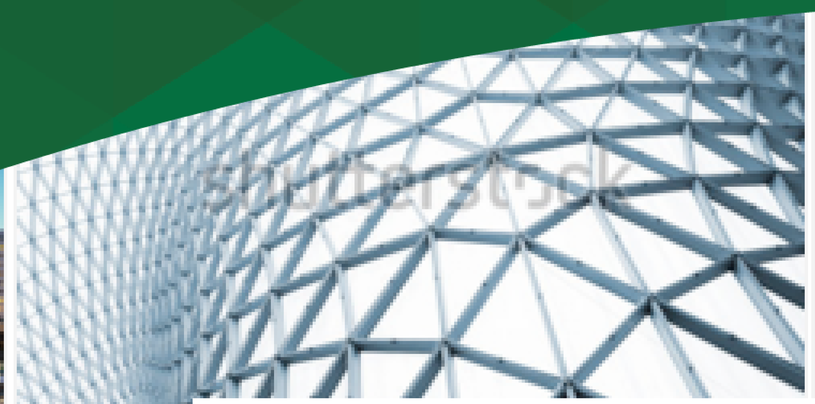
UNIVERSIDAD
La Gran Colombia

By Hernando Ayala - Luis Felipe Paez

UNIVERSIDAD
La Gran Colombia

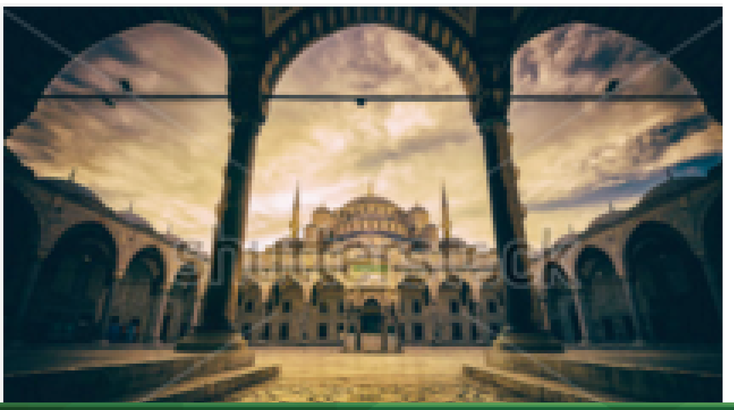


Por la importancia que tiene el mercado Online en el mundo, la presente investigación propone diseñar un modelo de servicio E-commerce para comercializar el Banco de imágenes que posee la Fundación CIDCA el cual servirá a todas las personas que habitan el planeta.

By Hernando Ayala - Luis Felipe Paez

JUSTIFICACIÓN

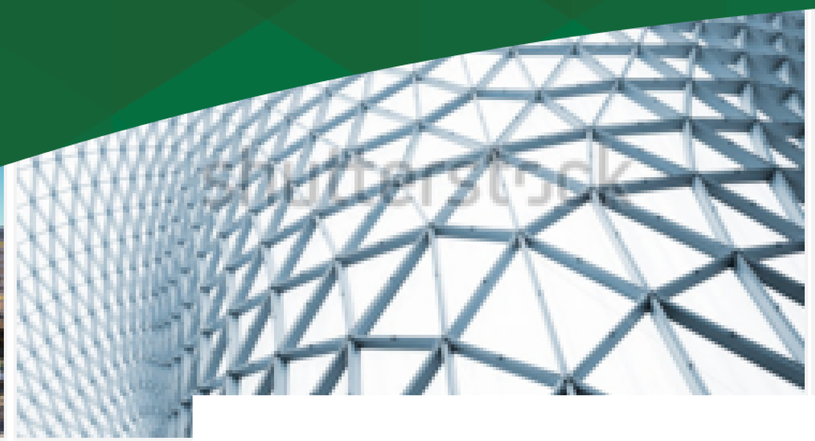
UNIVERSIDAD
La Gran Colombia



Otro aspecto para la justificación de este proyecto es el no contar con las imágenes virtuales necesarias o suficientes para el desarrollo de piezas gráficas, catálogos, revistas, vallas y toda articulación en comunicación gráfica con fines comerciales.

By Hernando Ayala - Luis Felipe Paez

UNIVERSIDAD
La Gran Colombia

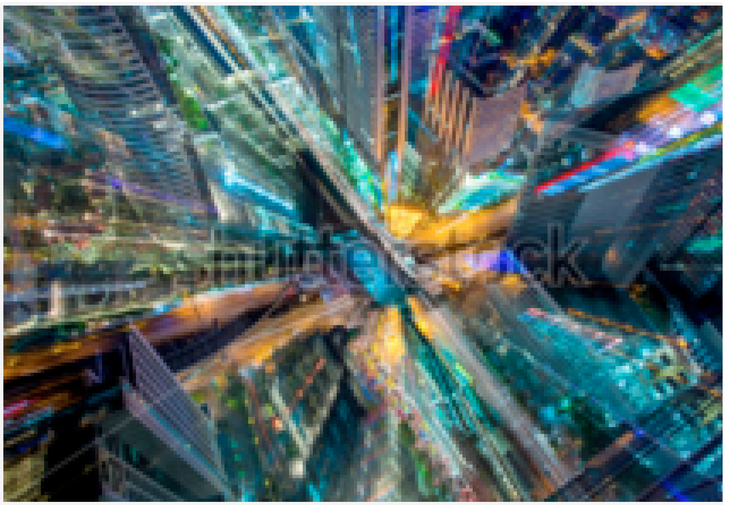
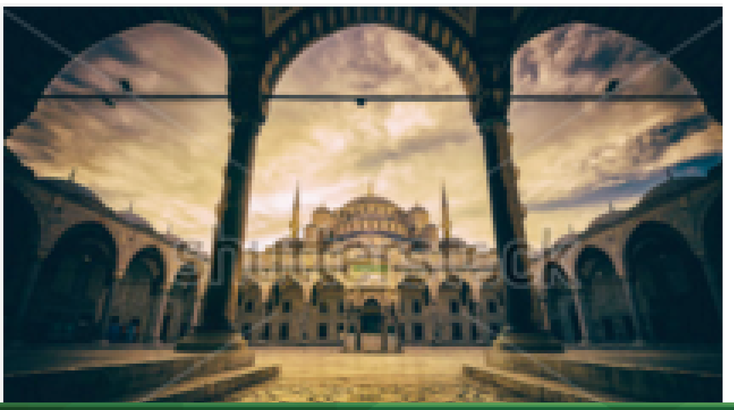


Línea de Negocios Internacionales; circuitos económicos y cadenas productivas.

By Hernando Ayala - Luis Felipe Paez

LINEA DE INVESTIGACION

UNIVERSIDAD
La Gran Colombia

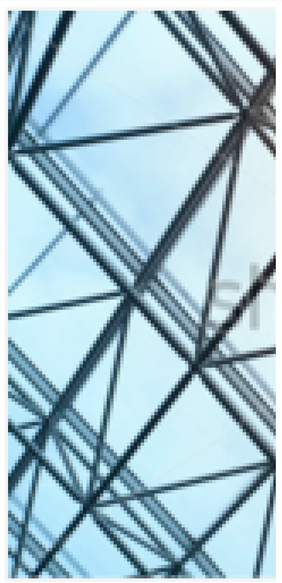



Esta línea de investigación se soporta sobre la base de la internacionalización como la globalización de la Economía.

By Hernando Ayala - Luis Felipe Paez

LINEA DE INVESTIGACION

UNIVERSIDAD
La Gran Colombia



¿Cómo diseñar un modelo de servicio E-commerce que permita la comercialización virtual para el banco de imágenes de la Fundación CIDCA que genere permanencia y crecimiento?

By Hernando Ayala - Luis Felipe Paez

PREGUNTA PROBLEMA

UNIVERSIDAD
La Gran Colombia

Diseñar un modelo de servicio E-commerce para la comercialización del banco de imágenes de la Fundación CIDCA.

