

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA PLATAFORMA WEB QUE PERMITA LA BUSQUEDAD DE EMPRESAS (TU.BE)

MERY YOLANDA MOLINA ROBERTO JOSE MOISES TELLEZ FLORIDO JUAN DIEGO RODRIGUEZ MARTINEZ

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR CUN NEGOCIOS INTERNACIONALES

BOGOTÁ DC 2017



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA PLATAFORMA WEB QUE PERMITA LA BUSQUEDAD DE EMPRESAS (TU.BE)

MERY YOLANDA MILINA ROBERTO JOSE MOISES TELLEZ FLORIDO JUAN DIEGO RODRIGUEZ MARTINEZ

TRABAJO DE GRADO PARA OBTENER EL TÍTULO DE TÉCNICO PROFESIONAL EN LOGÍSTICA DE COMERCIO EXTERIOR

DOCENTE: RAFAEL ALBERTO GALVIS GARZON

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR CUN NEGOCIOS INTERNACIONALES

BOGOTÁ DC 2017

ACEPTACIÓN

DEDICATORIAS

A mi señor el compasivo el misericordioso DIOS, a mis padres, a mi hermana que me han dado la fuerza y el apoyo para seguir adelante

AGRADECIMIENTOS

Doy gracias a dios por permitirme estar hoy a qui. Quiero agradecerle a cada docente que he tenido, que, gracias a su granito de arena en mí, hoy presente este proyecto, a mi familia por haberme formado y que gracias a ellos soy el hombre que soy, a mis amigos compañeros los quiero a todos muchas gracias...

# CONTENIDO

[RESUMEN 1](#_bookmark0)

[INTRODUCCIÓN 2](#_bookmark1)

[PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 3](#_bookmark2)

[PREGUNTA 4](#_bookmark3)

[JUSTIFICACIÓN 4](#_bookmark4)

[OBJETIVO GENERAL 5](#_bookmark5)

[OBJETIVOS ESPECÍFICOS 5](#_bookmark6)

[MATRIZ DE PERFILACIÓN DE CLIENTES 6](#_bookmark7)

[Identificación de las necesidades del stakeholder 6](#_bookmark8)

[Identificación de beneficios y expectativas 6](#_bookmark9)

[Identificación de soluciones actuales 6](#_bookmark10)

[Análisis de inconformidades 7](#_bookmark11)

[Análisis de frustraciones 7](#_bookmark12)

[Análisis de limitaciones 7](#_bookmark13)

[Criterio escogido 7](#_bookmark14)

[Mercado 8](#_bookmark15)

[Segmentación de mercado 8](#_bookmark16)

[VALIDACIÓN DE MERCADO 11](#_bookmark17)

[Determinar la necesidad de la investigación 11](#_bookmark18)

[Establecer los objetivos de la investigación 11](#_bookmark19)

[Identificar la información que se va a recolectar 11](#_bookmark20)

[ENTREVISTA 12](#_bookmark21)

[ANALISIS DE INFORMACION 16](#_bookmark23)

[FACTIBILIDAD 17](#_bookmark24)

[PROTOTIPO 17](#_bookmark25)

[Descripción 17](#_bookmark27)

[FICHA TECNICA 18](#_bookmark28)

[MATRIZ ESTRATÉGICA 22](#_bookmark32)

[Identidad estratégica 22](#_bookmark33)

[Futuro preferido 22](#_bookmark34)

[VALORES 22](#_bookmark35)

[Ubicación: 22](#_bookmark36)

[Aporte social 22](#_bookmark37)

[Adquisición 22](#_bookmark38)

[ANÁLISIS DE PESTEL 22](#_bookmark39)

[Factor político 22](#_bookmark40)

[Factor Económico 23](#_bookmark41)

[Factor Social 23](#_bookmark42)

[Factor Tecnológico 23](#_bookmark43)

[Factores jurídicos 23](#_bookmark44)

[Factores Ambientales 24](#_bookmark45)

[FUERZAS DE POTER 24](#_bookmark46)

[.................................................................................................................................................. 26](#_bookmark47)

[CONCLUSIONES 27](#_bookmark49)

[BIBILOGRAFIA 28](#_bookmark50)

LISTA DE TABLAS

[TABLA 1 ENTREVISTA 13](#_bookmark22)

