

WORLD FM - WFM

HÉCTOR FELIPE MORENO BERNAL

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA LATINA UNILATINA
TECNOLOGÍA EN PRODUCCION DE RADIO Y TELEVISIÓN

BOGOTÁ

2023

WORLD FM - WFM

HÉCTOR FELIPE MORENO BERNAL

PROYECTO EMPRESARIAL

HERNÁN AYALA

ADMINISTRADOR DE EMPRESAS

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA LATINA UNILATINA

TECNOLOGÍA EN PRODUCCION DE RADIO Y TELEVISIÓN

BOGOTÁ

2023

DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme ayudado a llegar hasta aquí. A mi madre y padre por confiar en mí hasta en las caídas más bajas y estar siempre ahí.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	8
1. DE LA IDEA DEL PRODUCTO O SERVICIO.....	9
1.1. Motivación y Sensibilización Hacia la Idea d (ANADOLU, 2019)e Empresa	9
1.2 Motivaciones Personales	9
1.2.1 Habilidades y Destrezas Propias	10
1.3 Justificación de la idea	10
1.4 Objetivo General.....	11
1.5 Objetivos Específicos	11
1.6 Misión	11
1.7 Visión.....	11
2. ESTUDIO GENERAL SERVICIO	12
2.1 Antecedentes.....	12
2.2 Análisis DOFA.....	12
2.3 Reseña de Su Evolución.....	12
2.4 Análisis de Riesgos.	13
3. ESTUDIO DE MERCADO	14
3.1 Definición del Servicio.....	14
3.2 Identificación y Marca.....	15
3.2.1 Logo WFM.....	15
3.3 Definición y Descripción.....	16
3.4 Definición del Usuario.....	16
3.5 Factores de Competencia.....	17
3.6 Aprovisionamiento de Insumos o Apoyo Tecnológico.....	17
3.7 Rango de Precios o Tarifas.	18
3.8 La Competencia	18
3.9 Ciclo de Vida del Producto.	18
3.10 Investigación de Mercado	18
3.10.1 Análisis de información en fuentes secundarias.....	19
3.11 Plan de Mercadeo	22
3.11.1 Estrategia de Servicio	22
3.11.2 Política de Precios.	23

3.11.3 Estrategia de Ventas.....	23
3.11.4 Estrategia de Distribución.....	24
3.11.5 Promoción y publicidad.....	24
4. ASPECTOS TÉCNICOS Y FINANCIEROS.....	25
4.1 Estudio Técnico del Proyecto.....	25
4.2 Requerimientos Técnicos, Tecnológicos y Científicos.....	25
4.3 Mano de Obra Directa.....	25
4.4 Localización de la Actividad Económica.....	26
4.5 Previsión de Inversiones y Gastos Iniciales.....	26
4.6 Plan de Ventas.....	28
4.7 Plan Económico y Financiero.....	29
4.7.1 Gastos Preoperativos.....	29
4.7.2 Gastos Generales.....	29
4.7.3 Inversiones Iniciales.....	29
4.7.4 Factibilidad Financiera.....	30
4.7.5 Solicitud de Crédito.....	30
5. ASPECTOS LEGALES Y ORGANIZATIVOS.....	32
5.1 Tipo de Persona Jurídica.....	32
5.2 Marco Legal para WFM.....	32
ANEXOS.....	34
Anexo 1. Minuta de Constitución World FM SAS.....	34
Anexo 2. RUT World FM SAS.....	44
Anexo 3. Formato Contrato Laboral.....	45
BIBLIOGRAFÍA.....	48

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. DOFA Personal	9
Tabla 2. Análisis de estrategias DOFA para WFM	12
Tabla 3. Nicho del mercado	16
Tabla 4. Insumo Tecnológico.....	17
Tabla 5. Proveedores de Streaming	18
Tabla 6. ¿Usaría una página web para escuchar radio online?.....	21
Tabla 7. ¿Le gustaría escuchar emisoras de otras partes del mundo?	21
Tabla 8. ¿Ha usado con anterioridad aplicaciones detectoras y buscadores de música?	21
Tabla 9. ¿Pagaría por una suscripción VIP a nuestra página?.....	22
Tabla 10. Estrategia de Servicio	22
Tabla 11. Requisitos Técnicos	25
Tabla 12. Requisitos Tecnológicos.....	25
Tabla 13. Mano de Obra Directa	25
Tabla 14. Inversión Inicial	26
Tabla 15. Costos Mensuales.....	27
Tabla 16. Proyección de Ventas	28
Tabla 17. Gastos Generales.....	29
Tabla 18. Inversiones Iniciales.....	29

LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. ¿Qué tan popular es la radio por internet?	11
Ilustración 2. Identificación de marca	15
Ilustración 3. Logo WFM	15
Ilustración 4. ¿Sigue vigente la radio?	19
Ilustración 5. Alcance de nuevas tecnologías en la radio	20
Ilustración 6. Calculadora de aportes para independientes	28

INTRODUCCIÓN

El presente documento, reúne y desarrolla los puntos que se deben tener en cuenta en el entregable, de acuerdo al Reglamento Estudiantil de Unilatina¹, y dar cumplimiento al requisito de grado “proyecto empresarial” para el programa tecnológico Producción de Radio y Televisión.

Unilatina en su misión institucional busca la formación de empresarios, en este sentido, este informe corresponde al proyecto empresarial WORLD FM, en adelante WFM. Este aplicativo permite acceder a emisoras gratuitas del mundo, de manera fácil desde cualquier dispositivo. Esta idea denota la importancia de la radio como medio de difusión, se concentra principalmente en la naturaleza de lo que esta representa como medio en sí, ya que, posee, una calidad íntima, que la mayoría de los otros medios no tienen. De esta manera el usuario puede tener a su disposición esta relación con la radio del mundo.

La virtualidad ha llegado de manera clara y explícita a todas las actividades diarias de nuestra vida convirtiendo todo a su paso y la radio no es una excepción. Por otra parte, el efecto post pandemia, luego de estar aislados, efectos como la necesidad de interacción con otros; el factor de la voz, como elemento de la calidad humana hace falta en la vida de las personas y eso es algo que la radio ha logrado, hacer sentir al radioescucha y tener una relación más privada y cercana con el locutor.

A pesar que una de las tendencias mundiales es la personalización de productos y servicios a necesidades específicas, este proyecto plantea además el cambio de una *playlist* de música que se escucha igual una y otra vez, por el acceso a diferentes emisoras en cualquier parte del mundo.

Este documento es el resultado del trabajo desde diferentes asignaturas y de la formación en el medio, reúne los puntos necesarios desde el planteamiento de la idea de negocio hasta las evaluaciones técnica, de mercado, financiera y legal.

Lo invito a conocer una alternativa, WFM diferente de las típicas, cotidianas y repetitivas *playlists*.

¹ Unilatina. Resolución de Rectoría No. 272. 24 de agosto de 2021. Anexo No. 2. Temario de cada Seminario. Disponible en <<https://site3.q10.com/EducacionVirtual/Tarea/31593/Detalle?i=1>>

1. DE LA IDEA DEL PRODUCTO O SERVICIO

1.1. Motivación y Sensibilización Hacia la Idea d (ANADOLU, 2019)e Empresa

En primer lugar, es la generación de ideas empresariales a partir del programa de formación, es decir, dar un aspecto relevante a la formación empresarial. En ese sentido, al ser estudiante del programa tecnológico de Producción de Radio y TV, desde lo aprendido en las aulas, y, al encontrar un gusto particular hacia la radio.

Por otra parte, el crecimiento progresivo de la globalización despierta el interés por la multiculturalidad y poder acceder a la oferta radial mundial. Según el artículo en la revista digital de la Agencia Anadolu de Turquía: “La radio luego se desarrolló y se adaptó a las tecnologías existentes. Aún hoy en día es una de las herramientas de recepción de noticias más importantes para millones de personas en todo el mundo. Según los datos actuales, hay alrededor de 44 mil estaciones de radio en todo el mundo. El número de estaciones de radio en África es aún mayor que el número de periódicos y canales de televisión.” (ANADOLU, <https://www.aa.com.tr>, 2019)

Este artículo de 2019 no contempla el alto número de emisoras digitales que crece día a día. Las estimaciones cuentan con una disponibilidad de más de 70.000 emisoras alrededor del mundo. Poder acceder a ellas es lo que representa un reto.

1.2 Motivaciones Personales

Tabla 1. DOFA Personal

DOFA PERSONAL

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none">- Aplicado- Interesado- Sereno- Disciplinado- Trabajo en equipo-	<ul style="list-style-type: none">- Perezoso- Desorganizado- Olvidadizo- Mal carácter
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">- Estudio superior- Ayuda profesional- Viajes- Conocimiento de personas más sabias	<ul style="list-style-type: none">- Miedo al fracaso

1.2.1 Habilidades y Destrezas Propias

Se me reconoce como un joven aplicado y dedicado a lo que se propone, con conocimientos en programas Office (Word, PowerPoint y Excel); y especializados como la suite Adobe (Photoshop, Illustrator, Audition, Premier y After Effects), además de un manejo medio alto de inglés y conocimientos en los temas técnicos de la radio y la televisión.

1.3 Justificación de la idea

Hoy en día, con el creciente número de herramientas y aplicaciones desde los dispositivos móviles, las personas prefieren tener una playlist de una *app* de música o de la que tienen descargada en su celular, escuchándola y repitiéndola infinidad de veces, lo que lo que se convierte en una escucha monótona.

Por otra parte, la radio sigue siendo un medio de uso popular y las radios AM/FM tradicionales siguen siendo una fuente clave de información y entretenimiento, el sector ha sabido sortear con éxito los cambios de un mundo cada vez más digitalizado, conectando a la gente esta vez a través de internet. El estudio “El uso de la radio por internet en el mundo”, de Statista, muestra como “la radio por internet se ha convertido en una opción atractiva de escucha a través del mundo. Incluso siendo uno de los pioneros de la radiodifusión tradicional, casi cuatro de cada diez estadounidenses participantes en nuestro Global Consumer Survey afirmaron utilizar su smartphone para escuchar la radio online. En América Latina, la posibilidad de acceder a cualquier emisora en unos pocos clics ha cautivado a los brasileños, con casi un 36% de propietarios de smartphones consumiendo radio por internet a través de este dispositivo. Por su parte, en México, la popularidad de la radio digital se sigue consolidando, ya que menos de una cuarta parte de los usuarios, tanto móviles como PC, afirmaron acceder a este servicio en línea” (Naranjo, 2021)

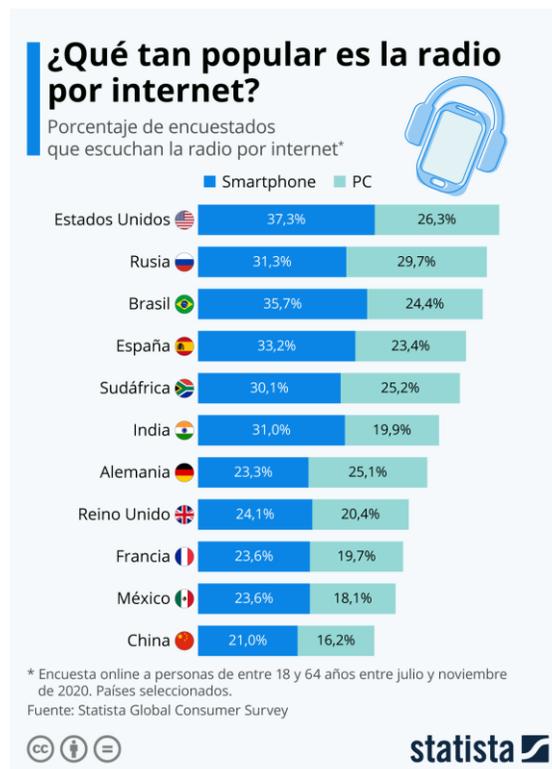


Ilustración 1. ¿Qué tan popular es la radio por internet?

