



Unidad de Emprendimiento  
y Liderazgo de la CUN

**CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR**

**TRABAJO FINAL OPCIÓN DE GRADO 2**

**“Combina tu Closet”**

**ASIGNATURA**

**Opción de grado Dos - Grupo 10103**

**Gina Lorena Romero Velásquez  
Álvaro Andrés Contreras Ortegón  
Rubén Caldas Rivero  
Jimmy Alexander Camargo Tequia**

---

**NOMBRE DEL CATEDRÁTICO**

**Ing. Henry Martínez Vargas**

**Bogotá, Colombia; Octubre de 2017.**

## Tabla de Contenidos

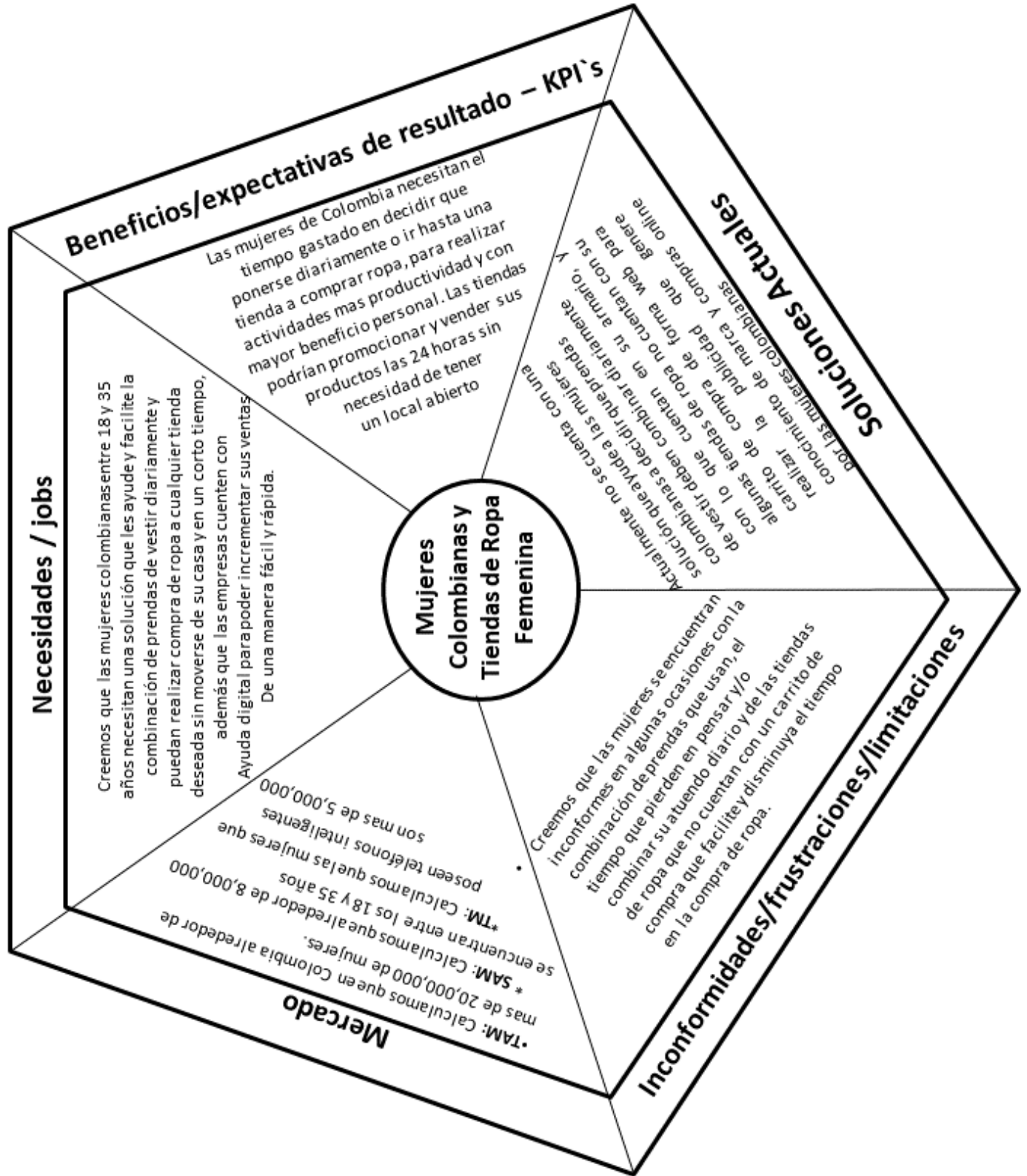
Tabla de Contenidos .....	2
Pentágono .....	5
Logo.....	6
Slogan .....	6
Prototipo .....	7
Objetivo .....	8
Objetivos Específicos .....	8
Valores.....	9
Misión.....	9
Visión.....	9
Situación Actual De La Tecnología Y El Negocio De Las Aplicaciones .....	10
Estadísticas Opción De Grado .....	10
Fuente: .....	10
Fecha:.....	10
Beneficiados Talento Digital .....	10
Fuente: .....	11
Fecha:.....	11
Emprendedores Acompañados Apps.Co .....	11
Fuente: .....	12
Fecha:.....	12
Empresarios Digitales.....	13
Fuente: .....	13
Fecha:.....	13
Centros Nivelab .....	14
Estudio De Mercado .....	14
Uso Y Apropiación De Las Tic En Colombia.....	14
Firma De Investigación: .....	14
Contratado Por:.....	14
Fecha De Realización De Campo:.....	15
Técnica De Recolección: .....	15
Las 15 Aplicaciones Colombianas Más Destacadas.....	15
Fuente: .....	15
Fecha:.....	15
Ascendo .....	16
Fluvip.....	17
Greencode.....	17
Hogaru .....	17
Las Partes.....	17
Mensajeros Urbanos .....	17
PinBus.....	18
Platzi .....	18
Rappi.....	18
Tappsi .....	19
Transmisitp.....	19

