

FACULTAD DE POSTGRADOS Y FORMACIÓN CONTINUADA

PROGRAMA: Especialización en Gerencia

NOMBRE DEL PROYECTO: Estudio De Mercado Para La Creación De Una Aplicación Móvil Especializada En La Venta De Productos Del Mercado Por Internet



Afiliada a la Asociación Colombiana de Universidades "ASCUN"

INTEGRANTES GRUPO: Guillermo Luciano Abril Romero
Johana Gómez Tovar

PLANTEAMIENTO GENERAL 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.

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿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?



JUSTIFICACIÓN

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.



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 ESPECIFICOS

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

ENFOQUE METODOLÓGICO

Población

La población objeto de la investigación fue tomada con base en la información presentada por la Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH), que proporciona información estadística sobre el tamaño, periodo y estructura de la fuerza del trabajo de la población del país.



ENFOQUE METODOLÓGICO

Muestra

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

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.

El número de personas a encuestar debían ser 97, por lo cual se escogieron al azar 100 personas.



Tamaño de la muestra

100



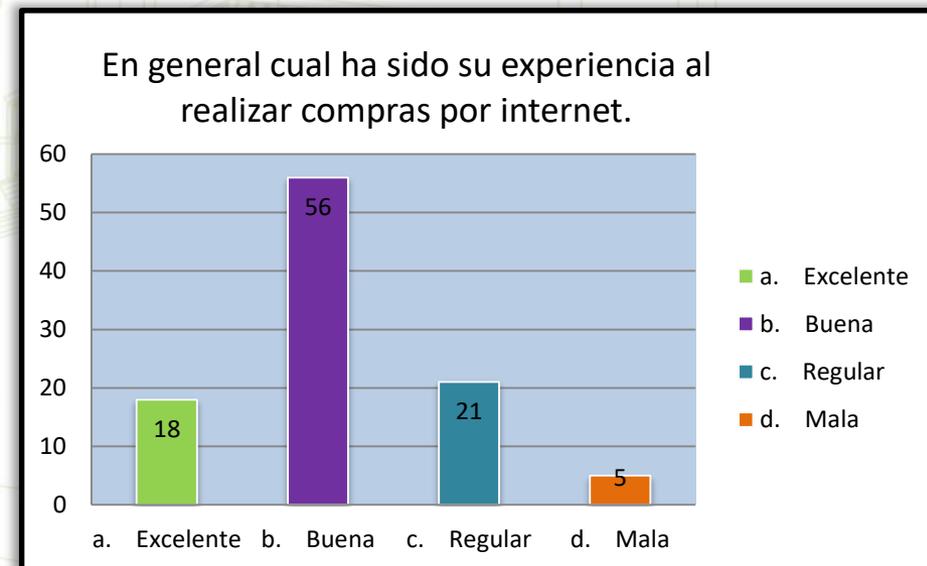
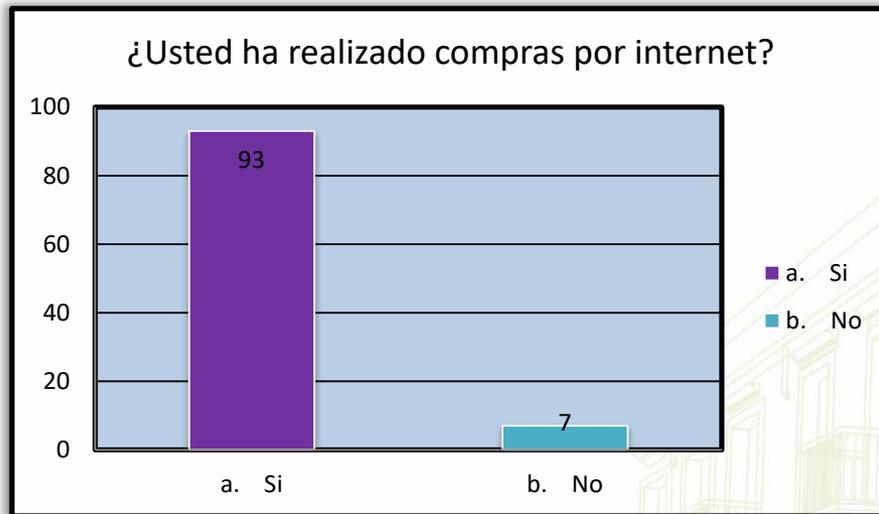
Población economicamente activa

