



**ESTUDIO DE MERCADO PARA LA CREACIÓN DE UNA APLICACIÓN MÓVIL
ESPECIALIZADA EN LA VENTA DE PRODUCTOS DEL MERCADO POR
INTERNET**

Guillermo Luciano Abril Romero.

Derly Johana Gómez Tovar

Universidad La Gran Colombia

Facultad de postgrados y formación continuada

Bogotá – Colombia

Septiembre 2018

Tesis o trabajo de investigación presentada(o) como requisito parcial para optar al título de:

Especialista en Gerencia

Guillermo Luciano Abril Romero

Derly Johana Gómez Tovar

Universidad La Gran Colombia

Facultad de Postgrados y formación continuada

Bogotá – Colombia

Septiembre 2018

NOTA DE ACEPTACIÓN

Observaciones

Firma Director Trabajo de Grado

Firma Presidente Jurado

Firma del Jurado

Firma del Jurado

Bogotá, 8 de septiembre 2018

Dedicatorias.

Dedico este trabajo de grado a mi madre “Olga Lucia Romero”, esposa “Diana Marcela Camacho” e hija “Mariajose Abril”, que sin su apoyo y guía no hubiese sido posible alcanzar un logro nuevo en mi vida, el buen ejemplo de mi madre y su disciplina hizo de mí una persona con sentido crítico, interesado en contribuir al desarrollo de la sociedad colombiana.

Guillermo Abril Romero

Dedico este trabajo de grado principalmente a Dios, por permitirme llegar hasta este momento tan importante en mi vida, de igual manera quiero expresar mi aprecio y agradecimiento a mis padres, por demostrarme su cariño y apoyo incondicional en cada paso de mi vida.

Johana Gómez Tovar

Agradecimientos.

Damos gratitudes a nuestros compañeros de estudio y profesores de especialización, dado que, gracias a los conocimientos adquiridos en cada una de las clases, nos desarrollamos aún más en nuestros componentes académicos, profesionales y personales.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Desarrollo económico y calidad de vida, bajo el componente económico en busca del bienestar, productividad y competitividad del país.

RESUMEN

Con la realización de este estudio de mercado se pretende establecer si es viable la creación de una aplicación móvil especializada en la venta de alimentos del mercado por internet, que permita a las personas ahorrar tiempos de desplazamiento, haciendo que puedan emplear dicho tiempo en otras actividades productivas. Por otra parte, esta aplicación ayudará a las personas a consultar en línea los productos que desean comprar, para que los puedan adquirir con las diferentes ofertas que ofrecen las cadenas de supermercados, lo cual contribuirá a minimizar el costo en la compra de alimentos.

Haciendo uso de información estadística presentada la Cámara Colombia de Comercio Electrónico e informes sobre navegación y ventas por internet se demostrará el incremento de las ventas realizadas por este medio, cual es la edad de las personas que más compran productos y realizan diferentes clases de transacciones en línea, el aumento en el nivel de confianza por parte de las familias para realizar operaciones comerciales por internet. (KPMG, 2017)

La encuesta aplicada a un grupo de 100 personas, nos muestra el promedio de transacciones que mensualmente los encuestados realizan por internet, cuales son las operaciones comerciales que más realicen, cual es el porcentaje de ingresos que destinan para la compra de alimentos, cual es el valor promedio de ingresos que destinan para la compra de alimentos,

cuales son los alimentos que más han comprado por internet, cuales son las características de los productos que tienen en cuenta al momento de realizar una compra.

Por medio de la aplicación de herramientas como el Benchmarking se analizará y estudiará empresas líderes en el sector, lo que permitirá adoptar algunos de sus procesos y mejorar aquellos en los que se identifiquen fallas.

Partiendo de la información presentada por el Ministerio de Tecnología, el DANE y las diversas investigaciones acerca del consumo de internet y el uso de aplicaciones móviles en Colombia, se evidenciará la importancia de los teléfonos móviles y de las aplicaciones que se encuentran en ellos, como herramientas que mejoran la calidad de vida de las personas y que permiten el acceso a información y a la realización de transacciones comerciales desde cualquier lugar del país.

Este trabajo mostrará que la idea de negocio es viable, teniendo en cuenta las actuales condiciones del mercado y las oportunidades que en este se presentan para esta clase de empresas.

Palabras Clave

Estudio de mercado, oferta, demanda, ventas, presupuesto, aplicación móvil, calidad de vida, minimizar costo, alianzas, convenios, descuento en línea, viabilidad.

ABSTRACT

With the completion of this market study is to establish whether it is viable to create a mobile application specialized in buying food from the market via the Internet, which allows

people to save travel time, making it possible to use that time in other activities productive. On the other hand, this application will help people to consult online the products they want to buy, so that they can buy them with the different offers offered by the supermarket chains, which will help to minimize the cost of buying food.

Making use of statistical information presented by the Colombian Chamber of Electronic Commerce and reports on navigation and purchases over the Internet will show the increase in purchases made by this means, which is the age of the people who most buy products and perform different kinds of transactions in line, the increase in the level of confidence on the part of families to carry out commercial operations over the internet.

The survey applied to a group of 100 people shows us the average number of monthly transactions that the respondents carry out online, which are the commercial operations they perform the most, which is the percentage of income that they allocate for the purchase of food, which is the average value of income that they allocate for the purchase of food, which are the foods that they have bought the most online, which are the characteristics of the products they take into account when making a purchase.

By means of the application of tools such as Benchmarking, leading companies in the sector will be analyzed and studied, which will allow adopting some of their processes and improving those in which failures are identified.

Based on the information presented by the Ministry of Technology, the DANE and the various research on internet consumption and the use of mobile applications in Colombia, the importance of mobile phones and the applications found in them will be evident, such as tools

that improve the quality of life of people and that allow access to information and to carry out commercial transactions from anywhere in the country.

This work will show that the business idea is viable, taking into account the current market conditions and the opportunities that are presented for this class of companies.

Keywords

Market study, supply, demand, sales, budget, mobile application, quality of life, minimize cost, alliances, agreements, online discount, viability.

Tabla de Contenidos

INTRODUCCIÓN	1
Antecedentes	3
Justificación	5
Planteamiento del Problema	6
Hipótesis	7
OBJETIVOS	8
Objetivo General.....	8
Objetivos Específicos.....	8
MARCO TEÓRICO.....	9
MARCO CONCEPTUAL	16
MARCO LEGAL.....	17
METODOLOGÍA.....	20
DESARROLLO	23
Demanda de una Aplicación Móvil Especializada en la Venta de Productos del Mercado por Internet.	23
Oferta de una Aplicación Móvil Especializada en la Venta de Productos del Mercado por Internet.	48

Estrategias de Marketing para la Aplicación Móvil Especializada en la Venta de Productos del Mercado por Internet.....	55
ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	59
CONCLUSIONES	64
RECOMENDACIONES.....	66
BIBLIOGRAFÍA	67
ANEXOS.....	70

Tabla de Graficas

Gráfica 1. Número de los encuestados que ha realizado compras por internet	23
Gráfica 2. Disposición a realizar compras por internet de las personas que nunca han realizado compras por internet.	24
Gráfica 3. Clase de productos del mercado para comprar por internet.....	25
Gráfica 4. Aplicaciones o plataformas para realizar compras por internet.....	26
Gráfica 5. Nivel de experiencia al realizar compras por internet	27
Gráfica 6. Inconvenientes al realizar compras por internet	28
Gráfica 7. Nivel de seguridad compras por internet	29
Gráfica 8. Frecuencia compra productos del mercado.....	30
Gráfica 9. Promedio de gastos en productos del mercado	31
Gráfica 10. Medios de pago preferidos.....	32
Gráfica 11. Expectativas al realizar compras en internet.....	33
Gráfica 12. Preferencias al comprar por internet	34
Gráfica 13. Preferencias en descuentos	35
Gráfica 14. Tiempo de entrega.....	36
Gráfica 15. Dispositivos para realizar transacciones	37
Gráfica 16. Sistema Operativo.....	38
Gráfica 17. Envío información publicitaria	39
Gráfica 18. Preferencia red social.....	40
Gráfica 19. Dotación personal de entregas	41
Gráfica 20. Empaque productos.....	42

Gráfica 21. Contacto antes de envío productos	43
Gráfica 22. Franja horaria entrega productos	44
Gráfica 23. Visibilidad quejas y comentarios	45
Gráfica 24. Contacto servicio postventa	46

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo pretende realizar un estudio de mercado para determinar la viabilidad en la creación de una aplicación móvil que permita la venta de productos del mercado desde diferentes clases de dispositivos móviles, esta aplicación tendrá convenio con grandes, medianas y pequeñas superficies de supermercados, a través de la aplicación las personas podrán seleccionar los productos que necesitan, de manera simultánea la aplicación revisará entre las superficies quien ofrece el mejor precio para este producto y realizará la reserva del mismo, el mismo procedimiento se llevará a cabo cuando cada producto sea agregado a la lista de compras.

Esta aplicación móvil contribuirá para que las familias minimicen los costos en la compra de los productos que mes a mes necesitan, beneficiándose de los precios más bajos del mercado, el ahorro que las familias realicen contribuirá al mejoramiento de su calidad de vida.

Por medio de herramientas como el Benchmarking se estudiará y analizará empresas líderes en el sector, para determinar cuál es la estructura de negocios que emplean, incorporando y mejorando las buenas prácticas empresariales con las cuales ellos realizan sus operaciones.

Teniendo en cuenta un informe presentado por la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico, el cual fue realizado con base en información entregada por la Compañía Netrica, quien se encarga del análisis de datos de las transacciones comerciales realizada por internet, desde diferentes clases de dispositivos, muestra que en promedio en Colombia durante el último trimestre de 2017, 4.4 millones de personas de manera mensual buscaron información acerca de supermercados, de estas personas cerca de 736000 en promedio mensual efectuaron alguna orden de compra. (Netrica, 2017)

Por su parte en el mes de mayo del año 2018 la revista Dinero, publicó un artículo el cual señala que en Colombia en el año 2017 las transacciones digitales aumentaron un 36%, en este documento también se menciona que el nivel de confianza por parte de los compradores se ha incrementado, lo anterior dado que el medio preferido para realizar de compras a través del comercio electrónico son las tarjeta de crédito. (Dinero, 2018)

Antecedentes

Las aplicaciones móviles adquieren gran importancia en el años 2007, cuando la compañía Apple lanza al mercado su primer I Phone, con la aparición de este nuevo dispositivo Apple también realiza el lanzamiento de la tienda virtual App Store, en esta plataforma los diferentes desarrolladores ponían al alcance de los usuarios diferentes aplicaciones.

La estrategia de Apple consistía en atraer a diversos desarrolladores para que inventaran nuevas aplicaciones móviles, realizando una oferta del 70% de las ventas de cada aplicación, por consiguiente, en el año 2008, se dice que existía una aplicación móvil para prácticamente todo.

Android Market fue creado por Google para dispositivos diferentes a Iphone y cuyo sistema operativo era Android, posteriormente se realiza el cambio de nombre a Google Play.

(Rojas, 2015)

En la actualidad las aplicaciones móviles tienen gran relevancia para cualquier negocio, es indispensable que toda compañía posea una página web y una aplicación móvil, que permita a los clientes tener acceso a información en tiempo real, realizar pedidos, efectuar consultas en línea y demás.

El comercio representa grandes fuentes de ingresos para la economía global, pero este término no es algo novedoso, si nos remontamos a principios del año 1920, en Estados Unidos se comenzaban a realizar las primeras venta por catálogo, mediante fotos impresas de los productos de realizaba la oferta de los bienes y servicios, para los años 80s con la aparición de las primeras computadoras y del televisor se realiza la venta de estos productos por medio de las televentas.

(Montes M. E., 2012)

Por otra parte, empresas como Amazon y eBay, permitieron que el comercio electrónico tuviera más reconocimiento, estas dos compañías especializadas en las ventas en línea, han crecido en mayor porcentaje en la última década, las ventas en línea crecen cuatro veces más que las físicas, y a nivel mundial, un 20% más que su año anterior.

Los países que ocupan los primeros lugares en venta en línea son Estado Unidos y China, con Reino Unido y Alemania como las siguientes opciones. El auge de nuevas compañías como Alibaba, ha permitido que el mercado chino de ventas en línea haya tenido un mayor crecimiento. (VISA, 2016)

“El primer estudio que realizó la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico CCCE para el 2013, referente a las transacciones no presenciales, mostraba una participación importante de este canal representado por transacciones a través de las redes procesadoras de pago iguales a USD\$8,283 que correspondían al 2,19% del PIB de ese año. Para el 2014, se ve un importante crecimiento con transacciones no presenciales de USD\$9,961, las cuales corresponden a un 2,62% del PIB de dicho año.” (Montes M. F., 2015)

La anterior información muestra un avance en Colombia en las compras en línea, sin embargo deja al descubierto que aún existe temor por parte de los clientes para realizar compras a través de las plataformas virtuales, se deben fortalecer los mecanismos de comunicación para enseñar a las personas que estas aplicaciones y plataformas ofrecen grandes niveles de seguridad, a su vez se deben resaltar otros beneficios que se pueden obtener al realizar compras desde la comodidad del hogar, oficio, universidad o cualquier otro lugar, usando solamente los teléfonos celulares, tabletas, computadores u otro dispositivo móvil.

En Colombia se presenta una buena oportunidad de negocio para el comercio electrónico por medio de las aplicaciones móviles que faciliten realizar transacciones, dado que es un mercado que se encuentra en proceso de expansión y aun presenta ventajas para los nuevos desarrollos.

Justificación

Teniendo en cuenta el incremento en el número de transacciones virtuales que de manera diaria realizan diferentes personas alrededor del mundo, para comprar toda clase de productos desde ropa, partes de carros, tecnología, productos del mercado, etc., y con base en un informe presentado por la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico (Netrica, 2017), el cual fue realizado teniendo en cuenta información entregada por la Compañía Netrica, quien se encarga del análisis de datos de las transacciones comerciales realizada por internet, desde diferentes clases de dispositivos, muestra que en promedio en Colombia durante el último trimestre de 2017, 4.4 millones de personas de manera mensual buscaron información acerca de supermercados, de estas personas cerca de 736000 en promedio mensual efectuaron alguna orden de compra (Netrica, 2017).

Por su parte en el mes de mayo del año 2018 la revista Dinero, publicó un artículo el cual señala que en Colombia en el año 2017 las transacciones digitales aumentaron un 36%, en este documento también se menciona que el nivel de confianza por parte de los compradores se ha incrementado, lo anterior dado que el medio preferido para realizar compras a través del comercio electrónico es la tarjeta de crédito. (Dinero, 2018)

Con base en lo expuesto anteriormente, se hace necesario la realización de un estudio de mercado que determine la puesta en marcha de una aplicación móvil especializada en la venta de

producto del mercado por internet, de igual manera este estudio definirá las características y variables que debe tener la aplicación para ser llamativa e interesante ante un gran grupo de usuarios.

Planteamiento del Problema

¿La creación de una aplicación móvil especializada en la venta de productos del mercado por internet, contribuirá al ahorro en el gasto de los hogares bogotanos?