Undertrail.....	19
Empresas Bogotanas Dedicadas Al Desarrollo De Aplicaciones.....	19
Kubo .....	19
Studio Sebia.....	20
Netwoods .....	21
Platcom Sas.....	22
Emerald Studio .....	22
Soy Daniel Álvarez.....	23
Empresas Tecnológicas Colombianas A Tener En Cuenta, Según Forbes .....	23
Fuente: .....	23
Fecha:.....	24
Brash 3D:.....	24
PSL: .....	24
GreenSQA: .....	24
Dexon Software: .....	24
Visionar: .....	25
Panter: .....	25
Encuesta.....	25
Nombre Del Proyecto De Investigación.....	25
Encuestadores .....	25
Fechas De Recolección.....	26
Universo Poblacional.....	26
Grupo Objetivo.....	26
Técnica De Recolección .....	26
Tamaño De La Muestra .....	26
Fecha De Entrega Del Informe .....	26
Plan De Marketing.....	39
Segmento Del Mercado .....	39
Usuarías De La Aplicación.....	39
Proveedores O Patrocinadores.....	39
Producto.....	39
Precio .....	40
Plaza.....	40
Promoción - Publicidad .....	41
Medios De Comunicación: .....	41
Marketing Digital .....	41
Blogs Especializados: .....	41
Famosos, Influencers .....	41
Redes Sociales .....	45
Campaña De Email Marketing.....	48
Posicionamiento De La Página Web A Través De Estrategia Seo.....	50
Posicionamiento De La Aplicación A Través De Estrategia Aso .....	51
Plan De Lanzamiento / Captación .....	53
Marketing Movil.....	59
Publicidad Móvil .....	61
Proximity Marketing.....	65
Recurso Humano .....	67
Aspectos Legales .....	71

Análisis del pestel.....	73
Análisis porter.....	74
Poder de negociación de los compradores o clientes .....	75
Poder de negociación de los proveedores o vendedores.....	75
Amenaza de nuevos competidores entrantes .....	75
Amenaza de productos sustitutos .....	75
Rivalidad entre competidores .....	76
Cadena de valor. ....	77
Conclusión .....	78



## Pentágono



## Logo

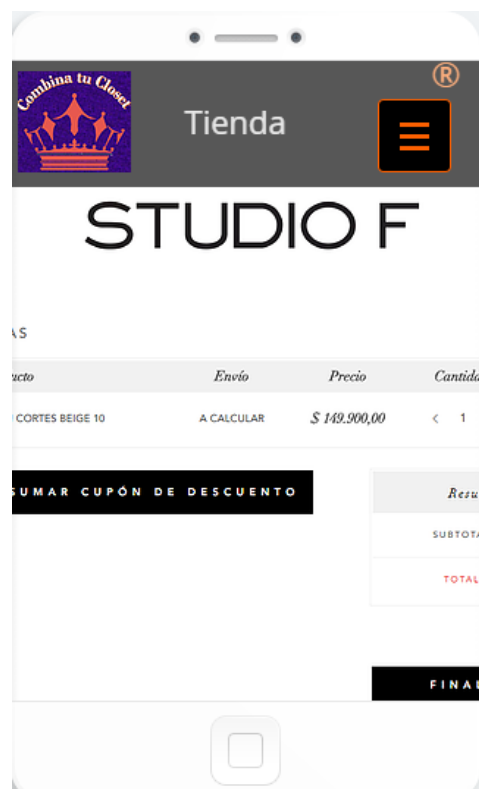
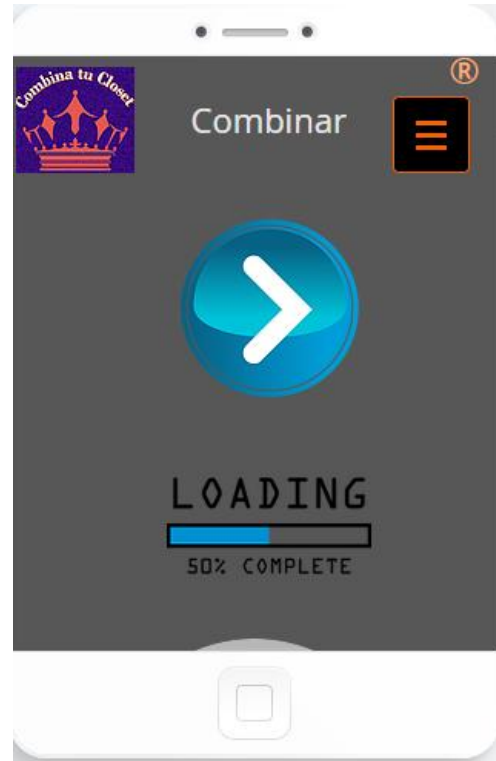