By Hernando Ayala - Luis Felipe Paez

OBJETIVO GENERAL

UNIVERSIDAD
La Gran Colombia

1. Determinar el mercado potencial de impacto del banco de imágenes de la Fundación CIDCA.

By Hernando Ayala - Luis Felipe Paez

OBJETIVOS ESPECIFICOS

UNIVERSIDAD
La Gran Colombia

2. Identificar la necesidad y frecuencia de consumo de imágenes que tiene el mercado potencial.

By Hernando Ayala - Luis Felipe Paez

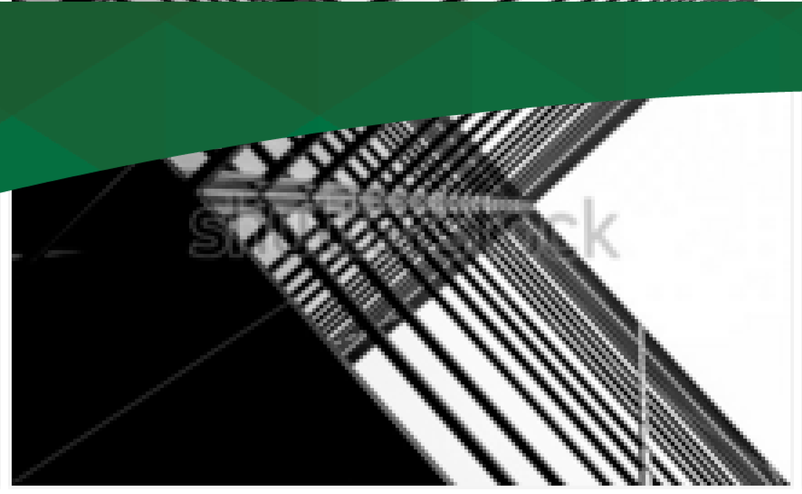
OBJETIVOS ESPECIFICOS

UNIVERSIDAD
La Gran Colombia

3. Establecer el precio y modalidades de comercialización de las imágenes que se ofrecerán al mercado potencial.

By Hernando Ayala - Luis Felipe Paez

UNIVERSIDAD
La Gran Colombia

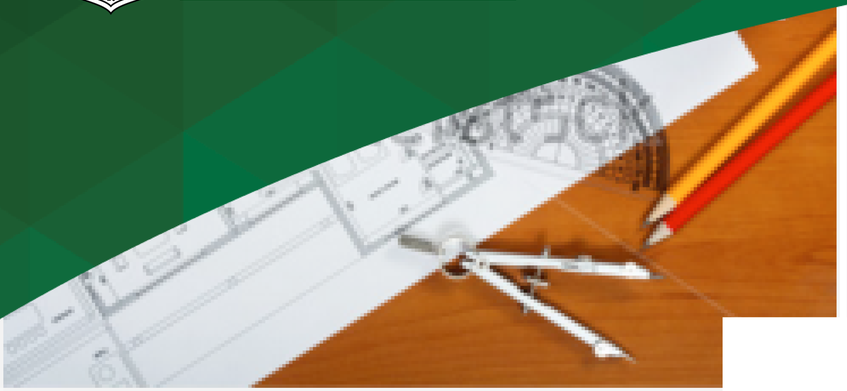


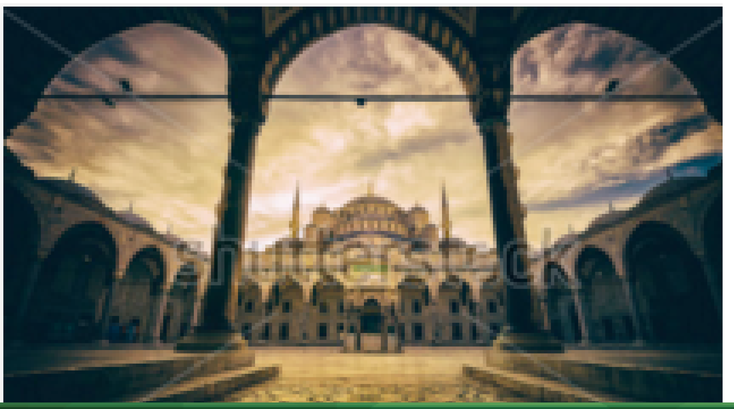
El sistema E-commerce fue diseñado para fortalecer la calidad de los datos que se intercambian con otros en la cadena con los proveedores y se utiliza para agilizar los procesos internos.

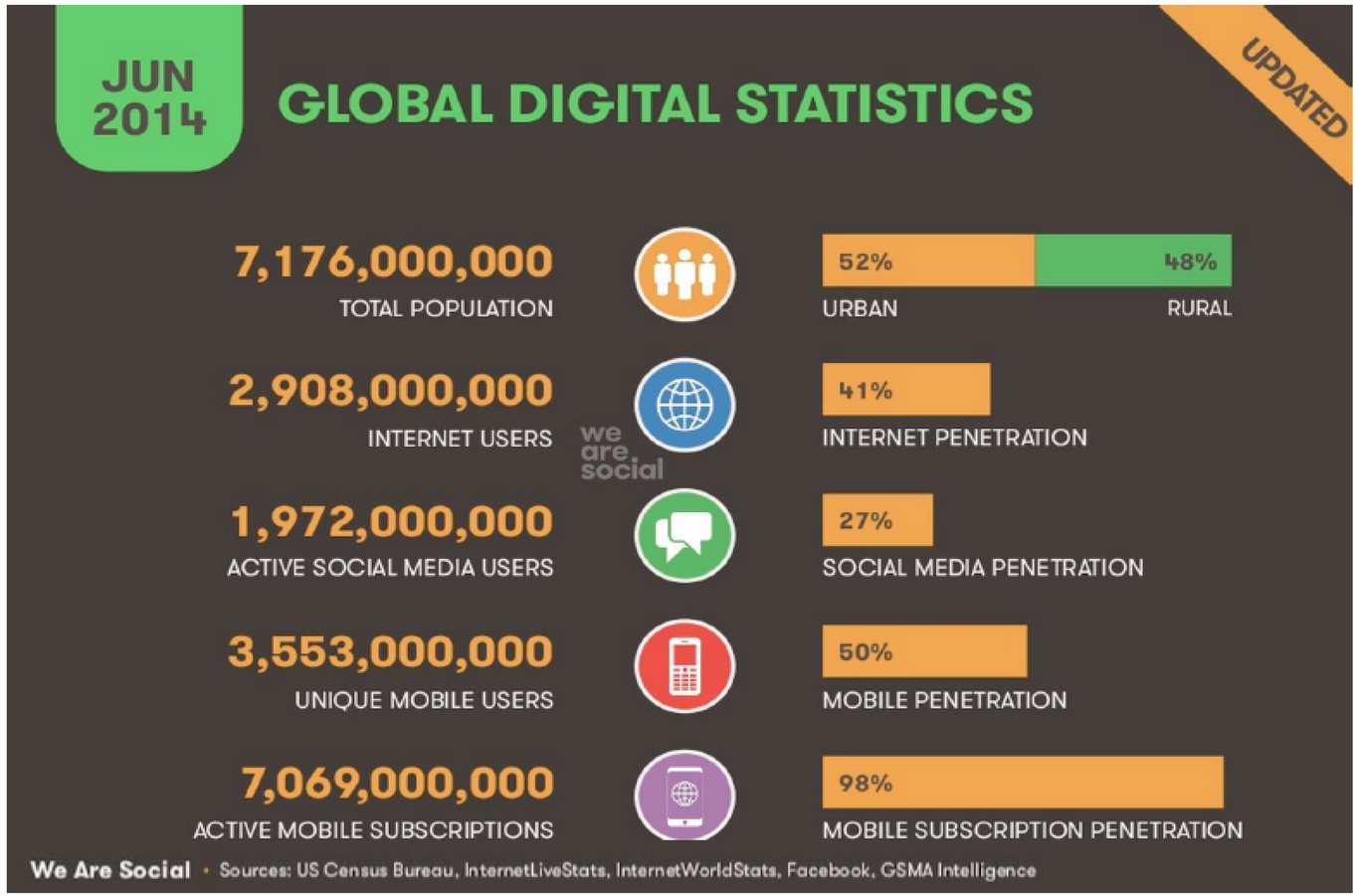
Webstrategias. (26 de Mayo de 2015). Evolución del comercio electrónico (e commerce) en Colombia. http://www.webstrategias.com/evolucion-del-comercio-electronico-e-commerce-en-colombia/

By Hernando Ayala - Luis Felipe Paez

UNIVERSIDAD
La Gran Colombia





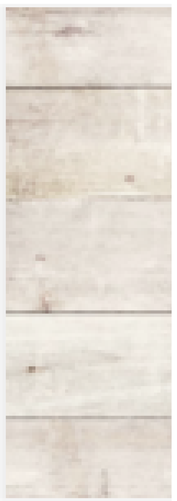


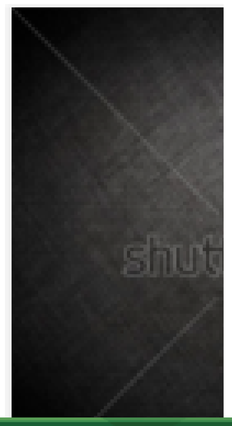
Vanegas Luque, B., & Virviescas, V. (17 de Abril de 2015). Situación actual del comercio electrónico en Colombia y sus potencial de crecimiento.