Descripción del Problema

Las actuales condiciones del mercado y el incremento en el número de transacciones que se realizan por internet en la compra de múltiples artículos permiten inferir que es viable la creación de aplicaciones móviles, que faciliten el realizar transacciones para adquirir diferentes clases de productos o servicios por internet, desde la comodidad de la casa.

Según un informe presentado por la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico (Netrica, 2017), el cual se realizó con base en información entregada por la Compañía Netrica, quien se encarga del análisis de datos de las transacciones comerciales realizada por internet, muestra que en promedio en Colombia durante el último trimestre de 2017, 4.4 millones de personas de manera mensual buscaron información acerca de supermercados, de estas personas cerca de 736000 en promedio mensual efectuaron alguna orden de compra. (Netrica, 2017)

Por otra parte en el mes de mayo del año 2018 la revista Dinero, publicó un artículo el cual señala que en Colombia en el año 2017 las transacciones digitales aumentaron un 36%, en este documento también se menciona que el nivel de confianza por parte de los compradores se

ha incrementado, lo anterior dado que el medio preferido para realizar de compras a través del comercio electrónico son las tarjeta de crédito. (Dinero, 2018)

A su vez, teniendo en cuenta los altos costos de los productos de la canasta familiar, se hace necesaria la oferta de formas alternativas de ventas de productos del mercado, que permita a las familias adquirir gran variedad de alimentos a costos reducidos, contribuyendo con el ahorro de las mismas.

Las anteriores son las razones que conllevan esta investigación e idea de negocio, las cuales enmarcan esta oportunidad de negocio en cuanto a la creación de la aplicación móvil especializada en la venta de productos del mercado por internet.

Hipótesis

El nivel de percepción acerca de la seguridad en las transacciones realizadas por internet se ha incrementado, lo cual se evidencia en el aumento en el número de personas que realizan compras por internet, y a su vez permite establecer que es viable la creación de una aplicación móvil especializada en la venta de alimentos del mercado por internet.

OBJETIVOS

Objetivo General

Realizar un estudio de mercado para la creación de una aplicación móvil especializada en la venta de productos del mercado por internet.

Objetivos Específicos

- Establecer la demanda de una aplicación móvil especializada en la venta de productos del mercado por internet.
- Formular la oferta de una aplicación móvil especializada en la venta de productos del mercado por internet.
- Proponer estrategias de marketing para la aplicación móvil especializada en la venta de productos del mercado por internet.

MARCO TEÓRICO.

El estudio de mercado de acuerdo con diversas definiciones proporcionadas por los autores como Philip Kotler, Paul Boom, Thomas Hayes es una herramienta de mercadeo que busca proyectar, compilar, analizar e informar, mediante el uso de diferentes estrategias información importante sobre el mercado en el que se encuentra la organización o al cual se desea incursionar, estos estudios pueden determinar entre otros lo siguiente: gustos y características de los consumidores, nivel de ingresos y poder de compra, frecuencia de compra, posible demanda de los bienes o servicios ofertados, condiciones del mercado, características de la competencia. (Kotler Philip, 2004)

La información recopilada ayudará a tomar decisiones y establecer los planes de acción de conformidad con las características del mercado, el estudio del mercado tiene varios objetivos entre los cuales se pueden resaltar:

El objetivo primordial es buscar, encontrar, adquirir información que permita conocer o diagnosticar cuales son las condiciones actuales del mercado en el cual se encuentra la organización o al que desea incursionar, dicha información contribuirá a una adecuada toma de decisiones y ayudará a estar preparados ante los cambios que se lleguen a presentar, lo anterior significa que el producto o servicio será transformado de acuerdo a las nuevas condiciones del mercado.

Teniendo en cuenta lo anterior, la información que se obtenga de la investigación realizada debe ser de calidad, confiable y precisa, esto permitirá que el estudio tenga mayor credibilidad y evidencie las condiciones o nuevas exigencias del mercado, una vez efectuada la investigación se podrán lograr los siguientes productos:

- Una estimación real de los posibles consumidores, que poseen las características indicadas del producto o servicio que se desea ofrecer.
- Diagnóstico de los sistemas de comercialización necesarios para la venta de los productos o servicios.
- Determinación de la posible demanda, con base en los bienes o servicios que ya se encuentren en el mercado con las características similares y que puedan ser bienes sustitutos o complementarios.
- Cálculo de demanda frente a capacidad instalada.

Un segundo objetivo, es brindar información acerca de los competidores, proveedores y sobre las condiciones actuales del mercado, por otra parte, proporciona información acerca de cómo se encuentra la organización en elementos vitales como calidad, aplicación de normas, uso de recursos y demás.

Los estudios de mercado se pueden clasificar en estudios cualitativos o cuantitativos:

Un estudio cualitativo generalmente se usa al iniciar un proceso, cuando no se posee mucha información acerca del proyecto. Para realizar este estudio se emplean diferentes herramientas como las entrevistas individuales y detalladas o debates con grupos pequeños, lo anterior a fin de conocer las opiniones y el pensamiento de las personas de una manera más pormenorizada. (Naresh, 1997)

El resultado de la investigación realizada por los métodos cualitativos, brinda información más detallada, que generalmente abre nuevas hipótesis y que sirven para efectuar nuevas investigaciones.

Un estudio cuantitativo por su parte busca cantidad, proporciones, mediciones, estadísticas. La gran mayoría de los estudios de mercado que se realizan son de tipo cuantitativo, dado que algunos encuentran más importante información como, frecuencia de compra, número de compradores, nivel de ingresos y gastos, hábitos de consumo, etcétera.

Los estudios cuantitativos se realizan generalmente mediante la aplicación de encuestas, o extrayendo datos de diferentes plataformas, cuando se realiza mediante el uso de encuestas se selecciona una muestra representativa de la población objetivo.

El proceso para realizar un estudio de mercado puede variar, sin embargo, algunos autores tales como Philip Kotler, Paul Boom, Thomas Hayes, concuerdan en las siguientes etapas:

1. Determinar las razones u objetivos del estudio y establecimiento del problema que se intenta abordar: Esta primera parte del estudio permite clarificar cuáles son las motivaciones que existen para adelantar el estudio y cuál es el inconveniente o suceso que desea corregir.
2. Efectuar una investigación exploratoria: Esta etapa del proyecto es de carácter informal, en ella los investigadores a menudo recopilan y examinan datos secundarios, pueden realizar entrevistas o visualizar comportamientos de los grupos de interés.
3. Esta etapa es de carácter formal, realizada la etapa exploratoria se procede a la búsqueda de información de las fuentes primarias, para lo cual se pueden emplear los siguientes métodos:
 - Investigación basada en la observación
 - Entrevistas cualitativas
 - Entrevista en grupo
 - Investigación con base en encuestas

- Investigación experimental

4. Estudio de los datos y exposición del informe: En esta última etapa del proceso consiste en dar valor a la información recolectada, mediante el estudio de los datos, se deben presentar conclusiones e información útil que contribuya y clarifique la toma de decisiones.

Las fuentes para realizar un estudio de mercado pueden ser primarias o secundarias (Geoffrey, 2003):

Las fuentes primarias son aquellas consultadas de forma directa por el interesado o mediante la contratación de una entidad o grupo de personas contratadas específicamente para tal fin. Se obtienen mediante la aplicación de entrevistas, encuestas u otra clase de instrumentos, con el objetivo de conocer y establecer algunas características que son de interés de la investigación. (Geoffrey, 2003)

Las fuentes secundarias son las instituciones de orden nacional, departamental o municipal que se encuentran encargadas de recopilar toda clase de información de interés, de los diferentes sectores.

Un estudio de mercado tiene los siguientes beneficios: distribución geográfica del mercado de demanda, perfil y rasgos de los posibles compradores, comportamiento y hábitos de consumo, proyección de demanda, etcétera. Los beneficios ya mencionados permiten tener mayor grado de éxito al iniciar o continuar con un nuevo producto o servicio.

Plan de negocio a partir del Benchmarking.

El Benchmarking es una herramienta de calidad que ayuda a establecer quiénes son las mejores empresas en la misma línea de negocio o que dependencias al interior de la empresa están realizando productos, procesos o servicios con altos estándares de calidad, motivo por el cual han sido reconocidas como líderes en sus respectivos sectores. Posterior a determinar quiénes son los mejores se buscan cuáles son las buenas practicas que están realizando y se adoptan o se mejoran con la finalidad de ser adoptadas al interior de la empresa, este proceso se debe realizar de forma constante para estar al mismo nivel de las demás organizaciones, garantizando ser competitivos (Casadesús, 2005).

Lo más importante en el Benchmarking es la innovación, por medio de la comparación con las mejores organizaciones, se puede realizar una actualización constante de los procesos y procedimientos, estando al día en la aplicación de nuevas tecnologías y nuevas estrategias corporativas.

El Benchmarking se compone de una serie de etapas según Casadesús que son: (Casadesús, 2005)

Fase de planeación

En esta fase se busca cual es el objetivo por el cual se va a efectuar la aplicación de esta herramienta, a su vez se identifica cuáles son las empresas que están efectuando estas prácticas que se van a estudiar para su posterior aplicación, de igual manera se establece de qué forma se va a recopilar la información.

Fase de recolección y análisis de información

Se inicia la recolección de la información, la cual preliminarmente se ha escogido el medio por el cual se ha extraído la información, pueden ser fuentes secundarias como revistas, periódicos, publicaciones o fuentes primarias para tener información más detallada y que va a permitir tener un conocimiento más real, por ejemplo, mediante la aplicación de encuestas o entrevistas a clientes, proveedores, trabajadores, etc.

Fase de integración y adaptación a la empresa

Finalizada la etapa de recolección de información se establece un plan de mejora para implantar las nuevas ideas, de la misma manera se realiza un cronograma para la aplicación. En dicho plan de aplicación se debe establecer el método por el cual se va a informar estas nuevas mejoras al interior de la organización.

Fase de acción e implementación de los resultados

Al identificar cuáles son las buenas prácticas que están empleando las otras organizaciones y que pueden ser adaptadas o empleadas, se debe determinar de forma clara y detallada las actividades, los objetivos, responsabilidades y tiempo de implementación. Posteriormente se realiza la implementación de estas buenas prácticas y se continúa con la búsqueda permanente de mejores procesos productos o servicios para dar continuidad al proceso de mejora.

Fase de Maduración

Es la fase final en la cual aquellas buenas prácticas identificadas, las cuales han sido mejoradas y adaptadas al interior de la organización ya se encuentran implementadas completamente.

MARCO CONCEPTUAL

A continuación, se relacionan los conceptos más importantes que se tratan en este plan de negocio y que servirán para comprender la investigación.

Comercio Electrónico: Este término ha adquirido gran importancia en la actualidad, como una forma alternativa para adquirir productos o servicios, es por esto que este concepto es el más importante en esta investigación, debido al incremento en las transacciones virtuales que se realizan y su aporte al aumento en el PIB nacional.

Economía digital: Este término se encuentra íntimamente relacionado con el término de economía del conocimiento, lo anterior dado que los seres humanos se encuentran en la búsqueda constante de nuevas ideas que les permitan recibir más recursos económicos, por dicha razón se genera el término economía digital a fin expresar esta nueva forma de generar recursos con la invención de nuevos productos o servicios o simplemente realizando mejoras a los ya existentes.

App: Otro elemento importante en esta investigación son las aplicaciones móviles, y el nivel de utilidad que proporcionan a los usuarios, en la actualidad las aplicaciones móviles son descargadas en teléfonos celulares, tabletas, etc. Por medio de estas aplicaciones se puede realizar compra de productos o servicios, pago de servicios públicos, tutoriales sobre cocina, aprendizaje formal y no formal, etc.

Marca: Se busca establecer una aplicación móvil que se destaque por su buen servicio, entrega, variedad y excelencia, para adquirir una identificación comercial que le permite ser reconocida en el mercado y brindar a los clientes garantías a cerca de los productos o servicios ofertados. 65+

Online: Este concepto es usado para indicar que algo en el mercado se encuentra disponible o que alguien se encuentra conectado a una red, es decir está en línea.

Target group: Designa la totalidad de un espacio preferente donde confluyen la oferta y la demanda para el intercambio de bienes y servicios.

Segmentación: La segmentación de mercado es el proceso de dividir o segmentar un mercado en grupos uniformes más pequeños que tengan características y necesidades semejantes.

MARCO LEGAL

Constitución Política de Colombia, Artículo 38 “Se garantiza el derecho de libre asociación para el desarrollo de las distintas actividades que las personas realizan en sociedad” (Constitución Política de Colombia, 1991). Este artículo nos da libertad de asociación para realizar actividades productivas dentro del Estado colombiano, de ahí su gran importancia para este proyecto al respaldar la actividad económica.

Constitución Política de Colombia, Artículo 333 “La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley. La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades. La empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones...” (Constitución Política de Colombia, 1991).

El Estado Colombiano nos propende por las actividades económicas que generen desarrollo, trabajo y prosperidad, por eso la relevancia de este artículo al señalar que no se pueden exigir documentos, ni trámites diferentes a los señalados por la ley, brindando garantías a las actividades comerciales de los colombianos.

Ley 590 del 1o de julio de 2000, "Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa", y tiene como primer objeto "Promover el desarrollo integral de las micro, pequeñas y medianas empresas en consideración a sus aptitudes para la generación de empleo, el desarrollo regional, la integración entre sectores económicos, el aprovechamiento productivo de pequeños capitales y teniendo en cuenta la capacidad empresarial de los colombianos". (Régimen Legal de Bogotá, 2000). Esta Ley será de relevancia si se llegase apoyo del estado con recursos, dado que señala el apoyo del Estado en al promoción de las pequeñas y medianas empresas, como es el caso de la empresa que se creara y administrara la aplicación móvil.

Ley 905 de 2004, "Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones.". (Secretaria Senado Colombia, 2004)

Ley 1014 de 2006, "De fomento a la cultura del emprendimiento", el cual tiene como primer objeto "Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, en el cual se propenda y trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que establece la Constitución y los establecidos en la presente ley" (Secretaría del Senado, 2006)

Decreto 1192 de 2009, "por el cual se reglamenta la Ley 1014 de 2006 sobre el fomento a la cultura del emprendimiento y se dictan otras disposiciones". (Régimen Legal de Bogotá, 2009). Esta aplicación móvil es una actividad de emprendimiento que se encuentra fomentada en el Decreto 1192 de 2009.

Decreto 410 de 1971, "Por el cual se expide el código de comercio", mediante este se regula la actividad comercial en Colombia. (Régimen Legal de Bogotá, 1971). Ese decreto regula

todas actividades comercial, como es el caso de la aplicación móvil especializada en la venta de productos del mercado, de ahí su importancia como rectora de las actividades comerciales.

Ley 1341 de 2009 “Por la cual se definen principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones –TIC–, se crea la Agencia Nacional de Espectro y se dictan otras disposiciones” (Régimen Legal de Bogotá, 2009)

Ley 1480 de 2011 “Por medio de la cual se establece el estatuto al consumidor” (Régimen Legal de Bogotá, 2011). Esta Ley permitirá conocer y establecer los mecanismos de atención y solución de informidades con los usuarios, a fin de garantizar sus derechos.