[TABLA 2 FICHA TÉCNICA 19](#_bookmark29)

[TABLA 3 DOFA 26](#_bookmark48)

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1ESTABLECIMIENTOS SEGUROS 14

FIGURA 2 CAMPOS DE TECNOLOGIA 14

FIGURA 3 VISISTARIA LA PAGINA WEB 14

FIGURA 4 INFORMACION MOVIL DE LOCALIZACION 14

FIGURA 5 MANIPULACION DE HERRAMIENTAS DE BUSQUEDA 14

FIGURA 6 APLICACION SIMILAR 14

FIGURA 7 VISITA PAGINAS DE EMPLEO 15

FIGURA 8 SON UTILES LAS APP DE GEORREFERENCIA 15

FIGURA 9 DESCARGARIA ESTA APP 15

FIGURA 10 RECOMENDARIA LA APP 15

FIGURA 11 ES LA LLAMATIVA LA APP 15

FIGURA 12 ESTARIA DISPUESTO A PAGAR 15

FIGURA 13 ES INNOVADORA LA APP 16

FIGURA 14 SABE LLEGAR A LOS SITIOS 16

FIGURA 15 UTILO O NO UTIL 16

[FIGURA 16 PROTOTIPO 17](#_bookmark26)

FIGURA 17 PROTOTIPO DE APP 20

[FIGURA 18 PROTOTIPO PAGINA DE APP 20](#_bookmark30)

[FIGURA 19 PROTOTIPO DE APP -MUESTRA 21](#_bookmark31)

# RESUMEN

El presente proyecto pretende contribuir al desarrollo del país mediante procesos viables que permitan el crecimiento económico de las empresas, atravez de los módulos informáticos se nos da, un plan de negocios estable, queremos lograr un mejor desempeño, optimizar, agilizar los procesos y canales de distribución.

Garantizando así un mejor manejo de la información que se ha venido recolectando atravez de base de datos de la cámara de comercio, internet.

# INTRODUCCIÓN

El presente trabajo se encaminará a la creación de una plataforma web (aplicación) que permita la búsqueda de empresas, en un rango determinado partiendo desde la ubicación de la persona; permitirá ver todas las empresas que estén en el sector, funcionara como una georreferencia de lo que se quiere hallar.

nos proponemos llegar al mercado con nuevas estrategias que impacten, buscamos del mercado tecnológico una fuente rentable de ingresos y que sirva de vital importancia en el desarrollo económico de Colombia

partimos desde el desarrollo del pentágono de perfilación de clientes cuyo autor es Steve Gary blank, queremos buscar una validación adecuada en los perfiles de consumo de los clientes, nos proponemos esta metodología para buscar una viabilidad de herramientas que permitan el hallazgo adecuado de los clientes

# PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Buscamos un desarrollo tecnológico en la búsqueda de empresas para así facilitar el crecimiento de estas, nos hemos dado de cuenta que el mercado tecnológico de las (app) tiene grandes beneficios y cosas positivas a su favor, una de estas, es que en el presente el negocio de la (app) es tan rentable como una inversión en la bolsa, buscamos una forma fácil a la hora de buscar una empresa, el mercado de hoy es líder en E-COMERCE, y en el desarrollo de aplicaciones móviles, se busca llegar a posicionarse en el mercado de app y así formar parte de PLAY STORE, buscando llegar, hacer conocidos; también por ser innovador es este sistema.

# PREGUNTA

¿Por qué es tema y cuáles serían las condiciones y métodos que utilizar para llevar a cabo el estudio de factibilidad que permitir la creación de una plataforma web?

# JUSTIFICACIÓN

Este tema merece una investigación, porque vemos posibilidades de desarrollo económico en el mercado de las aplicaciones, se observa una demanda que a un no ha sido sufragada; se enfoca este estudio en estadísticas del mercado, que permitan predecir el comportamiento de este.

Poseemos una convicción de ser los números los primeros en este campo, gracias a este estudio se pueden crear bases reales para el inicio de un posible negocio; pretendemos buscar ayuda y asesoramiento en fuentes gubernamentales como LA CAMARA DE COMERCIO, Ministerio De Comercio, Industria Y Turismo MinCIT, todo esto en materia de negocios electrónicos, Se espera que sea beneficioso y nos abra una ventana al mercado mundial de las aplicaciones.