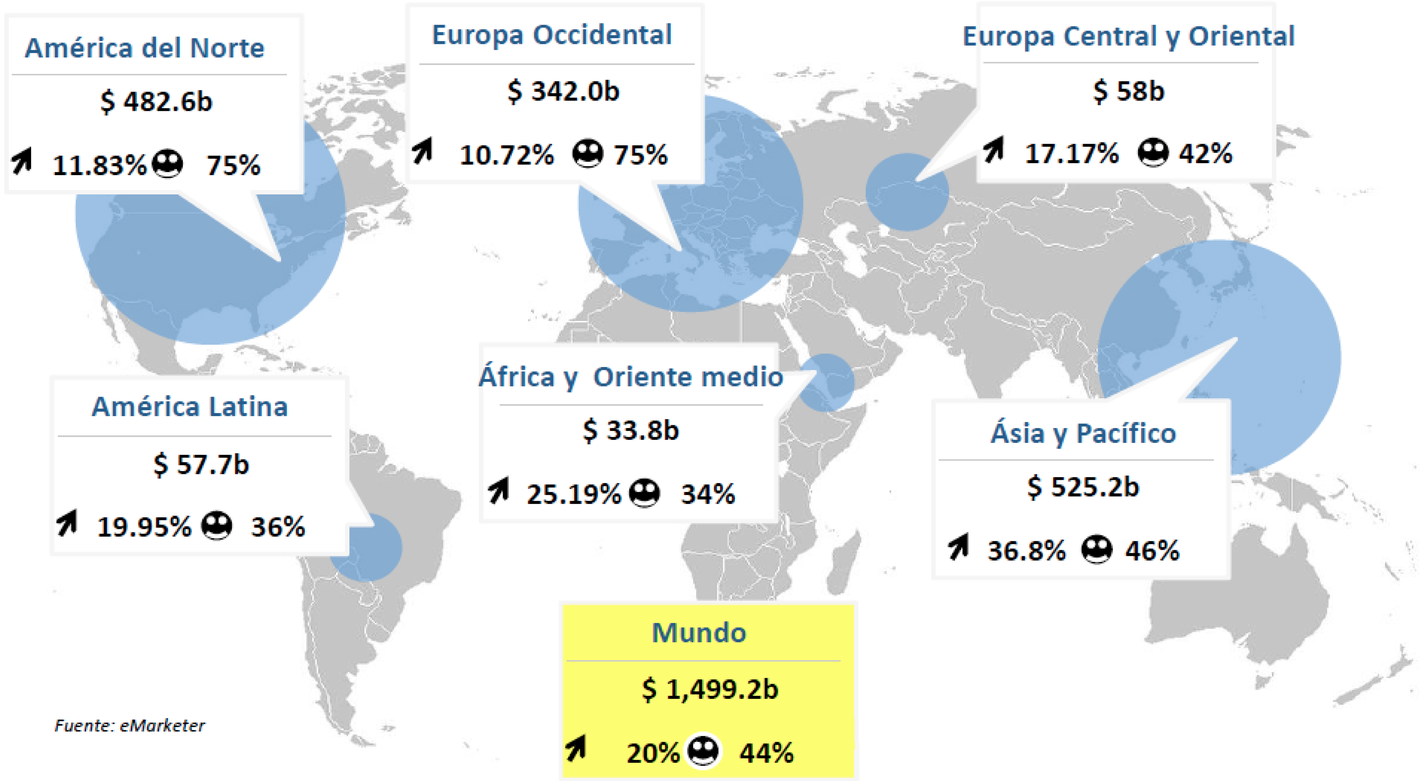
By Hernando Ayala - Luis Felipe Paez

ANTECEDENTES

UNIVERSIDAD
La Gran Colombia







Vanegas Luque, B., & Virviescas, V. (17 de Abril de 2015). Situación actual del comercio electrónico en Colombia y sus potencial de crecimiento.

By Hernando Ayala - Luis Felipe Paez

ANTECEDENTES

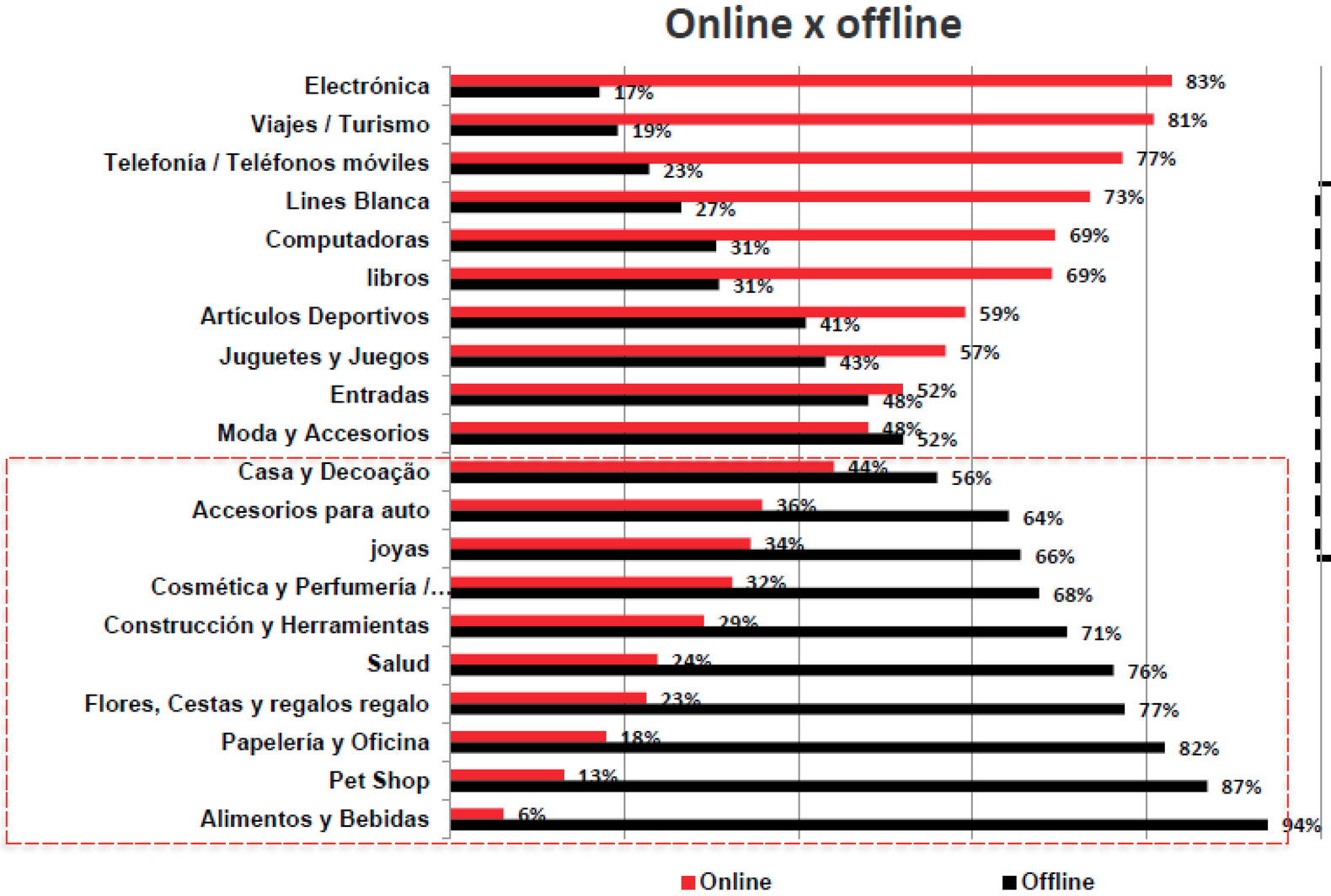
UNIVERSIDAD
La Gran Colombia

Vanegas Luque, B., & Virviescas, V. (17 de Abril de 2015). Situación actual del comercio electrónico en Colombia y sus potencial de crecimiento.