Ley 527 de 1999” Por medio de la cual se define y reglamenta el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales, y se establecen las entidades de certificación y se dictan otras disposiciones” (Régimen Legal de Bogotá, 1999).

La aplicación móvil es una herramienta empleada para adelantar actividades de comercio electrónico, por tal razón esta Ley define y reglamenta el uso del mismo.

METODOLOGÍA

Población

La Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH) es una operación estadística por medio de la cual el DANE proporciona información estadística sobre el tamaño, periodo y estructura de la fuerza del trabajo de la población del país.

De conformidad con la información con la información reportada por el DANE a través de la GEIH, se publicó en el mes de mayo de 2018 un comunicado de prensa sobre los indicadores del mercado laboral del país. (Departamento Nacional de Planeación DANE, 2018)

Según la información estadística presentada en el anexo de formato Excel, que hace parte integral del mencionado comunicado de prensa, la ciudad de Bogotá que es la ciudad objetivo sobre la cual se centra este estudio de mercado, tiene aproximadamente 8.143.000 habitantes, de estas personas el 82% se encuentran en edad de trabajar, lo que corresponde alrededor de 6.695.000 personas.

De igual forma de las 6.695.000 personas en edad de trabajar, el 69.9% se consideran como población económicamente activa, ya sea porque se encuentran empleados o están en la búsqueda de un trabajo, este 69.9% corresponde a 4.682.000 personas aproximadamente.

Finalmente, de las personas económicamente activas solo el 89.9% se encuentran ocupadas, lo que corresponde a 4.212.000 personas aproximadamente, sobre este número de personas se efectuó el estudio estadístico a fin de determinar la viabilidad en la creación de la aplicación móvil. (Departamento Nacional de Planeación DANE, 2018)

Muestra

El tipo de muestreo que se usó es el aleatorio, éste implica la selección al azar para garantizar que cada miembro de la población objeto de la investigación tenga las mismas oportunidades de ser incluido en la muestra.

Si la muestra es no aleatoria, puede contener sesgo o tendencia; pero si es aleatoria y se hace correctamente, no tendrá tendencia y es por lo tanto relativamente representante de la población.

Al seleccionar una muestra se trata que esta sea significativa y que los resultados conseguidos por medio de la misma, representen en un 100% a la población.

A fin de conocer el tamaño de la muestra para que la misma sea estadísticamente significativa se usó la fórmula:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

(Vivanco, 2005)

En donde,

N = Total de la población = en este caso 4.212.000

Z α = 1.96 al cuadrado = con un nivel de confianza del 95%

p = proporción esperada = en este caso 5% = 0.05)

q = 1 - p = en este caso 1-0.05 = 0.95)

d = precisión = en este caso es 10% o 0.1.

Aplicada la fórmula con los valores mencionados, esta indicó que el número de personas a encuestar debían ser 97, por lo cual se escogieron al azar 100 personas para la investigación con la seguridad de que las condiciones aceptadas para la generalización, tales como: confiabilidad, variabilidad y error, se mantienen.

Método Cuantitativo

Esta investigación se realizará, haciendo uso de la metodología cuantitativa, por medio de la cual se analiza el comportamiento de una serie de causas y efectos, a partir de datos números y con base a estudios probabilísticos.

La investigación cuantitativa tiene como objetivo obtener respuestas de la población a preguntas específicas. La finalidad empresarial sería la toma de decisiones exactas y efectivas que ayuden a alcanzar aquello que estábamos persiguiendo. Podría ser el lanzamiento de un nuevo producto. El fin es tener éxito con su posicionamiento en el mercado. Y para ello, es necesario realizar un estudio previo a través del método cuantitativo, por ejemplo. Para luego utilizar unas herramientas de gestión que nos ayude a tomar esas decisiones más efectivas”

(Sinnaps)

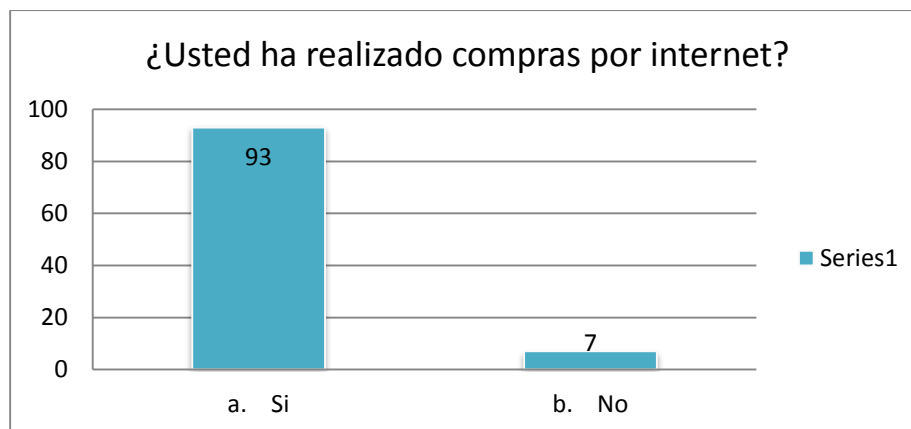
DESARROLLO

Demanda de una Aplicación Móvil Especializada en la Venta de Productos del Mercado por Internet.

Para estimar la posible demanda de la aplicación móvil, se aplicó una encuesta a un grupo de 100 personas; primero, para establecer unos rasgos característicos de la población encuestada; segundo, conocer cuál había sido su experiencia al realizar compras por internet; tercero, identificar la factibilidad de esta idea de negocio.

Los resultados obtenidos son los siguientes:

Gráfica 1. Número de los encuestados que ha realizado compras por internet

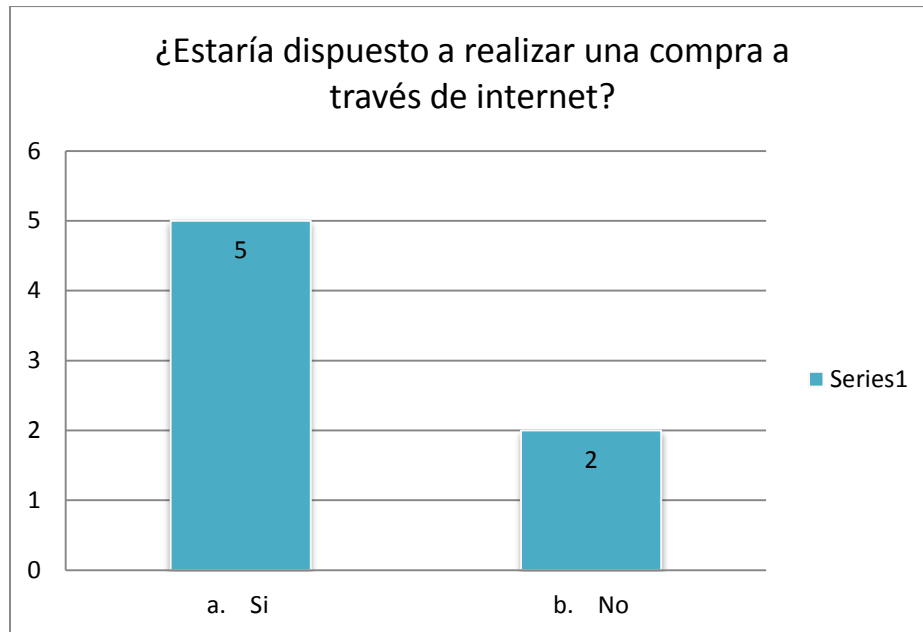


Fuente: Elaboración propia con información tomada de la encuesta realizada

El 93% de las personas encuestadas ha realizado compras por internet, es importante resaltar como ha variado la percepción de confianza para realizar transacciones comerciales a través de medios tecnológicos, a su vez esto demuestra que las aplicaciones móviles que se

encargan de realizar este tipo de actividades, deben estar en una mejora continua para garantizar no perder relevancia en el mercado.

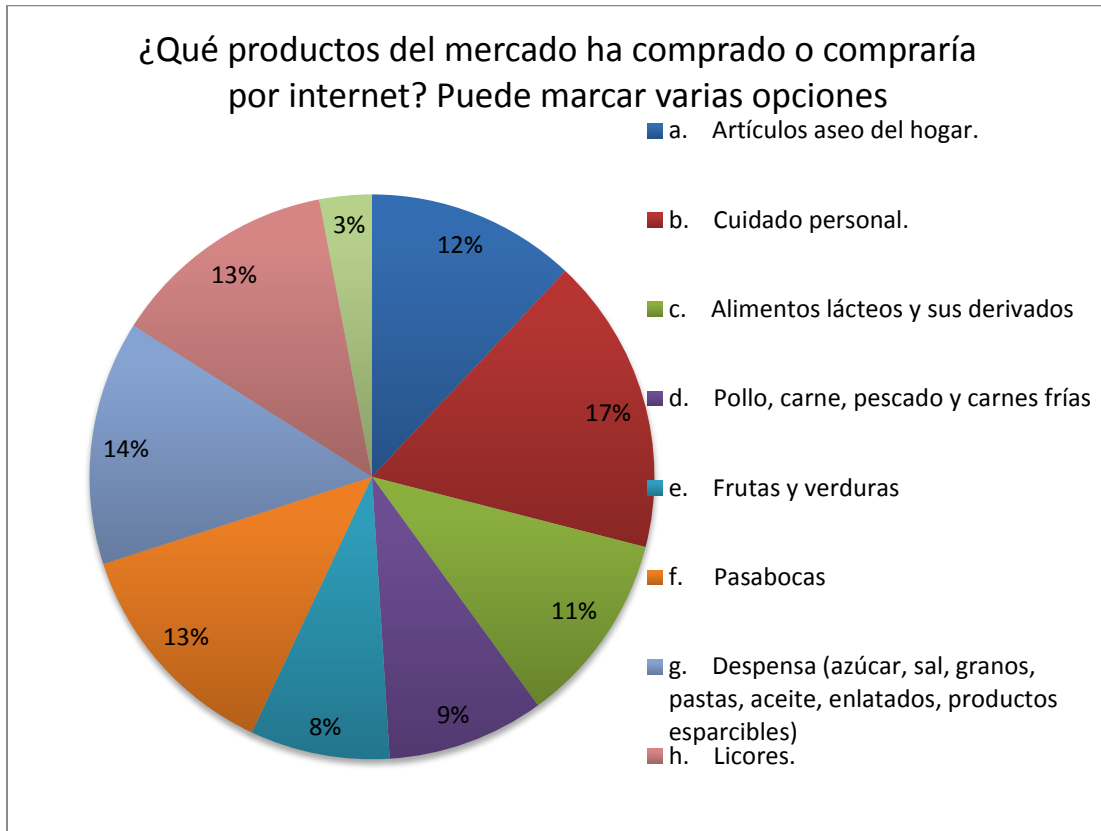
Gráfica 2. Disposición a realizar compras por internet de las personas que nunca han realizado compras por internet.



Fuente: Elaboración propia con información tomada de la encuesta realizada

De las 7 personas que habían respondido que nunca habían realizado una compra por internet, se les realizó una nueva pregunta para corroborar si estarían dispuestas a realizar una compra por internet, de los 7 encuestados, 5 de ellos respondieron que, si estarían interesados, lo cual indica que podrían llegar a ser clientes potenciales.

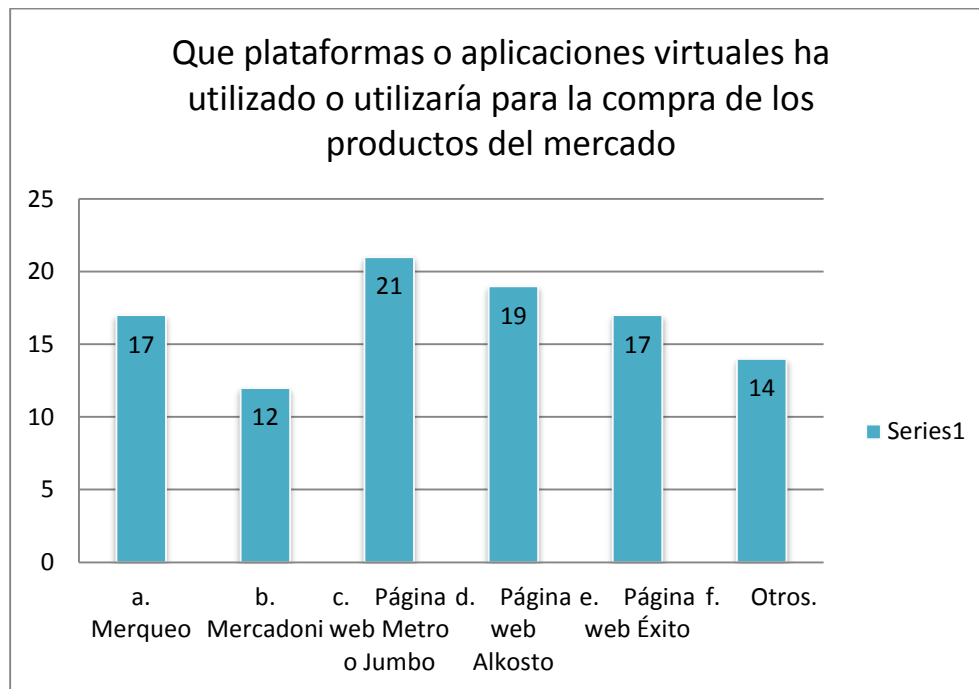
Gráfica 3. Clase de productos del mercado para comprar por internet



Fuente: Elaboración propia con información tomada de la encuesta realizada

Las personas encuestadas respondieron que por lo general compran gran variedad de productos del mercado por internet, si bien es cierto la categoría que obtuvo un mayor porcentaje fue “Cuidado personal”, las demás categorías no se encuentran muy alejadas de esta, lo que demuestra que las personas usan internet para encontrar diferentes clases de productos, y que a su vez ya no es necesario desplazarse a un lugar físico para encontrar aquello que se necesita.