Considerando que la corporación unificada nacional de educación superior CUN, ha implementado como modelo la creación de negocio de los estudiantes, es importante la investigación y el aporte que como estudiantes podemos dar a la sociedad, por tal razón a través de los proyectos de investigación, se pretende optimizar el trabajo que se realiza en el campo de negocios informáticos, con la construcción del estudio de factibilidad para la creación de una plataforma web que permita la búsqueda de empresas (tu.be). En él se va a reforzar todos los conocimientos adquiridos hasta la actualidad, y que serán complementados con la práctica en el desarrollo de este estudio

Atravez de este estudio concluiremos las necesidades de los clientes y que producto desean

Con esta investigación desarrollaremos una estructura funcional de un plan de negocio para la creación de una aplicación de búsqueda de empresas

# OBJETIVO GENERAL

estudio de factibilidad para la creación de una plataforma web que permita la búsqueda de empresas

# OBJETIVOS ESPECÍFICOS

* crear un sitio de búsqueda donde toda persona pueda buscar las empresas que hay en el sector
* desarrollar una manera fácil de búsqueda
* ser reconocido en el mercado de las aplicaciones
* conocer los distintos tipos de canales de distribución

# MATRIZ DE PERFILACIÓN DE CLIENTES

# Identificación de las necesidades del stakeholder

* No existe ninguna aplicación que busque empresas desde su georreferencia
* Son muy pocas las aplicaciones que se especialicen en la prestación de su servicio atravez de su georreferencia

# Hipótesis

En el mercado de hoy, encontramos pocas aplicaciones que manejan el modelo de georreferencia y queremos desarrollar una aplicación que supla la necesidad de encontrar una empresa o negocio de forma sencilla

# Identificación de beneficios y expectativas

* Aportar a la sociedad un sistema que les facilite la búsqueda y ubicación de una empresa o negocio en su momento
* Posicionarnos en un mercado de aplicaciones
* Proporcionaremos Seguridad, Velocidad y Comodidad
* Búsqueda de un producto o servicio

# Hipótesis

Las aplicaciones de hoy generan grandes ganancias partiendo de ideas innovadoras que suplen necesidades básicas

# Identificación de soluciones actuales

Pocas aplicaciones usan este método y solo sirve para buscar una empresa o negocio en particular

# Hipótesis

Daremos soluciones a nuestros clientes, de forma rápida sencilla y veloz; sin ponerlos a desgastar su tiempo

# Análisis de inconformidades

* La competencia
* La caída de plataformas
* Calidad

# Hipótesis

El uso de aplicación de negocios está cambiando la forma en que veíamos los negocios y la forma en que los hacíamos

# Análisis de frustraciones

* Que sea lenta la aplicación
* Que sea costosa para algunos clientes
* Que en algunos móviles la aplicación sea muy pesada

# Hipótesis

Las empresas que o sociedades que no logran publicarse o darse a conocer están destinadas al suicidio y al olvido

# Análisis de limitaciones

* Presupuesto
* Falta de acceso a las redes

# Hipótesis

Las estadísticas muestran que a cada minuto se descargan 100 mil aplicaciones en el mundo

# Criterio escogido

* Su fácil manejo
* accesibilidad económica
* información completa y detallada

# hipótesis

Diseñar una plataforma virtual que sirva para la búsqueda de una empresa o negocio y nos ayude con las necesidades que tienen nuestros clientes en su momento

# Mercado

**Tam** mercado total o direccionado: las aplicaciones de georreferencia solo buscan una cosa a la vez

**Sam** mercado que podemos servir: a Bogotá y a las empresas para su búsqueda

**Som** mercado que podemos conseguir: mercado de geolocalización

# Hipótesis

se gana más dinero creando una aplicación innovadora, que en la bolsa de valores

# Segmentación de mercado

1. **geográfico**

**área de distribución del producto**

* + ciudad de Bogotá DC

# diferencias culturales

* + acto para todos

# movilidad geográfica

* + georreferencia

# demográfico edad

* + 18 años en adelante

# Sexo

* + Masculino
	+ Femenino

# Nivel de educación

* + Toda persona

# Clase social

* + estrato 1
	+ estrato 2
	+ estrato 3
	+ estrato 4,5 y 6

# estado

* + soltero
	+ casado
	+ estudiante
	+ trabajadores

# Psicológico

**personalidad**

* + toda clase de personalidad

# Estilo de percepción

* + Visual

# estilo de vida

**Grupos de referencia**

* + Personas del común.