Se puede decir, que, aunque exista la necesidad de acceder a más emisoras, aún hay limitantes para buscar en una oferta realmente amplia los intereses particulares y los gustos de cada persona, parece que, si a más información se accede, se hace más complejo poder decidir.

Por otra parte, el acceso a internet y la cantidad de personas poseedoras de smartphone o un computador con una señal a internet estable pueden disfrutar de un servicio de música, es cada vez mayor. A pesar de los anuncios, la monotonía y repetitividad de las listas, la actualidad ha permitido a la radio evolucionar permitiendo un servicio de streaming las veinticuatro horas del día, siete días a la semana de diferentes emisoras nacionales e internacionales por vía IP, lo que le da la libertad al usuario de elegir, con el problema de tener que buscar los nombre por foros, blogs, entre otros.

¿Puede una aplicación permitir de manera fácil, segura y económica acceder a diferentes emisoras en el mundo?

1.4 Objetivo General

Desarrollar un modelo de página web que permita acceder, desde cualquier dispositivo electrónico con acceso a internet, a emisoras de radio de todo el mundo de manera ilimitada.

1.5 Objetivos Específicos

- Hacer el estudio de mercado que valide la necesidad y las estrategias de mercado a aplicarse
- Elaborar el estudio técnico que identifique las condiciones de operación requeridas tanto técnicas como tecnológicas.
- Analizar financieramente los criterios de inversión inicial y los resultados financieros esperados
- Validar la viabilidad del comercial del servicio

1.6 Misión

Somos WFM, una página web que permite acceder a emisoras de radio de todo el mundo generando una nueva forma de vivir la radio, en otros idiomas y aventurándose hacia otros países escuchando canciones tendencia y accediendo a una forma de multiculturalidad. Estamos comprometidos en dar a nuestros usuarios una experiencia más que satisfactoria con High Quality.

1.7 Visión

Nos proponemos a una meta de 5 años ser la página web de recopilación de estaciones radiodifusoras en español más visitada de Colombia y eventualmente de Latinoamérica, siempre manteniendo un margen de calidad superior y un servicio sugerido por los usuarios.

2. ESTUDIO GENERAL SERVICIO

2.1 Antecedentes.

La radio ha sido el medio de comunicación que permite llegar a casi cualquier sitio. Aunque ha evolucionado y sigue teniendo una gran competencia por parte de otros medios. Sin embargo, se ha actualizado a las nuevas tendencias tecnológicas y no ha perdido su impacto. Las personas siguen escuchando la radio a través de los medios tradicionales (un equipo de radiodifusión), las páginas web de las emisoras o las apps especialmente diseñadas para ello.

Frente a las tendencias mundiales y las preferencias de las nuevas generaciones que requieren poder tener múltiples alternativas, la radio se ve limitada. Mientras que la televisión con un control remoto se puede ir de canales nacionales a televisión por cable o a aplicaciones de streaming con solo un clic y una conexión a internet; la radio no lo permite.

Es por esto que WFM ofrece a través de una sola página poder acceder a emisoras de todo el mundo.

2.2 Análisis DOFA.

Tabla 2. Análisis de estrategias DOFA para WFM

	Fortalezas	Oportunidades
	<ul style="list-style-type: none">- Innovador en un medio tradicional.- Fácil desarrollo tecnológico.- Conocimiento en el manejo de la radio.- Conocimientos en programas	<ul style="list-style-type: none">- Desarrollo tecnológico creciente.- Mayor cobertura y uso de computadores.- Conocimiento masificado en el uso de tecnología
Debilidades <ul style="list-style-type: none">- Nueva en el medio.- Infraestructura limitada- Recursos financieros limitados- Poco conocimiento legal	<ol style="list-style-type: none">1. Generar procesos de actualización tecnológica invirtiendo en los equipos de mayor desarrollo.2. Implementar estrategias de mercadeo para alcanzar una mayor cobertura y reconocimiento de WFM.	<ol style="list-style-type: none">1. Aplicar a procesos de actualización y manejo de nuevas tecnologías y herramientas digitales disponibles.2. Acceder a programas de capital semilla y apoyo a nuevos emprendimientos.
Amenazas <ul style="list-style-type: none">- Entrada de nuevos competidores.- Desarrollo acelerado de nuevas apps- Acceso gratuito a páginas y apps- Normas legales que limiten el acceso libre.	<ol style="list-style-type: none">1. Desarrollar programas de mercadeo que permitan la diferenciación del servicio y su reconocimiento y posicionamiento en el mercado.2. Implementar un proceso de actualización permanente en temas legales relacionados con el acceso a la información.	<ol style="list-style-type: none">1. Participar activamente en las iniciativas tecnológicas que se plantean a nivel regional y nacional.2. Desarrollar una estrategia de acceso gratuito a la página y por pago frente a beneficios adicionales que requiera el usuario.

2.3 Reseña de Su Evolución.

WFM es un proyecto empresarial que se encuentra en la fase de propuesta. ofrecerá una amplia variedad de estaciones radiales a través de la página web. El usuario tendrá a su disposición acceso a una gran variedad de programas radiales teniendo una nueva experiencia escuchando las emisoras de otras partes del mundo.

La página está diseñada para recopilar las diferentes emisoras digitales existentes en el mundo, recopilándolas por géneros; por tipos de programa; si es radio hablada o musical. Para el usuario la plataforma será muy practica y cómoda de usar, buscando siempre la satisfacción al momento de recomendar.

2.4 Análisis de Riesgos.

Para WFM, se pueden identificar varios riesgos:

1. Rápido desarrollo de la tecnología que promueve obsolescencia de equipos y programas.
2. Los países están desarrollando nuevas reglamentaciones al uso y acceso a internet debido a las implicaciones negativas de su uso.
3. Las nuevas generaciones tienen necesidades de uso y acceso diferentes que requieren desarrollar estrategias muy diferenciadas.

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Definición del Servicio.

WORLD WFM está definida como un servicio tecnológico, es un intangible que requiere para su prestación la intermediación tecnológica a través de un equipo como computador, tablet o celular con acceso a internet.

Es un servicio porque tiene las siguientes características, según la página de Witei (WITEI, 2022):

Intangibilidad. Lo que se ofrece no se puede tocar.

Inseparabilidad. La producción y el consumo del servicio son indivisibles, es decir, el servicio es generado en el momento en el que es prestado.

Variabilidad. Cambian según quien los preste, el consumidor que los reciba y el momento en el que se ejecutan.

Carácter perecedero. Su comienzo y fin se producen en la misma prestación al cliente. De este modo; no se pueden almacenar para su venta, preservarlos o devolverlos.

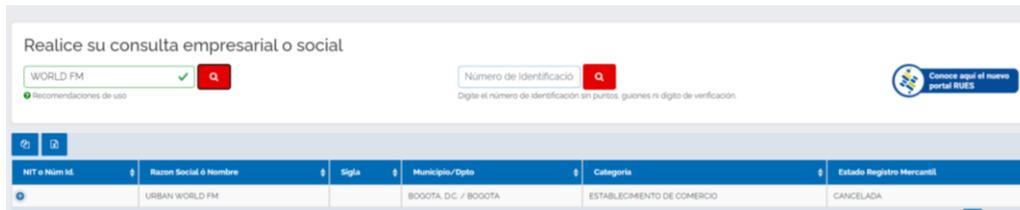
Dentro de las definiciones de servicio WFM se clasifica de acuerdo con:

1. El prestador, es un servicio privado, ya que es prestado por una entidad de carácter privado a un segmento poblacional definido.
2. Nivel de incidencia, es decir la manera como son prestados, es un servicio prestado por personal calificado, aunque no requiere una certificación del mismo.
3. Es un servicio al consumidor, se presta directamente al consumidor final, también llamados B2C (Business to costumers).
4. Es un servicio de entretenimiento, ya que buscan divertir a una audiencia.
5. Se presta de manera virtuales porque se presta en el entorno online.

3.2 Identificación y Marca.

El proyecto se llama WORLD FM, se manejará la sigla WFM para su posicionamiento. El nombre hace referencia a la FM (frecuencia modulada para emisión de radio) que identifica su directa relación con la prestación del servicio. World (mundo en inglés) para dar a entender que es la radio en el mundo y que permita su fácil recordación, identificación y búsqueda en la web.

En Colombia el nombre no se encuentra registrado:



Realice su consulta empresarial o social

WORLD FM

recomendaciones de uso

Número de Identificación

Digite el número de identificación sin puntos, guiones ni dígito de verificación

Conozca aquí el nuevo portal RUES

NIT o Núm. Id.	Razón Social o Nombre	Sigla	Municipio/Dpto.	Categoría	Estado Registro Mercantil
	URBAN WORLD FM		BOGOTÁ, D.C. / BOGOTÁ	ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO	CANCELADA

Ilustración 2. Identificación de marca

En la web se registrará bajo el dominio disponible:

www.wfm.online

3.2.1 Logo WFM



Ilustración 3. Logo WFM

3.3 Definición y Descripción.

WFM es una página web que permitirá el acceso libre y gratuito a páginas de emisoras de radio, de acceso gratuito, en todo el mundo. Mediante un buscador por género, idioma o país y una interfaz de fácil manejo que permita al usuario el acceso a programas y música de su interés.

WFM es de acceso gratuito, pero contará con diferentes herramientas de acuerdo a las preferencias de los usuarios y su capacidad de pago.

3.4 Definición del Usuario.

De acuerdo con lo estudios e investigaciones citados anteriormente, se ha establecido que el perfil poblacional general se establece por todas aquellas personas que usan herramientas tecnológicas y que escuchan radio. No se tienen en cuenta criterios demográficos (sexo, género, etnia, ubicación geográfica, entre otros), socioeconómicos (ingresos, nivel de formación, clase social, estrato socioeconómico, entre otros).