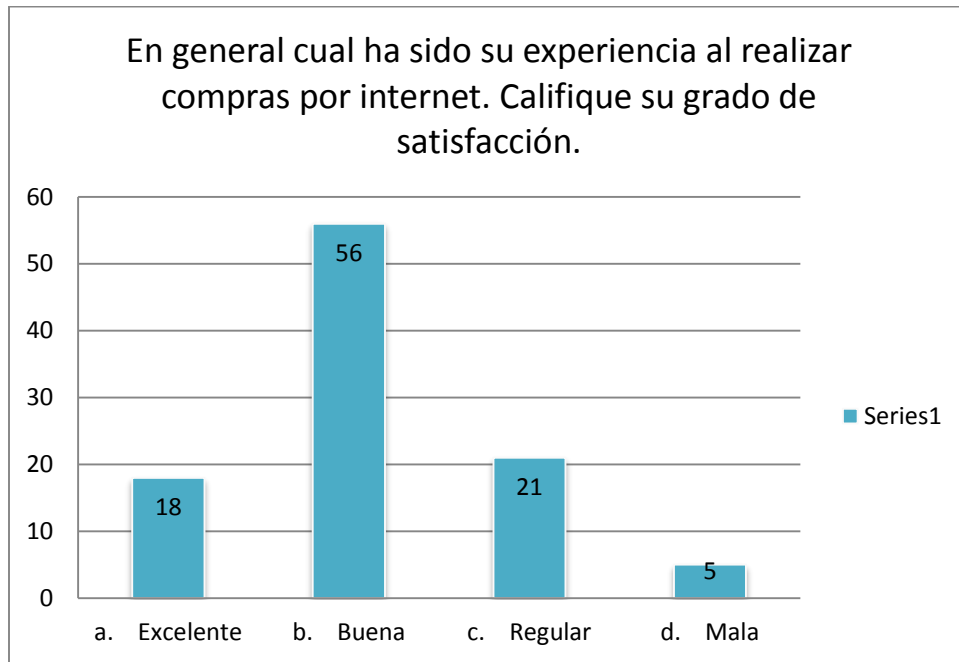
Gráfica 4. Aplicaciones o plataformas para realizar compras por internet



Fuente: Elaboración propia con información tomada de la encuesta realizada

Las personas recurren normalmente a las páginas de internet de las grandes superficies como Jumbo, Alkosto o Éxito, para realizar la compra de los productos del mercado que requieren, si bien es cierto, en la actualidad existen aplicaciones móviles como Merqueo y Mecadoni, que ofrecen la venta de productos del mercado a través de sus plataformas, las personas aún no las identifican como medios confiables o creíbles para la obtención de precios bajos, calidad y entrega oportuna.

Gráfica 5. Nivel de experiencia al realizar compras por internet

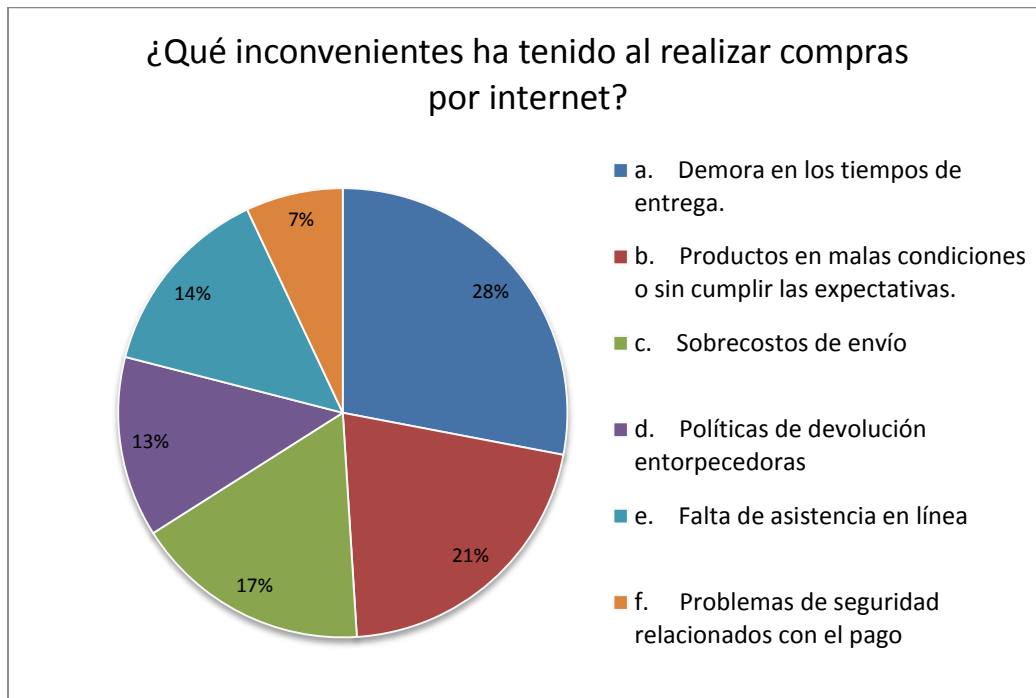


Fuente: Elaboración propia con información tomada de la encuesta realizada

De las personas encuestadas el 56% manifestó haber tenido una buena experiencia al realizar comprar por internet, el 18% manifestó tener excelente experiencia el realizar compras por internet.

Lo anterior permite evidenciar que, al tener buenas experiencias de compra por internet, las personas harán uso del internet para realizar a compra de los productos que necesiten, el nivel de confianza de los compradores hacia estos medios tecnológicos ha venido en aumento, lo que representa una ventaja para esta idea de negocio

Gráfica 6. Inconvenientes al realizar compras por internet

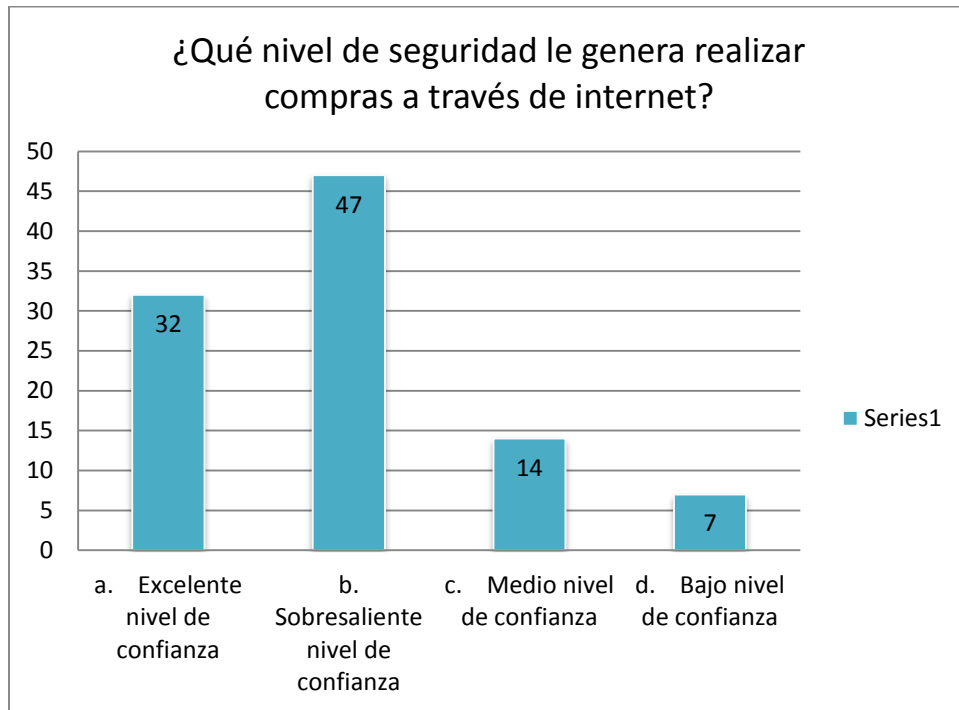


Fuente: Elaboración propia con información tomada de la encuesta realizada

De las personas encuestadas el 28% de ellos manifestó haber tenido en alguna ocasión problemas en el tiempo de entrega del producto comprado, 21% de los encuestados tuvo inconvenientes con las condiciones físicas del producto.

Lo anterior evidencia que se requiere de un sistema logístico eficiente de transporte y entrega de productos, para satisfacer las expectativas de los clientes y hacer una diferencia de marca en el mercado.

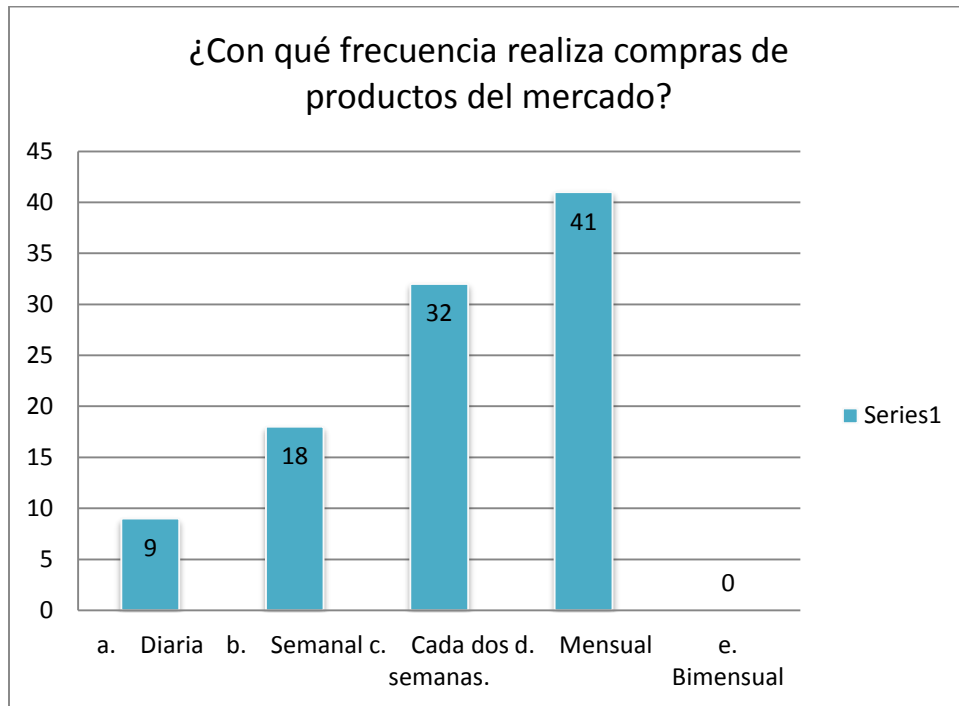
Gráfica 7. Nivel de seguridad compras por internet



Fuente: Elaboración propia con información tomada de la encuesta realizada

Al 79% de los encuestados realizar compras por internet, les genera buenos y excelentes niveles de confianza lo que demuestra el auge que está teniendo el sector del comercio electrónico en el país.

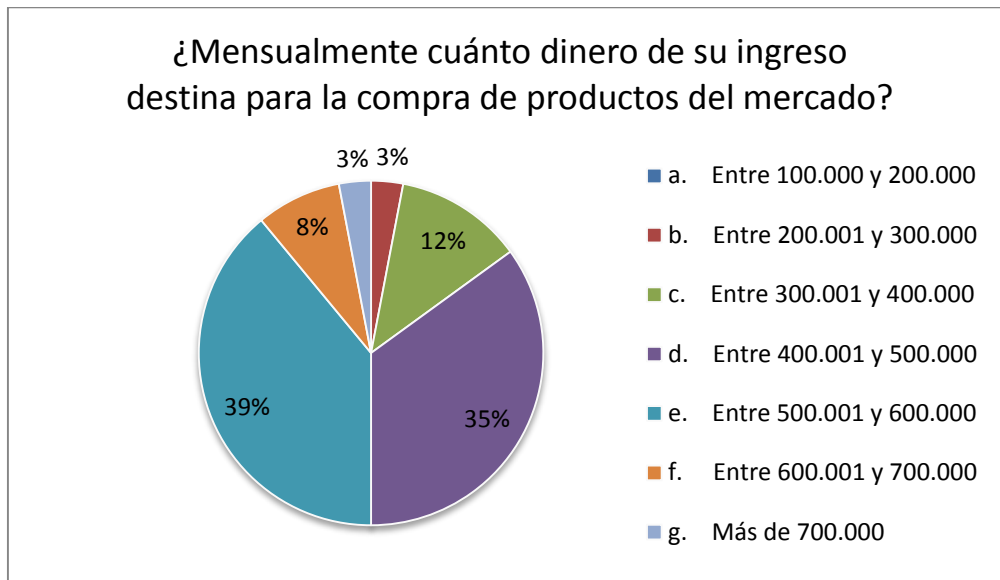
Gráfica 8. Frecuencia compra productos del mercado



Fuente: Elaboración propia con información tomada de la encuesta realizada

El 41% de los encuestados realiza la compra de productos del mercado cada mes, el 32% realiza las compras cada 15 días, esto nos indica que se deben generar estrategias de mercadeo en esos periodos de tiempo, para conseguir posicionamiento de marca y reconocimiento entre los clientes.

Gráfica 9. Promedio de gastos en productos del mercado

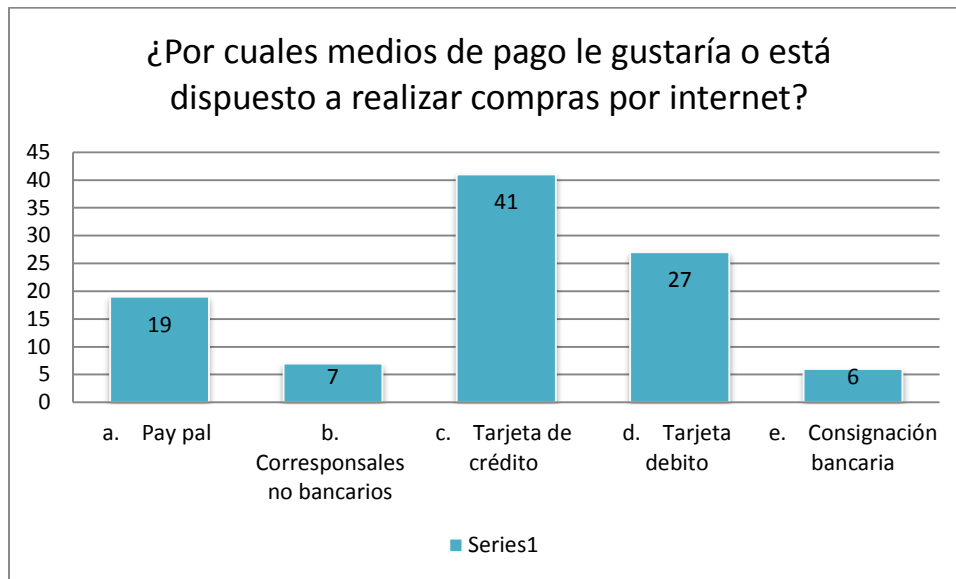


Fuente: Elaboración propia con información tomada de la encuesta realizada

El 39% de los encuestados gasta mensualmente en productos del mercado entre \$500.001 y \$600.000, otro 35% de los encuestados gasta entre \$400.001 y \$500.000.

Teniendo en cuenta que, de los ingresos mensuales de las familias, un gran porcentaje del mismo se destina para la compra de alimentos, las familias se encuentran en la búsqueda de mecanismos o ideas que les ayuden a ahorrar, por tal razón esta idea de negocio es factible como herramienta de ahorro.

