

BikeApp Soluciones de Movilidad.

Carolina Pascuas.

Erika B. Sáchica.

Jeimy M. Corredor.

Nohelia Montealegre.

Hilda C. González.

Luz Dary Camacho Rodríguez.

Magister

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios, Universidad

Nacional Abierta y a Distancia.

Bogotá, mayo de 2020

Agradecimiento

En primer lugar, queremos expresar nuestro agradecimiento a nuestra guía y tutora Luz Dary Camacho Rodríguez, por su dedicación al orientarnos y enseñarnos los mejores métodos de aprendizaje para llevar a cabo nuestro proyecto social.

Asimismo, agradecer cada una de nuestras compañeras de trabajo, por estar presentes no solo en esta etapa, sino en todo el trayecto de este proceso, donde ofrecimos lo mejor para sacar este proyecto adelante, sin dejarnos dominar por las dudas e incertidumbres que nos aquejaban. Donde logramos generar soluciones a la problemática de estudio y proyecto social. En creer y respetar los diferentes modos de pensamientos e ideas que surgían en el desarrollo de este. Se logró ver más allá gracias a la motivación y responsabilidad que nos caracteriza.

A todos, muchas gracias.

Índice

Introducción	5
Objetivos	6
Objetivo General	6
Objetivos Específicos.....	6
Capítulo I.	
Metodología.	7
1.1. Diagnóstico de la situación actual.....	8
Capítulo II.	
Definición de la Problemática Social	9
Capítulo III.	
Innovación Social	12
3.1. Propuestas de innovación social.	14
Capítulo IV.	
Modelo de Design Thinking	15
4.1. Empatiza	15
4.2. Define.....	16
4.3. Idea.....	18
4.4. Prototipa	19
4.5. Testea	21
Capítulo V.	
Estrategias de mercado	25
5.1. Mezcla de Mercadeo.....	25
5.2. Estrategias: Diferenciales, Posicionamiento y Comunicación.....	27
Capítulo VI.	
Estrategias de marketing digital	29
6.1. Presentación Sitio Web.....	30
6.2. Estrategias, Táctica y Acción de nuestro Marketing Digital.	32
Conclusiones	34
Referencias Bibliográficas	36

Índice De Tablas

Tabla 1	31
Tabla 2	32

Índice De Figuras

Figura 1	10
Figura 2	17
Figura 3	18
Figura 4	19
Figura 5	20
Figura 6	22
Figura 7	30

Introducción

El presente proyecto lo llevamos a cabo a través de un plan de trabajo y un diagnóstico de la población afectada, el cual nos proporcionó la información para desarrollarlo. Es un proyecto que se hizo para el préstamo de bicicletas inicialmente en el sector de Castilla y sus alrededores, la demanda de transporte en este sector y la difícil movilidad que ha ido creciendo a lo largo de los años, nos llevó a crear un sistema de préstamo de bicicletas mediante una aplicación para facilitar el desplazamiento de las personas del sector de una manera ecológica.

Este proyecto se realizó porque se vio la necesidad en el sector de implementar un sistema que agilice la movilidad de las personas y así mejorar su calidad de vida. Un gran número de personas se han visto afectadas, debido a que hacen uso de estas vías, por lo tanto, está destinado a solucionar una problemática que debe ser tratada de forma inmediata por ser vías que se utilizan mucho para transportarnos a los diferentes lugares de la ciudad.

Para el diseño y desarrollo de la propuesta se llevó a cabo siguiendo la metodología de Design Thinking, por ser un método para generar ideas innovadoras que centra su eficacia en entender y dar solución a las necesidades reales de los usuarios. Luego de definir y justificar el tipo de proceso que se desarrollaría, se llevaron a cabo estrategias de marketing digital, fue de gran uso para poder crear la aplicación ya que debe ser lo más intuitiva y efectiva posible. La gestión del marketing para el emprendimiento social nos ayuda para utilizar todas estas técnicas y así crear ideas que beneficien a la sociedad, adoptando comportamientos positivos.

Objetivos

Objetivo General

Propuesta para la creación de una empresa social dedicada al alquiler de bicicletas mediante un diseño de aplicación.

Objetivos Específicos

- Descripción de la metodología empleada para el desarrollo del proyecto.
- Definir el planteamiento del problema.
- Analizar la innovación social que ofrece el servicio creado.
- Evaluar la metodología Design Thinking como método innovador para el diseño de la propuesta.
- Proponer estrategias de mercadeo basadas en la mezcla de mercado.
- Determinar mediante estrategias de marketing digital el posicionamiento de la empresa.

Capítulo I.

Metodología.

La metodología del proyecto se basó en el conjunto de procedimientos para la planificación y gestión de todos los componentes que tiene el mismo. Para lo anterior, se siguieron los siguientes pasos:

- **Definición del objetivo y la necesidad:** En el caso de nuestro proyecto de emprendimiento social el objetivo se identificó desde el principio y se eligió de manera grupal, este es crear una solución al problema de movilidad de la comunidad de la localidad de Kennedy, sur de Bogotá, barrio castilla, por la necesidad que tienen los habitantes de este sector de que sea solucionado su problema de movilidad, surgió la idea de crear BikeApp.
- **Identificación de la información y los recursos con los que contamos:** En esta fase se realizó la planificación recopilando los datos, para esto se utilizó la herramienta Design Thinking con todas sus fases, como son: empatizar, definir, crear alternativas, prototipar y testear, con esta herramienta se logró generar ideas innovadoras para entender y dar solución a las necesidades reales de los usuarios.
- **Investigación y planificación:** En esta fase se añadió más detalles en nuestra aplicación, gestión online, se creó nuestras páginas en las diferentes redes sociales, la página web y el blog de interacción, y se puso en práctica el marketing digital para dar visibilidad a la marca.

