad en el mercado, nuestro aplicativo fácilmente puede adaptarse a cualquier arte y cultura (incluso puede adaptarse por fuera de estos estándares), por otro lado por su modelo arquitectónico es un aplicativo escalable ya que permite competir en cualquier entorno informático y tecnológico (esto hace referencia que sin mucho esfuerzo el aplicativo puede convertirse en un aplicativo web, un aplicativo móvil u cualquier otro aplicativo generado por el internet de las cosas).

Otra ventaja única de la plataforma es el hecho, que a diferencia de nuestro sustituto más cercano, no necesita de una moneda o divisa para realizar las premiaciones y puntos, ya que esta premia por visitar evento, visitar local o por ser un buen consumidor (apreciaciones generadas por nuestros generadores de cultura y no por un factor monetario) esto lo hace expandible para cualquier otro territorio (Colombiano o Internacional).