By Hernando Ayala - Luis Felipe Paez

UNIVERSIDAD
La Gran Colombia

Los usuarios en Latinoamerica ya entienden el multicanal



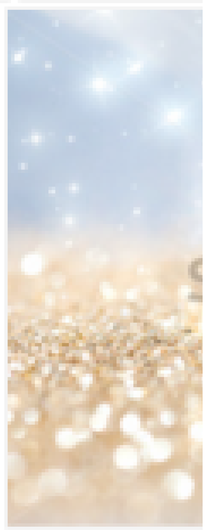
Fuente: E-bit Informação (www.ebitempresa.com.br) - Maio de 2014

Base: comprar sólo online o offline para cada categoría

De los productos comprados en los últimos 6 meses, ¿usted compró en internet o fuera de internet?

By Hernando Ayala - Luis Felipe Paez

UNIVERSIDAD
La Gran Colombia



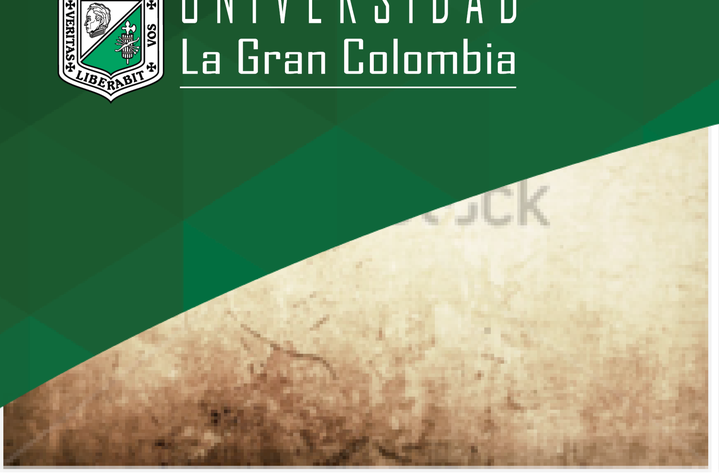
El objetivo de esta investigación en primera instancia es exploratoria descriptiva. Consiste en conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas.

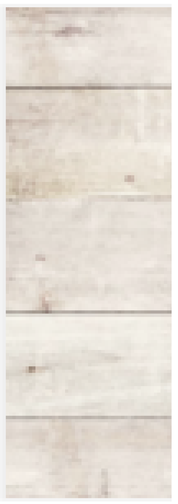
Tipo de Investigación :

MARCO METODOLÓGICO

By Hernando Ayala - Luis Felipe Paez

UNIVERSIDAD
La Gran Colombia





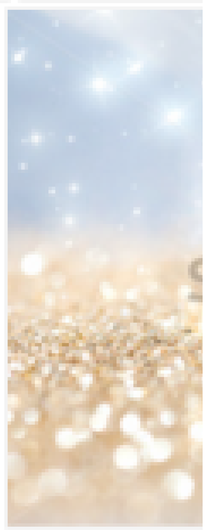
Nuestra meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables, recogiendo los datos sobre la base de la pregunta o preguntas planteadas, resumiendolainformaciónde maneracuidadosayluego analizando minuciosamente los resultados con el fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento.

Tipo de Investigación :

MARCO METODOLÓGICO

By Hernando Ayala - Luis Felipe Paez

UNIVERSIDAD
La Gran Colombia



El enfoque de esta investigación es de carácter cualitativo y cuantitativo (Mixto).

By Hernando Ayala - Luis Felipe Paez

UNIVERSIDAD
La Gran Colombia

Se estudiaron 48 Agencias de Publicidad extraídas de las 117 que existen y están vigentes en la ciudad de Bogotá a Diciembre de 2015 según información suministrada por la Cámara de Comercio de Bogotá, estas agencias de publicidad de acuerdo con su razón social, se distribuyen así:

Población Objetivo.

TIPO DE INVESTIGACIÓN

By Hernando Ayala - Luis Felipe Paez

UNIVERSIDAD
La Gran Colombia

23 Agencias de publicidad son sociedades anónimas.
1 Agencia de publicidad En Comandita Simple.
2 Agencias de publicidad extranjeras.
21 Agencias de publicidad Ltda.
70 Agencias de publicidad SAS.

Población Objetivo.

By Hernando Ayala - Luis Felipe Paez

UNIVERSIDAD
La Gran Colombia

Aplicamos la encuesta que aparece en el apéndice N°1 al 41% del total de la muestra, es decir a 48 agencias de publicidad, tamaño de la muestra que consideramos bueno para la toma de decisiones.

Muestra:

By Hernando Ayala - Luis Felipe Paez

UNIVERSIDAD
La Gran Colombia

FICHA TÉCNICA

Trabajo de Campo	Martes 22 de Marzo al Sábado 23 de Abril del 2016.
Campo de Acción	Bogotá
Diseño Muestral	Aleatorio Simple
Universo	117 Agencias de Publicidad existentes registradas en Bogotá
Nivel de Confianza	97%
Error muestral	+/- 3.0%.
Tamaño de la Muestra	48
Instrumento de Recolección	Cuestionario de preguntas varias, realizado en la aplicacion de Google, Forms.
Sistema de Consulta	Via Web, Redes Sociales, Telefónica

By Hernando Ayala - Luis Felipe Paez

UNIVERSIDAD
La Gran Colombia

Recientes (1) Solicitu... Ver más

Buscar

Buen día. Por favor, invie...

CCP Colombia 22 de marzo
Buen día. Por favor, invie...

Havas Worldwide... 22 de marzo
Buen día. Por favor, invie...

TBWA\Colombia 22 de marzo
Buen día. Por favor, invie...

e-NNOVVA 22 de marzo
Buen día. Por favor, invie...

McCANN Colomb... 22 de marzo
Buen día. Por favor, invie...

Leo Burnett Colo... 22 de marzo
Buen día. Por favor, invie...

Young & Rubicam.. 22 de marzo
Buen día. Por favor, invie...

DDB Latina Colom. 22 de marzo
Buen día. Por favor, invie...

Sancho BBDO 22 de marzo
Buen día. Por favor, invie...

McCANN Colombia Administra + Nuevo mensaje

Medios/noticias/editorial

Inicio de la conversación 22 de marzo

Pipe Paez AdsnRock 22/03/2016 9:57
Buen día.

Por favor, invierta unos pocos minutos de su tiempo para llenar el cuestionario que adjuntamos.

Su colaboración es muy importante ya que estamos realizando un estudio para determinar la posibilidad de comercializar a través de Internet un Banco de Imágenes Nacional, que pertenece a la Fundación Universitaria CIDCA. Este proyecto es con fines netamente Académicos.

Cordial Saludo

José Hernando Ayala - Luis Felipe Páez Ramírez
http://goo.gl/forms/jUPMgEQHEX

Google Forms
PROYECTO DE GRADO de la Especialización en Gerencia de la Universidad La Gran Colombia.
Buen día. Por favor, invierta unos pocos minutos de su ...
docs.google.com

Visto: 22 de marzo

Escribe una respuesta...