La metodología utilizada siempre fue con planificación colaborativa, con todo el grupo de trabajo se realizaron debates continuos de cómo se debían realizar las diferentes actividades para tener un fin exitoso.

1.1. Diagnostico situación actual

El diagnóstico de la situación local actual de la zona escogida para el proyecto social es en la ciudad de Bogotá, localidad de Kennedy, barrio castilla.

La necesidad de la comunidad en la localidad de Kennedy, barrio castilla, que detectamos y queremos ayudar a solucionar, es el problema de movilidad, esta comunidad es una de las localidades más grandes de la ciudad de Bogotá, cuenta con 1'230.500 habitantes y no solo tiene pocas vías de acceso, si no que no cuenta con suficientes medios de transporte masivo para la movilidad de sus habitantes. Los grupos más afectados son los empleados y estudiantes que deben salir a hora pico a transportarse.

El número de personas que afecta es un 90% de la población total de la localidad es decir 1'107.450 personas afectadas diariamente por no tener una herramienta que los ayude a solucionar su problema de transporte y movilidad para llegar a tiempo a sus actividades diarias.

La alternativa de solución que se encontró en el grupo de trabajo es crear una App de alquiler de bicicletas, esta App tiene el nombre de BikeApp, se utiliza como todas las aplicaciones móviles, de forma fácil y segura, el usuario solo debe inscribirse para poder empezar a utilizar, la bicicleta es un medio de transporte ecológico, saludable y rápido que soluciona de forma efectiva los problemas de la mayoría de habitantes del sector.

Capítulo II.

Definición de la Problemática Social.

Se selecciona la problemática “movilidad en las personas”, debido a la situación de caos que vive el barrio de castilla de Bogotá, en lo que respecta al mal tráfico en las principales avenidas.

Ante los intentos fallidos de la comunidad para que esto mejore, es importante pensar en nuevas estrategias como el uso de la bicicleta como medio de transporte y así disminuir esta problemática, esta alternativa según (Reinoso, 2010), en los países en donde se han logrado coordinar e implementar políticas y medidas para incentivar su uso, ha demostrado ser un excelente medio de transporte, que no sólo descongestiona las vías, sino que también aporta en el desarrollo sostenible el medio ambiente, que libera de estrés a los ciudadanos, y que ayuda a mejorar la recreación y el estado de salud de las personas.

En Bogotá y en especial en este sector se ha construido buenas ciclorutas que para nuestro proyecto es ideal, ahora es un medio de transporte muy económico, fácil de mantener y con el cual la mayoría cuenta en su casa, por lo tanto, la idea de alquilar las nuevas bicicletas que se compren y las de los mismos usuarios no genera gran inversión y si soluciona el problema de movilidad y tendría gran demanda de usuarios. (Cámara de Comercio de Bogotá, 2009)

Adicional a esto la creación y diseño de una aplicación de consulta para las personas del barrio que sea sencilla y muy intuitiva para que sea acogida por todos los usuarios también es buena como complemento a las bicicletas, con esta aplicación lo que se pretende es que cada persona la instale y con ella coordine sus salidas, alquiler de bicicletas, rutas, donde alquilar, quien tiene disponibles, temas relacionados con movilidad y tráfico.

Población afectada: De acuerdo con el diagnóstico, el proyecto se enfocará a resolver la problemática de movilidad presentada en el barrio Castilla de Bogotá.

El Barrio Castilla (Figura 1) es uno de los barrios tradicionales de Bogotá. Está ubicado en la localidad de Kennedy, en la parte suroccidental, fronteriza con la localidad de Fontibón (Figura 1). Se fundó en 1969 bajo la alcaldía de Virgilio Barco Vargas. De estratos tres (3) y cuatro (4), es un barrio residencial y comercial desde la carrera 78 entre calles octava y novena. Este sector se caracteriza por brindar a los habitantes una diversidad en comercio, desde gastronomía hasta ropa y enseres. (Wikipedia, la enciclopedia libre, 2020)

Figura 1

Mapa barrio Castilla donde se presenta la problemática.



Fuente: <https://lupap.com/places/bogota/barrio-castilla/a4e67c7b-5c36-499f-8bde-d93c9ac34b73>

Ya que la problemática es movilidad a continuación se menciona las principales avenidas con sus diferentes problemas de movilidad:

Avenida Boyacá: Vía de alto tráfico vehicular durante la mayor parte del día e incluso en la madrugada. Desde el sur hay problemas de calidad del asfalto descendiendo del puente que cruza con la Autopista Sur. Más adelante, se genera fuerte tráfico en el semáforo que hay hacia el occidente, de acceso al sector de Castilla, por el carril de alta velocidad a cualquier hora del día e incluso después de medianoche. En sentido norte - sur su principal problema es el semáforo a la altura de la Calle 12, único lugar de salida vehicular del barrio Ciudad Alsacia, donde residen unas 15 mil familias. (RCN Radio, 2014)

Avenida Ciudad de Cali: Creciente tráfico mixto desde particulares provenientes de zonas recientemente urbanizadas en el extremo suroccidental hasta tractomulas que se dirigen a la zona industrial. Su principal embudo está en el sector de Patio Bonito, al norte del Portal Américas, donde apenas dos carriles por sentido vial contienen a miles de vehículos, en la mañana de sur a norte y en las tardes de norte a sur. (RCN Radio, 2014)

Avenida de Las Américas: Amplios carriles y buen estado general que contrastan con constantes trancones en hora pico, en sentido occidente oriente en la mañana y oriente occidente en la tarde. La razón es que se reduce de cinco a tres carriles por sentido vial en los puentes de la Boyacá y la 68. (RCN Radio, 2014)

Capítulo III.