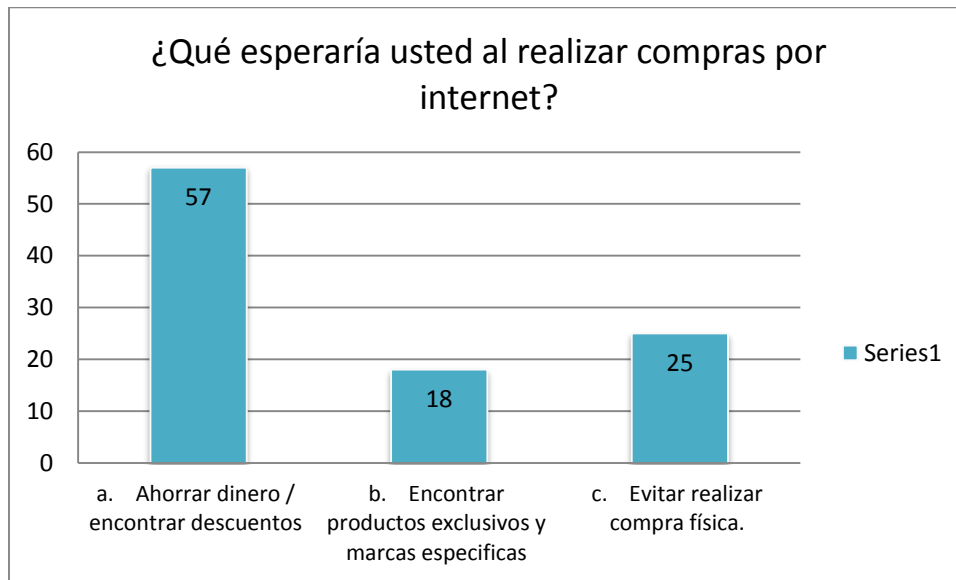
Gráfica 10. Medios de pago preferidos



Fuente: Elaboración propia con información tomada de la encuesta realizada

El medio de pago preferido para el 68% de los encuestados son las tarjetas crédito y débito, sin embargo, métodos alternativos como el PayU, representan una forma alterna de realizar compras por internet para el 19% de los encuestados. Se debe realizar una alianza estratégica con una plataforma de pagos certificada, para que los posibles compradores tengan confianza y seguridad que, al realizar sus pagos, lo están haciendo en una plataforma completamente segura.

Gráfica 11. Expectativas al realizar compras en internet

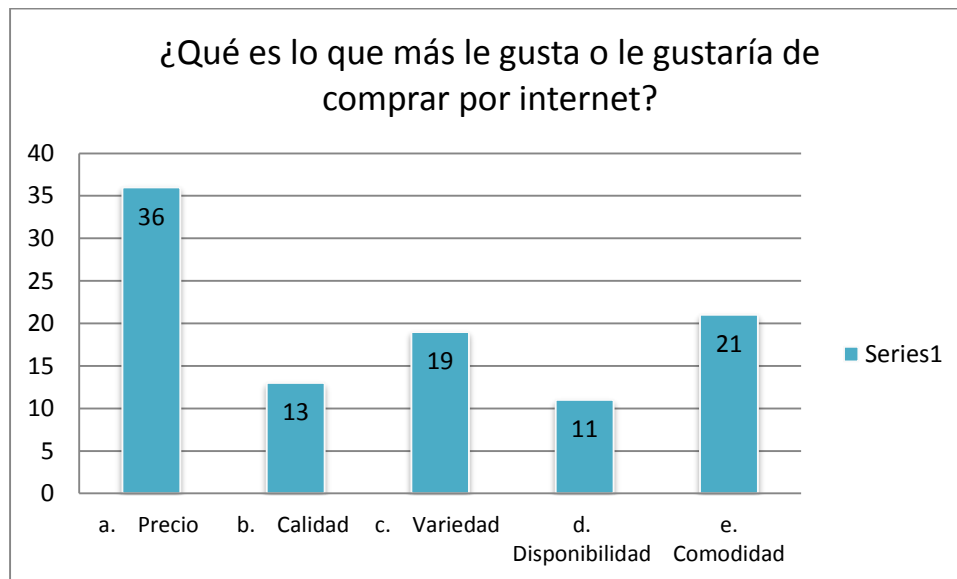


Fuente: Elaboración propia con información tomada de la encuesta realizada

Cuando las personas realizan compras por internet lo que más esperan es ahorrar dinero en cada compra y encontrar buenos descuentos. Por tal razón se debe realizar convenios con grandes, medianas y pequeñas superficies, para que a través de la plataforma las personas puedan acceder a todos los descuentos disponibles en la tienda desde la comodidad de sus hogares.

Por otra parte, el 25% de los encuestados respondió que ellos realizan compras por internet para evitar realizar las compras físicas, teniendo en cuenta esto, se debe conformar un equipo de servicio al cliente que le brinde asesoría y acompañamiento a los clientes, desde el ingreso a la plataforma hasta la entrega de los productos.

Gráfica 12. Preferencias al comprar por internet

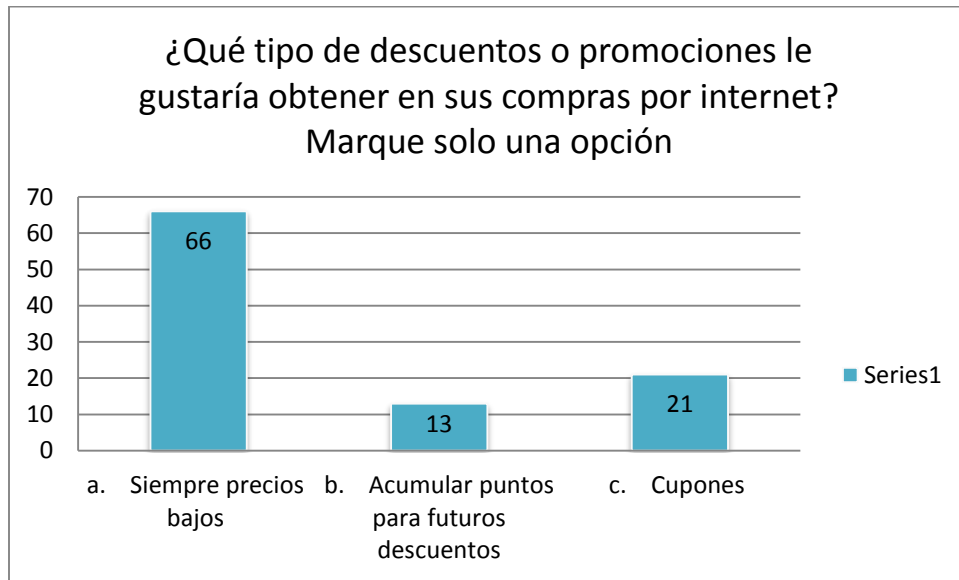


Fuente: Elaboración propia con información tomada de la encuesta realizada

Las variables precio y comodidad, al igual que en la pregunta anterior, son las dos características más importantes sobre las cuales se deben realizar las estrategias publicitarias, con el fin de captar la atención de los clientes.

De igual manera, estas serán dos de los principios sobre los cuales se construirá la filosofía empresarial de la aplicación.

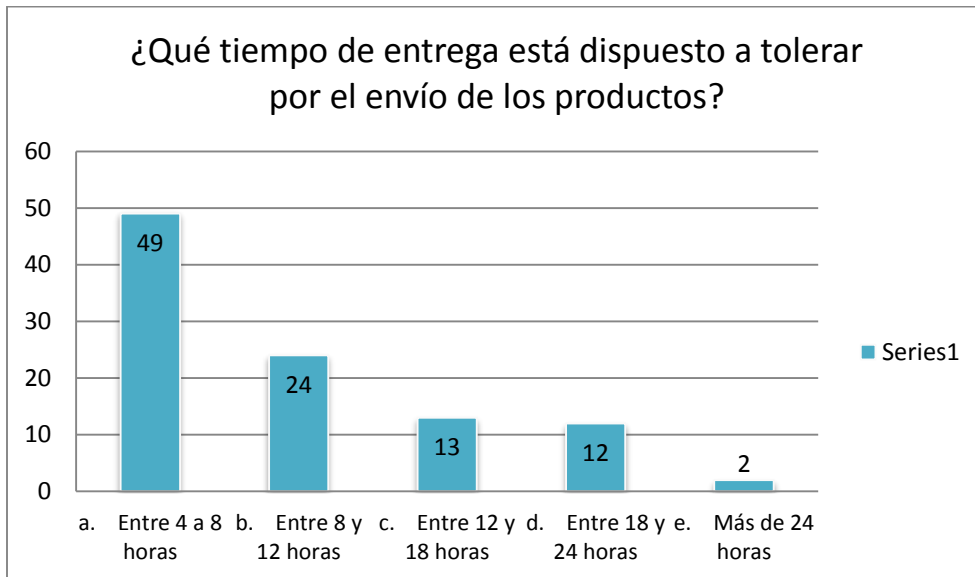
Gráfica 13. Preferencias en descuentos



Fuente: Elaboración propia con información tomada de la encuesta realizada

La estrategia de mercadeo de la compañía se debe enfocar en ofrecer siempre precios bajos, para ser competitivos en el mercado, razón por la cual se deben realizar alianzas y convenios con grandes, medianas y pequeñas superficies de supermercados para conseguir los mejores descuentos.

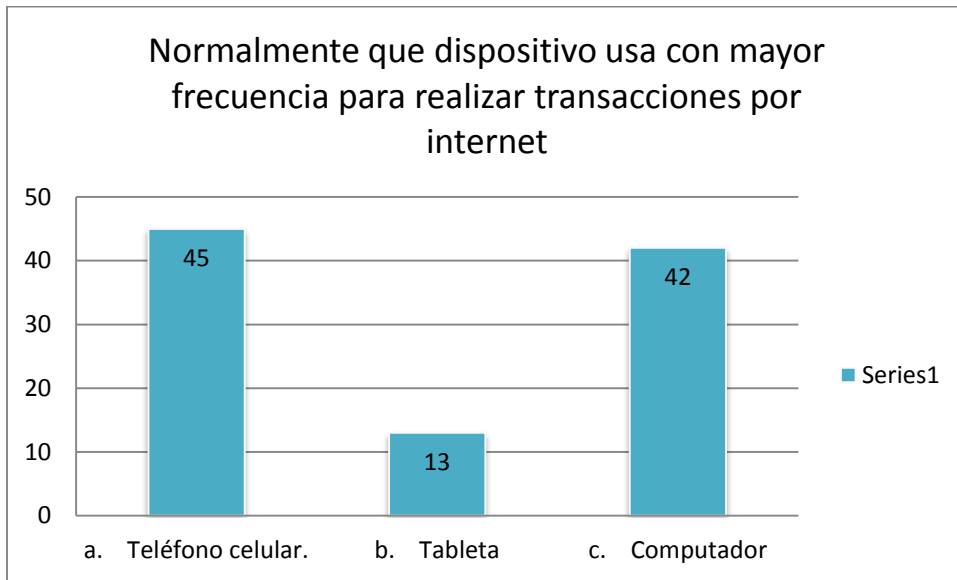
Gráfica 14. Tiempo de entrega



Fuente: Elaboración propia con información tomada de la encuesta realizada

El 49% de los encuestados manifiesta que están dispuestos a tolerar entre 4 y 8 horas para recibir los productos adquiridos a través de la plataforma, con base en lo anterior, se debe desarrollar un equipo logístico que cumpla con las exigencias de los clientes, garantizando la entrega de los productos, conservando la cadena de frío para los alimentos que sea requerido.

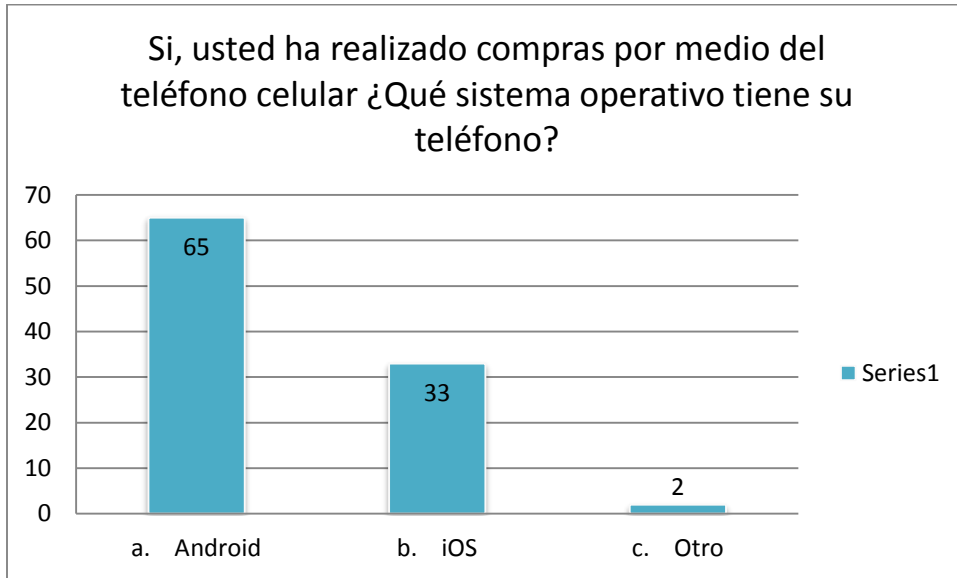
Gráfica 15. Dispositivos para realizar transacciones



Fuente: Elaboración propia con información tomada de la encuesta realizada

El 87% de los encuestados realizan sus compras por internet, por medio de los teléfonos celulares y de los computadores, razón por la cual la plataforma a crear, primero va a ser compatible en estas dos clases de dispositivos, garantizando que su uso sea fácil y amigable.

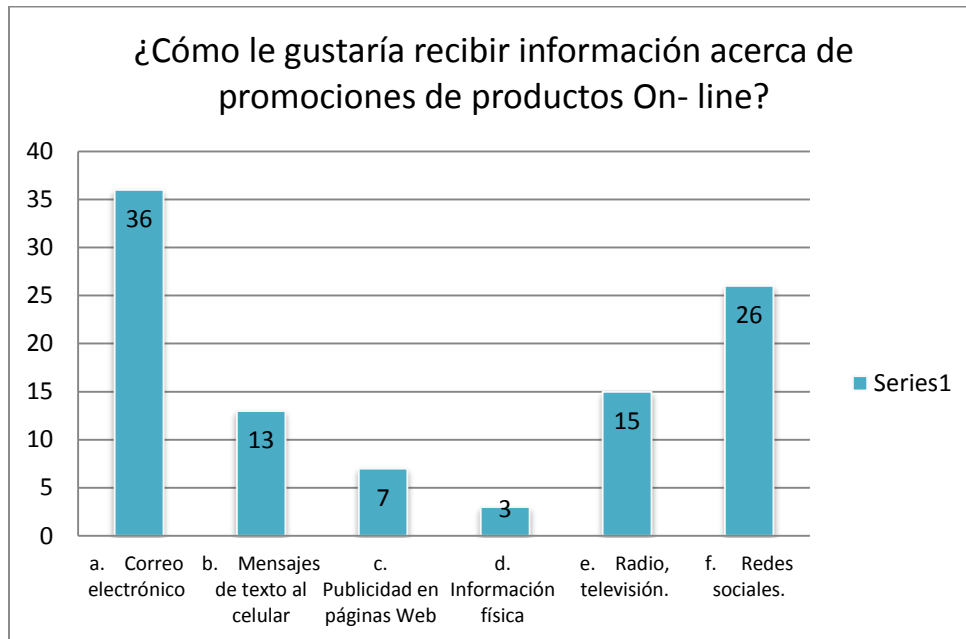
Gráfica 16. Sistema Operativo



Fuente: Elaboración propia con información tomada de la encuesta realizada

El 98% de los encuestados informa que su teléfono celular usa sistema operativo Android o iOS, por tal razón la aplicación a crear debe ser fácil de usar y amigable con estas dos clases de sistemas operativos.