## Slogan

Mantente bien vestido y disfruta tus mejores momentos ahorrando tiempo con ¡Combina tu Closet!



## Prototipo



## Objetivo

Realizar una App que permita combinar el vestuario diario con las prendas que se tienen en el Closet, además de conectar en línea las principales tiendas femeninas para proceso de compra

### Objetivos Específicos

- A) Pasa tiempo de calidad tratando de ver las apariencias con anticipación (como cuando estás viendo TV) en lugar de simplemente juntarlas en el último minuto.
- B) Cuando te levantas tarde, tienes excelentes ideas de atuendos para elegir sin siquiera intentarlo.
- C) Cuando te sientas poco inspirada(o) por tu armario, revisa tus conjuntos guardados que nunca usaste con la función de Estadísticas de estilo.
- D) Cuando veas revistas o sitios en internet, busca en el armario y trata de usar tu guardarropa existente para recrear algunas de las ideas que te gustan.
- E) Utiliza las estadísticas de estilo para ver qué tipo de ropa realmente usas, generalmente es bastante sorprendente. Esto te ayudada a mejorar mucho tus hábitos de compra, ya que te da una idea más realista de lo que realmente usas.
- F) Puedes clonar tus atuendos y trata de mezclarlos en diferentes artículos para poder obtener tantos atuendos como sea posible.

Más allá de la simple catalogación y el seguimiento de tu guardarropa, puedes definir mejor y desarrollar tu estilo personal con la función Estadísticas de estilo de **Combina tu Closet**. Las estadísticas de estilo son estadísticas generadas automáticamente que se calculan según la frecuencia con la que usas determinada ropa.



## Valores

Uno de los mayores desafíos para algunos es superar las compras. Si eres como la mayoría, es posible que tengas la tentación de derrochar tu dinero en compras. De vez en cuando, obtienes un catálogo de ropa y piensas: "¡Quiero comprar todo! No... NECESITAS comprar todo." Desafortunadamente, a diferencia de las celebridades con armarios sin fondo, tienes un presupuesto. De manera realista, solo puedes comprar un par de artículos por temporada, así que mira tu armario de **Combina tú Closet** para convencerte de no ir de compras y mal gastar tu dinero. Mira las fotos de tu ropa dentro de tu armario de **Combina tú Closet** lo que te recordara tres cosas:

De hecho, ya tienes una cantidad decente de ropa que te gusta.

Es posible que puedas hacer trajes similares con las cosas que ya tienes.

En realidad, es muy divertido buscar solo una o dos piezas que funcionen bien con tu guardarropa existente en general.

## Misión

**Combina tu Closet** está diseñado para ayudarte a curar cuidadosamente tu guardarropa para que puedas lucir elegante sin esfuerzo todos los días. Queremos que aproveches al máximo lo que ya tienes en tu armario y que elijas nuevas piezas que se integrarán bien en tu armario como un todo.

## Visión

Creamos **Combina tu Closet** para permitirte experimentar momentos de la vida a través de tu guardarropa dando lo mejor de ti, estamos convencidos en convertirnos en una las APP de moda más reconocidas en el 2021 caracterizándonos por dar valor agregado en lo que hacemos y el servicio que brindamos.