# Roles sociales

* + Profesores
	+ Padres
	+ Trabajadores
	+ Estudiantes

# uso del producto

**Frecuencia de uso para un producto**

* + Consumo diario

# Lealtad de la marca

* + Tener influencia real en la vida y consumo diario de nuestros clientes

# Actitudes hacia el producto

* + Una aplicación sencilla y fácil de usar

# Beneficios del producto

**Rendimientos o prestaciones esperadas**

* + Búsqueda eficaz

# Necesidades cubiertas por el producto

* + Búsqueda de empresas y filtro de ellas
	+ App al alcance de todos

# Percepciones de marca

* + Llamativa e innovadora
	+ Tiene innovación

# Satisfacción.

* + Ayudar a las personas a ubicarse
	+ Personalización de búsqueda
	+ Ahorro de tiempo

# VALIDACIÓN DE MERCADO

# Determinar la necesidad de la investigación

Gracias a la tecnología hasta el día de hoy, podemos realizar tareas cotidianas como es la búsqueda de información, hemos determinado plantear una aplicación móvil que nos guie y nos ayudé con la búsqueda de la mayoría de establecimientos de comercio, ya sean microempresas o empresas de grandes superficies, además de la información detallada, por las empresas para la búsqueda de empleo e información de sus productos o servicios.

# Establecer los objetivos de la investigación

Los objetivos de la investigación: social, administrativo y económico

* **Social:** satisfacer la necesidad de nuestro consumidor por medio de nuestra aplicación móvil.
* **Administrativa**: mantener la aplicación actualizada y ayudar a las empresas con publicidad.
* **Económica:** determinar las pérdidas y ganancias de nuestra aplicación en el mercado digital

El objetivo principal es promocionar información útil para la identificación y solución de las necesidades de nuestros clientes, así como para la toma de decisiones adecuadas en el momento oportuno y preciso.

# Identificar la información que se va a recolectar

Ya con la principal información tendremos una visión más detallada de esta aplicación y su necesidad que cubrirá

# ENTREVISTA

**NOMBRE**

**EDAD**

**TELÉFONO**

1. considera que a los establecimientos que frecuenta son seguros
2. considera que las empresas deberían abrir sus campos por medio de tecnologías
3. visitaría la página web del establecimiento
4. con que frecuencia busca información con el móvil para llegar a algún lugar
5. conoce usted una aplicación similar
6. usted sabe manipular las diferentes herramientas para la búsqueda geográfica de un lugar determinado
7. visita paginas para la búsqueda de empleo
8. que es lo mejor y lo peor de las aplicaciones de georreferencia
9. cuanto está dispuesto a pagar por una aplicación de estas
10. en su opinión estaría interesado en descargar o adquirir una aplicación, que le de opciones diferentes de establecimientos comerciales a los que frecuenta
11. en su opinión cree que nuestra aplicación sea llamativa para la población
12. recomendaría esta aplicación a sus amigos y o familiares
13. cuál es la categoría, de mayor frecuencia y preferencia por usted
14. le ha parecido innovador este producto
15. cómo calificaría la aplicación, si útil, no útil