El nicho de mercado se establece entonces por los siguientes criterios:

Edad: Entre los 25 y 54 años, según estudios, personas con pleno uso de la tecnología sin ayuda o asistencia. No se incluyen personas menores teniendo en cuenta que sus preferencias se dirigen al uso de plataformas de streaming como Spotify, Apple Music y YouTube Music.

Tabla 3. Nicho del mercado

Personas entre los 25-54 años	Escuchan radio (entretenimiento o información)
Tienen acceso a conexión vía web (PC o Smartphone)	Tienen poca resistencia al uso de la tecnología (Online)
Tienen interés en otras culturas, países o regiones	Tienen diversidad de gustos musicales

Tamaño del nicho de mercado:

De un mercado potencial en Colombia de 12 millones, utilizan radio online el 12%.
1.5 millones de radioescuchas online.

De acuerdo a varias fuentes consultadas, una página web puede generar tráfico mensual entre 1000 y 15000 visitas. Se espera en los 6 meses alcanzar las 7.500 visitas correspondientes al 0.5% del mercado de radio escuchas online en el país.

En 6 meses alcanzar 7.500 visitas
Correspondientes al 0.5% de nicho del mercado inicial
(1,5 millones)

3.5 Factores de Competencia.

El propósito de esta página es que nuestros usuarios obtengan un “vistazo auditivo” a lo que es la radio en otros países, comprometidos con el acceso libre para todo el mundo, sin importar género o raza con el fin de que todos puedan escuchar la emisora que más les guste manteniendo el confort que desean o aventurarse a explorarlo. Tenemos proyectado que millones de personas den un vistazo a las demás cultural escuchando sus transmisiones radiales.

Se tendrá especial cuidado en el diseño de la página y la asistencia técnica a los usuarios de modo que cada momento de verdad (cada interacción con el cliente) sea generadora de posicionamiento y fidelización efectiva.

3.6 Aprovechamiento de Insumos o Apoyo Tecnológico.

Se requieren los siguientes apoyos para la implementación y desarrollo de WFM:

Tabla 4. Insumo Tecnológico

Detalle	Características
PC	Procesador AMD Ryzen 5 5600x, Board Gigabyte B550m Ds3h Ac Amd Am4 Ddr4 Wifi Tarjeta grafica RTX 4080, 32 GB RAM, 2 SSD 1TB C/U, refrigeración Cooler Master MasterAir MA624 Stealth, fuente de poder 750W+ Bronce
Dominio	Wfm.online con protección y mantenimiento.
Página Web	Página web con buscador a diferentes emisoras online del mundo, adaptación de dispositivos, gestión multi idioma
Campaña Mercadeo Digital	Posicionamiento en Google Ads y difusión (facebook-Instagram) y colaboraciones (streamers e influencers)
Renta del servidor	Alquiler mensual COP\$ 150.000 mensual x 6 meses
Plan internet Fibra óptica Movistar	Plan 900 megas COP\$ 166.293 X6 meses

3.7 Rango de Precios o Tarifas.

El acceso a la página es gratuito para los usuarios. Los ingresos que generará la página están determinados de acuerdo a la oferta de pauta comercial (pop ups y banners).

En el mediano tiempo, una vez se cuente con un número representativo de visitas y de acuerdo con la respuesta de los usuarios, se plantearán herramientas por suscripción (planes premium). Las herramientas se determinarán por las necesidades y preferencias de los usuarios y cuánto están dispuestos a pagar por ellas.

3.8 La Competencia

Actualmente se encuentran los siguientes proveedores de streaming. Cada uno se analiza teniendo en cuenta si está disponible en la web y además tiene aplicación y sus características para planes gratuitos y para planes premium. Las tarifas de los planes no se analizan, teniendo en cuenta que inicialmente WFM será de acceso gratuito.

Tabla 5. Proveedores de Streaming

PROVEEDORES STREAMING									
			GRATUITA				PREMIUM		
	DESDE WEB	APLICACIÓN	VERSIÓN GRATUITA	PUBLICIDAD	FRECUENCIA PUBLICIDAD	CALIDAD DEL SONIDO	PREMIUM	PUBLICIDAD	CALIDAD DEL SONIDO
TIDAL	SI	SI	SI	SI	CADA CANCIÓN	MEDIO	SI	NO	MUY ALTA
SPOTIFY	SI	SI	SI	SI	CADA 30 MINUTOS	MEDIO	SI	NO	MUY ALTA
APPLE MUSIC	SI	SI	NO	NA	NA	NA	SI	NO	MUY ALTA
DEEZER	SI	SI	SI	SI	CADA 30 MINUTOS	MEDIO	SI	NO	MUY ALTA
YOUTUBE MUSIC	SI	SI	SI	SI	CADA CANCIÓN	ALTO	SI	NO	MUY ALTA
AMAZON MÚSICA	SI	SI	SI	SI	CADA CANCIÓN	ALTO	SI	NO	MUY ALTA

3.9 Ciclo de Vida del Producto.

Por tratarse de un proyecto empresarial, se encuentra en la fase previa. El ciclo de vida inicia con el lanzamiento del producto. En ese sentido, aún no se han planteado las etapas.

3.10 Investigación de Mercado

El plan de mercadeo para WFM está determinado por datos secundarios extraídos de la web acerca del consumo y uso de servicios en la red.

3.10.1 Análisis de información en fuentes secundarias

En primer lugar, de acuerdo a la página Statista que hace estudios de consumo a nivel mundial, la radio sigue vigente. La autora, (Roa, 2023) analiza que “Ya sea desde un aparato de radio tradicional, un teléfono móvil, un ordenador o cualquier otro dispositivo, lo cierto es que una parte importante de la población sigue escuchando la radio”

En el siguiente gráfico, se evidencia que a nivel de los principales países del mundo hay un consumo significativo de la radio. Aunque es uno de los medios considerados tradicionales, siguen vigente gracias a su actualización permanente que permite a las nuevas generaciones a través de otros medios digitales acceder a ella.

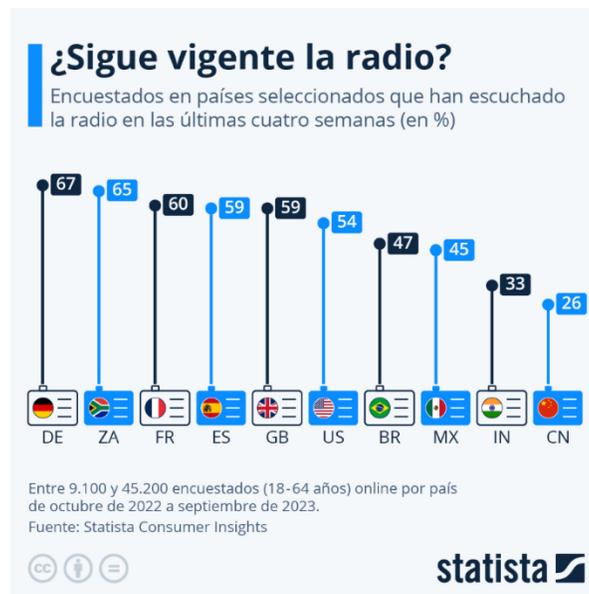


Ilustración 4. ¿Sigue vigente la radio?

Según la Sociedad Española de Radiodifusión, la radio gracias a la incorporación de nuevos oyentes, multiplicando su inversión y demostrando que la digitalización suma audiencia y aporta cobertura. (Ser, 2023)

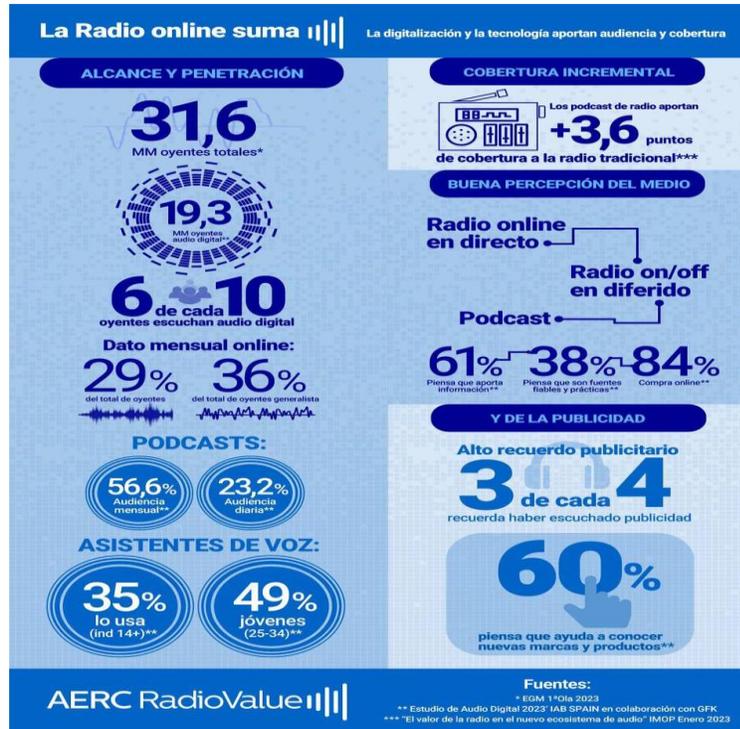


Ilustración 5. Alcance de nuevas tecnologías en la radio

En España, de acuerdo con un estudio de la Cadena Cope (COPE, 2024) "En nuestro país, más de 22 millones de personas sintonizan la radio cada día. La escucha de radio a través de las ondas, es la forma más utilizada por los españoles para oír la radio, con un 48 % del total. Esta opción es seguida a gran distancia por la de Internet, que, con más de tres millones de personas, es sin duda la que más crece. La alternativa de escuchar la radio a través de la TDT también ha experimentado un importante incremento en el 2021, seleccionada por 193.000 personas más, lo que supone un avance del 38,1%. En cifras globales, más del 54% de los españoles mayores de 13 años escuchan la radio todos los días."

En Colombia, de acuerdo al estudio realizado por la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC), el 60 % de los colombianos encuestados aseguraron que escuchan radio todos los días. (RTVC, 2022)

Los principales resultados fueron: Los resultados revelados fueron:

El 60 % de los 788 usuarios encuestados para el servicio de radiodifusión sonora mencionaron que escucha radio todos los días.

Del mismo número de encuestados, el 59 % prefiere las emisoras de contenido musical y el 41 % las habladas o de noticias.

La CRC también informó que se presentó un incremento en el uso de internet fijo en un 13 %, internet móvil 18 % y televisión por suscripción 14 %, si las cifras se comparan con las del 2021.