## Situación Actual De La Tecnología Y El Negocio De Las Aplicaciones

### Estadísticas Opción De Grado

#### Fuente:

Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MINTIC)

Informe Departamental De Las Tic

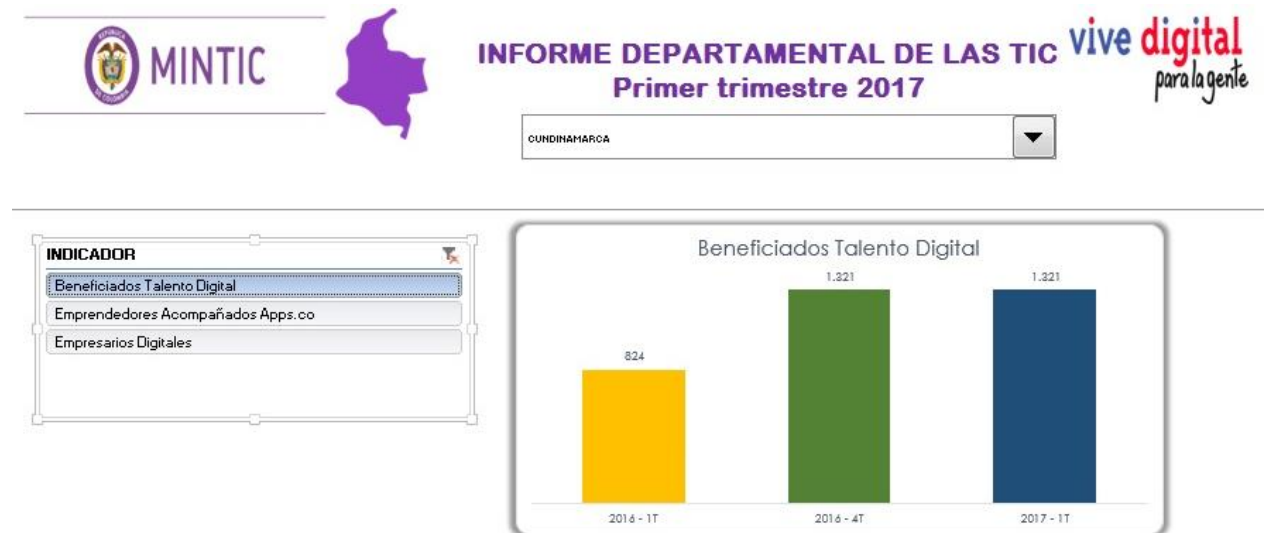
Dirección de Fortalecimiento de la Industria de TI – FITI

#### Fecha:

Primer Trimestre 2017 – Cundinamarca.

#### Beneficiados Talento Digital

Número de personas beneficiadas en programas de maestría, profesional, tecnológicos y técnicos en áreas del conocimiento de las Tecnologías de la Información TI.



En el primer trimestre de 2016, 824 personas fueron beneficiadas en programas de maestría, profesional, tecnológicos y técnicos en áreas del conocimiento de las Tecnologías de la Información TI.

En el cuarto trimestre de 2016, 1321 personas fueron beneficiadas en programas de maestría, profesional, tecnológicos y técnicos en áreas del conocimiento de las Tecnologías de la Información TI.

En el primer trimestre de 2017, 1321 personas fueron beneficiadas en programas de maestría, profesional, tecnológicos y técnicos en áreas del conocimiento de las Tecnologías de la Información TI.

**Fuente:**

Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MINTIC)

Informe Departamental De Las Tic

Dirección de Contenidos Digitales y Apps.

**Fecha:**

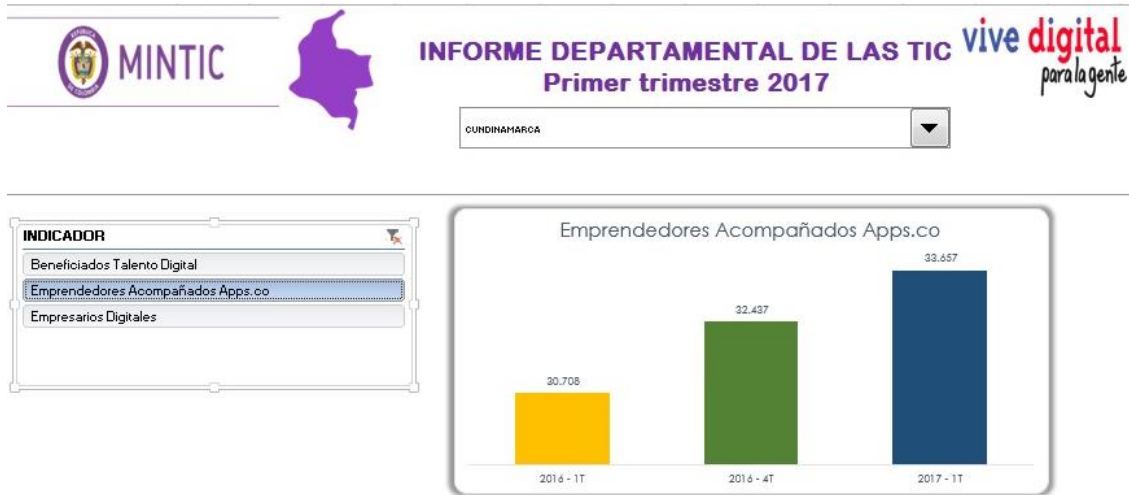
Primer Trimestre 2017 – Cundinamarca.