Agregar ar... Agregar fotos Presionar "... Responder

Grupos sugeridos

///CANCIÓN SUBLIME ///
772 miembros
+ Unirte

Paisajes, Fotografías y Música del mundo
602 miembros
+ Unirte

Ver todos

Español · English (US) · Português (Brasil) · Français (France) · Deutsch

Facebook © 2016
Privacidad · Condiciones · Publicidad · Opciones de anuncios · Cookies · Más

Chat (18)

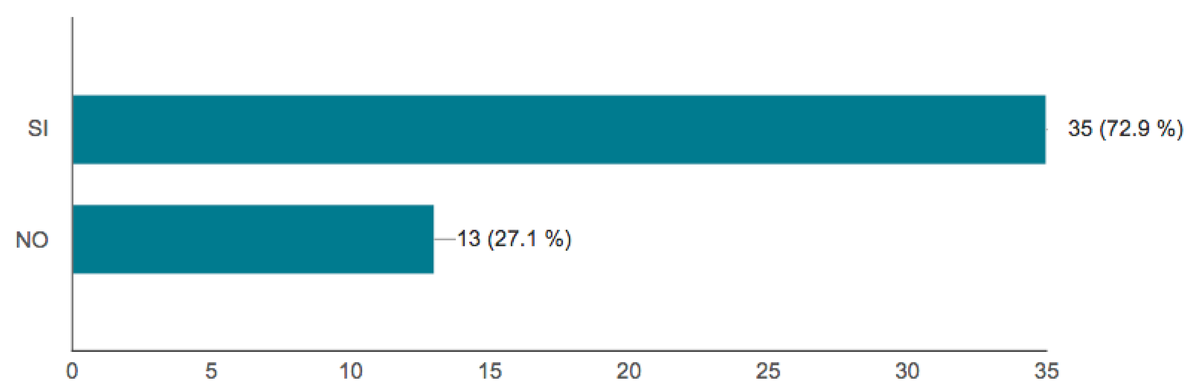
EJEMPLO DE ENVIO DE ENCUESTA

By Hernando Ayala - Luis Felipe Paez

UNIVERSIDAD
La Gran Colombia

1. Determinar el mercado potencial de impacto del banco de imágenes de la FCIDCA

1. ¿Su empresa utiliza el servicio de banco de Imágenes? (48 respuestas)



El 72.9 % de las agencias encuestadas utiliza en la actualidad el banco de imágenes virtuales y el 27.1% de las agencias no lo utilizan porque no manejan clientes que requieran campañas con imágenes virtuales.

By Hernando Ayala - Luis Felipe Paez

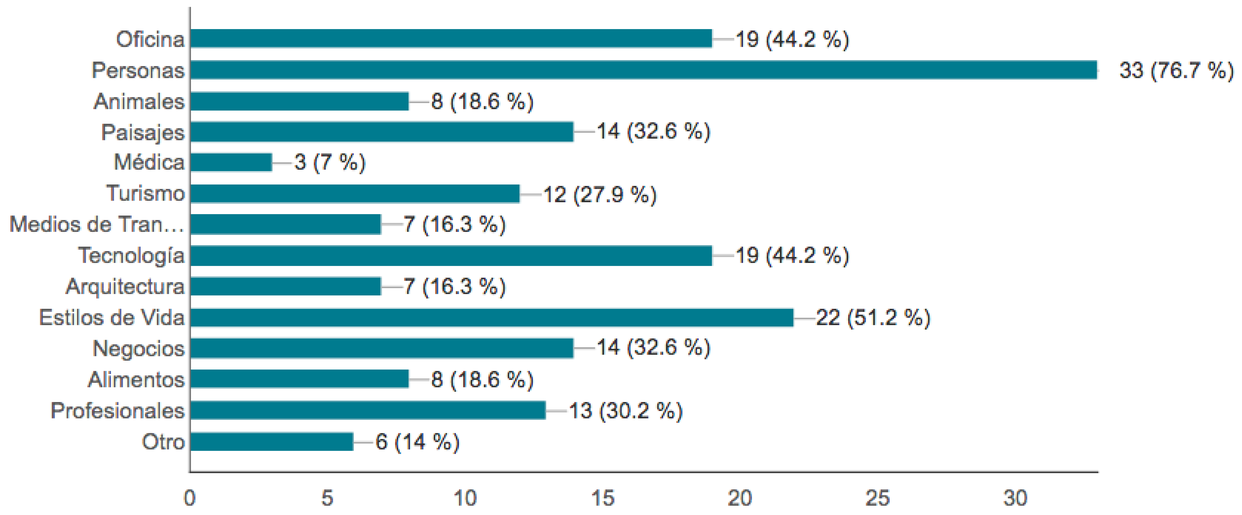
Análisis de Resultados

UNIVERSIDAD
La Gran Colombia

1. Determinar el mercado potencial de impacto del banco de imágenes de la FCIDCA

9. ¿Que tipo de imágenes son las que más utiliza usted a la hora de realizar sus trabajos de diseño?

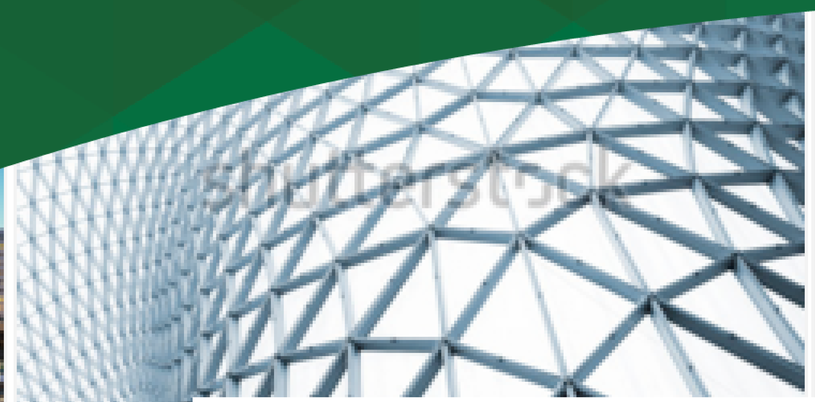
(43 respuestas)



la pregunta N° 9 nos da a conocer con exactitud cuáles son las imágenes virtuales más consumidas por las agencias de publicidad, donde el 76,7% corresponde a personas, el 51,2% hacen parte de los estilos de vida, el 44,2%

By Hernando Ayala - Luis Felipe Paez

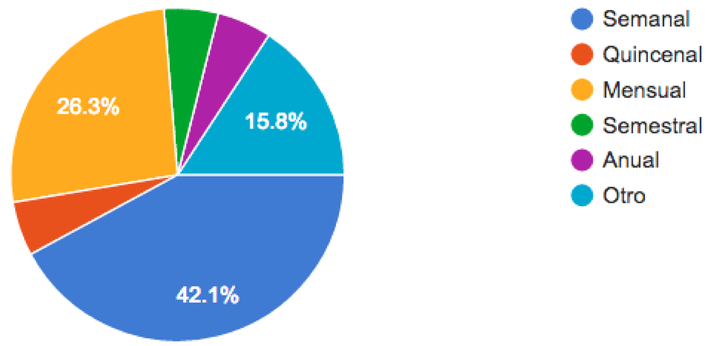
UNIVERSIDAD
La Gran Colombia



2. Identificar la necesidad y frecuencia de consumo de imágenes que tiene el mercado potencial.

2. ¿Con qué frecuencia su empresa utiliza el servicio de Banco de Imágenes?

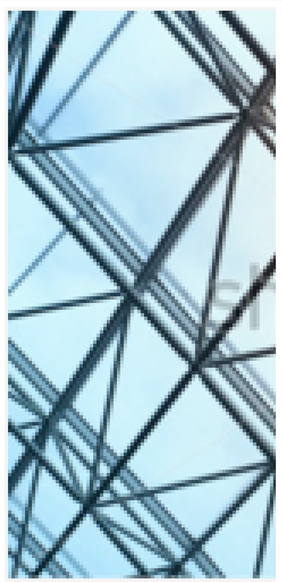
(38 respuestas)