Con estos resultados, es importante destacar que, si existe un mercado para la difusión de la radio y es una oportunidad identificable para WFM,

3.10.2 Información fuentes primarias

Se realizó un sondeo por medio de Google Formularios, acerca de las preferencias para escuchar radio, bajo la premisa que el filtro inicial para dar continuidad a las preguntas era si escuchaba radio, sin importar por cuál medio. Fue efectivamente contestada por 25 personas en un lapso de tiempo de 8 días. No se tuvo en cuenta edad, formación, nivel de ingresos u otra variable demográfica. Solamente se tuvo la conductual.

Tabla 6. ¿Usaría una página web para escuchar radio online?

Pregunta 1. ¿Usaría una página web para escuchar radio online?

¿Usaría una página web para escuchar radio online?	
SI	24
NO	1
TOTAL	25

De acuerdo con estas respuestas es muy probable el uso de una página web para escuchar emisoras de radio, es claro que las mismas emisoras en Colombia y en el mundo están utilizando los medios online para llegar a más usuarios.

Tabla 7. ¿Le gustaría escuchar emisoras de otras partes del mundo?

Pregunta 2. ¿Le gustaría escuchar emisoras de otras partes del mundo?

¿Le gustaría escuchar emisoras de otras partes del mundo?	
SI	24
NO	1
TOTAL	25

La globalización de las comunicaciones y la masificación en el uso del internet han permitido el acceso a información de cualquier parte del mundo. De la misma manera ha facilitado a aquellos con gustos hacia la multiculturalidad y el conocimiento hacia otros países.

Tabla 8. ¿Ha usado con anterioridad aplicaciones detectoras y buscadores de música?

Pregunta 3. ¿Ha usado con anterioridad aplicaciones detectoras y buscadores de música?

¿Ha usado con anterioridad aplicaciones detectoras y buscadores de música?	
--	--

SI	3
NO	22
TOTAL	25

Aunque la radio es uno de los principales medios de comunicación, no es frecuente que se busquen emisoras en otros países o buscar nuevas canciones. Se manejan los medios actuales de aplicaciones de streaming o las emisoras tradicionales para reproducir música.

Tabla 9. ¿Pagaría por una suscripción VIP a nuestra página?

Pregunta 4. ¿Pagaría por una suscripción VIP a nuestra página?

¿Pagaría por una suscripción VIP a nuestra página?		
SI		19
NO		6

Una de las tendencias actuales es la personalización y el pago por servicio especiales o personalizables en páginas web y en apps. Esto permite que los usuarios puedan acceder a diferentes funciones o herramientas y personalizarlas para facilitar su navegación.

3.11 Plan de Mercadeo

3.11.1 Estrategia de Servicio

La estrategia de Servicio estará mediada por los momentos de verdad o interacciones del usuario con cada uno de los momentos de prestación del servicio. En ese sentido se manejarán los siguientes momentos de verdad:

Tabla 10. Estrategia de Servicio

Momento		Característica
1	Búsqueda	Se maneja el mismo nombre en el dominio de modo que se facilite su búsqueda: wfm.online A través de estrategias de posicionamiento de Google Ads se buscará posicionar el nombre entre los criterios de búsqueda para la categoría de servicio y mediante las palabras clave.

2	Diseño de la página web	El diseño de la página será moderno y funcional, llamativo y con toda la información de fácil acceso. Se usarán colores neutros que no saturen al usuario y pueda usar fácilmente los servicios de la página.
3	Herramienta de búsqueda	Buscador interactivo por países o idiomas mediante etiquetas que faciliten ubicación por criterios generales. Como búsqueda avanzada incluirá las preferencias por géneros musicales y programas radiales.
4.	Calidad del Sonido	Se manejará una calidad de audio de 360 Kbps (muy alta). Tendrá la premisa de la calidad depende de la estabilidad de la conexión del usuario
5	Favoritos	El usuario tendrá acceso a "Panel de Favoritos" por interacción del usuario
6	Soporte	Diferentes canales de atención y soporte a los usuarios con atención 24/7
7	Canales de comunidad	Se generarán interacciones entre usuarios por gustos comunes que permitan recomendaciones.

3.11.2 Política de Precios.

La página es de acceso gratuito. Una vez se cuente con un número de visitantes que permita generar una estrategia comercial de ventas de Pop Up y banners. Para determinar el valor a cobrar por esta publicidad se tienen en cuenta precios de paridad.

Actualmente según el mercado, la inversión en publicidad que realiza una empresa es de \$400.000 mensuales, por proveedor en paquetes s

3.11.3 Estrategia de Ventas.

La estrategia a utilizar es por medio de Google Ads garantizando una campaña de marketing digital que llegue a los usuarios de forma rápida y pagada. Google garantiza que los anunciantes obtengan un retorno de inversión positivo con sus campañas. Presenta ventajas de utilizarla porque la publicidad PPC es la más usada en las campañas de marketing digital. Además, permite la segmentación del target para llegar de forma precisa a ellos y obtención de tráfico.

Se utilizará esta estrategia porque se genera un tráfico de calidad de forma inmediata, y es ideal para negocios nuevos en la web. Además, se puede modular el tráfico en un periodo de tiempo específico aprovechando épocas concretas del año. También permite manejar mejor el presupuesto, ofrece excelentes precios para su publicidad de pago por clic y se puede controlar el por día, mensual y hasta el presupuesto por visita.

Por otra parte, también permite de manera fácil medir el ROI (retorno de inversión) y verificar de forma clara si la estrategia usada es la adecuada o se debe modificar.

Sin embargo, el aspecto más importante en la implementación de esta estrategia es la de reconocimiento de la marca y segmentación precisa. De esta manera, los clientes potenciales reconocen

la marca al aparecer en los primeros lugares de las búsquedas y entre más veces vean la marca más se sentirán familiarizados, por tanto, se genera mayor confianza.

Al alcanzar un número de visitas representativo se pueden generar los planes para publicidad de anunciantes garantizando un número de visitas, lo que dará mayor confianza de retorno de la inversión en WFM a sus anunciantes.

3.11.4 Estrategia de Distribución.

El servicio es una página web, por lo tanto, el acceso se da mediante internet y el uso de dispositivos electrónicos. La estrategia será el diseño y facilidad de interacción con la página que marque la diferenciación frente a servicios similares. Esta estrategia va ligada directamente a la Estrategia de Servicio y la definición de los momentos de verdad ya definidos en el punto 3.11.1

3.11.5 Promoción y publicidad.

En Google Ads se manejará una campaña de búsqueda que permite posicionarse en las búsquedas que realizan los usuarios. Cuando el usuario realiza su búsqueda en primer lugar se muestran anuncios relacionados que lo dirigirán a nuestra página. Normalmente estos son anuncios de solo texto.

4. ASPECTOS TÉCNICOS Y FINANCIEROS

4.1 Estudio Técnico del Proyecto.

WFM es una página web que permite, de manera gratuita, acceder a emisoras de radio gratuitas, en diferentes países del mundo con una alta calidad de sonido y herramientas de búsqueda que permitan al usuario satisfacer su necesidad de acceder a programas y música variada.

4.2 Requerimientos Técnicos, Tecnológicos y Científicos.

Para la correcta prestación del servicio se requiere:

Técnicos:

Tabla 11. Requisitos Técnicos

Oficina /estudio	Se necesita un espacio de 2x2 m con un escritorio y silla ergonómica. Acceso a puntos de conexión de internet con aireación y conexión a servicio público de luz
Escritorio y Silla	Escritorio y silla ergonómica

Tecnológicos:

Tabla 12. Requisitos Tecnológicos

PC	Procesador AMD Ryzen 5 5600x, Board Gigabyte B550m Ds3h Ac Amd Am4 Ddr4 Wifi Tarjeta gráfica RTX 4080, 32 GB RAM, 2 SSD 1TB C/U, refrigeración Cooler Master MasterAir MA624 Stealth, fuente de poder 1000W+ Bronce
UPC	Estabilizador de voltaje
Conexión a Internet	Plan de fibra óptica que permita conexión de alta velocidad.
Dominio	Dominio que permita el alojamiento de la página web y maneje todas las herramientas de seguridad y mantenimiento.

4.3 Mano de Obra Directa.

Se requiere una sola persona en la fase inicial del proyecto:

Tabla 13. Mano de Obra Directa

Administrador de Página	Persona con conocimientos en programación Java script y Html 5, diseño gráfico. Experiencia como Community Manager. No requiere formación profesional, pero es apreciado.
-------------------------	--

4.4 Localización de la Actividad Económica.

La página estará disponible de manera gratuita online. Sin embargo, será operada desde un espacio de oficina ubicado en la residencia del administrador de la página, de acuerdo con la descripción de requerimiento en el estudio técnico.

4.5 Previsión de Inversiones y Gastos Iniciales

Para la puesta en marcha de la página web, se tiene previsto en los criterios de inversión inicial cubrir gastos de operación de seis meses, que permitirían un posicionamiento de la página generando un número de visitas que haga viable la venta de espacios publicitarios (Pop Ups y banners), garantizando a los clientes tráfico y visualizaciones de sus pautas, que permitan ROI.

Tabla 14. Inversión Inicial

INVERSIÓN INICIAL		
Detalle	Características	Valor
PC	Procesador AMD Ryzen 5 5600x, Board Gigabyte B550m Ds3h Ac Amd Am4 Ddr4 Wifi Tarjeta gráfica RTX 4080, 32 GB RAM, 2 SSD 1TB C/U, refrigeración Cooler Master MasterAir MA624 Stealth, fuente de poder 1000W+ Bronce Estabilizador de voltaje, escritorio y silla.	\$7,000,000
Dominio	TLD.net	\$60,000
Protección Dominio	USD\$ 40 Anuales	\$170,000
Mantenimiento del dominio	\$150.000 mensuales x 6 meses	\$900,000
Diseño de página Web	Página web con buscador a diferentes emisoras online del mundo. adaptación de dispositivos, gestión multi idioma	\$2,500,000
Campaña Mercadeo Digital	Campaña de búsqueda Google Ads y difusión.	\$1,500,000
Renta del servidor	Alquiler mensual COP\$ 150.000 mensual x 6 meses	\$900,000
Plan internet Fibra óptica Movistar	Plan 900 megas COP\$ 166.293 X6 meses	\$997,758

Servicios Públicos	Luz (\$120.000 mensual) Agua (\$100.000 Bimensual) x 6 meses	\$1,020,000
Arriendo	% de arriendo en vivienda (\$450.000) x 6 meses	\$2,700,000
Nómina Administrador página	\$1.500.000 mensuales x 6 meses	\$9,000,000
Aportes trabajador independiente	\$457.800 mensuales x 6 meses	\$2,746,800
Provisión Primas/Cesantías/Vacaciones	Provisión 6 meses: Prima (\$750.000) Cesantías (\$750.000) Vacaciones (\$375.000)	\$1,875,000
Imprevistos		\$630,442
TOTAL INVERSIÓN INICIAL		\$32,000,000

Se requiere como inversión inicial que garantiza operación por los 6 primeros meses de treinta y dos millones de pesos.