4.212.000

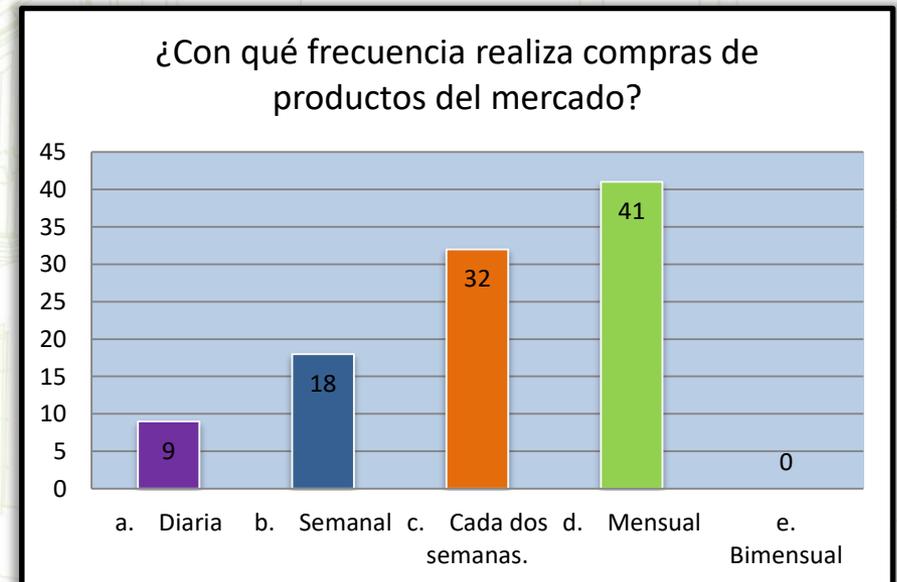
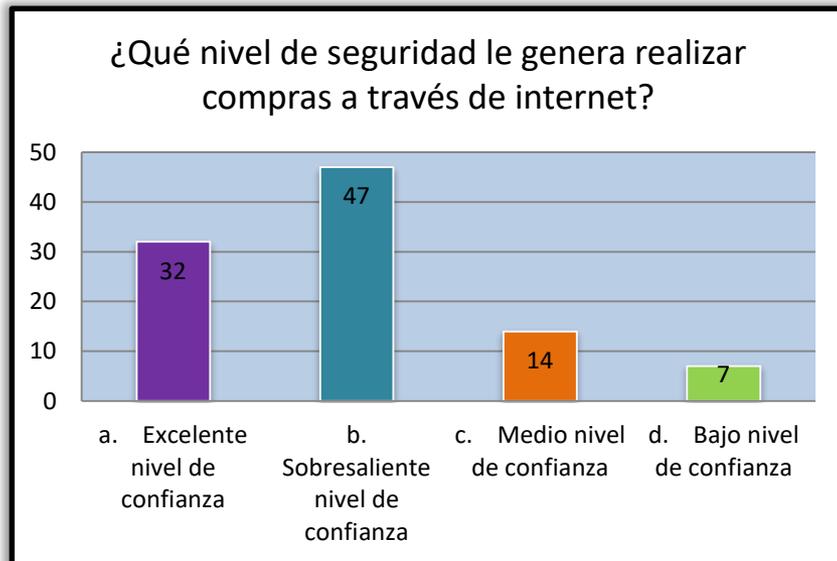


CAPITULO I

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

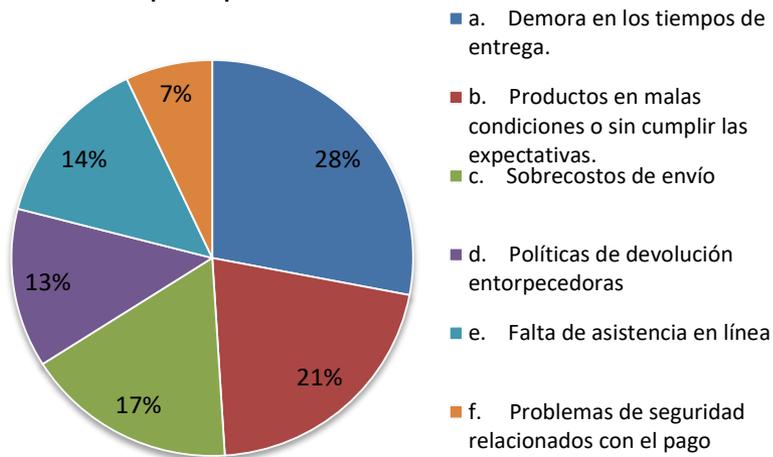


Demanda de una Aplicación Móvil Especializada en la Venta de Productos del Mercado por Internet.