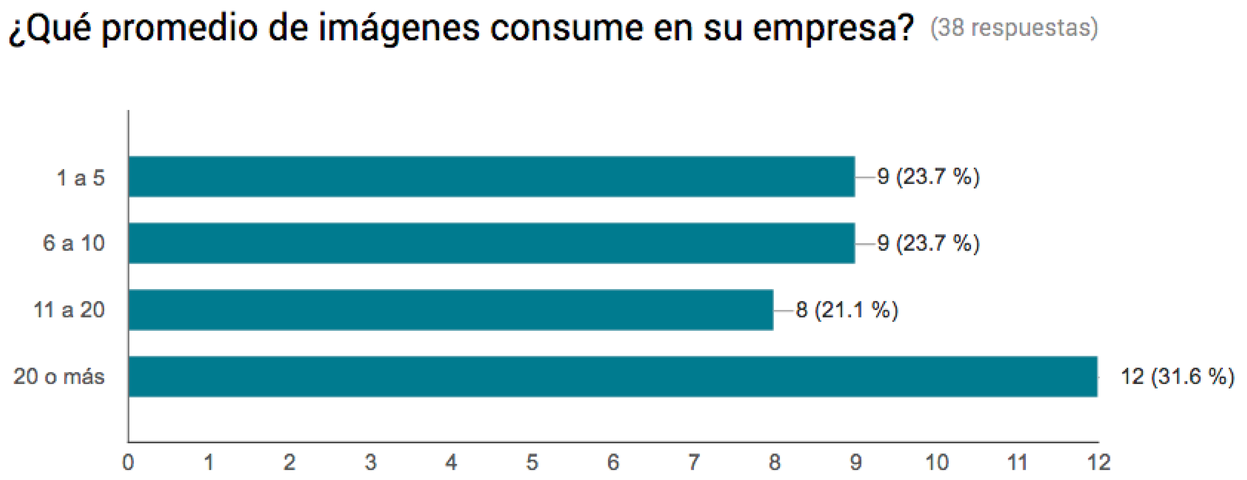
Con la respuesta a esta pregunta, podemos ratificar que si existe un negocio a través del consumo o utilización del servicio de banco de imágenes.

By Hernando Ayala - Luis Felipe Paez

UNIVERSIDAD
La Gran Colombia



2. Identificar la necesidad y frecuencia de consumo de imágenes que tiene el mercado potencial.



Continuamos reafirmando que el consumo por las agencias de publicidad de imágenes virtuales es una realidad

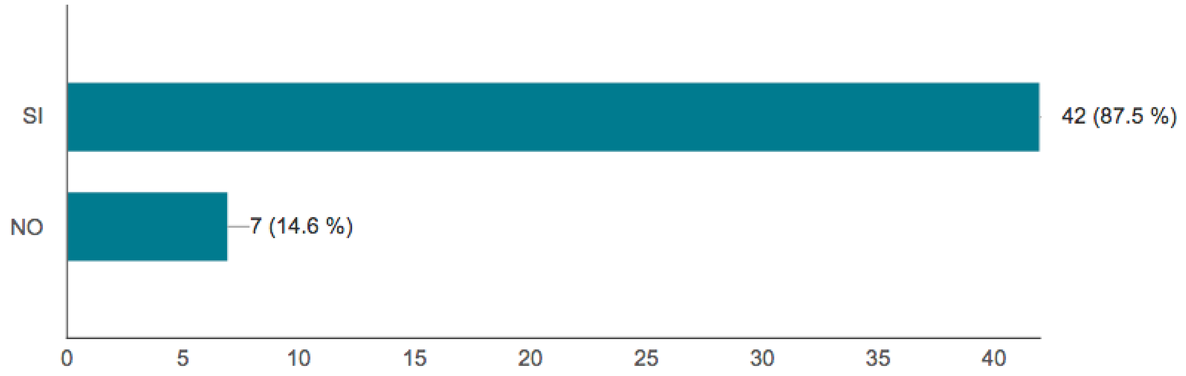
By Hernando Ayala - Luis Felipe Paez

Análisis de Resultados

UNIVERSIDAD
La Gran Colombia

2. Identificar la necesidad y frecuencia de consumo de imágenes que tiene el mercado potencial.

5. ¿Le interesaría utilizar los servicios de un Banco de Imágenes?
(48 respuestas)



Se refirma que a las agencias de publicidad les interesa utilizar los servicios de un banco de imágenes virtuales en un 87,5% y sólo el 14,6% no están interesadas.

By Hernando Ayala - Luis Felipe Paez

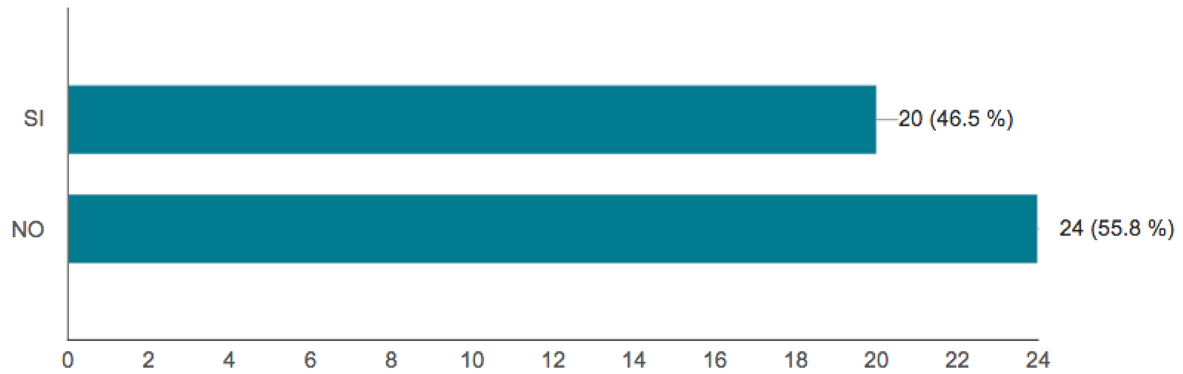
Análisis de Resultados

UNIVERSIDAD
La Gran Colombia

2. Identificar la necesidad y frecuencia de consumo de imágenes que tiene el mercado potencial.

10. ¿Existe alguna categoría de imágenes con la qué usted haya tenido dificultad para encontrar la indicada?

(43 respuestas)



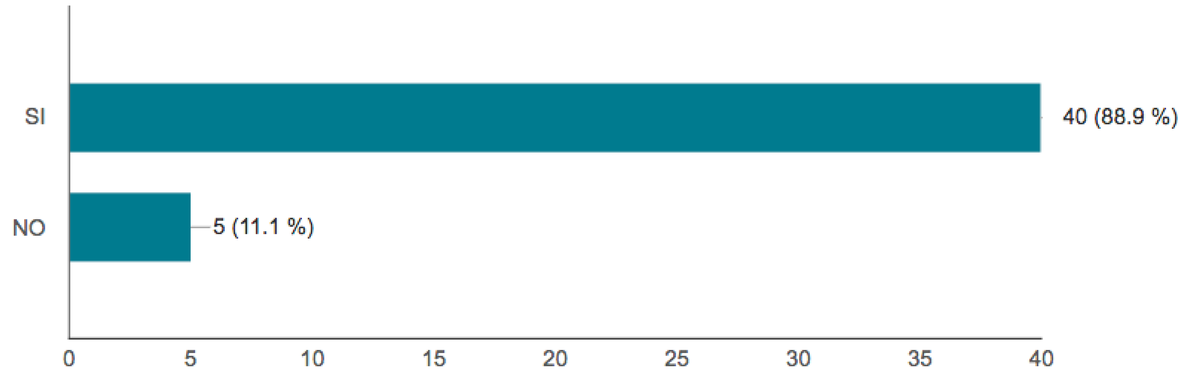
El 46,5% de las agencias de publicidad localizadas en la ciudad de Bogotá han tenido dificultades para encontrar la imagen adecuada.

By Hernando Ayala - Luis Felipe Paez

UNIVERSIDAD
La Gran Colombia

2. Identificar la necesidad y frecuencia de consumo de imágenes que tiene el mercado potencial.

11. ¿Estaría usted interesado en adquirir los servicios de un Nuevo Banco de Imágenes para su empresa?
(45 respuestas)



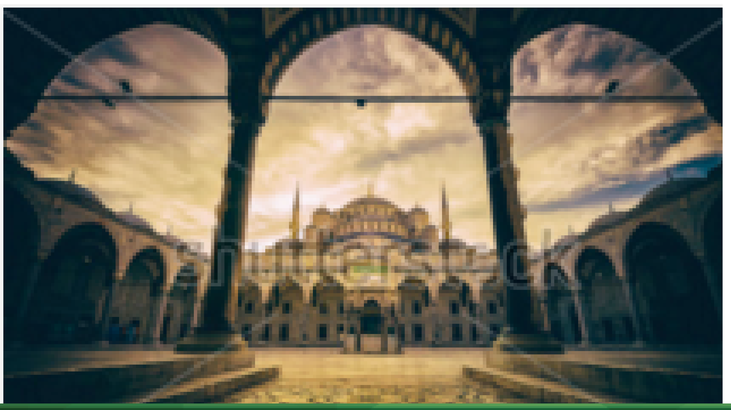
El 46,5% de las agencias de publicidad localizadas en la ciudad de Bogotá han tenido dificultades para encontrar la imagen adecuada.