Los costos mensuales se determinan por los gastos de operación y los costos administrativos.

Tabla 15. Costos Mensuales

COSTOS MENSUALES	
Renta del servidor	\$150,000
Plan Internet	\$166,293
Mantenimiento del Servidor	\$150,000
Publicidad (Diseño de banners y pop up)	\$680,000
Servicios Públicos (agua y luz)	\$170,000
Arriendo	\$450,000
Salario más aportes	\$1,957,800
TOTAL COSTOS MENSUALES	\$3,724,093



Calculadora de aportes para independientes y contratistas

Ingresos mensuales o valor mensual del contrato	\$1.500.000		
Ingreso base cotización (IBC)	\$1.160.000		
Salud	12.5%	▼	\$145.000
Pensión	16%	▼	\$185.600
FSP	0		\$0
ARL	Riesgo V - 6.96%	▼	\$80.800
CCF	4%	▼	\$46.400
Total aporte			\$457.800

Ilustración 6. Calculadora de aportes para independientes. 2023

4.6 Plan de Ventas

Se tiene proyectado en las ventas a partir del año 1, aunque la operación previa de la página sea de seis meses anteriores.

Teniendo en cuenta los precios del mercado, se establece una inversión por cliente mínima de \$620.000 anuales, teniendo en cuenta que el plan de medios dependerá de las intenciones y objetivos del plan de mercadeo digital del cliente.

Se toma este valor anual, aunque es el valor de un paquete que incluya Pop Ups y Banner.

Tabla 16. Proyección de Ventas

	Proyección de ventas				
	Año 1	Año 2 10%	Año 3 10%	Año 4 10%	Año 5 10%
Ventas	\$62,400,000	\$68,400,000	\$75,504,000	\$83,054,000	\$91,359,840
Costos	\$45,600,000	\$50,160,000	\$55,176,000	\$60,093,600	\$66,762,960
Utilidad bruta	\$ 16,800,000	\$ 18,240,000	\$ 20,328,000	\$ 22,960,400	\$ 24,596,880

4.7 Plan Económico y Financiero

Como se ha explicado anteriormente, el plan económico y financiero se establece bajo el planteamiento de asegurar la operación de la página de manera gratuita para los visitantes durante los primeros seis meses. De acuerdo a varias fuentes consultadas, una página web puede generar tráfico mensual entre 1000 y 15000 visitas. Se espera en los 6 meses alcanzar las 7.500 visitas correspondientes al 0.5% del mercado de radio escuchas online en el país (1.5 millones)

4.7.1 Gastos Preoperativos

Los gastos preoperativos están determinados, para WFM, por lo requerido para el diseño de la página:

Diseño de página Web: Página web con buscador a diferentes emisoras online del mundo. adaptación de dispositivos, gestión multi idioma . Valor de la inversión de acuerdo con el precio actual del mercado y la configuración inicial: \$2,500,000

Las actualizaciones y mantenimiento de la página estarán a partir de la operación a cargo del administrador de la misma.

4.7.2 Gastos Generales.

Se determinan por los costos mensuales (operativos y administrativos) que se requieren:

Tabla 17. Gastos Generales

Renta del servidor	\$150,000
Plan Internet	\$166,293
Mantenimiento del Servidor	\$150,000
Servicios Públicos (agua y luz)	\$170,000
Arriendo	\$450,000
Salario más aportes	\$1,957,800
Publicidad (Diseño de banners y pop up)	\$680,000
TOTAL COSTOS MENSUALES	\$3,724,093

4.7.3 Inversiones Iniciales

La inversión inicial se encuentra resumida en la siguiente tabla:

Tabla 18. Inversión Inicial

INVERSIÓN INICIAL		
Detalle		Valor
Preoperativo	Diseño de página Web	\$2,500,000
Muebles y Equipos		\$7,000,000
Tecnológicos	Dominio Protección Dominio Mantenimiento del dominio Renta del servidor	\$2,930,000
Servicios	Plan internet Fibra óptica Movistar Servicios Públicos	\$2,017,758
Campaña Mercadeo Digital	Campaña de búsqueda Google Ads y difusión.	\$1,500,000
Arriendo	% de arriendo en vivienda (\$450.000) x 6 meses	\$2,700,000
Gastos de nómina	Salario	\$13,621,800
Gastos de puesta en marcha e imprevistos		\$630,442
TOTAL INVERSIÓN INICIAL		\$31,500.000

4.7.4 Factibilidad Financiera

De acuerdo con las cifras establecidas anteriormente, se determinan los siguientes indicadores:

VAN (valor actual neto)	1.87 >1	Indica que el proyecto es rentable.
TIR	Utilidad del 27% con 13 clientes año 1	
P.E.	10 clientes permiten cubrir los costos mensuales	

4.7.5 Solicitud de Crédito

Se hace una comparación en la página web Comparabien, por un monto de #32,000,000 a 48 meses con un ingreso de \$2,500,000.

La mejor opción la da Coltefinanciera:

Coltefinanciera - Credito Consumo Variable

Institución: Coltefinanciera C.F.C. 

Producto: Crédito Libre Inversión Variable

Tipo de Préstamo: Libre Inversión

Moneda: Pesos

Ingresos Mínimos: \$ 0

[Compara Créditos de Consumo](#)

Haga realidad sus sueños de educación, vehículo, salud, recreación, hogar, o de adquirir cualquier tipo de bien y servicio accediendo a nuestros créditos de Libre Inversión con tasas competitivas y plazos flexibles.

Envío de Estado de Cuenta físico (mensual): \$ 0

Seguro de Vida: 0,000% MV

Tasas de Interés

Ingresos	Monto	Plazo	Tasa Efectiva - %EA
\$ 1.035.000 a más	\$5.000.000 a \$80.000.000	12 meses a 48 meses	14,00% a 37,49%

Tasa Moratoria: 37,56% anual

Figura 5. Simulador de Crédito Bancolombia - Fuente: <https://comparabien.com.co/creditos-consumo/result>

5. ASPECTOS LEGALES Y ORGANIZATIVOS.

5.1 Tipo de Persona Jurídica.

Para WFM se plantea su constitución como Sociedad de Acciones Simplificada SAS, que tiene las siguientes ventajas:

- ✓ No necesitan revisor fiscal y pueden ser personas naturales o jurídicas.
- ✓ Los comerciantes pueden fijar sus propias reglas para su sociedad, es decir, pueden tener estatutos flexibles.
- ✓ Puede ser constituida por personas naturales y jurídicas que desarrollen actividades comerciales y civiles, sin importar si son nacionales o extranjeras.
- ✓ Su creación puede ser por medio de un contrato privado autenticado e inscribiéndose en el registro mercantil de la Cámara de Comercio. Además, se debe diligenciar el Registro Único Empresarial (RUE), el formulario de inscripción en el Registro Único Tributario (RUT), el pago de la matrícula mercantil, el impuesto de registro y los derechos de inscripción.
- ✓ Las acciones pueden ser ordinarias, dividendo preferencial y sin derecho a voto, acciones con voto múltiple, acciones privilegiadas, acciones con dividendo fijo o acciones de pago.
- ✓ Su duración no está determinada, lo que significa que no tiene que hacer reformas estatutarias y, por lo tanto, baja los costos.
- ✓ El pago de capital puede diferirse por dos años y así permite a los socios obtener capital para el pago de las acciones.
- ✓ No necesita revisor fiscal, a menos que sus activos suman más de tres mil salarios mínimos.
- ✓ Se puede dar mayor poder de voto en los estatutos sociales o prohibir la negociación de acciones hasta por diez años, prorrogables por otra década más.
- ✓ Los accionistas pueden renunciar a su derecho de ser convocados a una reunión de socios o reunirse fuera del domicilio de la sociedad. Entre otros beneficios.

En el Anexo 1 se encuentra el borrador de la minuta de constitución de World FM SAS y en el Anexo 2 el RUT.

5.2 Marco Legal para WFM.

Para lo pertinente es necesario tener en cuenta dos leyes, estas se encargarán de regular todos y cada uno de los asuntos inherentes al desarrollo de las funciones comerciales y administrativas:

DECRETO 410 DE 1971 “Código de Comercio”

Este tiene como fin darnos los parámetros a cumplir con la normativa referente a el ejercicio de la actividad comercial tanto en la aplicación de las conductas comerciales, así como en lo referente a las políticas de competencia desleal y propiedad industrial.

DECRETO 2663 DE 1950 “CÓDIGO SUSTANTIVO DEL TRABAJO”

La presente norma nos permitirá dar aplicación a todas las obligaciones que tengamos como empleadores frente a los empleados.

Resoluciones proferidas por El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MINTIC).

Estas son necesarias para identificar todas las nuevas tecnologías de la información, con el fin que nuestra labor este acorde con el Plan de desarrollo tecnológico de nuestro país.

En el Anexo 3, se encuentra el formato de contrato laboral.

ANEXOS

Anexo 1. Minuta de Constitución World FM SAS

/

MODELO DOCUMENTO PRIVADO DE CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA S.A.S

SILENCE'S S.A.S.

ACTO CONSTITUTIVO

En el municipio de Cundinamarca, siendo las 12:30 p.m del día 13 de febrero del año 2020, se reunieron en *carrera 78 #42g 09* las siguientes personas:

NOMBRE COMPLETO	IDENTIFICACIÓN			DOMICILIO (MUNICIPIO)
	TIPO DE IDENTIFICACIÓN	NÚMERO	LUGAR DE EXPEDICION	
Héctor Felipe Moreno Bernal	Cedula de ciudadanía	1001271847	Bogotá D.C	Bogotá D.C

Quienes para todos los efectos se denominará(n) el(los) constituyente(s) y mediante el presente escrito manifiesto (amos) mi (nuestra) voluntad de constituir una Sociedad por Acciones Simplificada, que se regulará conforme lo establecido en la ley y en los siguientes estatutos:

Estatutos

Capítulo I

Nombre, Nacionalidad, Domicilio, Duración y Objeto Social

ARTÍCULO 1.- Nombre.- La compañía que por este documento se constituye es una Sociedad por Acciones Simplificada, de naturaleza comercial, con nacionalidad colombiana, denominada *SILENCE'S S.A.S.* y podrá utilizar la sigla, regida por las cláusulas contenidas en estos estatutos, en la Ley 1258 de 2008 y en las demás disposiciones legales relevantes.

En todos los actos y documentos que emanen de la sociedad, destinados a terceros, la denominación estará siempre seguida de las palabras: "Sociedad por Acciones Simplificada" o de las iniciales "S.A.S."

ARTÍCULO 2.- Domicilio.- El domicilio principal de la sociedad será el municipio de *Bogotá*, departamento Cundinamarca y su dirección para notificaciones judiciales será la *Carrera 78 #42g 09 sur*. La sociedad podrá crear sucursales, agencias o dependencias en otros lugares del país o del exterior, por disposición de la Asamblea General de Accionistas.