|  |
| --- |
| **ENTREVISTA - ANALISIS FINAL** |
| PREGUNTA | RESPUESTA 1 | RESPUESTA 2 | **TO TAL ENC UESTA****DO S** |
| 1. considera que a los establecimientos que frecuenta son seguros | si | no | 100% |
| 60% | 40% |
| 2. considera que las empresas deberían abrir sus campos por medio de tecnologías | si | no | 100% |
| 100% | 0% |
| 3. visitaría la página web del establecimiento | si | no | 100% |
| 90% | 10% |
| 4. con que frecuencia busca información con el móvil para llegar a algún lugar | si | no | 100% |
| 50% | 50% |
| 5. conoce usted una aplicación similar | si | no | 100% |
| 60% | 40% |
| 6. usted sabe manipular las diferentesherramientas para la búsqueda geográfica de un lugar determinado | si | no | 100% |
| 70% | 30% |
| 7. visita paginas para la búsqueda deempleo | Si | no | 100% |
| 85% | 15% |
| 8. cree usted que las app de georreferencia son utiles | Si | no | 100% |
| 97% | 3% |
| 9. estaria dispuesto a pagar por una aplicación de estas | Si | no | 100% |
| 90% | 10% |
| 10. en su opinión estaría interesado en descargar o adquirir una aplicación, que lede opciones diferentes de | Si | no | 100% |
| 95% | 5% |
| 11. en su opinión cree que nuestra aplicación sea llamativa para la población | Si | no | 100% |
| 70% | 30% |
| 12. recomendaría esta aplicación a sus amigos y o familiares | si | no | 100% |
| 80% | 20% |
| sabe llegar a sitios usted que nunca a visitado, sin pedir ayuda | si | no | 100% |
| 90% | 10% |
| 14. le ha parecido innovador este producto | si | no | 100% |
| 95% | 5% |
| 15. como calificaría la app, si util, o no util | si | no | 100% |
| 96% | 4% |

*Tabla 1 entrevista*

**60%**

**40%**

establecimientos que frecuenta son

seguros

considera que a los

1.

Si

No

2. considera que las empresas

deberían abrir sus campos por medio de tecnologías

**0%**

**100%**

si

No

*figura 5establecimientos seguros figura 6 campos de tecnología*

3. visitaría la página web del establecimiento

**10%**

**90%**

si

No

**50%**

**50%**

información con el móvil para llegar

a algún lugar

con que frecuencia busca

4.

si

No

*figura 4 visitaría la página web figura 3 información móvil de localización*

5. conoce usted una aplicación similar

**40%**

**60%**

si

No

**70%**

**30%**

diferentes herramientas para la

búsqueda geográfica de un lugar determinado

usted sabe manipular las

6.

si

no

*figura 2 manipulación de herramientas de búsqueda*

*figura 1 aplicación similar*

8. cree usted que las

aplicaciones de georreferencia son útiles

**3%**

**97%**

Si

No

*figura 7 son útiles las aplicaciones de georreferencia*

10.

en su opinión estaría

interesado en descargar o

adquirir una aplicación, que le de opciones diferentes de…

**5%**

**95%**

*figura 9recomendaría la aplicación*

Si

No

*figura 8 visita páginas de empleo*

7. visita paginas para la búsqueda de empleo

**15%**

**85%**

Si

No

**90%**

**10%**

pagar por una aplicación de

estas

estaría dispuesto a

9.

Si

No

*figura 10 descargaría esta aplicación*

**70%**

**30%**

que nuestra aplicación sea

llamativa para la población

en su opinión cree

11.

Si

No

**80%**

**20%**

aplicación a sus amigos y o

familiares

recomendaría esta

12.

si

No

*figura 12 es la llamativa la aplicación*

*figura 11 estaría dispuesto a pagar*

13. sabe llegar a sitios usted que nunca ha

visitado, sin pedir ayuda

**10%**

**90%**

si

No

*figura 14 sabe llegar a los sitios*

innovador este producto

le ha parecido

14.**95%**

**5%**

si

No

*figura 13 es innovadora la aplicación*

**96%**

**4%**

aplicación, si útil, o no útil

cómo calificaría la

15.

si

No

*figura 15 útil o no útil*

# ANALISIS DE INFORMACION

Al terminar este proceso de recolección de datos, podemos concluir las siguientes afirmaciones que comprueban que este proyecto tiene esperanza de convertirse en algo cierto

# FACTIBILIDAD

* el mercado de hoy nos da la posibilidad de ofrecer un servicio que facilite la vida de las personas, el 97% de las personas encuestadas afirman que la georreferencia es de utilidad
* podemos verificar gracias a las encuestas que el 90% de las personas usualmente buscan con anterioridad información de un lugar en el cual comprarán o dispondrán un servicio
* el 95% de personas encuestas afirman que descargarían esta aplicación si estuviera ya en tiendas de descarga
* el 90% de encuestados se les dificulta encontrar lugares, direcciones y establecimientos, y les toca pasar por la obligación de preguntar por ellos

# PROTOTIPO



*figura 16 prototipo*

# Descripción

La aplicación tu.be tiene como por objetivo principal la búsqueda de empresas partiendo desde un rango determinado, te buscara cualquier tipo de microempresa, pequeñas y medianas empresas, y las grandes empresas. Funciona principalmente basado en la

georreferencia que es la forma en la cual utilizamos mapas como coordenadas y posteriormente se asigna una ubicación de manera espacial, para luego situarse en un punto determinado. en esta aplicación se podrá filtrar por tipo de actividad y así, que aparezcan todas las que cumplan los criterios escogidos.