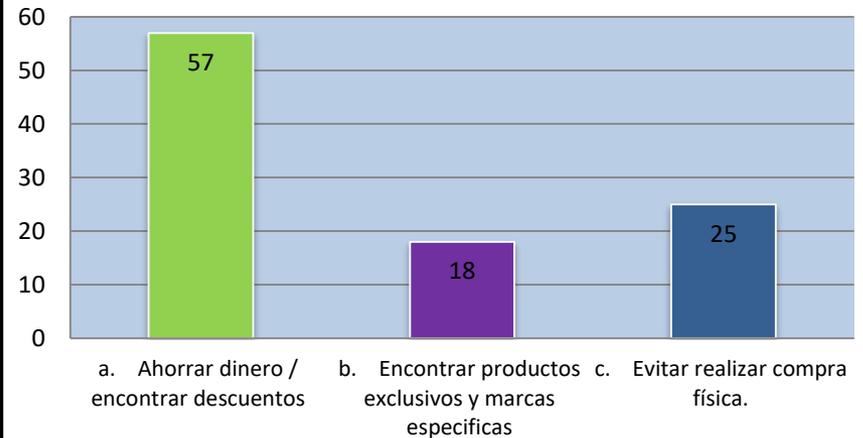


Demanda de una Aplicación Móvil Especializada en la Venta de Productos del Mercado por Internet.

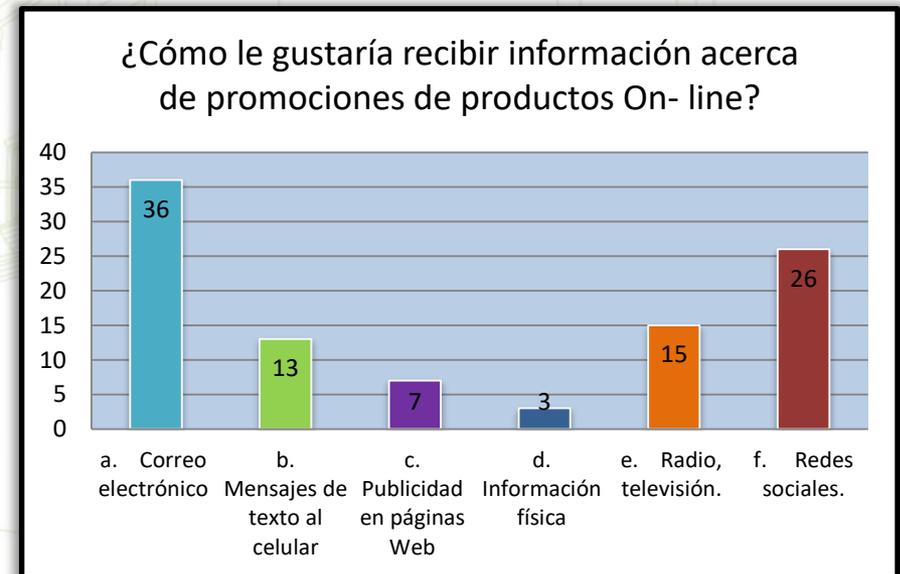
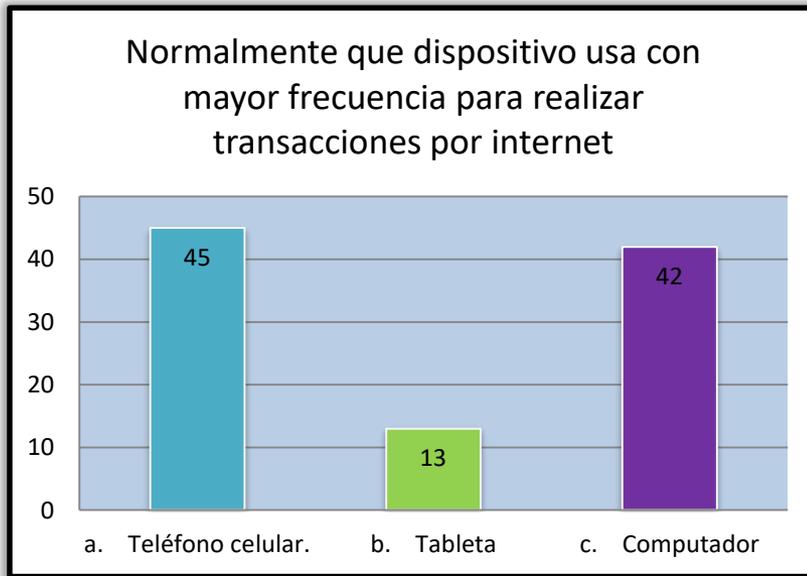
¿Qué inconvenientes ha tenido al realizar compras por internet?



¿Qué esperaría usted al realizar compras por internet?



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



CARACTERÍSTICAS BÁSICAS APLICACIÓN MÓVIL

- Registro de cuenta de usuario
- Acceso a la información del usuario
- Interfaz simple
- Panel de búsqueda
- Descripción de productos
- Carrito de compras
- Servicio de alertas promocionales
- Servicio de recordatorio de compras
- Plataforma de pagos
- Servicio de geo localización del pedido
- Canal de atención en línea



ELEMENTOS A DESTACAR

Garantía de precios bajos



Seguridad y confianza

PayU⁺ PayPalTM

Puntualidad entrega y servicio al cliente



CAPITULO III

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.