ARTÍCULO 3.- Término de duración.- El término de duración será indefinido.

ARTÍCULO 4.- Objeto social.- La sociedad tendrá como objeto principal *retransmitir radiodifusoras de todas partes del mundo*. Así mismo, podrá realizar cualquier otra actividad económica lícita tanto en Colombia como en el extranjero.

La sociedad podrá llevar a cabo, en general, todas las operaciones, de cualquier naturaleza que ellas fueren, relacionadas con el objeto mencionado, así como cualesquiera actividades similares, conexas o complementarias o que permitan facilitar o desarrollar el comercio o la industria de la sociedad.

Capítulo II Capital, Acciones y Régimen de las Acciones

ARTÍCULO 5.- Capital Autorizado, EL capital autorizado de la sociedad es:

CAPITAL AUTORIZADO		
VALOR TOTAL	N° ACCIONES	VALOR NOMINAL
20.000.000	1	20.000.000

ARTÍCULO 6.- Capital Suscrito.- El capital suscrito inicial de la sociedad es:

CAPITAL SUSCRITO		
VALOR TOTAL	N° ACCIONES	VALOR NOMINAL
20.000.000	1	20.000.000

Los accionistas han suscrito el capital de la siguiente forma:



Accionista	No de acciones	Valor	%
Héctor Moreno	1	20.000.000	100



ARTÍCULO 7.- Capital Pagado.- El capital pagado de la sociedad es:

CAPITAL PAGADO		
VALOR TOTAL	N° ACCIONES	VALOR NOMINAL
20.000.000	1	20.000.000

Parágrafo. Forma y Términos en que se pagará el capital.- El monto de capital suscrito se pagará, en dinero efectivo, dentro de (meses) 4 meses siguientes a la fecha de la inscripción en el registro mercantil del presente documento.

ARTÍCULO 8.- Derechos que confieren las acciones.- En el momento de la constitución de la sociedad, todos los títulos de capital emitidos pertenecen a la misma clase de acciones ordinarias.

A cada acción le corresponden los siguientes derechos:

- a) El de deliberar y votar en la Asamblea de Accionistas de la Sociedad;
- b) El de percibir una parte proporcional a su participación en el capital de la sociedad de los beneficios sociales establecidos por los balances de fin de ejercicio;
- c) El de inspeccionar libremente los libros y papeles sociales, dentro de los cinco (5) días hábiles anteriores a la fecha en que deban aprobarse los balances de fin de ejercicio, en los eventos previstos en el artículo 20 de la ley 1258 de 2008;
- d) El de recibir, en caso de liquidación de la sociedad, una parte proporcional a su participación en el capital de la sociedad de los activos sociales, una vez pagado el pasivo externo de la sociedad.

Los derechos y obligaciones que le confiere cada acción a su titular les serán transferidos a quien las adquiriere, luego de efectuarse su cesión a cualquier título.

La propiedad de una acción implica la adhesión a los estatutos y a las decisiones colectivas de los accionistas.

ARTÍCULO 9.- Naturaleza de las acciones.- Las acciones serán nominativas y deberán ser inscritas en el libro que la sociedad lleve conforme a la ley.

ARTÍCULO 10.-Aumento del capital suscrito. El capital suscrito podrá ser aumentado sucesivamente por todos los medios y en las condiciones previstas en estos estatutos y en la ley. Las acciones ordinarias no suscritas en el acto de constitución podrán ser emitidas mediante decisión del representante legal, quien aprobará el reglamento respectivo y formulará la oferta en los términos que se prevean en el reglamento.

ARTÍCULO 11.- Derecho de Preferencia. Salvo decisión de la asamblea general de accionistas, aprobada mediante votación de uno o varios accionistas que representen cuando menos el setenta por ciento de las acciones presentes en la respectiva reunión, el reglamento de colocación preverá que las acciones se coloquen con sujeción al derecho de preferencia, de manera que cada accionista pueda suscribir un número de acciones proporcional a las que tenga en la fecha del aviso de oferta. El derecho de preferencia también será aplicable respecto de la emisión de cualquier otra clase títulos, incluidos los bonos, los bonos obligatoriamente convertibles en acciones, las acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto, las acciones con dividendo fijo anual y las acciones privilegiadas.

Parágrafo 1.- El derecho de preferencia a que se refiere este artículo, se aplicará también en hipótesis de transferencia universal de patrimonio, tales como liquidación, fusión y escisión en cualquiera de sus modalidades. Así mismo, existirá derecho de preferencia para la cesión de fracciones en el momento de la suscripción y para la cesión del derecho de suscripción preferente.

Parágrafo 2.- No existirá derecho de retracto a favor de la sociedad.

ARTICULO 12.- Clases y Serie de Acciones.- Por decisión de la asamblea general de accionistas, adoptada por uno o varios accionistas que representen la totalidad de las acciones suscritas, podrá ordenarse la emisión de acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto, con dividendo fijo anual, de pago o cualesquiera otras que los accionistas decidieren, siempre que fueren compatibles con las normas legales vigentes. Una vez autorizada la emisión por la asamblea general de accionistas, el representante legal aprobará el reglamento correspondiente, en el que se establezcan los derechos que confieren las acciones emitidas, los términos y condiciones en que podrán ser suscritas y si los accionistas dispondrán del derecho de preferencia para su suscripción.

Parágrafo.- Para emitir acciones privilegiadas, será necesario que los privilegios respectivos sean aprobados en la asamblea general con el voto favorable de un número de accionistas que represente por lo menos el 75% de las acciones suscritas. En el reglamento de colocación de acciones privilegiadas, que será aprobado por la asamblea general de accionistas, se regulará el derecho de preferencia a favor de todos los accionistas, con el fin de que puedan suscribirlas en proporción al número de acciones que cada uno posea en la fecha del aviso de oferta.

ARTICULO 13.- Voto Múltiple.- Salvo decisión de la asamblea general de accionistas aprobada por el 100% de las acciones suscritas, no se emitirán acciones con voto múltiple. En caso de emitirse acciones con voto múltiple, la asamblea aprobará, además de su emisión, la reforma a las disposiciones sobre quórum y mayorías decisorias que sean necesarias para darle efectividad al voto múltiple que se establezca.

ARTÍCULO 14.- Acciones de Pago.- En caso de emitirse acciones de pago, el valor que representen las acciones emitidas respecto de los empleados de la sociedad, no podrá exceder de los porcentajes previstos en las normas laborales vigentes.

Las acciones de pago podrán emitirse sin sujeción al derecho de preferencia, siempre que así lo determine la asamblea general de accionistas.

ARTÍCULO 15- Transferencia de Acciones a una Fiducia Mercantil.- Los accionistas podrán transferir sus acciones a favor de una fiducia mercantil, siempre que en el libro de registro de accionistas se identifique a la compañía fiduciaria, así como a los beneficiarios del patrimonio autónomo junto con sus correspondientes porcentajes en la fiducia.

ARTICULO 16.- Restricciones a la Negociación de Acciones.- Durante un término de cinco años, contado a partir de la fecha de inscripción en el registro mercantil de este documento, las acciones no podrán ser transferidas a terceros, salvo que medie autorización expresa, adoptada en la asamblea general por accionistas representantes del 100% de las acciones suscritas. Esta restricción quedará sin efecto en caso de realizarse una transformación, fusión, escisión o cualquier otra operación por virtud de la cual la sociedad se transforme o, de cualquier manera, migre hacia otra especie asociativa.

La transferencia de acciones podrá efectuarse con sujeción a las restricciones que en estos estatutos se prevén, cuya estipulación obedeció al deseo de los fundadores de mantener la cohesión entre los accionistas de la sociedad.

ARTICULO 17.- Cambio de Control- Respecto de todos aquellos accionistas que en el momento de la constitución de la sociedad o con posterioridad fueren o llegaren a ser una sociedad, se aplicarán las normas relativas a cambio de control previstas en el artículo 16 de la Ley 1258 de 2008.

Capítulo III

Dirección, Administración, Representación Y Revisoría Fiscal De La Sociedad

ARTÍCULO 18.- Órganos de la sociedad.- La sociedad tendrá un órgano de dirección, denominado asamblea general de accionistas y un representante legal denominado gerente. La revisoría fiscal solo será provista en la medida en que lo exijan las normas legales vigentes.

ARTÍCULO 19.- Sociedad devenida unipersonal.- La sociedad podrá ser pluripersonal o unipersonal. Mientras que la sociedad sea unipersonal, el accionista único ejercerá todas las atribuciones que en la ley y los estatutos se le confieren a los diversos órganos sociales, incluidas las de representación legal, a menos que designe para el efecto a una persona que ejerza este último cargo.

Las determinaciones correspondientes al órgano de dirección que fueren adoptadas por el accionista único, deberán constar en actas o documento privado debidamente asentados en el libro correspondiente de la sociedad.

ARTÍCULO 20.- Asamblea general de accionistas.- La asamblea general de accionistas la integran el o los accionistas de la sociedad, reunidos con arreglo a las disposiciones sobre convocatoria, quórum, mayorías y demás condiciones previstas en estos estatutos y en la ley.

Cada año, dentro de los tres meses siguientes a la clausura del ejercicio, el 31 de diciembre del respectivo año calendario, el representante legal convocará a la reunión ordinaria de la asamblea general de accionistas, con el propósito de someter a su consideración las cuentas de fin de ejercicio, así como el informe de gestión y demás documentos exigidos por la ley.

La asamblea será presidida por el representante legal y en caso de ausencia de éste, por la persona designada por el o los accionistas que asistan.

Los accionistas podrán participar en las reuniones de la asamblea, directamente o por medio de un poder conferido a favor de cualquier persona natural o jurídica, incluido el representante legal o cualquier otro individuo, aunque ostente la calidad de empleado o administrador de la sociedad.

Los accionistas deliberarán con arreglo al orden del día previsto en la convocatoria. Con todo, los accionistas podrán proponer modificaciones a las resoluciones sometidas a su aprobación y, en cualquier momento, proponer la revocatoria del representante legal.

La asamblea general de accionistas tendrá, además de las funciones previstas en el ARTÍCULO 420 del Código de Comercio, las contenidas en los presentes estatutos y en cualquier otra norma legal vigente. Son funciones de la asamblea general entre otras:

- a) Aprobar su propio reglamento.
- b) Ejercer la suprema dirección de la sociedad y velar por el cumplimiento de su objeto social, interpretar los estatutos, fijar la orientación y política generales de sus actividades.
- c) Reformar los estatutos.
- d) Elegir y remover libremente y asignarle remuneración al gerente para períodos de un año por el sistema de mayoría simple.
- e) Estudiar, aprobar o improbar, con carácter definitivo, los estados financieros e informes de gestión presentados a su consideración por el representante legal.
- f) Decretar la disolución y liquidación de la sociedad.
- g) Elegir el liquidador o los liquidadores al hacerse la liquidación.
- h) Las demás que le correspondan por naturaleza, como máximo órgano de La sociedad y que no hayan sido asignadas por los estatutos a otro órgano.