Gráfica 17. Envío información publicitaria

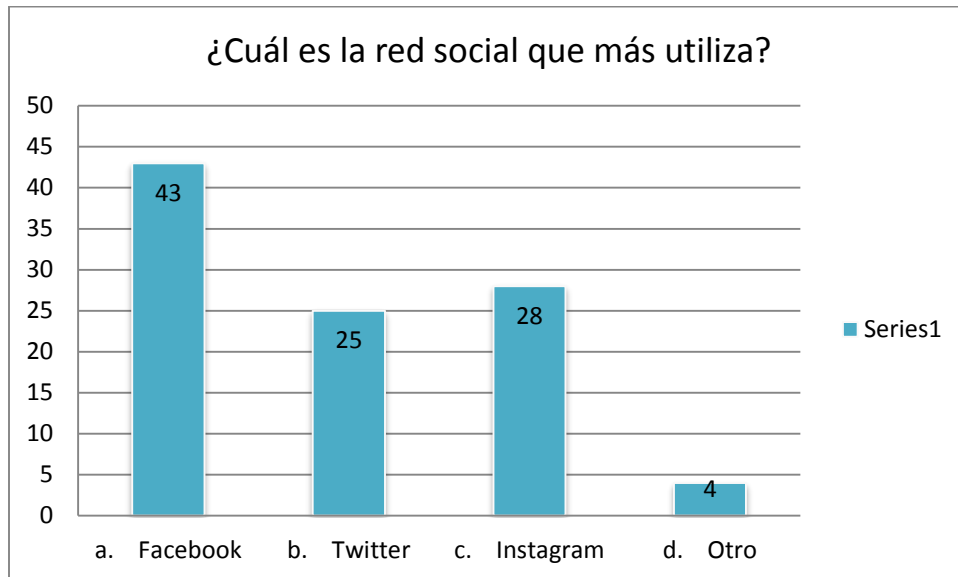


Fuente: Elaboración propia con información tomada de la encuesta realizada

El 36% de los encuestados respondió que le gustaría recibir información acerca de las diferentes promociones, convenios vigentes y demás información de interés de la plataforma a través del correo electrónico, el cual no es un medio costoso para el envío de información.

El segundo medio escogido por los encuestados son las redes sociales, teniendo en cuenta lo anterior, se debe realizar una estrategia publicitaria con influencers para captar la atención de un grupo grande de usuarios de las redes sociales.

Gráfica 18. Preferencia red social

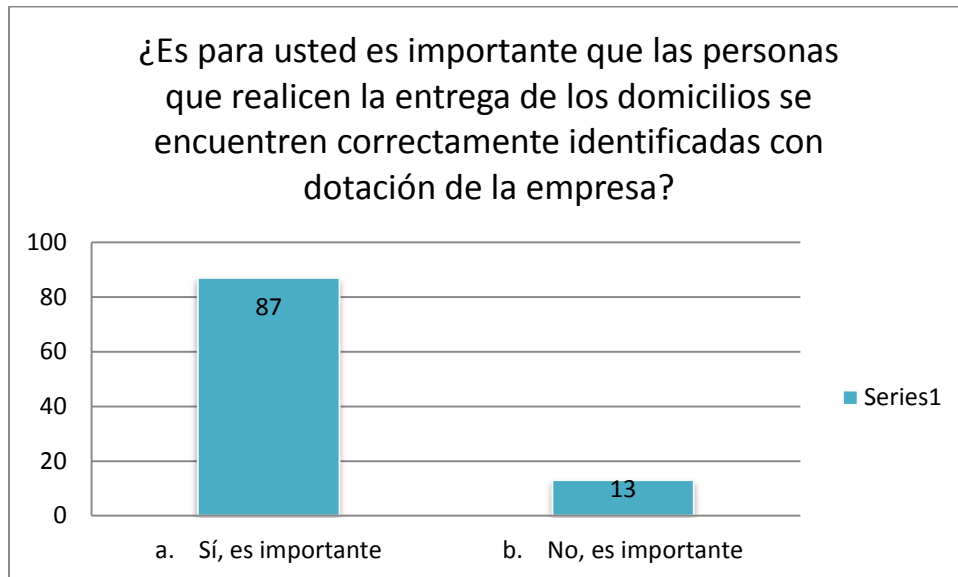


Fuente: Elaboración propia con información tomada de la encuesta realizada

El 43% de los encuestados informo que la red social que usa con más frecuencia es Facebook, con base en lo anterior, la estrategia publicitaria que se va a realizar en las redes sociales, debe enfocarse en esta red social, dado que posiblemente tendría un mayor nivel de difusión entre los usuarios.

Sin embargo, también se debe realizar una estrategia publicitaria en Twitter e Instagram, pero a una escala menor.

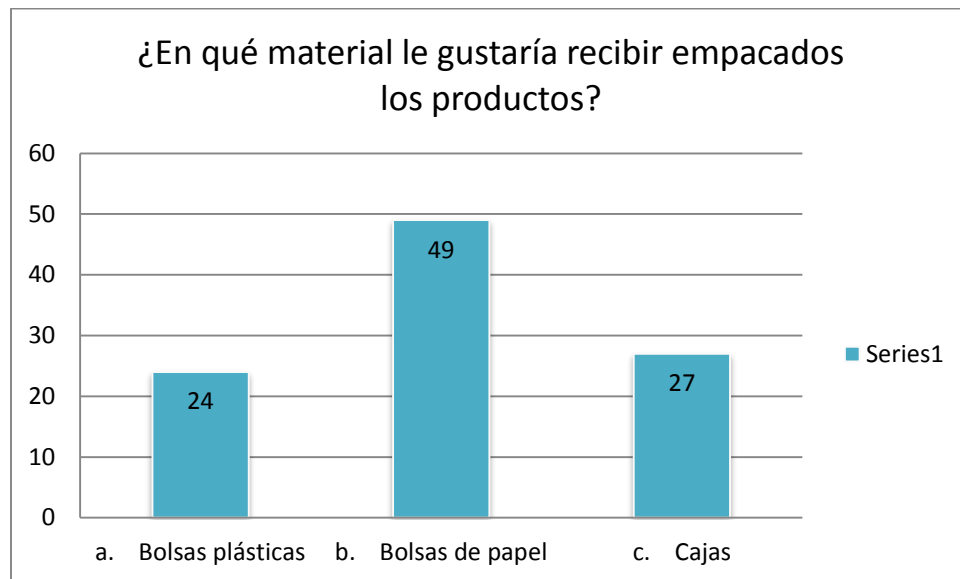
Gráfica 19. Dotación personal de entregas



Fuente: Elaboración propia con información tomada de la encuesta realizada

El 87% de los encuestados respondió que para ellos es importante que las personas que realicen la entrega de los domicilios se encuentren debidamente identificadas con elementos de dotación alusivos a la empresa y con una escarapela que los identifique, en dado caso que requieran realizar la verificación, antes de recibir los productos.

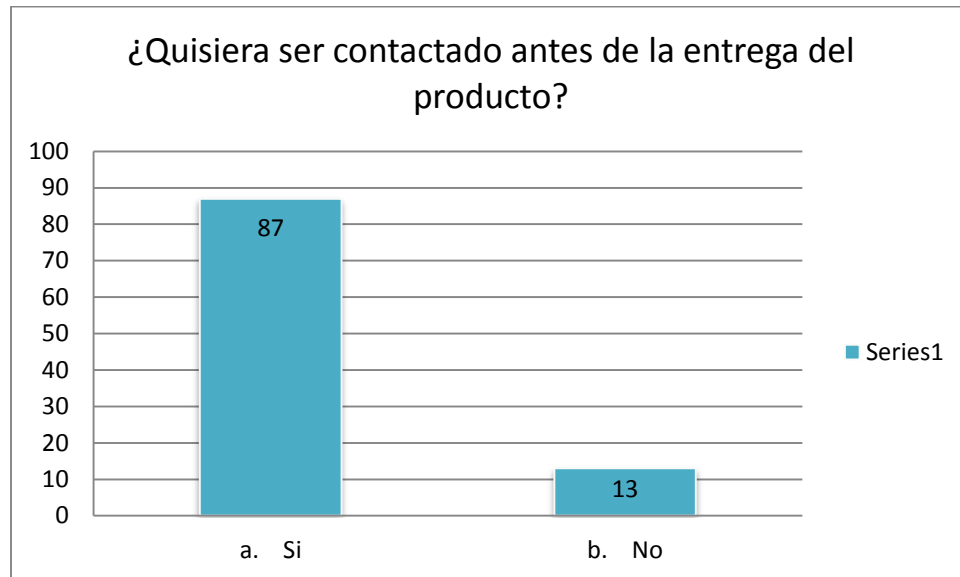
Gráfica 20. Empaque productos



Fuente: Elaboración propia con información tomada de la encuesta realizada

El 49% de los encuestados respondió que prefiere que los productos vengan empacados en bolsas de papel, lo cual va de la mano con nuestro compromiso con el cuidado y protección del medio ambiente.

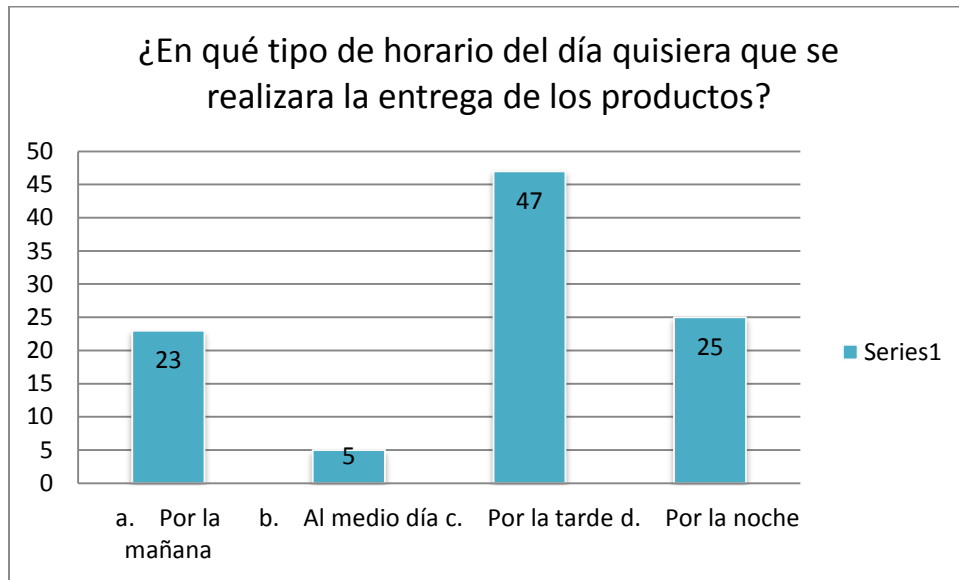
Gráfica 21. Contacto antes de envío productos



Fuente: Elaboración propia con información tomada de la encuesta realizada

La mayoría de los encuestados les gustaría ser contactado antes de la entrega del producto para no tener problemas con la recepción y entrega de los mimos.

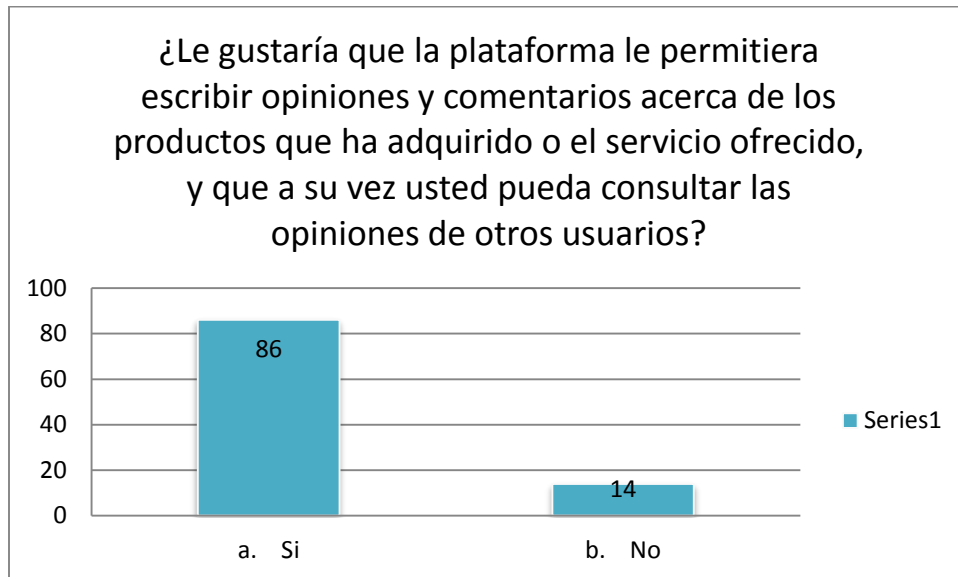
Gráfica 22. Franja horaria entrega productos



Fuente: Elaboración propia con información tomada de la encuesta realizada

El 47% de los encuestados prefieren que los productos le sean entregados en horas de la tarde, motivo por el cual el área de logística debe centrar un mayor esfuerzo en cumplir con las entregas en esta franja del día.

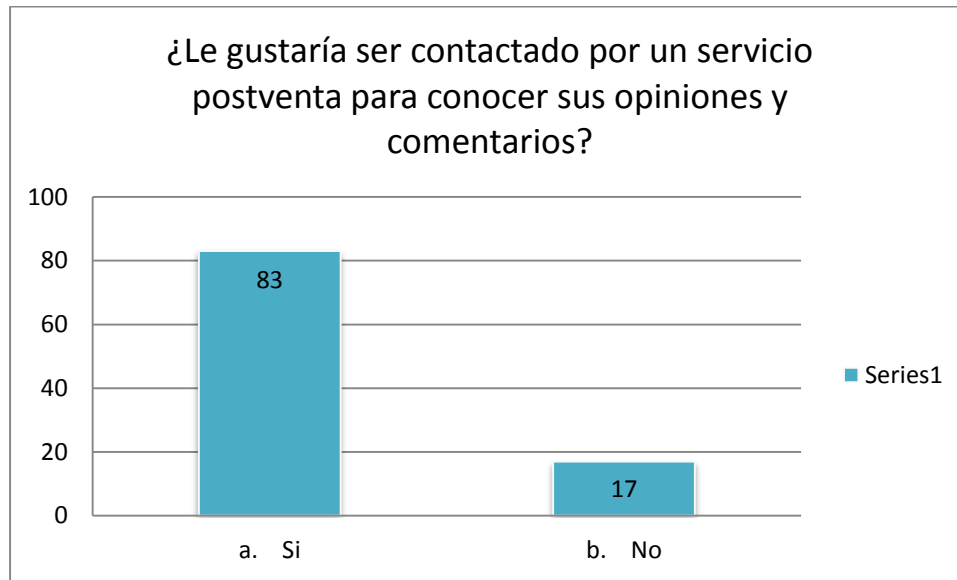
Gráfica 23. Visibilidad quejas y comentarios



Fuente: Elaboración propia con información tomada de la encuesta realizada

La mayoría de los encuestados considera importante que la aplicación brinde un espacio, en el cual, los clientes pueden dejar sus quejas y comentarios, de igual manera les gustaría poder consultar las opiniones enviadas por otros clientes referente a productos adquiridos o sobre la atención recibida al usar la aplicación.