By Hernando Ayala - Luis Felipe Paez

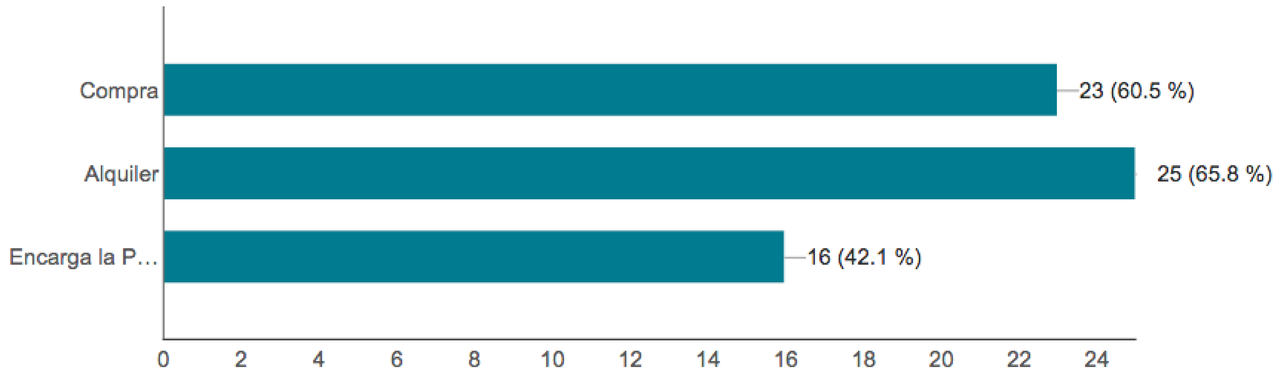
Análisis de Resultados

UNIVERSIDAD
La Gran Colombia

3. Establecer el precio y modalidades de comercialización de las imágenes que se ofrecen al mercado potencial



4. ¿Qué modalidad de servicio utiliza su empresa? (38 respuestas)



Las agencias de publicidad en este servicio de imágenes virtuales y encontramos que el 65,8% de agencias de publicidad alquilan el servicio y el 34,2% compran las imágenes; también el 42,1% de estas mismas agencias encargan la producción de sus imágenes.

By Hernando Ayala - Luis Felipe Paez

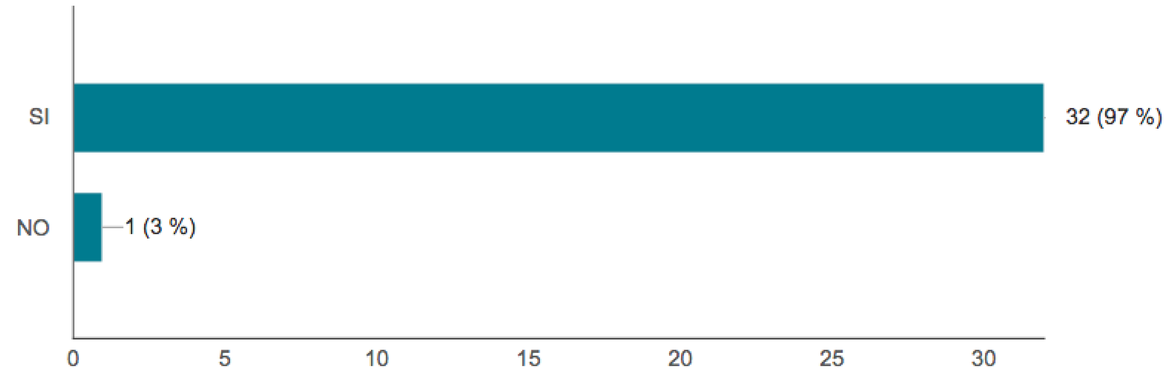
Análisis de Resultados

UNIVERSIDAD
La Gran Colombia

3. Establecer el precio y modalidades de comercialización de las imágenes que se ofrecen al mercado potencial

6. ¿Le interesaría que su Banco de Imágenes, produjera la imágen acorde a sus necesidades, sin incurrir en los gastos de Producción?

(33 respuestas)



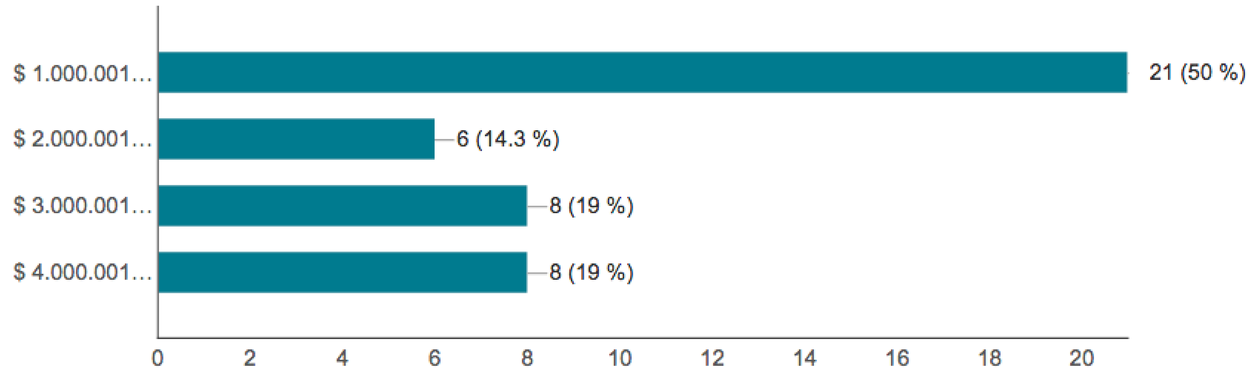
A las agencias de publicidad encuestadas les interesa en un 97% que se les produzca la imagen según sus necesidades y sin incurrir en gastos de producción, lo que puede ofrecer la Fundación CIDCA.

By Hernando Ayala - Luis Felipe Paez

UNIVERSIDAD
La Gran Colombia

3. Establecer el precio y modalidades de comercialización de las imágenes que se ofrecen al mercado potencial

7. ¿Cuánto dinero invierte su empresa en el alquiler o compra de Imágenes?
(42 respuestas)



Con el fin de construir la proyección de ingresos teniendo como base fundamental que existe realmente una ventaja competitiva respecto a los demás bancos de imágenes virtuales versus el banco de imágenes de la Fundación CIDCA.

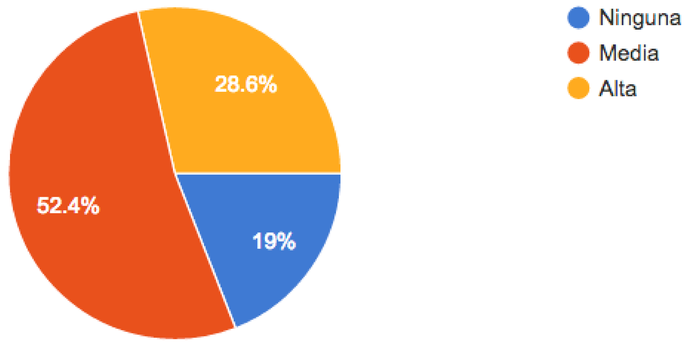
By Hernando Ayala - Luis Felipe Paez

UNIVERSIDAD
La Gran Colombia

3. Establecer el precio y modalidades de comercialización de las imágenes que se ofrecen al mercado potencial

8. ¿En el momento de necesitar una imagen, que importancia tiene el precio de compra para tomar la decisión?

(42 respuestas)



Con las respuestas recibidas en esta pregunta, podemos tener la seguridad en la proyección de los posibles ingresos para este proyecto, porque cuando las agencias de publicidad necesitan comprar o arrendar imágenes virtuales.