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



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.



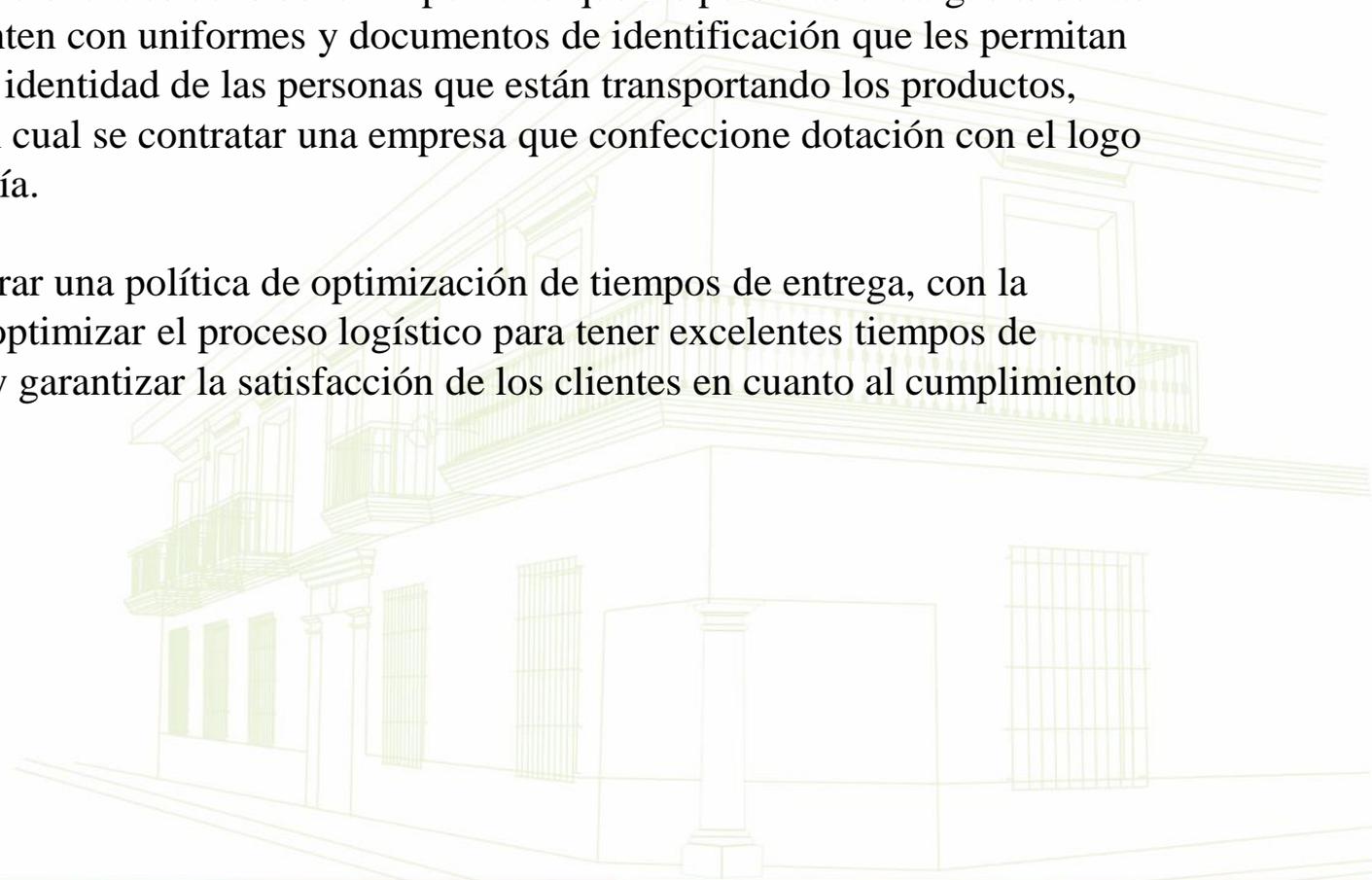
CONCLUSIONES

1. 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.
2. 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.
3. Las redes sociales poseen en la actualidad un gran poder de influencia sobre las personas, razón por la cual las estrategias de mercadeo de la aplicación móvil, se centraran en las redes sociales y el internet



APORTES

- 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.



BIBLIOGRAFÍA

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-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>





GRACIAS POR SU ATENCIÓN

Más de Medio Siglo Educando en Valores

UNIVERSIDAD LA GRAN COLOMBIA



www.ugc.edu.co

Bogotá D.C. - Armenia