Esta aplicación te mostrara como llegar a qué lugar escogido, te dirá cuál es el promedio de tiempo y la distancia que gastaría en llegar, te mostrara una foto del lugar; allí podrás dar clic y te lleva a un enlace donde muestra los datos principales de entidad. Y tendrá un externo donde te llevará a la página principal de aquella entidad.

# FICHA TECNICA

|  |
| --- |
| **DATOS GENERALES** |
| **Nombre de la Aplicación** | Tu.be |
| **Descripción** | Aplicación para búsqueda de empresas |
| **Servidor** | Microsoft | **Sistema Operativo** | Android |
| **URL de Acceso (Intranet/Internet)** | https//apps.tube |
| **REFERENTE TECNICO****(Responsable UFS)** |
| **Nombre: soporte técnico.tu.be** |
| **E-mail: soporte. App/ tu.be** | **Teléfono – Ext: 3594402** |
| **DATOS BÁSICOS APLICACIÓN** |
| **Tipo de aplicación:** | web |
| **Código ejecutado en el cliente:** | java |
| **Código ejecutado en el servidor:** | Java.net |
| **¿Requiere base de datos?** | Si |
| **¿Utiliza Manejador de Reportes** | Reportin services |

|  |
| --- |
| **DATOS GENERALES** |
| **¿Interactúa con otra aplicación?** | Google.maps Bolsas de empleo |
| **Observaciones:** |
| **REQUERIMIENTOS DE SOFTWARE PARA EL SERVIDOR** |
| **DE SISTEMA OPERATIVO** |
| **Tipo** | **Versión/Distribución** | **Arquitectura** |
| Windows | 2016 | 64 bits |
| **DE APLICACIÓN** |
| **Lenguaje/Servicio** | **Versión** | **Bibliotecas** |
| castellana | 2016 | No aplica |
| **DE BASE DE DATOS** |
| **Manejador** | **Versión** | **Puerto** |
| DataBase Management System (DBMS) | 2016 | HTTP (servidor **Web**) |
| **REQUERIMIENTOS DE HARDWARE PARA EL SERVIDOR** |
| **Tipo** | **Características** |
| **Procesador** | Graphics Processing |
| **Memoria** | 1 giga |
| **Espacio en disco** | 350 megas |

*Tabla 2 ficha técnica*

*figura 17 prototipo de aplicación*



*figura 18 prototipo página de aplicación*

SELECCIONE RANGO

SELECCIONE ACTIVIDAD

ECONOMICA A BUSCAR

TODAS LA EMPRESAS A BUSCAR EN EL SECTOS

BUSCAR RUTA

BUSCAR POR DIREECCION

BUSCAR POR OTRA CATEGORIA PARQUES

ESCRIBA DIRECCION

EDIFICIOS

CALLES PRINCIPLAES SITIO TURISTICO OTROS

*figura 19 prototipo de aplicación -muestra*

21

# MATRIZ ESTRATÉGICA

# Identidad estratégica

La razón de ser del negocio es el servicio de búsqueda de un establecimiento, lo que hacemos es brindar una plataforma virtual a muy bajo costo para la identificación, búsqueda, y adquisición de un establecimiento o producto específico, para aquellas personas que necesitan ubicación y no se guían por otros métodos como los son las direcciones residénciales, nuestra aplicación brinda un mapa amplio con GPS para la ubicación indicada sin perdida, lo que nos diferencia de otras aplicaciones es la rápida ubicación y adquisición de productos, además de brindar información del establecimiento de comercio, y vacantes de empleo.

# Futuro preferido

Queremos ver nuestro negocio como una aplicación visual al futuro y por eso se adecua a las tecnologías, fidelización a nuestros clientes y expandir nuestros campos internacionalmente.