**Emprendedores Acompañados Apps.Co**

Es un espacio para el desarrollo de competencias y habilidades del talento humano en contenidos y aplicaciones digitales. Busca propiciar y potenciar las capacidades específicas de los diferentes usuarios de la comunidad Apps.co.

El espacio virtual incluye una oferta de cursos con temas de emprendimiento, negocio, marketing, diseño, social media y conceptos legales, entre otros.

Personas beneficiarias que recibieron mentoría presencial en emprendimiento durante un periodo de 20 semanas.



En el primer trimestre de 2016, 20708 Personas recibieron mentoría presencial en emprendimiento durante un periodo de 20 semanas.

En el cuarto trimestre de 2016, 32437 Personas recibieron mentoría presencial en emprendimiento durante un periodo de 20 semanas.

En el primer trimestre de 2017, 33657 Personas recibieron mentoría presencial en emprendimiento durante un periodo de 20 semanas.

**Fuente:**

Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MINTIC)

Informe Departamental De Las Tic

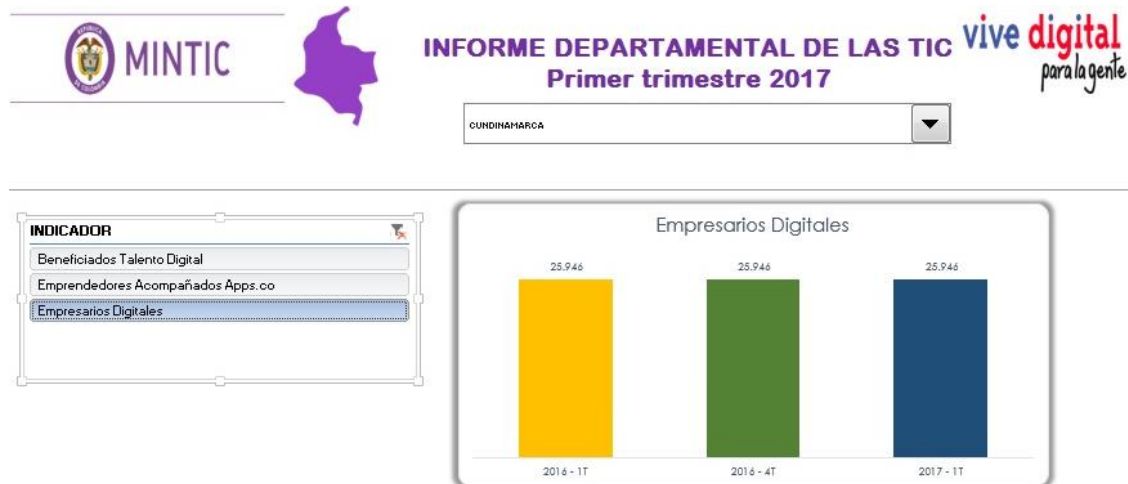
Mipyme

**Fecha:**

Primer Trimestre 2017 – Cundinamarca.

## Empresarios Digitales

Número de empresarios capacitados en herramientas TIC para mejorar sus procesos productivos.



En el primer trimestre de 2016, 25946 empresarios fueron capacitados en herramientas TIC para mejorar sus procesos productivos.

En el cuarto trimestre de 2016, 25946 empresarios fueron capacitados en herramientas TIC para mejorar sus procesos productivos.

En el primer trimestre de 2017, 25946 empresarios fueron capacitados en herramientas TIC para mejorar sus procesos productivos.

### Fuente:

Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MINTIC)

Informe Departamental De Las Tic

Dirección de Contenidos Digitales y Apps.

### Fecha:

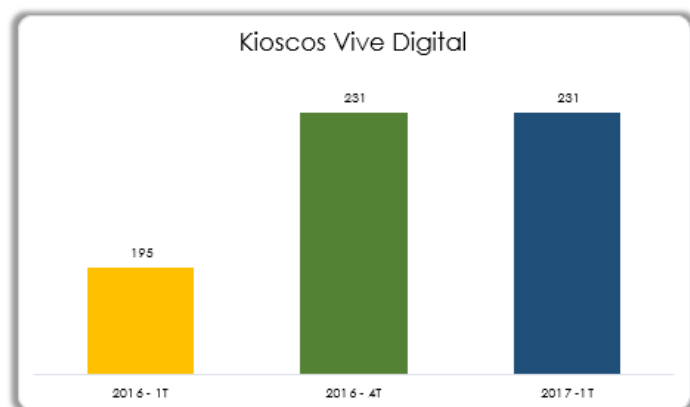
Primer Trimestre 2017 – Cundinamarca.