Innovación Social

El presente proyecto, BikeApp es creado con el propósito de dar solución a la problemática de movilidad que se presenta en el barrio Castilla, trata de la creación de una aplicación la cual, funciona instalándola a un teléfono móvil, con el fin de poder adquirir el servicio de alquiler de bicicletas y poderse desplazar a un destino, para no tener que soportar los trancones que se presentan en las principales avenidas de esta localidad.

BikeApp es una organización creada con fines sociales y económicos, en pro de la generación de empleo a través de la contratación formal del personal y el excelente servicio ofrecido a cada uno de sus clientes, está situada en la ciudad de Bogotá con funcionamiento a nivel local en el barrio Castilla al sur de la ciudad. dentro de sus objetivos está el uso de las tecnologías y sistemas digitales que, acompañado de la satisfacción de una necesidad por ampliar las opciones de transporte en la ciudad, dan origen a una propuesta innovadora y acorde a la revolución tecnológica por la que atraviesa el mundo en la actualidad.

Dentro de sus principales servicios ofrecidos está el alquiler de bicicletas a través del uso de una plataforma, uso de mapas de verificación de viabilidad de las rutas, verificación de distancia recorrida, información y capacitación respecto a seguridad vial, facilidad para encontrar establecimientos o talleres de mecánica de bicicletas y adicional, la aplicación le brinda la oportunidad a todos sus usuarios de ofrecer su vehículo a otros usuarios interesado y así generar un ingreso económico y la seguridad de que su vehículo será entregado gracias al sistema de monitoreo permanente de ésta por medio de la app.

El anterior servicio va dirigido a todas las personas mayores de 18 años que habiten en el sur de la ciudad, especialmente en el barrio Castilla de Bogotá.

Para el desarrollo de esta propuesta, el factor productivo es mínimo ya que no requiere grandes inversiones, puesto que el mantenimiento de las bicicletas es económico, además, en caso de requerir una mayor inversión, al ser una propuesta innovadora es de fácil financiación por las entidades bancarias.

En la actualidad, el problema de movilidad es un factor que no permite el fácil desplazamiento de las personas tanto a sus lugares de vivienda como a sus lugares de trabajo, esta problemática es especialmente notoria en ciudades capitales donde hay una mayor concentración de habitantes, este es el caso de la ciudad de Bogotá donde cada día es más alta la población y más notorio el problema en mención, además; las estrategias de movilidad se han quedado cortas frente a esta problemática, así las personas continúan emergidas en el estrés de llegar tarde a sus trabajos, la angustia por no poder dedicar tiempo suficiente a su familia debido a que se gastan más del tiempo esperado en un sistema de transporte que compartiendo con sus seres querido; esto sumado a la incomodidad generada por el mal servicio del transporte público; adicional la vida cotidiana hace que cada día nos volvemos más sedentarios al no contar con los suficientes recursos para practicar un deporte y tener hábitos saludables; debido a lo anterior nace la necesidad de crear una propuesta que valore este tipo de problemáticas y de solución a ellas; BikeApp es una alternativa acertada e innovadora que va a facilitar a sus usuarios no solo el desplazamiento sino también espacios de bienestar y fuente de ingreso a cada uno de sus usuarios.

3.1. Propuestas de innovación social.

Dado que, en la ciudad de Bogotá, el sistema de transporte público carece de alternativas de movilidad que agilicen el desplazamiento, permitan un transporte fluido evitando trancones en las vías principales y secundarias y a su vez sean amables con el medio ambiente y generen comodidad a sus usuarios se ha buscado crear un emprendimiento que supla estas necesidades de manera innovadora para lo cual se hace uso de tecnología y a través de las siguientes propuestas:

- a). Creación de una app sectorizada que solo funcionara en el sector seleccionado, y para esta comunidad, que sea de fácil utilización y económica para tener un beneficio para todos y a corto plazo.
- b). Modo fácil de instalar la aplicación en el celular.
- c). Con la implementación de la APP, se ayudaría a mantener controlado el robo de bicicletas.
- d). Implementación de página web donde se dé información acerca de los puntos o lugares donde se pueda acceder a la bicicleta.
- e). Reutilización de bicicletas que hayan sido desechadas.
- f). Promover el uso de la bicicleta como una opción personal de hacer deporte.
- g). La aplicación que se va a crear no va a ser necesario tener conectividad para que funcione y tendrá uso de conteo de ciclistas y un programa de sensibilización a los usuarios.

El mercado objetivo para la empresa BikeApp, son todas las personas mayores de 18 años, hombres y mujeres de estratos 0-3, que habiten en el sur de la ciudad, especialmente en el barrio Castilla de Bogotá, en donde se presenta la problemática de movilidad.

Capítulo IV.

Modelo de Design Thinking.

El modelo Design Thinking es una metodología en la cual permite desarrollar a través de ideas, identificar y suplir una necesidad. Por ende, en el estudio que se realizó en el barrio Castilla se logró identificar que hay un problema de movilidad debido a que el transporte no abarca en la totalidad a la comunidad que reside en el barrio y se presentan congestiones, por eso BikeApp es la solución; implementando un transporte que ayude con la movilidad, contribuya con el medio ambiente y la salud de cada persona que la use proporcionando un transporte ágil y saludable.

4.1. Empatiza.

En esta fase se verifica la aceptabilidad de BikeApp qué, ayudará a gran parte de la comunidad con la movilidad, el emprendimiento es la App, la cual es de fácil acceso; con un servicio impecable donde la persona podrá programar su viaje y separar una de nuestras bicicletas para su uso, a un buen precio, esto ayudará a reducir el tráfico, el estrés y la persona viajará en muy poco tiempo.

Es importante tener en cuenta que esta App cubrirá todo el mantenimiento de sus bicicletas con el fin que las personas puedan viajar seguras y sin ningún contratiempo.

Con la aplicación de esta etapa se pretende Realizar un autoanálisis para plantear posibles nuevas estrategias, para su aplicación se hizo la matriz FODA (Figura 1) donde permite visualizar las amenazas y debilidades del proyecto BikeApp, así enfocarnos directa y oportunamente es oportunidades de mejora.

Figura 1

Técnica: Matriz FODA o matriz DOFA.



Fuente: Construcción Propia.

Con lo anterior, podemos concluir que el DOFA ayudó a analizar desde los diferentes aspectos de nuestro proyecto y la viabilidad del mismo. El DOFA permitió conocer las debilidades y posibles amenazas que podemos tener para App y en que se debe fortalecer, dentro de las cuales incentivan el deporte, el medio ambiente y la salud, por ende, se debe trabajar en esto con el fin de cautivar a los clientes y que usen BikeApp como opción de transporte.

4.2. Define.

Durante la etapa de Define, se realiza un estudio de la información recopilada frente a la App durante la fase Empatía y lo que realmente apoya a la misma, con el fin de alcanzar nuevas perspectivas y opciones. Con BikeApp se busca determinar el enfoque del proyecto y mostrar de manera visual su importancia.

De acuerdo a esta etapa se define la técnica de infografía, en la cual se describe brevemente la justificación del proyecto, el servicio que se va a ofrecer, beneficios y funcionalidad.

Figura 2

Justificación, Beneficios y Funcionalidad de la aplicación BikeApp.



Fuente: Elaboración Propia.

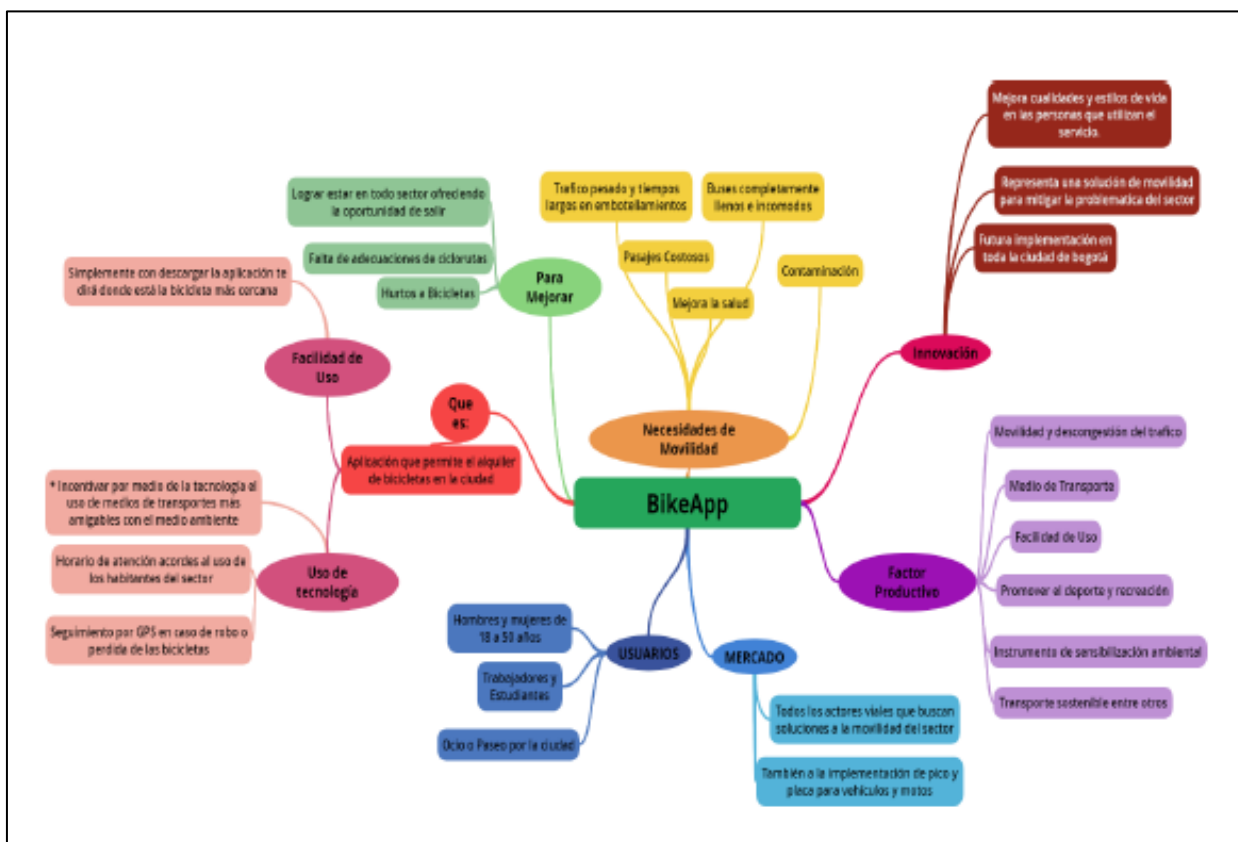
Con la anterior infografía (Figura 2) nos permite conocer a fondo los servicios y beneficios específicos del proyecto BikeApp y darlo a conocer de una manera más sencilla y práctica.

4.3. Idea

En el proceso de la tercera etapa IDEA, como su nombre lo indica, se enfoca en crear y generar ideas (Figura 3) donde permita desarrollar de forma más sencilla el proceso de diseño de nuestra aplicación, esta fase, se conoce como creativa en la que se genera cualquier tipo de idea racional o imaginaria, y nos sirva como materia prima, la cual ayude a emplear en la siguiente fase, en la que ya habrá que prototipar atendiendo las restricciones existentes en el entorno.

Figura 3

Lluvia de ideas para el diseño de la aplicación BikeApp.



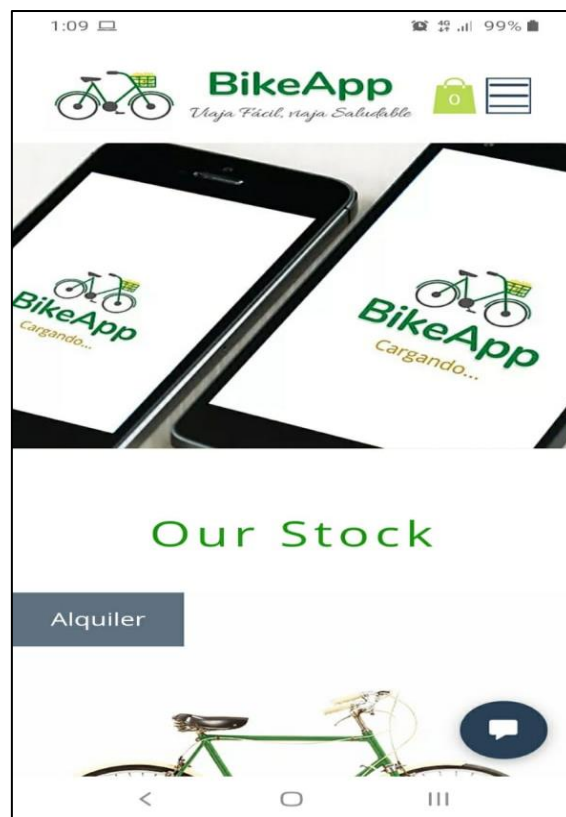
Fuente: Construcción Propia.

4.4. Prototipa.

En la etapa de Prototipado se aclaran las ideas y se hacen realidad. Construir prototipos hace las ideas palpables y nos ayuda a visualizar las posibles soluciones, poniendo de manifiesto elementos que debemos mejorar o refinar antes de llegar al resultado final. (Dinngo, 2012)

Figura 4

Prototipo aplicación BikeApp.



Fuente: Tomado de www.BikeApp.com.

El Prototipo en imagen es muy útil para el proyecto porque se realiza una idea aproximada del diseño final (Figura 4) y así saber si vamos por la dirección correcta, nos permite detectar errores de los que no nos habíamos percatado, puede sugerir cambios o adición de

funciones que podrían mejorar en gran medida el diseño. Se trata de aterrizar la idea para que logremos avanzar y enriquecer las ideas generadas en las tres primeras fases.

Figura 5

Diseño de marca, logo y slogan escogido.



Fuente: Construcción Propia.

La idea de negocio y aplicación móvil BikeApp, pretende ayudar a los clientes a gestionar de manera fácil y rápida sus inconvenientes con el tráfico de la ciudad. De esta forma, se brinda ayuda y solución de manera saludable tanto para el usuario, como para incentivar al cuidado del medio ambiente, de esta idea, nace nuestro slogan, *Viaja fácil, viaja saludable*.

El logo (Figura 5), se diseña con un estilo minimalista, debido a que, este se caracteriza por manejar un menor número posible de elementos que lo decoren. Así, se muestra de forma sencilla e ideal para captar el interés y curiosidad de potenciales clientes.

Resultados logrados:

- El usuario entendió a través de un estilo gráfico sobre la aplicación que va a tener en su celular y como funciona.

- La información del transporte no está siempre disponible ni fácil de encontrar o entender, con esta aplicación se hizo mucho más fácil resolver el problema de movilidad de las personas.
- Como comunidad, es necesario evitar la contaminación.
- Generar un sistema replicable a gran escala, en otros sectores de la ciudad.
- La tecnología sea accesible para todos ya que es una aplicación muy intuitiva.

4.5. Testea

Durante la fase de Testeo, probaremos nuestros prototipos con los usuarios implicados en la solución que estemos desarrollando. Esta fase es crucial, y ayudará a identificar mejoras significativas, fallos a resolver, posibles carencias. Durante esta fase evolucionaremos nuestra idea hasta convertirla en la solución que estábamos buscando. (Dinngo, 2012)

Con lo anterior, este proceso debe llevarse a cabo con el mercado específico al que queremos llegar con la APP, es decir, el testeo debe realizarse a las personas del sector que utilizan la APP para solucionar su problema de movilidad, en esta fase también capacitamos a las personas para que utilicen de forma correcta la aplicación.

En un mapa de ofertas daremos a conocer la aplicación y su fácil manejo.

El aplicativo descargable BikeApp (Figura 6): se encuentra por Google Play Store, busca BikeApp S.A.S. y de manera fácil y rápida podrá seguir las instrucciones para su correcto manejo y uso.

Figura 6

Aplicativo descargable en tiendas virtuales.



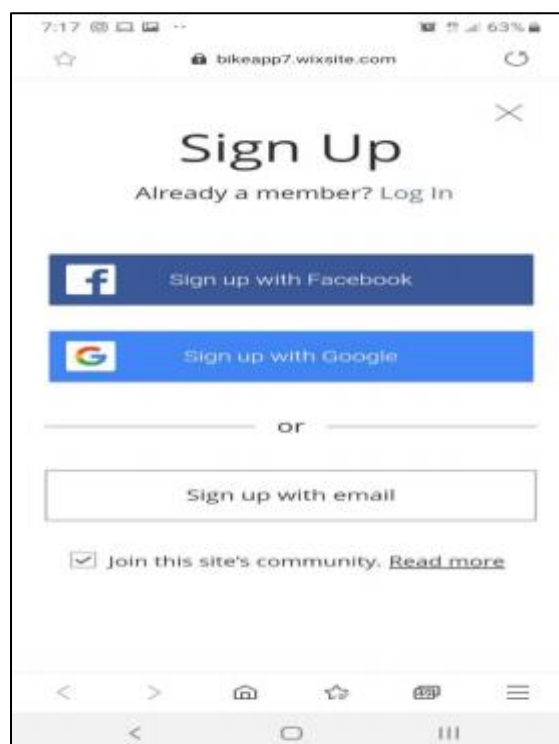
Fuente: Instructivo de Instalación (Construcción Propia)

Instructivo de manejo de la aplicación móvil.

1. Ingresa a la aplicación.



2. Regístrate por una cuenta segura.



3. Ingresa a tu usuario inicialmente creado.



4. Explora nuestros servicios.



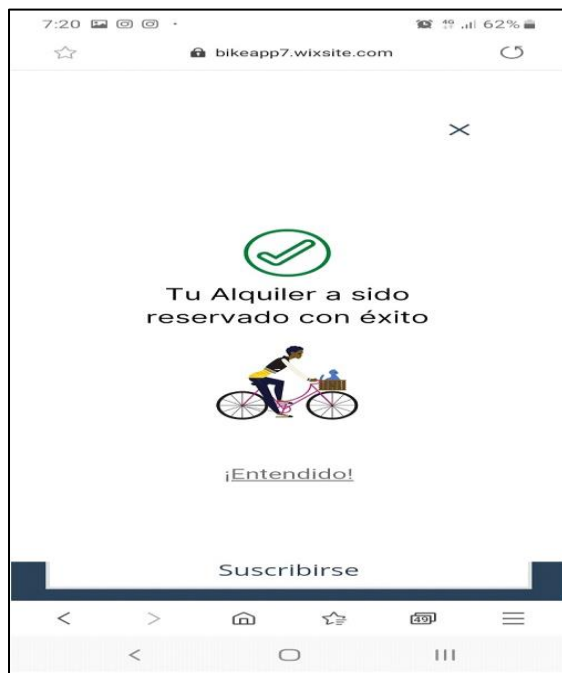
5. Escoge la que más le gusta y se ajuste a su necesidad.



6. Agregar al carrito y finaliza el alquiler.



7. Confirma que la transacción se exitosa. Bienvenido y disfruta el Servicio.



Capítulo V.

Estrategias de mercado.

En este capítulo, se da a conocer el resultado del análisis de las estrategias de mercadeo que se seleccionaron, las cuales mediante acciones meditadas se logra crear una estrategia de comunicación que permita cautivar el mercado específico al cual se dirige el proyecto. En este caso, la población del barrio Castilla, en la ciudad de Bogotá.

Con lo anterior, se define mediante la mezcla de mercadeo y las estrategias diferenciales, de comunicación y posicionamiento, los resultados los cuales demuestran como ayuda al proyecto de emprendimiento social a generar el desarrollo en el mercado para lograr un reconocimiento.

A continuación, se presenta el desarrollo y resultado final de las estrategias del proyecto, las cuales busca darle reconocimiento a la labor y servicio que presenta BikeApp S.A.S.

5.1. Mezcla de Mercadeo.

Con el estudio y análisis se realizan estrategias de mercadeo, lo cual, lleva a conocer e interpretar el significado de la mezcla de mercadeo. De esta forma, se puede iniciar diciendo que. Se conoce como “La mezcla de mercadeo es una disciplina del marketing que tiene como objetivo estudiar el comportamiento tanto de los consumidores como de los mercados para, así, poder llevar al mercado, de la forma más hábil posible, un producto de acuerdo a las necesidades mostradas por los consumidores.”. (Bir, Albert, 2015)

Con lo anterior, BikeApp, estratégicamente realiza una mezcla partiendo de las 4P que corresponden a: Producto, Precio, Plaza y Promoción.

Producto: Se ofrece un servicio de transporte mediante una plataforma o Aplicación llamada BikeApp, orientada a mejorar el transporte en algunas zonas de la ciudad mejorando la movilidad de quienes adquieran el servicio.

Precio: El precio se fijará de acuerdo a los requerimientos de los usuarios, así como del tiempo de servicio o recorrido marcado en kilómetros, ya que estas serán las dos opciones que se fijarán en la aplicación para que el usuario elija la que mejor se adapte a su necesidad. También, se tendrán en cuenta factores como impuestos, retenciones, IPC, y demás.

Plaza: La aplicación operará de manera inicial en las principales avenidas del sector de La Castilla en la ciudad de Bogotá, se escoge esta área ya que cuenta con vías de acceso y ciclorutas en buen estado y condiciones. Además, esta zona cuenta con un alto número de personas potenciales para descargar la aplicación y usar nuestro servicio. Progresivamente, se irá expandiendo el área de cobertura y muchas más personas podrán acceder a nuestra App.

Promoción: La marca tendrá dos vías para solicitar el servicio. Aplicación para móviles BikeApp y nuestra página web www.bikeapp.com. Desde allí, los usuarios podrán acceder también a comprar elementos de protección de la marca, obtener descuentos con establecimientos aliados, así como promociones semanales que se darán a los usuarios que usen un determinado número de veces la App en lapsos semanales. Se darán por medio de la página web recorridos gratuitos que se ganarán con referidos que descarguen la aplicación y se obsequiarán artículos POP a nuestros mejores clientes.

5.2. Estrategias: Diferenciales, Posicionamiento y Comunicación.

Es importantes tener en cuenta que, mediante el desarrollo de estrategias diferenciales, posicionamiento y comunicación, nos permiten crear el factor distintivo y genuino, el cual, se distinga de la competencia en el mercado. Así mismo, nos permitan generar estadísticas de la rentabilidad del proyecto como también, identificar los aspectos poco impactantes que necesitan mejorar.

Diferenciales: 30% de descuento en los primeros seis meses de recorridos, viajes gratis a los usuarios por cada 10 referidos que descarguen la app mediante un código que se asignará a cada uno. Descuentos adicionales por viajes en horas valle, así como alianzas estratégicas con establecimientos de comercio de todo tipo, los usuarios con más viajes y constancia, aumentarán el número de beneficios.

Posicionamiento: Dada la competencia en el mundo digital y las aplicaciones de transporte, se fomentará el uso de nuestro servicio mediante campañas empresariales que se encuentren en la zona de cobertura, así como eventos en lugares altamente concurridos donde se puedan sensibilizar a las personas acerca del uso de un transporte económico, seguro y de fácil acceso. Las tarifas durante los primeros seis meses de funcionamiento se reducirán en un 30% con el fin de promocionar el servicio. Se harán campañas publicitarias promocionando la aplicación de manera masiva, inicialmente en el área de cubrimiento. También, se instalarán puestos o stands publicitarios en zonas estratégicas con alto flujo de transeúntes con el objetivo de dar a conocer nuestra marca, estos puestos irán acompañados de zona wifi y bicicletas de todo tipo para que quienes quieran adquirir el servicio en ese punto, pueden hacerlo descargando la aplicación. Se tendrán en cuenta los horarios y lugares con más afluencia de personas para

realizar volanteo. Las redes sociales jugarán un papel importante, ya que por medio de estas se darán a conocer todos los beneficios que ofrece la aplicación.

Comunicación: Para dar a conocer nuestro servicio, se realizará una campaña publicitaria que abarque los principales medios masivos de comunicación, tales como vallas publicitarias, radio, social media, televisión y llegar nuevos usuarios mediante SMS masivos. Para quienes ya sean usuarios de nuestra Aplicación, se darán recordatorios diarios del uso de elementos de protección, se marcarán tiempos de recorrido y se notificarán los eventos que se presenten a lo largos del recorrido, con el fin de mejorar las rutas. También se informará el clima y se harán alianzas estratégicas con diferentes establecimientos de comercio con el fin de fomentar el uso de nuestra aplicación y obtener beneficios adicionales.

Capítulo VI.

Estrategias de marketing digital.

Mediante el manejo del marketing digital, se logra conocer posibles fallos y corregir; Así consolidar de manera homogénea y fácil la marca BikeApp. Este proyecto busca a parte de generar lucro un cambio social, generar conciencia en el cliente en cuanto a la protección del medio ambiente y de la salud misma. Mostrando los beneficios de ejercitarse en mediano y largo plazo ya que no solo mejora la salud ambiental del territorio sino la salud mental y física de nuestros clientes.

A través del Marketing digital se evidencia donde se puede captar la atención de más clientes, ya que podemos usar diferentes redes para llevar a cabo este proceso. nos permitió buscar que BikeApp fuera reconocida en el mercado, que las personas conocieran nuestros servicios y nuestras tarifas. También otra vez del demostramos el sentido social y el compromiso medioambiental de la marca al ser un servicio eficiente y ecológico.

6.1. Presentación Sitio Web.

Figura 7

Propuesta Herramienta Aplicación BikeApp.



Fuente: Construcción Propia.

BikeApp, incursiona en el manejo de Marketing Digital de forma que logre aprovechar del mundo virtual, los beneficios que este le puede proporcionar para ayudar a posicionar y reconocer su labor que realiza mediante la APP.

Mediante la incursión de marketing digital, se diseña y da a conocer el prototipo del sitio web de la aplicación con URL: www.bikeapp.com

Se conoce como un documento digital de carácter multimediático, el cual permite incluir audios, videos textos y demás combinaciones. Con esta herramienta, se quiere brindar a los y posibles clientes un espacio adicional a nuestra APP móvil para acceder al servicio de alquiler.

Este espacio va dirigido a todos los clientes y posibles suscriptores a quienes les interese la idea de alquilar un medio de transporte como lo es la bicicleta, para desplazarse de una forma

más rápida y fácil. Con lo anterior, BikeApp, crea un espacio donde los clientes puedan acceder y conocer más sobre la empresa, sus servicios y razón de ser.

A continuación (*Tabla 1*), se describe con fin informativo y concreto del contenido que se logra percibir en el sitio oficial de BikeApp. En este lugar, podrá encontrar diversidad de contenido importante como información de la empresa, sitio físico de alquiler, noticias adicionales, entre otros.

Tabla 1.

Descripción página web y Contenido.

	Descripción	Finalidad
Inicio	Muestra un recorrido rápido de lo que podrás encontrar en esta página.	Brindar a nuestros clientes otra alternativa para reconocer nuestros servicios.
Alquiler	Es una tienda de alquiler virtual, donde también podrás acceder a nuestros servicios como también conocer nuestro inventario.	Conocer nuestro inventario y características del producto que se desea alquilar.
Servicio	Espacio creado para dar a conocer nuestro portafolio de servicios, como planes de membresías y beneficios otorgados.	Resaltar los beneficios que nuestros clientes adquieren al suscribirse a nuestros servicios.
Nosotros	Compartir información importante de nuestra compañía y finalidad de nuestra aplicación. Así mismo, quienes están detrás de este proyecto.	Compartir información real, con la que nuestros clientes se sientan seguros al hacer parte de esta familia.

Contáctenos	Este espacio podrá conocer información sobre nuestra oficina principal, horario de atención, redes sociales, y correo electrónico.	Busca resolver dudas, inquietudes, recibir sugerencias para que, de esta forma, sea más rápida recibir una solución para nuestros clientes.
Blog	Compartir noticias, temáticas e información importantes con respecto a nuestros servicios y aplicación móvil.	Mantener actualizado a nuestros clientes con cambios y nuevas versiones que se le realicen a nuestra aplicación.
Preguntas frecuentes	Se busca solucionar las inquietudes más comunes que nuestros clientes.	Brindarles una solución rápida a los clientes con inquietudes comunes.

Fuente: Construcción Propia.

6.2. Estrategias, Táctica y Acción de nuestro Marketing Digital.

Como se expresa (*Tabla 2*), la idea principal fue generar estrategias, tácticas y acción del proyecto social empresarial enfatizando en marketing Digital, de esta manera, se establece ideas claras donde se logre observar los aspectos más relevantes los cuales se quieren proyectar en el diseño y publicación de nuestro sitio web.

Tabla 2

Estrategias de Marketing Digital del proyecto social

Estrategia	Táctica y Acción
Diseño y publicación de sitio oficial para BikeApp	Se diseña un documento digital, que permita enriquecer nuestra marca y reconocimiento, captando posibles clientes que se identifiquen con nuestra razón de ser.

Creación de Blog	Se crea contenido en un Blog para BikeApp, para ayudar a potenciales clientes a solucionar sus problemas, de esta forma compartir noticias e información de su interés.
Creación de Perfiles Redes Sociales	Difundir contenidos en nuestras redes sociales de esta forma realizar campañas publicitarias y generar demanda y aumentar los servicios de alquiler de bicicletas por medio de nuestra aplicación promocionada.
Difusión de Inventario activo para alquiler.	Se crea y comparte una tienda donde los clientes puedan maximizar su interés reconociendo y detallando las características con las que cuentan nuestras bicicletas de alquiler. Así mismo, podrá estar satisfecho del servicio adquirido.
Diseñar instructivo de descarga de nuestra APP	Se comparte un instructivo de descarga e instalación para que nuestros clientes estén seguros de instalar y usar nuestra aplicación de forma segura y eficiente.

Fuente: Construcción Propia.

Conclusiones

Una vez desarrollado el proyecto de Gestión del Marketing para alquiler de bicicletas mediante un diseño de aplicación, obtenemos las siguientes conclusiones basados en los objetivos planteados.

Con la metodología utilizada siguiendo un conjunto de pasos se verificó que, contiene los elementos necesarios para el desarrollo del proyecto, se orientó de una forma sencilla y concreta a fin de definir e identificar objetivos y recursos importantes para su desarrollo.

En el diagnóstico de la situación recopilamos la información importante para determinar la necesidad de la comunidad de Castilla con el fin de comprender su funcionamiento e identificar las debilidades y fortalezas presentes.

En cuanto al planteamiento del problema determinamos que el proyecto es viable dentro de los tiempos y con los recursos que se cuentan.

Para la innovación social se contempló que da solución a las necesidades de un sector importante de la ciudad mediante estrategias creativas que perdurarán en el tiempo.

Unos de los objetivos de este proyecto es diseñar una plataforma digital que propicie el préstamo de bicicletas eficiente y de fácil uso para la comunidad de Castilla se siguió la metodología Design Thinking que nos permitió desarrollar mediante varias ideas el mejor modelo para la solución del problema en el sector.

Mediante las estrategias de mercadeo se estableció acciones importantes con la mezcla de marketing para llevar a cabo y lograr el objetivo principal del proyecto, con el propósito de captar un número mayor de clientes y dar a conocer nuestros servicios.

Por último, nos dimos cuenta de que con las estrategias de marketing digital logramos que la empresa permanezca viva en internet. La web, el posicionamiento, el blog corporativo, los perfiles sociales, etc. son esenciales en nuestro proyecto para persuadir e informar a los usuarios.

Referencias Bibliográficas.

110011_2, G. (22 de 05 de 2020). *Sustentación Proyecto Social Empresarial*. [Archivo de Video]. Obtenido de <https://youtu.be/RJWdiN6UgLA>

Bir, Albert. (26 de 08 de 2015). *¿En qué consiste la mezcla de mercadeo?* Obtenido de Infocif. La red social de empresas: <https://noticias.infocif.es/noticia/en-que-consiste-la-mezcla-de-mercadeo>

Cámara de Comercio de Bogotá. (2009). *Movilidad en bicicleta en Bogotá*. Obtenido de <https://www.dutchcycling.nl/images/clients/57Colombia1.pdf>

Dinngo. (2012). *Design Thinking*. Obtenido de <http://www.designthinking.es/home/index.php>

RCN Radio. (01 de 08 de 2014). *Los dolores de cabeza de la movilidad en Kennedy*. Obtenido de <https://www.rcnradio.com/colombia/los-dolores-de-cabeza-de-la-movilidad-en-kennedy-152795>

Reinoso, R. (2010). *Bicicleta urbana: por un medio de transporte digno y seguro*. Obtenido de <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/14560/CamachoMataSandyJulieth2016.pdf;jsessionid=8036D31C02706086BC9BC6C7DC761EAA?sequence=1>

Wikipedia, la enciclopedia libre. (05 de 05 de 2020). *Castilla (Bogotá)*. Obtenido de [https://es.wikipedia.org/wiki/Castilla_\(Bogot%C3%A1\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Castilla_(Bogot%C3%A1))