# VALORES

**Ubicación:** El cliente se guía y puede buscar el establecimiento de comercio.

**Aporte social:** El cliente sin empleo, puede utilizar nuestra aplicación para la búsqueda de empleo.

**Adquisición:** El cliente puede adquirir productos por medio del link externo de los establecimientos de comercio, y puntuar según el servicio o producto prestado o adquirido.

# ANÁLISIS DE PESTEL:

# Factor político

La razón que políticamente hablando afecta nuestro negocio, es la privatización de algunos de los establecimientos de comercio, se debe realizar la inscripción frente a la cámara de comercio para que tengan legalidad y no incurrir a una falta grave e ilegal de establecimientos piratas que puedan afectar a nuestros clientes.

# Factor Económico

La razón que económicamente hablando afecta nuestro negocio, es la poca accesibilidad a internet o adquisición de un móvil para la descarga de la aplicación. Ya que adquirir nuestra aplicación no es muy costosa.

# Factor Social

La razón que socialmente hablando afecta nuestro negocio, es la distinción de clases sociales, ya que la clase social más elevada tiene más acceso a nuestra aplicación con muchos más beneficios que otra clase social más baja.

# Factor Tecnológico

Es nuestro fuerte ya que brindamos una estabilidad y sin pérdida de red para que no se caiga ni sufra daños nuestra plataforma.

# Factores jurídicos

Existen leyes para realizar y prestar un buen servicio, por medio de métodos tecnológicos.

Es interés del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) la salvaguardia de la privacidad de la información personal del Usuario obtenida a través del Sitio Web, para lo cual se compromete a adoptar una política de confidencialidad de acuerdo con lo que se establece a continuación:

El Usuario reconoce que el ingreso de información personal, lo realiza de manera voluntaria y ante la solicitud de requerimientos específicos por el MINISTERIO TIC para realizar un trámite, presentar una queja o reclamo, o para acceder a los mecanismos interactivos.

El Usuario acepta que a través del registro en el Sitio Web, el MINISTERIO TIC recoge datos personales, los cuales no se cederán a terceros sin su conocimiento.

La recolección y tratamiento automatizado de los datos personales, como consecuencia de la navegación y/o registro por el Sitio Web tiene como finalidades las detalladas a continuación: (i) la adecuada gestión y administración de los servicios ofrecidos en el Sitio Web, en los que el Usuario decida darse de alta, utilizar o contratar; (ii) el estudio cuantitativo y cualitativo de las visitas y de la utilización de los servicios por parte de los usuarios; (iii) el envío por medios tradicionales y electrónicos de información relacionados con el MINISTERIO TIC y de cualquier otro proyecto del MINISTERIO TIC, sus programas y sus entidades adscritas y vinculadas; (iv) poder tramitar servicios de gobierno en línea.

# Factores Ambientales

No podemos hallar una razón por la que este factor afecte nuestro negocio ya que no se desperdicia ni desprende residuos que dañen al medio ambiente, sin embargo, haremos campañas de concientización para cuidar y respetar la vida de la tierra.

# FUERZAS DE POTER

1. **Amenaza ante nuevos competidores**: Si bien se sabe el aspecto en torno al mercado de aplicaciones tecnológicas es muy trascurrido y apetecido, y abra más competencia que de servicios de búsqueda de información, estaremos preparados ya que fidelizaremos a nuestros clientes con una gran plataforma web y que se distinga de las demás con más de tres servicios prestados y un aporte social como los es la búsqueda de empleo.
2. **El poder de la negociación**: Nuestros proveedores son las empresas registradas en nuestra aplicación, ya que ellos abastecen el mapa para la búsqueda, para nuestros clientes además le brindamos buena publicidad y links externos para adquisición de sus productos, a cambio les pedimos legitimidad y libros de comercio al día.
3. **Negociar los compradores**: Brindar el mejor servicio es nuestro lema, debemos aprovechar la oferta para que nuestros clientes se sientan cómodos con nuestra aplicación, además de informar si alguno de los negocios registrados y cercanos ofrece una promoción que pueda interesar a nuestro cliente.
4. Tras las demás aplicaciones que utilizan la búsqueda de establecimientos o direcciones, más económicas y en más plataformas de compras de productos, nosotros nos veríamos afectados, pero gracias a nuestra amplia plataforma daremos a conocer a nuestros clientes los diferentes servicios y así fidelizar a nuestros clientes.
5. **La rivalidad con los competidores**: Esta rivalidad puede traer:
	* Que existan una cantidad de competidores más grande y que todos estén equilibrados.
	* Que el crecimiento de la industria sea mucho más lento.
	* Que los costos y el almacenamiento sean más elevados.
	* Que el producto no llegue a los clientes o no pueda diferenciar realmente su utilidad.
	* Que se tengan que buscar nuevas estrategias con costes mucho más elevados.
	* Que el mercado se sature
	* Que existan competidores muy diversos