By Hernando Ayala - Luis Felipe Paez

Análisis de Resultados

UNIVERSIDAD
La Gran Colombia

PROPUESTA de canal

Productor
FCIDCA

Agente
agencia PUBLICIDAD

Consumidor
CLIENTE

By Hernando Ayala - Luis Felipe Paez

UNIVERSIDAD
La Gran Colombia

Planes y Suscripciones Ofertados por la FCDICA

Inventario	Nombre	Vigencia	Núm. Descargas	Costos USD	Valor Promedio Imagen USD
25200	1 Img X Dia / Mes	Mensual	30	21	0.70
	3 Img X Dia / Mes	Mensual	90	54	0.60
	5 Img X Dia / Mes	Mensual	150	63	0.42
	10 Img X Dia / Mes	Mensual	300	96	0.32
	10 Img X Dia / Mes	Trimestral	900	252	0.28
	20 Img X Dia / Mes	Mensual	600	156	0.26
	20 Img X Dia / Mes	Trimestral	1800	432	0.24
	50 Img X Dia / Mes	Mensual	1500	300	0.20
	50 Img X Dia / Mes	Trimestral	4500	810	0.18
	100 Img X Mes	Mensual	100	98	0.98
	200 Img X Mes	Mensual	200	184	0.92
	Producción De (1) Una Img Sin Costos De Producción	Semanal y/o Mensual	1	300	300.00

Resumiendo, la información de manera cuidadosa y luego analizando minuciosamente los resultados con el fin de extraer conceptos que le permitan a la Fundación CIDCA tomar la decisión correcta.

By Hernando Ayala - Luis Felipe Paoz

UNIVERSIDAD
La Gran Colombia

PASARELAS de pago

PayPal

PayU

pse
Pagos Seguros
En línea

By Hernando Ayala - Luis Felipe Paez

UNIVERSIDAD
La Gran Colombia

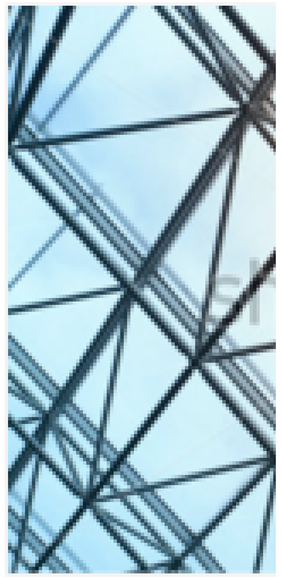
Proyección de Ingresos Mensuales por Venta de Imágenes Virtuales.

Agencias de Publicidad	Consumo Promedio de Imágenes Mes	Valor Paquete USD	Valor Promedio Estimado Dolar en Pesos (cop)	Valor en pesos Colombianos	Total Ingresos Proyectados
22	1 a 5	63 $	2,900 $	182,700 $	4,019,400.00 $
22	6 a 10	96 $	2,900 $	278,400 $	6,124,800.00 $
19	11 a 20	156 $	2,900 $	452,400 $	8,595,600.00 $
28	21 o más	184 $	2,900 $	533,600 $	14,940,800.00 $
91			***Total Ingresos Proyectados Mes***		***33,680,600.00 $***

By Hernando Ayala - Luis Felipe Paez

Proyección de Ingresos

UNIVERSIDAD
La Gran Colombia



TIR 30%

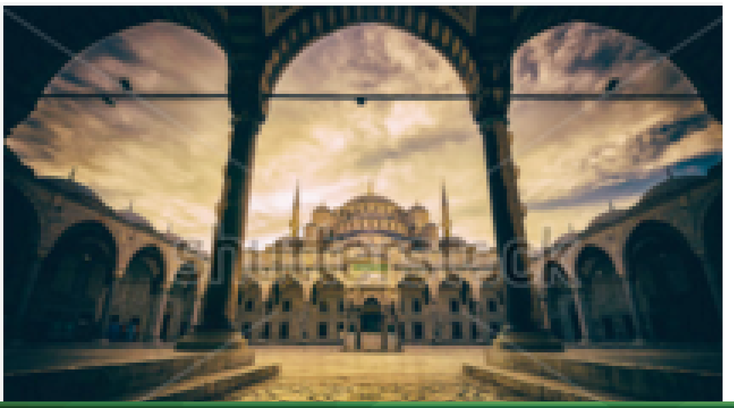
Calculada con Ingresos a **24** meses

TASA de retorno

By Hernando Ayala - Luis Felipe Paez

Proyección de Ingresos

UNIVERSIDAD
La Gran Colombia

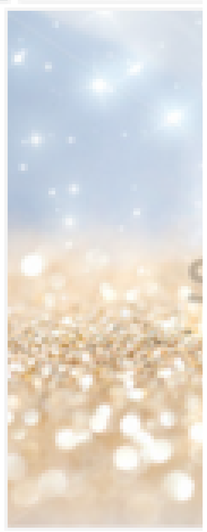


El proyecto de venta de Imágenes Digitales a través de la FCIDCA es viable porque a las agencias de publicidad si les interesa utilizar los servicios de un nuevo banco de imágenes en el 88,9%, además el 46.5% de estas agencias han tenido dificultades para encontrar la imagen indicada, lo que nos asegura la posibilidad de tener clientes.

By Hernando Ayala - Luis Felipe Paez

Conclusiones

UNIVERSIDAD
La Gran Colombia



La necesidad de las imágenes virtuales se da por categorías y de éstas se utilizan en un 76.7% las de personas, seguida por las de estilos de vida, tecnología, paisajes , profesionales, turismo, animales, medios de transporte, alimentos y arquitectura

By Hernando Ayala - Luis Felipe Paez

Conclusiones

UNIVERSIDAD
La Gran Colombia

El precio que ofrece la FCIDCA es menor que el de los Bancos de imágenes Norteamericanos, Gran Bretaña y demás bancos existentes de acuerdo con Tabla N° 9

By Hernando Ayala - Luis Felipe Paez

Conclusiones

UNIVERSIDAD
La Gran Colombia

Un valor agregado de la Fundación CIDCA es proveer las imágenes solicitadas sin incurrir por parte de las Agencias de Publicidad en los gastos de producción.

By Hernando Ayala - Luis Felipe Paez

Conclusiones

UNIVERSIDAD
La Gran Colombia

Desde el punto de vista económico el proyecto es viable, ya que la TIR es del 30% para un periodo analizado de 24 meses.

By Hernando Ayala - Luis Felipe Paez

UNIVERSIDAD
La Gran Colombia

Durante los primeros cuatro (4) meses recomendamos a la FCIDCA que intensifiquen la recolección y captura de imágenes para incrementar rápidamente el stock.

By Hernando Ayala - Luis Felipe Paez

Recomendaciones

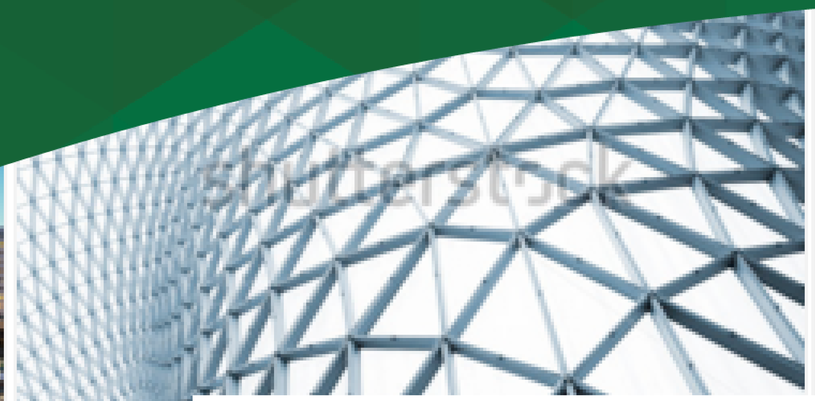
UNIVERSIDAD
La Gran Colombia

Recomendamos al departamento jurídico de la FCIDCA iniciar la elaboración de contratos para las diferentes modalidades de adquisición de imágenes.

By Hernando Ayala - Luis Felipe Paez

Recomendaciones

UNIVERSIDAD
La Gran Colombia



Generar las políticas de privacidad, acuerdo de confidencialidad y condiciones de uso del sitio web.

By Hernando Ayala - Luis Felipe Paez

Recomendaciones

UNIVERSIDAD
La Gran Colombia

By Hernando Ayala - Luis Felipe Paez

By Hernando Ayala - Luis Felipe Paez