Gráfica 24. Contacto servicio postventa



Fuente: Elaboración propia con información tomada de la encuesta realizada

La mayoría de los encuestados les gustaría ser contactado por un servicio postventa para dar a conocer sus opiniones y comentarios, acerca de los productos comprados o sobre el servicio ofrecido desde que inició el proceso de compra, hasta la entrega de los productos.

Con base los resultados de la encuesta realizada, se determina que la aplicación móvil especializada en la compra de productos del mercado por internet, tienen una demanda potencial, dado el incremento en los niveles de confianza de las personas en le realización de transacciones comerciales por internet, la gran variedad de productos que se pueden llegar a encontrar es otro factor fundamental en el aumento del comercio electrónico.

Por otra parte, es importante resaltar que las plataformas digitales ofrecen gran variedad de descuentos y precios bajos, que son elementos trascendentales por los compradores al momento de realizar una compra.

Oferta de una Aplicación Móvil Especializada en la Venta de Productos del Mercado por Internet.

Desarrollo aplicación móvil

Teniendo en cuenta los resultados de la encuesta, la aplicación móvil se ejecutará principalmente en dos sistemas operativos Android e Apple iOS. Dicha aplicación tendrá las siguientes funcionalidades:

Registro de cuenta de usuario: Los usuarios se podrán registrar e ingresar información sobre sus medios de pago preferidos, a través de esta funcionalidad podrán almacenar sus datos de registro en sus dispositivos, accediendo al historial de compras.

Acceso a la información del usuario: Esta funcionalidad permitirá a los usuarios realizar consultar sobre el historial de compras realizadas, medios de pago utilizados y hacer seguimiento acerca de su pedido.

Interfaz simple: El diseño de la aplicación va a ser simple y fácil de usar, su interfaz de funcionamiento debe ser intuitiva.

Panel de búsqueda: La aplicación tendrá un panel de búsqueda de productos por categorías, en el cual se podrán jerarquizar los productos teniendo en cuenta diferentes características como precio, tamaño, marca, etc.

Descripción de productos: Opción para visualizar las características de los productos, sus beneficios y contenidos proteínicos, vitamínicos y demás. En esta opción el usuario podrá visualizar los comentarios realizados por otros usuarios que ya han adquirido el producto.

Carrito de compras: Opción que permite visualizar los productos que han sido seleccionados por el usuario para ser comprados.

Servicio de alertas promocionales: Haciendo uso del historial de compras de los usuarios se enviará el listado de productos anteriormente adquiridos por los compradores que presentan novedades en los precios, al medio de información preferido por el cliente (correo electrónico, mensajes de texto, publicaciones redes sociales, etc.).

Servicio de recordatorio de compras: Funcionalidad seleccionada por el usuario que le permite recordar en el futuro la compra de un producto o un grupo de productos, mediante el envío un correo electrónico o mensaje de texto que genera la alerta al usuario.

Plataforma de pagos: La aplicación tendrá una plataforma que le permitirá al usuario realizar el pago de sus compras, seleccionando su método de pago preferido (tarjeta de crédito, tarjeta débito, bonos sodexo, bonos de mercado, consignaciones en efecty, etc).

Servicio de geolocalización del pedido: Mediante esta funcionalidad el usuario, podrá conocer el estado de su pedido, la ubicación del mismo y el tiempo promedio de entrega.

Canal de atención en línea: Servicio de chat y línea de atención al cliente, por medio de la cual se resolverán las inquietudes, se recibirán y resolverán las quejas, peticiones y reclamos.

Servicio de acumulación de puntos: La aplicación tendrá un servicio de cupones como método para generar fidelidad entre los usuarios, adquiriendo puntos que les permitan obtener descuentos en compras futuras.

Arquitectura

La aplicación móvil se desarrollará en dos partes:

La primera se centrará en la creación de la aplicación móvil para los sistemas operativos Android y iOS de Apple, con las funcionalidades y servicio mencionados anteriormente

La segunda fase de la aplicación se centrará en la creación de la aplicación en versión de página web, para ser usada en ordenadores y computadores portátiles. Estos servicios estarán desarrollados en diferentes plataformas, de acuerdo al sistema que consulten y la funcionalidad que deba implementar cada uno.

Etapas para la creación de la aplicación

Etapas para la creación de la aplicación
Etapa 1 Bosquejo de aplicación: Se realizarán bocetos sobre la interfaz y aspecto de la aplicación, en los cuales se conceptualizarán de forma visual las principales características y funcionalidades de la aplicación

Etapa 2 Creación maqueta prototipo de la aplicación: Mediante el uso de Wireframing se creará una maqueta de la aplicación que permita visualizar de forma más clara las ideas y características de la aplicación. Por otra parte, se creará el storyboard o guion gráfico de la aplicación, por medio del cual se construirá una hoja de ruta para explicar conexión entre cada pantalla y cómo el usuario navegará a través de la aplicación.

Etapa 3 Contratación desarrollador: Se contratará un freelancer o una empresa especializada en la creación de aplicaciones móviles, para desarrollar la aplicación móvil, con base en los elementos construidos previamente.

Etapa 4 Prueba prototipo de la aplicación: Se realizará una prueba con personas cercanas, para conocer sus opiniones acerca de la funcionalidad de la aplicación y su simplicidad de uso, esta prueba permitirá conocer posibles fallas y realizar mejoras antes de finalizar el proceso de creación.

Etapa 5 Finalizar proceso creativo de la aplicación: Una vez definido el bosquejo final de la aplicación, el desarrollador creara versiones de alta calidad, en este paso se aplicarán las mejoras solicitadas en las pruebas del prototipo.

Etapa 6 Realización pruebas finales: Una vez finalizada la creación de la aplicación, se realizará una última prueba para determinar la funcionalidad de la misma, antes de realizar la publicación de esta en el App store.

Etapa 7 Optimización y publicación de la aplicación: Realizadas todas las pruebas, se optimizara la aplicación con el uso de palabras claves, descripciones detalladas sobre las funcionalidades, promoción o publicidad externa al mercado de aplicaciones, potenciando su posicionamiento y mejorando su visibilidad en las tiendas de aplicaciones. (Santiago, 2018)

Elementos destacables

Seguridad

La aplicación ofrecerá una plataforma de pagos que le permitirá al usuario seleccionar su medio de pago preferido entre: tarjeta de crédito, tarjeta débito, consignaciones, etc. La plataforma de pagos PayU será la encargada de brindar el sistema de pagos online, por medio del cual se realizaran las transacciones comerciales por internet, con total seguridad para los usuarios, ofreciendo seguridad y reserva de la información sobre los medios de pago.

Una vez realizada la compra, al usuario le será enviado un mensaje a su celular o un correo electrónico en el cual se informaran los datos de identificación de las personas que llevaran el pedido.

Las personas encargadas de realizar la entrega del pedido, se identificarán previamente a los clientes, para dar mayor tranquilidad y seguridad. El personal de entrega se encontrará uniformado con vestidos y elementos de dotación alusivos a la Empresa.

Portafolio variado

La plataforma tendrá un portafolio amplio de productos en los cuales las personas podrán encontrar diferentes clases de productos del mercado tales como: artículos aseo del hogar, cuidado personal, alimentos lácteos y sus derivados, pollo, carne, pescado, carnes fría, frutas, verduras, pasa bocas, artículos de despensa, licores y otros

Los anteriores productos se encontrarán clasificados por categorías y las personas podrán realizar una búsqueda, teniendo en cuenta diferentes variables como: precio, marca, peso, cantidad, etc.

Tiempos de entrega

La aplicación tendrá un compromiso de entrega del pedido no mayor a 12 horas, después del pago del producto, este horario no aplicara para compras realizadas en horas de la noche, para las cuales las 12, comenzaran a ser contadas a partir de las 8 am del día siguiente.

El equipo de trabajo del área de logística empleara un software de control de pedidos, el cual le permitirá conocer la hora de llegada del pedido, el estado y la hora de entrega del mismo,

este elemento también permitirá realizar una agrupación de pedidos por zonas de entrega, optimizando los medios de transporte usados para la entrega.

Descuentos y promociones

La aplicación mostrara los mejores precios del mercado para los productos en cada uno de los productos, para cumplir con lo anterior, se realizara una alianza con grandes, medianas y pequeñas superficies de supermercados para poder presentar en la aplicación, los precios de sus productos y los descuentos a los que se puede acceder, dadas las ofertas que se pueden presentar en el día.

Lo anterior permite que al usuario seleccionar un producto, pueda observar las diferentes clases de precios que este tiene en cada una de los supermercados donde exista stock, para poder realizar la mejor selección.

Envió información descuentos

La información acerca de los productos destacados de la semana o del día, le será enviada a los usuarios a los medios seleccionados por ellos, tales como: mensaje de texto al celular, correo electrónico, redes sociales, etc.

Empaque productos

Los productos adquiridos por el comprador le serán enviados en bolsas de papel, en las cuales se encontrara el logo de la aplicación. De esta manera se contribuye a la preservación de los recursos naturales.

Servicio al cliente

Las personas podrán realizar un seguimiento acerca del estado de su pedido, con el número de orden generado en la compra.

Por otra parte la aplicación tendrá un equipo de servicio al cliente comprometido en ofrecer la mejor experiencia, que permitirá a los usuarios aclarar dudas o radicar sus opiniones, quejas o comentarios, previo a realizar la compra o posterior al recibido del pedido.

Estrategias de Marketing para la Aplicación Móvil Especializada en la Venta de Productos del Mercado por Internet.

Realizar SEO (Search Engine Optimization) a la APP

El primer paso es realizar una optimización de la aplicación móvil y de la página WEB, mediante el uso de palabras claves, descripciones detalladas de las funcionalidades, se logrará que la aplicación aparezca en los primeros lugares de búsqueda, potenciando su posicionamiento y mejorando su visibilidad en las tiendas de aplicaciones.

Por otra parte, en la descripción se informará de forma clara e interesante las funcionalidades de la aplicación, con la finalidad que los usuarios realicen la descarga de la misma.

Se hará uso de imágenes de alta calidad que reflejen cuales son los productos o servicios que podrán ser adquiridos en la aplicación, lo anterior busca convencer a los usuarios que los productos alimenticios que se están ofreciendo son de primera calidad y que se encuentran en las mejores condiciones.

Promoción en blogs y redes sociales

Las redes sociales como Facebook, Instagram, Youtube y Twitter son mecanismos asequibles y con una gran audiencia que permiten promocionar de manera masiva la aparición de nuevos productos o aplicaciones móviles, lo mismo sucede con los blogs, los cuales son espacios donde expertos en diferentes temas o personas del común realizan sus aportes, dan consejos o simplemente comparten ideas sobre toda clase de asuntos.

Haciendo uso de los espacios publicitarios que ofrecen las redes sociales y los blogs, se promocionara la aplicación móvil, realizando una descripción atractiva sobre los beneficios y virtudes de la misma, con la finalidad de captar la atención de un gran número de clientes potenciales.

Para el caso del anuncio móvil de Facebook, se realizará una campaña llamativa con un video interactivo a través del cual se enseñara la aplicación móvil creada, se resaltaran sus principales funcionalidades y se mostraran los beneficios que se pueden adquirir al hacer uso de ella. Con lo anterior se busca captar la atención de un gran número de usuarios potenciales, este anuncio tendrá la posibilidad de redirigir a las personas a una landing page, que recolectara información de contacto y de preferencias o gustos de ellos, prometiendo custodiar y hacer buen uso de la información, tal como lo señala la ley 1581 de 2012 “Ley de Protección de Datos Personales”.

Haciendo uso de la información recopilada a través de los formularios o de la landing page, se realizarán campañas segmentadas de acuerdo con los gustos de las personas, por medio del marketing online se enviarán de forma periódica (diaria, semanal, mensual) correos electrónicos masivos, con información acerca de los productos de interés informados por los usuarios.

Por otra parte, se puede conseguir información de los clientes potenciales de forma previa al lanzamiento, a través de la creación de perfiles sociales. De esta forma servirá como medio de promoción de la aplicación y permitirá construir una lista de personas interesadas.

En el caso de Instagram y Youtube se contactaran con influencers, para que realicen la promoción de la aplicación con la divulgación de un video comercial, en el cual de manera breve

y concisa se describan las virtudes y cualidades de la aplicación, este video al igual que mensaje publicitario de Facebook, contara con un enlace al formulario de recolección de datos o landing page.

“Una forma de conseguir influencers con los que colaborar, podría ser la búsqueda de contactos en perfiles de redes sociales relacionados con la App que cuenten con una gran densidad de seguidores y Me gusta y localizar a sus administradores. Para tener éxito y que éstos lleven a cabo las acciones que hayas planificado previamente, deberás ofrecerles algo atractivo que sepas que seguramente no vayan a rechazar como por ejemplo, el uso gratuito de la App, información de primera mano y material de interés” (Porrás, 2017)

Alertas promocionales

Con la finalidad de fidelizar los clientes y para garantizar que vuelvan a realizar compra, por medio de la aplicación móvil, mediante el envío de correos electrónicos o mensajes de texto al celular, se informara sobre la venta de nuevos productos, descuentos especiales o rebajas en las compras que realicen en determinadas fechas o en productos específicos.

Para llegar a más público y hacer uso del famoso voz a voz, se ofrecerán descuentos en los costos de envío o regalando algún productos de los que se ofrece, para aquellas personas que compartan la aplicación con algún contacto de su lista de amigos.

Se ofrecerán diferentes clases de códigos promocionales con descuentos especiales para aquellas personas que completen diversos topes de compras en el mes, todas estas campañas buscaran la fidelización de los usuarios.

Reseñas y valoraciones de la aplicación

Existirá un equipo humano encargado de resolver y atender las diferentes inquietudes, quejas, reclamos, agradecimientos de los usuarios, lo anterior para garantizar una mejora continua y un desarrollo constante en la aplicación, de acuerdo con las sugerencias de los clientes, se tendrá especial cuidado con la solución de las reseñas negativas, evidenciando que sean resueltas y no generen problemas de descargas.

“Por ejemplo, si existía un problema con una de las funciones de la App que un usuario ha identificado y criticado, sería apropiado resolver dicha incidencia y responder al mismo avisando de dicha corrección de forma que los nuevos usuarios no la tengan en cuenta a la hora de descargarla ya que se tratará de un error fortuito que ya está resuelto, algo que también aporta credibilidad y confianza (el usuario apreciará que existe un equipo humano detrás que gestiona todos los aspectos de la App y está pendiente del cliente)” (Porrás, 2017)

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

La encuesta permitió identificar cuáles son las expectativas de los posibles clientes cuando realizan transacciones comerciales por internet y determinar la factibilidad en el desarrollo de una aplicación móvil especializada en la venta de productos del mercado por internet.

El comercio electrónico ha adquirido un gran reconocimiento en el mundo, por ser una forma confiable y segura para comprar o vender, productos o servicios por internet, si bien es cierto el concepto de ventas en línea no es algo novedoso, dado que desde décadas pasadas ya era empleado este mecanismo para ofertar diferentes clases de productos o servicios, la encuesta realizada evidencia el grado de importancia que el comercio electrónico tiene para las actuales generaciones, mostrando que de las personas encuestadas la gran mayoría habían adquirido un producto o habían realizado una transacción comercial por internet,

El desafío que enfrentan las compañías que deciden ingresar en este mercado virtual, es ofrecer un servicio diferenciado que le permita sobresalir de la competencia.

La encuesta contribuyó a identificar cuáles son las variables o características fundamentales que tiene en cuenta una persona, cuando va a realizar la compra de algún bien o servicio por internet. Conceptos claves como seguridad, cumplimiento en entrega, servicio al cliente, logística son términos que adquieren gran importancia, según el análisis de la investigación realizada.

Nivel de Confianza

El nivel de confianza al realizar compras o pagos por internet es sobresaliente, de acuerdo con la información estadística recopilada el 79% de los encuestados opinan que realizar compras

por internet les genera un excelente o sobresaliente nivel de confianza, con esto se evidencia que en la actualidad las compañías o empresas que realizan venta de sus productos o servicios por medio de las plataformas virtuales, ofrecen a sus usuarios pasarelas de pago confiables que garantizan que la información suministrada y los medios de pago utilizados se encuentran protegidos y no se va hacer un mal uso de ellos.

Lo anterior constituye un gran avance en la percepción del nivel de confianza de los usuarios hacia el comercio electrónico, lo cual se encuentra en contravía del bajo nivel confianza señalado en los antecedentes.

Por otra parte, es importante señalar que el medio preferido de pago, según los encuestados es la tarjeta de crédito con un 41%, seguido de tarjeta debito con 27%, teniendo en cuenta lo anterior, las estrategias de seguridad deben buscar generar mecanismos adicionales de protección para aquellas personas que pagan sus compras, haciendo uso de esos dos medios de pago.

Con base en lo anterior, el proveedor del sistema de pago, debe ser una entidad reconocida, que cuente con todas las medidas de seguridad, para garantizar la confidencialidad y el buen uso de la información suministrada por los clientes.

Expectativas al comprar por internet.

El comercio electrónico representa un porcentaje mínimo del PIB nacional, según lo señalado en el informe de la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico (Montes M. F., 2015), pero con base en la información recopilada y analizada de la encuesta, este sector ha

tenido un crecimiento vertiginoso que podría incrementar el porcentaje de participación de las transacciones no presenciales sobre el PIB.

Las personas han encontrado en el comercio electrónico, aplicaciones móviles o páginas web que ofrecen productos en promoción o con precios bajos, que les permiten ahorrar dinero en las compras que realizan.

Con base en lo anterior, la estrategia de mercadeo de la compañía se debe enfocar en ofrecer siempre precios bajos, para ser competitivos en el mercado, razón por la cual se deben realizar alianzas y convenios con grandes, medianas y pequeñas superficies de supermercados para conseguir los mejores descuentos.

Por otra parte, el 25% de los encuestados respondió que ellos realizan compras por internet para evitar realizar las compras físicas, teniendo en cuenta esto, se debe conformar un equipo de servicio al cliente que le brinde asesoría y acompañamiento a los clientes, desde el ingreso a la plataforma hasta la entrega de los productos.

Tiempos de entrega y franjas horarias de entrega de productos.

En la actualidad las aplicaciones móviles tiene una gran relevancia para cualquier negocio, por esta razón muchas compañías ofrecen sus productos o servicios haciendo uso de estas herramientas, con base en lo anterior las empresas que deciden incursionar en el uso de aplicaciones móviles, deben crear factores o características que les permiten diferenciarse de la competencia.

Para el caso de la aplicación móvil objeto de esta investigación, el área de logística debe realizar un procedimiento para cumplir con los tiempos de entrega esperados por los clientes, a la

pregunta de ¿Qué tiempo de entrega está dispuesto a tolerar por el envío de los productos?, el 49% de los encuestados respondió que esperarían en promedio de 4 a 8 horas para la entrega de los productos. Lo anterior resulta ser un lapso corto de tiempo para el envío de los productos, por esta razón se debe optimizar los tiempos de entrega con un posicionamiento zonal, que disminuya los tiempos de desplazamiento.

Por otra parte, la mayor parte de los encuestados, manifestó que, si compran algún producto, les gustaría recibirlo en horas de la tarde, teniendo en cuenta esto, en esta franja horaria se debe usar medios alternativos de transporte como bicicletas y motocicletas, para reducir los tiempos de desplazamiento y evitar las congestiones en las horas de mayor tránsito vehicular.

Las anteriores serán los factores diferenciadores que conducirán a generar un grupo de clientes que se encuentren satisfechos con el servicio ofrecido.

Servicio al cliente

El 87% de los encuestados les gustaría ser contactado antes de la entrega del producto para no tener problemas con la recepción y entrega de los mimos, y a su vez el 83% de los encuestados les gustaría ser contactado por un servicio postventa para dar a conocer sus opiniones y comentarios, acerca de los productos comprados o sobre el servicio ofrecido desde que inició el proceso de compra, hasta la entrega de los productos.

Por otra parte, la mayoría de los encuestados considera importante que la aplicación brinde un espacio, en el cual, los clientes pueden dejar sus quejas y comentarios, de igual manera

les gustaría poder consultar las opiniones enviadas por otros clientes referente a productos adquiridos o sobre la atención recibida al usar la aplicación.

Con base en lo anterior, las personas que conformen el equipo de servicio al cliente, debe ser personal calificado en asesoría y resolución de conflictos, con el objeto de resolver todas las inquietudes e inconvenientes que se puedan llegar a presentar, buscando siempre una solución que se encuentre dentro de los límites de la compañía y que a su vez satisfaga las exigencias de los clientes.

CONCLUSIONES

- El estudio de mercado permite concluir que en la actualidad el comercio electrónico tiene una gran aceptación entre las personas, por esta razón posee una gran popularidad como medio alternativo para la compra y venta de productos o servicios, haciendo uso de diversas clases de aplicaciones móviles o a través de las páginas web de grandes superficies.

La gran mayoría de las personas encuestadas manifestó que ha realizado alguna transacción comercial por medio de internet, y de las pocas personas que manifestaron nunca haber realizado una transacción por internet, la gran mayoría de estos informó que estaría dispuesto a realizar compras por internet.

Con base en lo anterior, existe una gran oportunidad de negocio para la aplicación móvil dedicada a la venta de producto del mercado, dado que las mayor cantidad de encuestados dieron respuestas positivas, cuando fueron consultados a cerca de su percepción sobre las aplicaciones móviles. No obstante, se deben garantizar altos niveles de calidad, servicio y seguridad, para ganar reconocimiento en el mercado.

- La aplicación se desarrollara para ser usada principalmente en teléfonos celulares con sistema operativo Android y iOS, a su vez se debe realizar otra versión para ser usada en computadores. Teniendo en cuenta que para las personas es importante que la aplicación cuente con excelentes niveles de seguridad, se realizara la contratación de un proveedor de seguridad certificado para garantizar las transacciones que se efectúen en la plataforma. La estrategia de mercadeo de la compañía se debe enfocar en ofrecer siempre precios bajos, para ser competitivos en el mercado, razón por la cual se deben realizar alianzas y convenios

con grandes, medianas y pequeñas superficies de supermercados para conseguir los mejores descuentos.

La información recolectada por medio de la encuesta nos permite concluir que para las personas es importante que cualquier transacción comercial que se realice este completamente garantizada en materia de seguridad y confidencialidad de la información.

Por otra parte, las personas esperan que los productos adquiridos sean entregados en los tiempos y condiciones pactadas.

Por otra parte, el área de logística y de atención al cliente, deben formular un sistema para cumplir con los tiempos de entrega pactados con los clientes y para brindar la mejor asesoría en todo momento

- Las estrategias de mercadeo de la aplicación móvil, se centraran en las redes sociales y el internet, dado que las personas encuestadas resaltaron que este medio sobre los cuales les gustaría recibir información publicitaria, con base en esto la estrategia de mercadeo se basara en publicidad en redes sociales y otros espacios disponibles en internet.

Por medio de la contratación de influencers y la participación en blogs se realizara una promoción masiva de la aplicación, dado que estos medios tienen gran influencia en la población.

RECOMENDACIONES

En las ventas por internet las personas aún tienen desconfianza a brindar información personal o a cerca de sus productos financieros, razón por la cual se debe garantizar al cliente la confidencialidad de su información con la contratación de una plataforma de pago confiable y posicionado en el mercado, con certificados de seguridad que avalen sus operaciones.

Los clientes potenciales consideran importante que las personas encargadas de las entregas cuenten con uniformes y documentos de identificación que les permitan corroborar la identidad de las personas que están transportando los productos, motivo por el cual se contratar una empresa que confeccione dotación con el logo de la compañía.

Se debe generar una política de optimización de tiempos de entrega, con la finalidad de optimizar el proceso logístico para tener excelentes tiempos de distribución y garantizar la satisfacción de los clientes en cuanto al cumplimiento en la entrega.

Es recomendable realizar una demostración de la aplicación móvil, para que los clientes potenciales se vayan familiarizando con las ventajas y beneficios de esta nueva aplicación móvil.

BIBLIOGRAFÍA

Casadesús, M. (2005). *Calidad práctica. Una guía para no perderse en el mundo de la calidad.*

Prentice-Hall.

Constitución Política de Colombia. (13 de Junio de 1991). Recuperado el 18 de Julio de 2018, de

Constitución Política de Colombia: [http://www.constitucioncolombia.com/titulo-](http://www.constitucioncolombia.com/titulo-2/capitulo-1/articulo-38)

[2/capitulo-1/articulo-38](http://www.constitucioncolombia.com/titulo-2/capitulo-1/articulo-38)

Constitución Política de Colombia. (13 de Junio de 1991). Recuperado el 18 de Julio de 2018, de

Constitución Política de Colombia: [http://www.constitucioncolombia.com/titulo-](http://www.constitucioncolombia.com/titulo-12/capitulo-1/articulo-333)

[12/capitulo-1/articulo-333](http://www.constitucioncolombia.com/titulo-12/capitulo-1/articulo-333)

Departamento Nacional de Planeación DANE. (2018). *Anexo empleo mayo 2018 GEIH.* Bogotá:

DANE.

Departamento Nacional de Planeación DANE. (2018). *Indicadores de mercado laboral.* Bogotá

D.C.: DANE.

Dinero. (4 de Mayo de 2018). *Transacciones digitales aumentan un 36% en Colombia en 2017.*

Recuperado el 20 de Junio de 2018, de Revista Dinero:

[https://www.dinero.com/economia/articulo/crecimiento-de-transacciones-digitales-en-](https://www.dinero.com/economia/articulo/crecimiento-de-transacciones-digitales-en-colombia-2017/257050)

[colombia-2017/257050](https://www.dinero.com/economia/articulo/crecimiento-de-transacciones-digitales-en-colombia-2017/257050)

Geoffrey, R. (2003). *Principios de Marketing.* Thomson Editores.

Kotler Philip, B. P. (2004). *El Marketing de Servicios Profesionales.* Ediciones Paidós Ibérica.

KPMG. (2017). *eCommerce & Recaudo: Transacciones Digitales Colombia 2016 - Primer semestre 2017*. Bogotá.

Montes, M. E. (10 de Mayo de 2012). *Corporación Colombia Digital*. Recuperado el 20 de Junio de 2018, de Corporación Colombia Digital:
<https://colombiadigital.net/opinion/columnistas/conexion/item/1773-acerca-del-comercio-electr%C3%B3nico.html>

Montes, M. F. (7 de Diciembre de 2015). *Reporte Digital*. Recuperado el 20 de Junio de 2018, de Reporte Digital: <https://reportedigital.com/transformacion-digital/evolucion-comercio-electronico-colombia-gobierno-empresas/>

Naresh, M. K. (1997). *Investigación de Mercados Un Enfoque Practico*. Prentice-Hall Hispanoamericana.

Netrica. (2017). *Informe sobre navegación y tasas de conversión en Ecommerce por sectores 2017Q4*. Bogotá: Netrica.

Porras, M. (22 de Mayo de 2017). *Upplication*. Recuperado el 11 de Julio de 2018, de Upplication: <https://www.upplication.com/blog/17-formas-de-promocionar-una-app/>

Régimen Legal de Bogotá. (27 de Marzo de 1971). Recuperado el 18 de Julio de 2018, de Régimen Legal de Bogotá:

<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=41102>

Régimen Legal de Bogotá. (18 de Agosto de 1999). Recuperado el 18 de Julio de 2018, de Régimen Legal de Bogotá:

<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=4276>

Régimen Legal de Bogotá. (10 de Julio de 2000). Recuperado el 18 de Julio de 2018, de Régimen

Legal de Bogotá: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=12672>

Régimen Legal de Bogotá. (3 de Abril de 2009). Recuperado el 18 de Julio de 2018, de Régimen

Legal de Bogotá: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=35834>

Régimen Legal de Bogotá. (30 de Julio de 2009). Recuperado el 18 de Julio de 2018, de Régimen

Legal de Bogotá: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=36913>

Régimen Legal de Bogotá. (12 de octubre de 2011). Recuperado el 18 de Julio de 2018, de

Régimen Legal de Bogotá:

<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=44306>

Rojas, P. (1 de Diciembre de 2015). *Blog Pedromrojas* . Recuperado el 20 de Junio de 2018, de

Blog Pedromrojas : <http://pedromrojas12.blogspot.com/2015/12/historia-de-las-aplicaciones-moviles.html>

Santiago, I. (4 de Agosto de 2018). *Ignacio Santiago*. Obtenido de Ignacio Santiago:

<https://ignaciosantiago.com/como-crear-aplicacion-movil/>

Secretaría del Senado. (26 de Enero de 2006). Recuperado el 18 de Julio de 2018, de Secretaría

del Senado: http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1014_2006.html

Secretaria Senado Colombia. (2 de Agosto de 2004). Recuperado el 18 de Julio de 2018, de

Secretaria Senado Colombia:

http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0905_2004.html

Sinnaps. (s.f.). *Sinnaps*. Recuperado el 11 de Julio de 2018, de Sinnaps:

<https://www.sinnaps.com/blog-gestion-proyectos/metodo-cuantitativo>

VISA. (18 de Agosto de 2016). *Hipertextual*. Recuperado el 20 de Junio de 2018, de

Hipertextual: <https://hipertextual.com/presentado-por/visa/historia-comercio-electronico>

Vivanco, M. (2005). *Muestreo Estadístico Diseño y Aplicaciones*. Santiago de Chile:

Universitaria.

ANEXOS

- Formato encuesta estudio de mercado en 4 folios.