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **ANALISIS DOFA**APLICACIÓN | **OPORTUNIDADES** | **AMENAZAS** |
| no hay limites geograficos, ni horarios reduccion de costos publicitariosesta al alcance de todos fuerte impactoagilidad en operaciones reduccion de presupuesto de personalreduccion de costos para el clienteestrategias dinamicas entre proveedor y cliente | hackers informaticos plagio en nuestras operacionesCaida de la plataformapeligro de ser absorvido por otra marca quedarse en cierto nivel, y no poder avanzar |
| **FORTALEZAS** | **ESTRATEGIAS FO** | **ESTRATEGIAS FA** |
| poco presupuesto para este proyectoa favor la ley, que apoya el emprendimiento uso adecuado de datosinnovacion georreferencial ganancias atravez de publicidad en nuestra appno hay competencia | expansión de nuestro catalogo posibles nuevos clientes acoplar nuevos servicios | ccontratar expertos en proteccion en web la ley a favor |
| **DEBILIDADES** | **ESTRATEGIAS DO** | **ESTRATEGIAS DA** |
| los clientes manejan poco la georreferencia poco se maneja las herramientas informaticas innexperiencia en este negociopersonas mayores no manejan la tecnologia | darcos a conocer en redes sociales crear un espacio de interaccion con clientes | no lograr las metas trazadas |

*Tabla 3 dofa*

26

# CONCLUSIONES

* Se pudo concluir una segmentación adecuada
* Se pudo concluir una aceptación de parte de nuestros clientes hacia la aplicación
* Según este estudio podemos evidenciar que esta aplicación, es factible par su creación, también que cumple con parámetros estables de una idea de negocio rentable
* Pudimos observar las necesidades que tienen y que exigen los clientes
* Hallamos un nicho de mercado el cual no se ha explotado
* Gracias a este estudio observamos una fuerte necesidades y que se atribuye a una demanda que es el de la ubicación
* Encontramos las debilidades que posee nuestra aplicación, nos ha servido para irla perfeccionando a medida que crece la tecnología, el mercado y nuevas exigencias
* se pudo concluir las bases de esta inversión

# BIBILOGRAFIA

* ROBERTO ESPINOZA. (2013). SEGMENTACION DE MERCADO. 17/11/2017, de ROBERTO ESPINOZA Sitio web: [http://robertoespinosa.es/2013/09/17/segmentacion-de-mercado- concepto-y-enfoque/](http://robertoespinosa.es/2013/09/17/segmentacion-de-mercado-concepto-y-enfoque/)
* Muñiz González, Rafae. (2014). Marketing en el Siglo XXI. 5ª Edición. 17/11/2017, de cursosespeciales.files.wordpress.com Sitio web: https://cursosespeciales.files.wordpress.com/2011/07/3-3-marketing-en- el-siglo-xxi.pdf
* ENLACE FICHA TECNICAhttps://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:yJd\_ P2hmmyYJ:https:/[/www.santafe.gov.ar/index.php/web/content/downloa](http://www.santafe.gov.ar/index.php/web/content/downloa) d/64336/311875/+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=co
* IMÁGENES DE ECOPETROLhttps:/[/www.google.com.co/search?q=IMAGENES+DE+ECOPETROL&rlz=1C1SA](http://www.google.com.co/search?q=IMAGENES%2BDE%2BECOPETROL&amp;rlz=1C1SA) VO\_enCO661CO661&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjGjIaHvMbXAhXLVxoK HTCcBy4Q\_AUICigB&biw=1242&bih=579#imgrc=XRiCKFg0jagLrM: