

EMPRENDIMIENTO DIGITAL “SOMOS UNO”, PARA LA GESTIÓN DEL SEGUIMIENTO Y CONSOLIDACIÓN EN IGLESIAS CRISTIANAS.

DIGITAL ENTREPRENEURSHIP "SOMOS UNO", FOR THE MANAGEMENT OF FOLLOW-UP AND CONSOLIDATION IN CHRISTIAN CHURCHES.

Aldair Nuñez Florian ⁽¹⁾ Jenis del Carmen Sagbini Echávez ⁽²⁾

1. Ingeniero de Sistemas, Universidad Popular del Cesar (UPC), Estudiante. Miembro del semillero Sistemas de Información para Servicios Empresariales (SISE). Miembro del grupo de investigación GISICO, Valledupar, Colombia.
aldairnu.f@gmail.com
2. Ingeniero de Sistemas, Universidad Popular del Cesar (UPC), Especialista en Gerencia de Mercadeo. Magíster en Marketing y Dirección Comercial. Docente Ocasional Tiempo Completo en el Programa de Ingeniería de Sistemas, Facultad de Ingeniería y Tecnológicas. Líder del Semillero Sistemas de Información al Servicio Empresarial (SISE). Miembro de los grupos de investigación GISICO y AITICE, Valledupar, Colombia.
jenissagbini@unicesar.edu.co

RESUMEN

A continuación se presenta un emprendimiento digital, que se elaboró desde la convocatoria de la Iteración IX de App.co y el MINTIC, basado en datos reales, tomados de un estudio de mercado realizado en la ciudad de Valledupar. Se inició con el auge que presenta la iglesia cristiana en Colombia, el uso de tecnología por parte de estas organizaciones y la identificación de los problemas presentados al momento de tener control y acceso a la información. Se utilizó la metodología de Descubrimiento de Negocios planteada por App.co donde se realizó entrevista a 30 iglesias en la ciudad de Valledupar para validar la hipótesis que inicialmente fue planteada, dado a la problemática encontrada. Consecutivamente se validaron las diferentes hipótesis generadas y se inició el desarrollo de una propuesta de valor enfocada a penetrar el mercado local con proyecciones a nivel nacional. Como resultado de la investigación, se obtiene la plataforma web “Somos Uno”, que ha sido dada a conocer a cada iglesia que fue entrevistada, siendo adquirida por dos iglesias cristianas. Los resultados fueron satisfactorios y de gran impacto social.

Palabras Claves: emprendimiento, app.co, iglesia, software, desarrollo, tecnología, Valledupar

ABSTRACT

The following is a digital entrepreneurship, which was developed from the call of Iteration IX of App.co and MINTIC, based on real data, taken from a market study conducted in the city of Valledupar. It began with the boom presented by the Christian church in Colombia, the use of technology by these organizations and the identification of the problems presented at the time of having control and access to information. The Business Discovery methodology proposed by App.co was used, where an interview was conducted with 30 churches in the city of Valledupar to validate the hypothesis that was initially proposed, given the problems encountered. Consecutively, the different generated hypotheses were validated and the development of a value proposal focused on penetrating the local market with projections at the national level. As a result of the research, we obtain the web platform "Somos Uno", which has been made known to each church that was interviewed, being acquired by two Christian churches. The results were satisfactory and of great social impact.

Keywords: emprendimiento, app.co, church, software, development, technology, Valledupar

1. INTRODUCCIÓN

La iglesia cristiana es una organización de mayor crecimiento en los últimos años en Colombia; según el MININTERIOR, en el año 2010 se presentó un incremento del 321%

Frente al año anterior, pasando de 206 a 868 iglesias registradas. Continuando dicho incremento en el año 2011, existe un registro de 1.247 iglesias; teniendo un total de iglesias registradas al año 2015 de 5.374 y en el 2017 de 6.945, presentando un incremento del 29%. [1]

En este sentido, se entrevistan [2] líderes y pastores de 30 iglesias de la ciudad de Valledupar y se evidencia que el crecimiento, ha generado dificultad al momento de gestionar los datos de los diferentes asistentes, dado que el registro de datos, se realiza de forma manual y luego se transcribe a tablas de Excel, generando pérdidas de tiempo y redundancia de información.

A partir de este problema, nace “SOMOS UNO”, una plataforma web que permite a las iglesias cristianas administrar sus asistentes, actividades de seguimiento,

consolidación y reportes que ayudan a la toma de decisiones.

La sede principal de SOMOS UNO está ubicada en la ciudad de Valledupar. Desde allí se ejecutan todas las estrategias y planes para penetrar nuevos mercado.

El Objetivo General del presente proyecto fue Desarrollar un plan de negocio tecnológico para la comercialización de una plataforma web, enfocada a los procesos de iglesias cristianas ubicadas en la región Caribe de Colombia.

Los Objetivos Específicos del presente proyecto fueron:

- Realizar un análisis del sector económico, mercado y competencia, que permita la identificación de estrategias de mercadeo.
- Realizar el estudio técnico, para el desarrollo del producto y sus procesos asociados.
- Realizar un análisis financiero, evaluando indicadores de rentabilidad, viabilidad y necesidades financiación.

- Establecer la estructura organizacional de la StartUp para desarrollar el modelo del negocio de Somos Uno.
- Diseñar la arquitectura de la plataforma, estableciendo el modelo de datos y desarrollo de los módulos: Registro de asistentes, configuraciones del sistema, seguimiento, consolidación y reportes.

En el presente artículo se da a conocer inicialmente, la metodología de investigación que se empleó para la ejecución del proyecto. Posteriormente, se explican los resultados obtenidos con sus proyecciones como modelo de negocio digital que impactó a la sociedad Valledupar desde lo social y económico.

2. METODOLOGÍA

La metodología utilizada para el desarrollo del presente emprendimiento fue basada en un programa Descubrimiento de Negocios planteado por Ministerio de las TICs el a través de las siguientes cinco etapas:

1. Propuesta de Valor. Significa cuáles son los beneficios que se ofrecen a los clientes/usuarios y las diferentes alternativas en el mercado. [3]
2. Desarrollo de Clientes: Se basa en cuatro fases: los dos primeros, definen la búsqueda de un modelo de negocio (Descubrimiento de clientes. Validación de clientes.). El tercero y cuarto, ejecutan el modelo de negocios que se ha desarrollado (Creación de clientes. Creación de empresa). [4]
3. El método Lean Start Up: Crear una empresa de éxito, utilizando la innovación continua. [5]
4. Design Thinking: Se enfoca en las necesidades del usuario final. Se trata de armar equipos de distintas disciplinas e involucrar al usuario en las distintas etapas del proceso. [6]
5. Jobs To Be Done: El trabajo o tarea a realizar por parte de los usuarios de una innovación. Es un término acuñado por Clayton M. Christensen para definir el punto de partida de la innovación.

Cada etapa fue validada a través de los siguientes retos:

- Reto 1 El Problema. Taller Diseño de Hipótesis.
- Reto 2 Arquetipo. Taller de Perfil del Cliente.
- Reto 3 Propuesta de Valor Taller Mapa de Valor y Encaje. [3]
- Reto 4 Prototipo Funcional. Taller Viaje del Cliente//Mockups.
- Reto 5 Producto Mínimo Viable. Pasos para su Construcción.
- Reto 6 Tracción. Taller Business Model Canvas/Taller Experimento Comercial.

Para la validación, se visitaron 30 iglesias, entrevistando a pastores y líderes a través de entrevistas semiestructuradas. Con base en el análisis de las entrevistas, se obtuvo retroalimentación para el diseño de una versión Beta para realizar pruebas piloto en iglesias de Valledupar.

Para el desarrollo del producto final, se utilizó la metodología SCRUM [7], que tiene un marco de trabajo consistente en los Equipos Scrum y sus roles, eventos, artefactos y reglas asociadas. Cada componente dentro del marco de trabajo sirvió a un propósito específico y fue

esencial para el éxito de Scrum y para su uso.

3. DESARROLLO DE CONTENIDOS

Durante las pruebas, se obtuvo nueva retroalimentación de los pastores y líderes en cuanto a usabilidad y funcionalidad de la plataforma. A continuación, en la Figura 1, se describe el modelo Canvas del proyecto, el cual fue desarrollado utilizando métodos de clientes que usa método científico y que se basa en identificar problemas, formular hipótesis, diseñar experimento, validar e iterar, obteniendo como resultado una propuesta de valor.

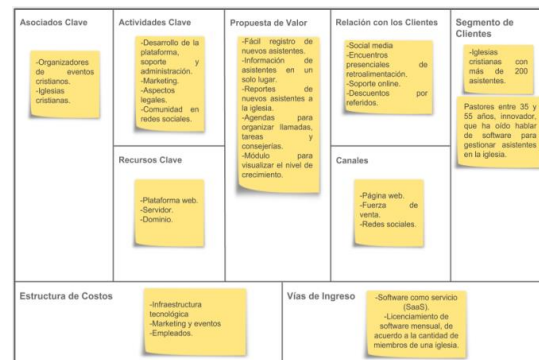


Figura 1. Descripción del Business Model Canvas.
Fuente: Autores

Por otro lado, se hizo validación de diferentes canales, para dar a conocer la propuesta de valor al cliente, en este sentido, se participó en conciertos cristianos en la ciudad de Valledupar, congreso regional TRANSFORMADORES 2016, que agrupó gran cantidad de líderes y pastores de la región Caribe; esto generó un impacto positivo y aceptación dentro de las iglesias cristianas, creando acercamiento con pastores e identidad de marca.

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Bajo la metodología SCRUM, fue diseñado el producto final. Scrum es un marco de trabajo para desarrollar, entregar y mantener productos complejos, por el cual las personas pueden abordar problemas complejos adaptativos, a la vez que entregar productos del máximo valor posible productiva y creativamente.

[7]

El dueño del producto (Product Owner): es el responsable de maximizar el valor del producto resultante del trabajo del Equipo de Desarrollo, es la única persona

responsable de gestionar la Lista del Producto (Product Backlog).

El Equipo de Desarrollo (Development Team): el Equipo de Desarrollo consiste en los profesionales que realizan el trabajo de entregar un Incremento de producto “Terminado” que potencialmente se pueda poner en producción al final de cada Sprint.

El Scrum Master: es responsable de promover y apoyar Scrum como se define en la Guía de Scrum. Los Scrum Masters hacen esto ayudando a todos a entender la teoría, prácticas, reglas y valores de Scrum; es un líder que está al servicio del Equipo Scrum, ayuda a las personas externas al Equipo Scrum a entender qué interacciones con el Equipo Scrum pueden ser útiles y cuáles no, también ayuda a todos a modificar estas interacciones para maximizar el valor creado por el Equipo Scrum.

Las características del producto generado fueron:

Frecuencia de compra: ofrecido por suscripción mensual, semestral o anual, para las iglesias cristianas.

Sitio de compra: para adquirir la plataforma, es necesario comunicarse a través de una de nuestros medios de comunicación: Correo electrónico, números de teléfono, página web o redes sociales. De igual forma, se podrá contactar a uno de los asesores comerciales, para hacer el pago y la activación de los usuarios.

Forma de pago: el pago se puede realizar a través de tres medios:

1. Consignación a la cuenta bancaria.
 2. Pago en línea.
 3. Pago de contado al asesor comercial.
- A continuación, se describe la Ficha

Técnica del producto obtenido:

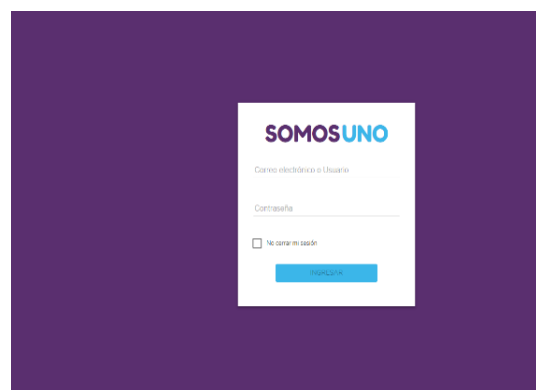
Tabla No.1. Ficha Técnica del Producto Obtenido.
Fuente: Autores

Ítem	Descripción
Producto específico	Aplicativo web
Nombre Comercial	Somos Uno
Unidad de medida:	Servicio ofrecido por suscripción mensual o anual.
Descripción general:	Plataforma web y móvil que permite a las iglesias cristianas administrar sus actividades de seguimiento y consolidación, utilizando un registro detallado de sus miembros con la finalidad de lograr una fidelización en el interior de la Institución. El software cuenta con las siguientes especificaciones:

	<ul style="list-style-type: none"> • Un módulo para gestionar el registro de los usuarios. • Un módulo para organizar citas, llamadas, realizar seguimiento a los visitantes y llevar un historial de cada persona. • Un módulo para reportes y análisis de información.
Condiciones especiales:	Para acceder al software, debe estar activa la suscripción y tener acceso a internet.
Composición	El software, es una plataforma web, enmarcado bajo la norma ISO 9126, por lo que presenta cada una de las características que especifica la norma

En la figura 2, se aprecia el SPRINT 1 de la plataforma SOMOS UNO, así:

Figura No.2. Pantalla de Inicio (SPRINT 1) de la Plataforma Somos Uno. Fuente: autores



En la tabla 2 se describen las características de planes ofrecidos:

Tabla No.2. Características de los Planes Ofrecidos. Nota: Se omiten algunas características consideradas con respecto al precio. Fuente: Autores

Bronce	Plata	Oro
500 Miembros	1200 Miembros	3000 Miembros
Módulo analítica	Módulo analítica	Módulo analítica
Módulo de gestión de asistentes	Módulo de gestión de asistentes	Módulo de gestión de asistentes
1 iglesia	2 iglesias	4 iglesias
40 Usuarios	95 Usuarios	300 Usuarios

Posterior a ello, al producto generado, se le diseñó un Plan de Marketing que permitiera genera ingresos:

Tabla No.3. Plan de Marketing. Fuente: autores

Objetivo	Actividad	Medios a Utilizar	Población	Periodo
Vincular de nuevos clientes, para que accedan a la plataforma.	Realizar visitas a iglesias de la ciudad o regiones cercanas.	Fuerza de venta (Asesores comerciales).	Cientes potenciales	Todo el año
Difundir el software en redes sociales.	Publicaciones de videos explicativos en redes sociales.	Redes sociales.	Cientes potenciales	Todo el año
Implementar nuevos pilotos en potenciales clientes.	Hacer presencia en el evento transformadores 2018.	Personal explicando las características de la plataforma en el evento transformadores 2018 y proyección de videos promocionales.	Cientes potenciales	nov-04
Lograr reconocimiento en la comunidad cristiana.	Generar contenido dirigido a la población objetivo.	Cuentas en Instagram y Facebook, pautas en redes y presencia en eventos.	Cientes potenciales	Todo el año

5. CONCLUSIONES

- Después de realizar entrevistas en a treinta (30) iglesias en la ciudad de Valledupar, se pudo observar la necesidad de organizar la información de los registros de asistentes a la iglesia, pues los formularios de registro son fichas manuales y luego almacenados en tablas de Excel, esto ocasiona redundancia de datos y pérdida de tiempo al buscar un registro. Por tanto, se inicia el estudio para la creación de una plataforma web que permite llevar el registro de todos los asistentes y crear reportes automáticos.

Se desarrolló el módulo de seguimiento y consolidación, el cual permitió conocer las actividades que realiza un asistente dentro de la iglesia y los líderes que están a cargo de los asistentes, eliminando el alto nivel de desinformación presentado en las iglesias que implementan el software.

Se desarrolló el plan de negocios para el emprendimiento digital “Somos uno”

Con el desarrollo de este plan de

negocios, se da solución a los problemas que tienen las iglesias cristianas en la ciudad de Valledupar como: pérdida de tiempo buscando los datos de un asistente, no conocer las actividades que realiza un asistente en la iglesia, pérdida de tiempo elaborando reportes y duplicidad de información. Además de la creación de nuevos módulos, que permita abarcar todos los niveles de la iglesia.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

[1] MININTERIOR, «MINISTERIO DEL INTERIOR,» 23 Marzo 2018. [En línea]. Available:

<https://www.mininterior.gov.co/>. [Último acceso: 26 Marzo 2018].

[2] A. Salazar, Nuñez, Aldair, Octubre, 2016.

[3] O. Alex, Y. Pigneur, G. Bernarda y A. Smith., Diseñando la propuesta de valor, España: Grupo Editorial Planeta., 2015.

[4] B. Steve y D. Bob, El manual del emprendedor, 2012.

[5] R. Eric, El Método Lean Start Up, Crown Publishing Group, 2011.

[6] V. Mauricio, V. Ysmar, A. Isabel, L. Brenda y R. Beatriz, Design Thinking - Innovación en los negocios., Primera edición ed., Río de Janeiro: MJV Tecnologia Ltda, 2016.