ARTÍCULO 21.- Convocatoria a la asamblea general de accionistas.- La asamblea general de accionistas podrá ser convocada a cualquier reunión por el representante legal de la sociedad por medio escrito, electrónico, telefónico, o por el medio más expedito que considere quien efectúe las convocatorias dirigida a cada accionista con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles, tanto para las reuniones ordinarias como extraordinarias. Ha de tenerse en cuenta que para el computo de los días no debe tenerse en cuenta el día de la convocatoria ni el día de la reunión.

Uno o varios accionistas que representen por lo menos el 20% de las acciones suscritas podrán solicitarle al representante legal que convoque a una reunión de la asamblea general de accionistas, cuando lo estimen conveniente.

ARTÍCULO 22.- Reuniones.- La Asamblea de accionistas se reunirá ordinariamente una vez al año, a más tardar último día del mes de marzo y extraordinariamente cuando sea convocada por ella misma o por el representante legal.

Las reuniones ordinarias tendrán como finalidad estudiar las cuentas, el balance general de fin de ejercicio, acordar todas las orientaciones y medidas necesarias para el cumplimiento del objeto social y determinar las directrices generales acordes con la situación económica y financiera de la sociedad.

Las reuniones extraordinarias se efectuarán cuando lo requieran las necesidades imprevistas o urgentes.

Parágrafo 1.- Reunión Por Derecho Propio: En el evento en que transcurridos los tres primeros meses del año, no se haya efectuado la convocatoria para las reuniones ordinarias, la Asamblea General, se reunirá por derecho propio y sin necesidad de convocatoria, el primer día hábil del mes de abril, a las 10:00 a.m., en las instalaciones donde funcione la administración de la sociedad. En todo caso, podrán deliberar y decidir con cualquier número plural de asociados.

Parágrafo 2.- Reunión de Segunda Convocatoria: Si se convoca la Asamblea General y ésta no se reúne por falta de quórum, se citará a una nueva reunión que sesionará y decidirá válidamente con cualquier número plural de accionistas. La nueva reunión no deberá efectuarse antes de los diez (10) días hábiles, ni después de los treinta (30) días hábiles, contados desde la fecha fijada para la primera reunión. En todo caso, podrán deliberar y decidir con cualquier número plural de accionistas.

Parágrafo 3.- Reuniones No Presenciales: La Asamblea General podrá realizar las reuniones ordinarias y extraordinarias, de manera no presencial, siempre que se encuentre participando la totalidad de los accionistas. Tales reuniones pueden desarrollarse con comunicaciones simultáneas y sucesivas, es decir un medio que los reúna a todos a la vez, como el correo electrónico, la tele-conferencia, etc., o mediante comunicaciones escritas dirigidas al Representante Legal en las cuales se manifieste la intención del voto sobre un aspecto concreto, siempre que no pase más de un mes, desde el recibo de la primera comunicación y la última.

Parágrafo 4.- Reuniones universales: La Asamblea General se reunirá válidamente cualquier día y en cualquier lugar sin previa convocatoria, cuando se hallare representada la totalidad de los accionistas.

ARTÍCULO 23.- Régimen de quórum y mayorías decisorias: La asamblea deliberará con un número singular o plural de accionistas que representen cuando menos la mitad más uno de las acciones suscritas con derecho a voto.

Las determinaciones se adoptarán mediante el voto favorable de un número singular o plural de accionistas que represente cuando menos la mitad más una de las acciones presentes, salvo que en los estatutos o en la ley se prevea una mayoría decisoria superior para algunas decisiones, tales como:

- a) La realización de procesos de transformación, fusión o escisión debe ser aprobada por unanimidad por la totalidad de acciones suscritas.
- b) La modificación de la cláusula compromisoría debe ser aprobada por unanimidad por la totalidad de acciones suscritas.

ARTÍCULO 24.- Actas.- Las decisiones de la Asamblea General de Accionistas se harán constar en actas aprobadas por ella misma, por las personas individualmente delegadas para el efecto o por una comisión designada por la asamblea general de accionistas. En

caso de delegarse la aprobación de las actas en una comisión, los accionistas podrán fijar libremente las condiciones de funcionamiento de este órgano colegiado.

En las actas deberá incluirse información acerca de la fecha, hora y lugar de la reunión, el orden del día, las personas designadas como presidente y secretario de la asamblea, la identidad de los accionistas presentes o de sus representantes o apoderados con indicaciones de las acciones suscritas que poseen o representan, los documentos e informes sometidos a consideración de los accionistas, la síntesis de las deliberaciones llevadas a cabo, la transcripción de las propuestas presentadas ante la asamblea y el número de votos emitidos a favor, en contra y en blanco respecto de cada una de tales propuestas.

Las actas deberán ser firmadas por el presidente y el secretario de la asamblea. La copia de estas, autorizada por el secretario o por algún representante de la sociedad, será prueba suficiente de los hechos que consten en ellas, mientras no se demuestre la falsedad de la copia o de las actas.

ARTICULO 25.- Representación Legal - Gerente.- La representación legal de la Sociedad por Acciones Simplificada estará a cargo de una persona natural o jurídica, accionista o no, quien no tendrá un suplente, designado por la asamblea general de accionistas para un término de un año.

En caso de que la asamblea no realice un nuevo nombramiento, el representante legal continuará en el ejercicio de su cargo hasta tanto no se efectúe una nueva designación.

Las funciones del representante legal terminarán en caso de dimisión o revocación por parte de la asamblea general de accionistas, de deceso o de incapacidad en aquellos casos en que el representante legal sea una persona natural y en caso de liquidación privada o judicial, cuando el representante legal sea una persona jurídica.

La cesación de las funciones del representante legal, por cualquier causa, no da lugar a ninguna indemnización de cualquier naturaleza, diferente de aquellas que le correspondieren conforme a la ley laboral, si fuere el caso.

La revocación por parte de la asamblea general de accionistas no tendrá que estar motivada y podrá realizarse en cualquier tiempo.

En aquellos casos en que el representante legal sea una persona jurídica, las funciones quedarán a cargo del representante legal de ésta.

Toda remuneración a que tuviere derecho el representante legal de la sociedad, deberá ser aprobada por la asamblea general de accionistas

ARTÍCULO 26.- Facultades del representante legal - Gerente.- La sociedad será gerenciada, administrada y representada legalmente ante terceros por el representante legal, quien no tendrá restricciones de contratación por razón de la naturaleza ni de la cuantía de los actos que celebre. Por lo tanto, se entenderá que el representante legal podrá celebrar o ejecutar todos los actos y contratos comprendidos en el objeto social o que se relacionen directamente con la existencia y el funcionamiento de la sociedad.

El representante legal se entenderá investido de los más amplios poderes para actuar en todas las circunstancias en nombre de la sociedad, con excepción de aquellas facultades que, de acuerdo con los estatutos, se hubieren reservado los accionistas. En las relaciones frente a terceros, la sociedad quedará obligada por los actos y contratos celebrados por el representante legal.

Le está prohibido al representante legal y a los demás administradores de la sociedad, por sí o por interpuesta persona, obtener bajo cualquier forma o modalidad jurídica préstamos por parte de la sociedad u obtener de parte de la sociedad aval, fianza o cualquier otro tipo de garantía de sus obligaciones personales.

ARTÍCULO 27.- Revisoria Fiscal. La sociedad no tendrá Revisor Fiscal mientras no esté obligada por la Ley. De llegar a encontrarse en los supuestos legales que hacen obligatoria la provisión de dicho cargo, se procederá a la designación por parte de la asamblea general de accionistas, y su nombramiento se efectuará con posterioridad a la constitución de la sociedad.

Capítulo IV Estados Financieros, Reservas Y Distribución De Utilidades

ARTÍCULO 28.- Estados Financieros Y Derecho De Inspección. La sociedad tendrá ejercicios anuales y al fin de cada ejercicio social, el 31 de diciembre, la Sociedad deberá cortar sus cuentas y preparar y difundir estados financieros de propósito general de conformidad con las prescripciones legales y las normas de contabilidad establecidas, los cuales se someterán a la consideración de la Asamblea de Accionistas en su reunión ordinaria junto con los informes, proyectos y demás documentos exigidos por estos estatutos y la ley.

Tales estados, los libros y demás piezas justificativas de los informes del respectivo ejercicio, así como éstos, serán depositados en las oficinas de la sede principal de la administración, con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles al señalado para su aprobación.

ARTÍCULO 29. Reserva Legal. De las utilidades líquidas de cada ejercicio la sociedad destinará anualmente un diez por ciento (10%) para formar la reserva legal de la sociedad hasta completar por lo menos el cincuenta por ciento (50%) del capital suscrito.

ARTÍCULO 26.- Nombramientos. Los accionistas constituyentes de la sociedad han designado por unanimidad en este acto constitutivo, a Héctor Felipe Moreno Bernal identificado con el documento de identidad No. (1001271847), como gerente de SILENCE'S S.A.S., por el término de 1 año.

Héctor Felipe Moreno Bernal participa (n) en el presente acto constitutivo a fin de dejar constancia acerca de su aceptación del cargo para el cual ha sido designado, así como para manifestar que no existen incompatibilidades ni restricciones que pudieran afectar su designación como representante legal de SILENCE'S S.A.S.

Luego de la inscripción del presente documento en el Registro Mercantil, la empresa formará una persona jurídica distinta de sus accionistas, conforme se dispone en el artículo 2º de la Ley 1258 de 2008.

En constancia firman los socios accionistas constituyentes:

1001271847
C.C.

Anexo 2. RUT World FM SAS

		Formulario del Registro Único Tributario		<div style="background-color: #0056b3; color: white; padding: 5px; font-weight: bold; font-size: 24px;">001</div>	
2. Concepto <input type="checkbox"/> 0 <input checked="" type="checkbox"/> 1 Inscripción			4. Número de formulario 14779974827		
					
5. Número de Identificación Tributaria (NIT) 1 0 0 1 2 7 1 8 4 7 8		8. DV 8	12. Dirección principal Bogotá D.C.		14. Durón electrónico 3 2
IDENTIFICACIÓN					
24. Tipo de contribuyente Persona natural o sucesión ilíquida 2		25. Tipo de documento Cédula de ciudadanía 1 3		26. Número de identificación 1 0 0 1 2 7 1 8 4 7	27. Fecha expedición 2 0 2 0 0 1 1 7
28. País COLOMBIA 1 6 9		29. Departamento Bogotá D.C. 1 1		30. Ciudad/Municipio Bogotá, D.C. 0 0 1	
31. Primer apellido MORENO		32. Segundo apellido BERNAL		33. Primer nombre HÉCTOR	34. Otros nombres FELIPE
28. Durón social WORLD FM					
29. Nombre comercial WFM					
UBICACIÓN					
38. País COLOMBIA 1 6 9		39. Departamento Bogotá D.C. 1 1		40. Ciudad/Municipio Bogotá, D.C. 0 0 1	
41. Dirección principal CR 78 42 G 9 SUR					
42. Correo electrónico morenohector257@gmail.com					
43. Código postal			44. Teléfono 1 3 0 2 8 5 6 3 0 3 4		45. Teléfono 2 3 8 7 3 8 7 4
CLASIFICACIÓN					
Actividad económica					
46. Código 0 6 6 6		47. Fecha inicio actividad 2 0 2 1 0 8 1 8		48. Código 7 4 9 0	
		49. Fecha inicio actividad 2 0 2 1 0 8 1 8		50. Código 2	
				51. Código	
				52. Número de establecimiento	
Responsabilidad, Calidad y Atributos					
53. Código <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 0					
20-Obligación RUT					
Ubicación aduanera					
54. Código					
Exportación					
55. Forma		56. Tipo Bandeja		57. Modo 2 3	
				58. CPC	
IMPORTANTE: Sin perjuicio de las verificaciones que haya lugar, la inscripción en el Registro Único Tributario (RUT) tendrá vigencia inmediata y en consecuencia no se exigirá su notificación.					
Para uso exclusivo de la DIAN					
59. Anexos SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		60. No. de Folios <input type="text" value="1"/>		61. Fecha <input type="text" value="2021-08-18 14:55:31"/>	
La información suministrada a través del Formulario Único de Inscripción, actualización, suspensión y cancelación del Registro Único Tributario (RUT), deberá ser veraz y exacta; en caso de cometer transgresión en alguno de los datos suministrados se entenderán los presentados como declaraciones juradas y de responsabilidad, según el caso. Parágrafo del artículo 1.6.1.2.6 del Decreto 1468 del 2014. De igual manera el Formulario al inscribirse en el sistema, fue informado y aceptó la política de tratamiento de datos por parte de DIAN.			Sin perjuicio de las verificaciones que la DIAN realice. Firma autorizada.		
62. Nombre MORENO BERNAL HÉCTOR FELIPE			63. Cargo Contribuyente		
Fecha generación documento PDF: 19-01-2024 09:24 A.M.					

Anexo 3. Formato Contrato Laboral

CONTRATO DE TRABAJO INDEFINIDO

Nombre del Empleador:	Héctor Felipe Moreno Bernal
Domicilio de la Empresa:	Carrera 78 #42G 09 sur
Nombre del (la) Trabajador(a):	_____
Cédula de Ciudadanía:	_____
Dirección del (la) Trabajador(a):	_____
Teléfono:	_____
Lugar y fecha de Nacimiento:	_____
Fecha de Iniciación del Contrato:	21/02/2021
Nacionalidad:	_____
Cargo del (la) Trabajador(a):	Diseño de apps
E.P.S:	Compensar
A.F.P:	Compensar
A.R.L:	Compensar

Héctor Felipe Moreno Bernal identificado con cédula de ciudadanía No. 1001271847, con domicilio en el Municipio de Cundinamarca, quien en adelante se denominará "EMPLEADOR" y (NOMBRE DEL EMPLEADO), identificado con cédula de ciudadanía No. _____ residente en la _____, quien en adelante se denominará "TRABAJADOR". EL EMPLEADOR y TRABAJADOR en adelante se los denominará conjuntamente como "Partes" e individualmente como "Parte", quienes acuerdan celebrar el presente

CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO A TÉRMINO INDEFINIDO, para ser ejecutado en el domicilio, el cual se registrá por las siguientes cláusulas:

CLÁUSULAS

1ª OBJETO DEL CONTRATO: El EMPLEADOR para el cumplimiento de sus actividades contrata al TRABAJADOR en calidad de **DISEÑO DE APP MOVILES**. EL TRABAJADOR declara tener los conocimientos necesarios para el desempeño del cargo indicado y por tanto se obliga a realizar las siguientes funciones:

- 1) A poner al servicio del EMPLEADOR toda su capacidad para desarrollar el trabajo de la manera más eficiente y óptima

- 2) **Diseño de un aplicativo web compatible con smartphones con sistema operativo Android de 5.0 hacia adelante, capaz de recibir arreglos actualizaciones y reseñas de los usuarios y subscriptores que hagan uso de la misma.**

2º.- JORNADA Y HORARIO DE TRABAJO: EL TRABAJADOR se obliga a laborar la jornada ordinaria en los turnos y dentro de las horas señalados por EL EMPLEADOR, pudiendo hacer éste ajustes o cambios de horario cuando lo estime conveniente. Por el acuerdo expreso o tácito de las partes, podrán repartirse las horas de la jornada ordinaria en la forma prevista en el artículo 164 del Código Sustantivo del Trabajo, modificado por el artículo 23 de la Ley 50 de 1990, teniendo en cuenta que los tiempos de descanso entre las secciones de la jornada no se computan dentro de la misma, según el artículo 167 ibídem. Así mismo el EMPLEADOR y EL TRABAJADOR podrán acordar que la jornada semanal de cuarenta y ocho (48) horas se realice mediante jornadas diarias flexibles de trabajo, distribuidas en máximo seis (6) días a la semana con un (1) día de descanso obligatorio, que podrá coincidir o no con el domingo. En éste, el número de horas de trabajo diario podrá repartirse de manera variable durante la respectiva semana y podrá ser de mínimo cuatro (4) horas continuas y hasta diez (10) horas diarias sin lugar a ningún recargo por trabajo suplementario, cuando el número de horas de trabajo no exceda el promedio de cuarenta y ocho (48) horas semanales dentro de la jornada ordinaria de 6 a.m. a 9 p.m.

3º.- REMUNERACIÓN: Se remunerará con un salario mensual de un millón doscientos mil pesos (\$ 1'200.000) , pagaderos quincenalmente. Dentro de este pago se encuentra incluida la remuneración de los descansos dominicales y festivos de qué tratan los capítulos I y II del título VII del Código Sustantivo del Trabajo.

4º.- PLAZO DEL CONTRATO: Este contrato es un contrato a término indefinido a partir del día (03) mes (03) año (2022) y permanecerá mientras subsistan las causas que le dieron origen a ese contrato.

5º.- PERIODO DE PRUEBA: Los primeros dos (2) meses del presente contrato se consideran como período de prueba y, por consiguiente, cualquiera de las partes podrá terminar el contrato unilateralmente, en cualquier momento durante dicho período y no habrá lugar a pago de la indemnización.

6º.- LUGAR DE TRABAJO: El TRABAJADOR desempeñará las funciones para las cuales ha sido contratado en las instalaciones ubicadas en la carrera 78 #42G 09 sur, en la ciudad de Bogotá, para el cumplimiento cabal de las funciones a él encomendadas.

7º.- OBLIGACIONES DE LOS TRABAJADORES Y EMPLEADORES: Son justas causas para dar por terminado unilateralmente este contrato por cualquiera de las partes, las enumeradas en el artículo 7º del Decreto 2351 de 1965; y, además, por parte del EMPLEADOR, las faltas que para el efecto se califiquen como graves contempladas en el reglamento interno de trabajo de la compañía y sus políticas internas.

8º.- LEGISLACIÓN APLICABLE: Este contrato ha sido redactado estrictamente de acuerdo con la ley y la jurisprudencia y será interpretado de buena fe y en consonancia con el Código Sustantivo del Trabajo cuyo objeto, definido en su artículo 1º, es lograr la justicia en las relaciones entre empleadores y trabajadores dentro de un espíritu de coordinación económica y equilibrio social.

9º.- JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA: En caso de suscitarse discrepancias en la interpretación, cumplimiento y ejecución del presente Contrato y cuando no fuere posible llegar a un acuerdo entre las Partes, estas se someterán a los jueces competentes del lugar en que este contrato ha sido celebrado, así como al procedimiento determinados por la Ley.

10º.- SUSCRIPCIÓN: El presente contrato reemplaza en su integridad y deja sin efecto cualquier otro contrato verbal o escrito celebrado entre las partes con anterioridad. Las modificaciones que se acuerden al presente contrato se anotarán a continuación de su texto.

Para constancia se firma en dos o más ejemplares del mismo tenor y valor, ante testigos en la ciudad y fecha que se indican a continuación:

Se firma a los días tres (3) días del mes de marzo de 2022.

Héctor Moreno
El Empleador
C.C

El Trabajador
C.C.

BIBLIOGRAFÍA

- ANADOLU. (2019). *https://www.aa.com.tr*. Obtenido de [https://www.aa.com.tr](https://www.aa.com.tr/es/mundo/hay-44000-estaciones-de-radio-en-todo-el-mundo/1390616#:~:text=Seg%C3%BAAn%20los%20datos%20actuales%2C%20hay,radio%20en%20todo%20el%20mundo). Obtenido de <https://www.aa.com.tr/es/mundo/hay-44000-estaciones-de-radio-en-todo-el-mundo/1390616#:~:text=Seg%C3%BAAn%20los%20datos%20actuales%2C%20hay,radio%20en%20todo%20el%20mundo>.
- ANADOLU. (2019). *Revista Digital Agencia Anadolu*. Obtenido de <https://www.aa.com.tr>.
- COPE. (2024). *Cadena Cope*. Obtenido de https://www.cope.es/actualidad/sociedad/noticias/radio-medio-mas-creible-millones-personas-escuchan-cada-dia-20220213_1809290
- Naranjo, S. C. (2021). *Statista.com*. Obtenido de <https://es.statista.com/grafico/24166/uso-de-smartphone-y-pc-para-escuchar-radio-online/>
- Roa, M. M. (2023). *Statista*. Obtenido de <https://es.statista.com/grafico/31276/encuestados-en-paises-seleccionados-que-han-escuchado-la-radio-en-las-ultimas-cuatro-semanas/>
- RTVC. (2022). Obtenido de <https://www.radionacional.co/actualidad/resultados-de-la-encuesta-percepcion-de-calidad-de-los-servicios-de-telecomunicaciones#:~:text=2023%20-%2010%3A10,%C2%BFCu%C3%A1ntos%20colombianos%20escuchan%20radio%20a%20diario%3F%3B%20cozca%20los%20resultados>,
- Ser, C. (2023). *Cadena Ser*. Obtenido de <https://cadenaser.com/nacional/2023/05/08/la-radio-sigue-imparable-en-2023-cadena-ser/>
- WITEI. (2022). *WITEI*. Obtenido de <https://get.witei.com/es/articulos/que-tipos-de-servicios-existen-y-su-definicion/>