[7] K. Schwaber y J. Sutherland, «SCRUM,» 2017. [En línea]. Available: scrum.org. [Último acceso: 9 Junio 2018].

[8] «Personajes del Mundo,» pp. 72-73.

[9] A. S. Zabala, «El poder de los cristianos en Colombia,» 14 Noviembre 2016. [En línea]. Available: <https://www.las2orillas.co/el-poder-de-los-cristianos-en-colombia/>.

[10] P. L. A. Sonia I. Mariño, «Implementación de SCRUM en el diseño del proyecto del Trabajo Final de Aplicación,» *Scientia et Technica*, p. 6, 21 Noviembre 2014

[11] B. d. l. República, «Banco de la República,» Marzo 2013. [En línea]. Available: http://www.banrep.gov.co/sites/default/files/publicaciones/archivos/eser_53_caribe_2013.pdf.

[12] C. d. l. república, «Dirección Nacional de Derechos de Autor,» 28 Enero 1982. [En línea]. Available: <http://derechodeautor.gov.co/documents/10181/182597/23.pdf/a97b8750-8451-4529-ab87-bb82160dd226>. [Último acceso: 20 Septiembre 2018].

[13] Y. P. V. Quiroga, «Unidad nacional de protección,» 2014. [En línea]. Available: <http://www.unp.gov.co/la->

unp/Documents/DA_PROCESO_15-13-3937756_211001041_15096259.pdf.

[14] C. d. París, «Organización mundial de la propiedad intelectual,» 20 Marzo 1883. [En línea]. Available: http://www.wipo.int/treaties/es/text.jsp?file_id=288515. [Último acceso: 20 Septiembre 2018].

[15] Osterwalder. [En línea]. Available: https://scholar.google.com/scholar?q=related:EneICquO9IUJ:scholar.google.com/&hl=es&as_sdt=0,5.

[16] MINTIC, «Ministerio de Tecnologías de la Información las Comunicaciones,» 2017. [En línea]. Available: <http://www.mintic.gov.co>.

[17] i. y. t. Ministerio de comercio, «Presidencia de la república,» 23 Junio 2013. [En línea]. Available: <http://wsp.presidencia.gov.co/Normativa/Decretos/2013/Documents/JUNIO/27/DECRETO%201377%20DEL%2027%20DE%20JUNIO%20DE%202013.pdf>. [Último acceso: 20 Septiembre 2018].

[18] T. Latamclick, «Latamclick,» 28 10 2017. [En línea]. Available: <https://www.latamclick.com/estadisticas-de-instagram-2017/>.

19H. E. Hashimura, «SugarCRM,» [En línea]. Available: <http://www.sugarcrm.com/sites/default/files/whitepapers/Fundamentos-para-establecer-una-estrategia-CRM.pdf>.

20Z. d. C. Á. L. Euri Cabral, «Iglesia Cristiana Palabra de Vida,» 26 Enero

2018. [En línea]. Available: <http://www.icpv.org>.

[21] Euclides, Personajes del Mundo, Bogotá.

[22] E. ESPECTADOR, «El Espectador,» 25 Diciembre 2017. [En línea]. Available: <https://www.elespectador.com/economia/la-buena-hora-del-sector-tic-en-colombia-articulo-730301>. [Último acceso: 28 Marzo 2018].

[23] ELTIEMPO, «El Tiempo,» 21 Septiembre 2017. [En línea]. Available: <http://www.eltiempo.com/economia/sectores/noticias-economicas-sobre-industrias-creativas-digitales-y-pib-133356>. [Último acceso: 26 Marzo 2018].

[24] Dinero, «Dinero,» 25 Enero 2018. [En línea]. Available: <http://www.dinero.com/economia/articulo/fmi-mejora-proyeccion-de-pib-en-colombia-para-2018/254579>. [Último acceso: 21 marzo 2018].

[25] DIAN, «Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales,» 2016. [En línea]. Available: <http://es.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%201819%20DEL%2029%20DE%20DICIEMBRE%20DE%202016.pdf>.

[26] DANE, «Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE),» 2012. [En línea]. Available: https://www.dane.gov.co/files/sen/nomenclatura/ciiu/CIIU_Rev4ac.pdf. [Último acceso: 12 Mayo 2018].