## Centros Vivelab

Centros de entrenamiento, emprendimiento y conocimiento, a los cuales acceden personas con destrezas en el desarrollo de software, aplicaciones y contenidos digitales.

Estos laboratorios cuentan con herramientas especializadas para la creación de animación 3D, 2D, videojuegos, aplicativos para móviles y aplicaciones para las Mipymes colombianas.

INDICADOR
Centros Vive Lab
Conexiones Digitales
Hogares Digitales
<b>Kioscos Vive Digital</b>
Municipios Conectados a la red de Fibra Óptica
Municipios conectados a la Red de Alta Velocidad
Proyectos Vive Digital Regional Cofinanciados por MINTIC
Puntos Vive Digital



En el primer trimestre de 2016, 195 personas accedieron a los kioscos Vive Digital.

En el cuarto trimestre de 2016, 231 personas accedieron a los kioscos Vive Digital.

En el primer trimestre de 2017, 231 personas accedieron a los kioscos Vive Digital.

## Estudio De Mercado

### Uso Y Apropiación De Las Tic En Colombia

#### Firma De Investigación:

Datexco Company S.A.

#### Contratado Por:

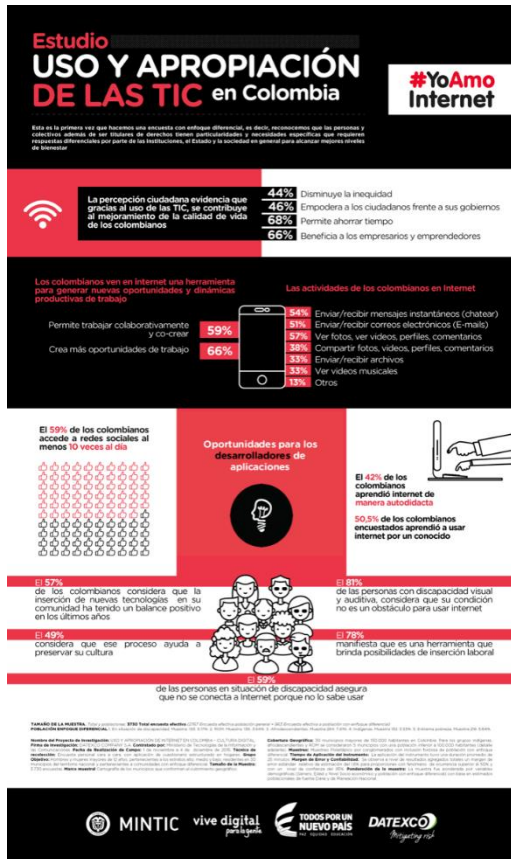
Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MINTIC)

## Fecha De Realización De Campo:

1 de noviembre a 4 de diciembre de 2015

## Técnica De Recolección:

Encuesta cara a cara con aplicación de cuestionario estructurado en hogares.



## Las 15 Aplicaciones Colombianas Más Destacadas

**Fuente:**

Revista Semana

**Fecha:**

11 ENERO / 2017

10:45 P.M

El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones dio a conocer las aplicaciones más importantes de 2016.



Estos desarrollos fueron producto del trabajo del Team Startup Colombia y se lograron gracias al apoyo del programa Apps.co, con el que emprendedores colombianos han vendido cerca de 71.000 millones de pesos a través de sus negocios de base tecnológica, además de contar con usuarios en más de 122 países del planeta.

David Luna, ministro de las TIC, manifestó que el éxito de estos innovadores se debe a que buscan solucionar problemas del día a día de los colombianos: “Desde Apps.co, en MinTIC les brindamos herramientas a esos emprendedores para que ideen y desarrollen soluciones tecnológicas que den respuesta a las necesidades cotidianas de los colombianos”.

Las aplicaciones destacadas ofrecen diversos servicios que van desde salud hasta domicilios. Estas fueron las 15 más exitosas de acuerdo al Ministerio de las TIC:

Esta plataforma busca resolver dudas relacionadas con la salud. Los usuarios solo deben hacer sus preguntas y un panel de médicos de diferentes especialidades las responde. El servicio es gratuito y tiene la ventaja de ser anónimo. Hasta ahora suma más 22 millones de orientaciones entregadas en poco menos de 3 años de funcionamiento.

### **Ascendo**

Es un software de talento humano, en el que las empresas pueden manejar el clima laboral, competencias y metas a través de diferentes herramientas tecnológicas de fácil gestión.

## **Fluvip**

Esta plataforma permite conectar a los influenciadores con las marcas que quieran contar con sus servicios. Tiene más de 30.000 influenciadores registrados alrededor de 22 países e integra los canales de Facebook, Twitter, YouTube e Instagram, principalmente.

## **Greencode**

Ofrece integración de diversas plataformas (comerciales y financieras), manejo de lenguajes ágiles de programación y metodologías óptimas de desarrollo.

## **Hogaru**

Esta aplicación ofrece la solución al problema que es reservar servicios de limpieza para hogares o empresas. Cuenta con más de 350 profesionales del aseo disponibles, y más de 5.000 clientes atendidos.

## **Las Partes**

Es un servicio diseñado para todos aquellos propietarios y usuarios de automóviles que deseen contar las 24 horas del día con un completo menú de talleres automotrices y almacenes distribuidores de repuestos.

## **Mensajeros Urbanos**

Soluciona las necesidades de mensajería de empresas y personas, conectando el mensajero más cercano al lugar de origen del cliente a través de la plataforma digital. Entre los servicios

está el envío de documentos, pago de recibos públicos, diligencias bancarias, recoger llaves u objetos olvidados, etc.

### **PinBus**

Es una aplicación para adquirir pasajes de transporte público terrestre sin necesidad de filas y de forma rápida o segura. Ofrece más de 1.500 rutas a destinos de todo el país. Además dispone de varias opciones de pago en línea para la facilidad de los compradores.

### **Platzi**

Plataforma de e-learning desarrollada en Colombia, que permite exponer contenidos de texto; video en directo y pregrabado; código fuente, y foros, en un sistema que se asemeja a un tablero de salón de clases. Los usuarios cuentan con profesores disponibles en cualquier momento, quienes ponen pruebas y evalúan, y los estudiantes que aprueban, reciben un diploma físico por correo. Aplica a nivel internacional.

### **Rappi**

La popular aplicación de domicilios en línea ofrece cuatro clases de servicios: tienda express, restaurante, supermercado y farmacia. A la fecha, disponen de un total de 2.500 distribuidores o rappideros en el país, y cuentan con operaciones en Bogotá, Medellín, Barranquilla y Cali.

Piensen expandirse a otras tres o cuatro ciudades.

## **Tappsi**

Es una herramienta para solicitar taxi desde teléfonos inteligentes. Con la ventaja de que recoge su usuario en el sitio donde se pida y se puede calificar al conductor de acuerdo a la calidad del servicio prestado. Ya suma más de un millón de descargas.

## **Transmisitp**

Es una herramienta dedicada a los usuarios del Sistema Transporte Público de Bogotá, en el que las personas pueden consultar toda la información respecto al sistema incluyendo estaciones, buses, horarios, alimentadores y mapas. Además, da la opción de ubicar estaciones cercanas y puntos de recarga de la tarjeta Tu Llave.

## **Undertrail**

Es una agencia de viajes online que busca ayudar en la promoción de la región como destino turístico. Este desarrollo se basa en una plataforma web y aplicación móvil que brindan soluciones para adquirir tiquetes aéreos, terrestres y marítimos en línea con tarifas económicas y la facilidad de comprar en línea.

## **Vendty**

Es un software diseñado para los vendedores, en el pueden ubicar sus productos en plataformas de comercio online, controlar inventarios, facturación e implementar programas de fidelización.

## **Empresas Bogotanas Dedicadas Al Desarrollo De Aplicaciones**

### **Kubo**

Carrera 23 # 86a-27

(57) 1 7424249

info@kubo.co



Nos hemos especializado en el desarrollo de productos móviles, es por ello que contamos con una serie de servicios que te permiten alcanzar el éxito en tus proyectos.

### **¿Buscas una agencia que sepa realmente desarrollar apps?**

Empresas o agencias digitales han empezado a desarrollar apps debido a que el mercado de internet esta orientado al consumo de contenido a través de dispositivos móviles, no obstante la realidad de este movimiento es que muchas de estas empresas o agencias piensan que desarrollar un app es igual a desarrollar una pagina web y esto ha traído consecuencias para aquellos que esperan contar con un app de calidad y que sus usuarios o clientes se fidelicen con el producto.

Nuestro principal servicio es el desarrollo de aplicaciones y nuestra propuesta de valor esta centrada en el desarrollo de apps nativas para iOS (Familia Apple), Android, BlackBerry Windows phone, más de 130 proyectos y 6 años de experiencia dan fe de ello.

### **Studio Sebia**

(031)8125971

3004358560



Somos una empresa colombiana legalmente constituida ubicada en la ciudad de Bogotá DC (Colombia), dedicada a ofrecer soluciones tecnológicas en Desarrollo de páginas web, Aplicaciones para dispositivos móviles, Desarrollo de mundos virtuales, Implementación de Moodle, Diseño de contenidos digitales y Marketing digital.

### **Netwoods**

(57)(1) 6817688 / 7022562

312 437 9339

Calle 79 # 14-59



Netwoods es una Empresa Colombiana, con sedes en Bogotá y Medellín dedicada hace más de 8 años al desarrollo de aplicaciones tecnológicas. Tenemos la mejor estructura tecnológica

para realizar cualquier tipo de proyecto, ya sea web ó de escritorio, porque la perfección se hace en la creación a la medida.

Somos un equipo de programadores de sistemas, diseñadores gráficos, realizadores audiovisuales que está comprometido con su Empresa usando tecnología de punta y soluciones prácticas.

### **Platcom Sas**

Calle 94 No. 15-32 Of. 701



Nuestro equipo desarrolla soluciones basadas en tecnologías internet y dispositivos móviles dirigidas a empresas que deseen atender mejor a sus clientes, mejorar sus procesos y ser más competitivas.

PLATCOM es fundada por Camilo Sáenz Londoño en el año 2006. Desde entonces hemos ayudado a más de 200 empresas de Colombia y el extranjero a mejorar sus negocios a través de soluciones en internet y dispositivos móviles.

### **Emerald Studio**

Carrera 9 #58-47

571 7043805

57 304 633 0822

info@emerald.studio



EMERALD  
STUDIO



Somos un excelente equipo dispuesto a que tú y tu marca se destaquen en el mundo digital. Mediante nuestro talento en diferentes áreas hacemos que nuestros clientes tengan una experiencia única y completa. Nuestro enfoque está dirigido a superar las expectativas de cada cliente en sus proyectos.

### **Soy Daniel Álvarez**

Desarrollador web y aplicaciones móviles

<http://www.danielalvarez.com.co/>

Con más de 7 años de experiencia en el desarrollo de páginas web y 4 en Apps móviles, siempre me he inclinado por la teoría de reducción de código y reutilización de funciones con el fin de optimizar procesos y reducir tiempos de desarrollo, debido a esto, me he desempeñado como desarrollador experto en el CMS Joomla sobre el cual implemento mis propios componentes, módulos y plantillas. En cuanto a aplicaciones móviles se refiere, me apoyo en frameworks con los que desarrollo Apps para las principales plataformas como lo son Android, iOS y Windows Phone. Estos ambientes de desarrollo me permiten crear una importante fusión entre dos aspectos básicos en todos los sitios web y aplicaciones, un excelente diseño y una correcta funcionalidad.

### **Empresas Tecnológicas Colombianas A Tener En Cuenta, Según Forbes**

**Fuente:**

<http://www.enter.co>

**Fecha:**

4 OCTUBRE / 2016

Las empresas de tecnología colombianas se quieren abrir paso en el mercado internacional; una industria que es tan vasta como competitiva.

La revista Forbes publicó un artículo con seis empresas de tecnología colombianas a tener en cuenta y que llamaron la atención de la consultora Atherton Research.

La lista de tecnológicas colombianas a tener en cuenta la integran estas compañías:

**Brash 3D:** Se describe como “un estudio tecnológico generador de productos de alto impacto”, que se especializa en áreas como aplicaciones móviles, realidad aumentada y experiencias virtuales 360°.

**PSL:** Esta firma se enfoca en el desarrollo de proyectos de TI, sector en el que cuenta con más de 30 años de experiencia. La empresa se trabaja con firmas estadounidenses para las que desarrolla soluciones de ingeniería de software.

**GreenSQA:** La compañía se dedica a probar aplicaciones, sistemas operativos y cualquier tipo de software que pueda ser incorporado a las operaciones de una empresa. Cuenta con una experiencia de 13 años y ha trabajado en más de 15.000 proyectos.

**Dexon Software:** Esta compañía colombiana se dedica al desarrollo de software corporativo. En su sitio web, la firma explica que ofrece “desde una única interfaz, las herramientas necesarias para la gestión de la plataforma tecnológica de cualquier empresa y la correcta gestión del ciclo de vida del servicio”.

**Visionar:** La empresa trabaja en el desarrollo de aplicaciones y software de realidad virtual y realidad aumentada.

**Panter:** La compañía se dedica al desarrollo de aplicaciones y servicios web. Una de sus fortalezas es el diseño que imprime a sus productos, el cual ha llevado a que la compañía desarrolle productos para empresas como General Electric y Case Logic, entre muchos otros.

## **Encuesta**

### **Nombre Del Proyecto De Investigación**

Combina Tu Closet

### **Encuestadores**

Álvaro Andrés Contreras Ortegón

Gina Lorena Romero Velásquez

Jimmy Alexander Camargo Tequia

Rubén Caldas Rivera

## **Fechas De Recolección**

1 de Octubre a 17 de Octubre / 2017

## **Universo Poblacional**

Ciudad de Bogotá

## **Grupo Objetivo**

Mujeres entre 18 y 35 años de edad

## **Técnica De Recolección**

Encuesta virtual creada con la herramienta de formularios de Google y distribuida a través de Correos electrónicos, Redes sociales y WhatsApp

## **Tamaño De La Muestra**

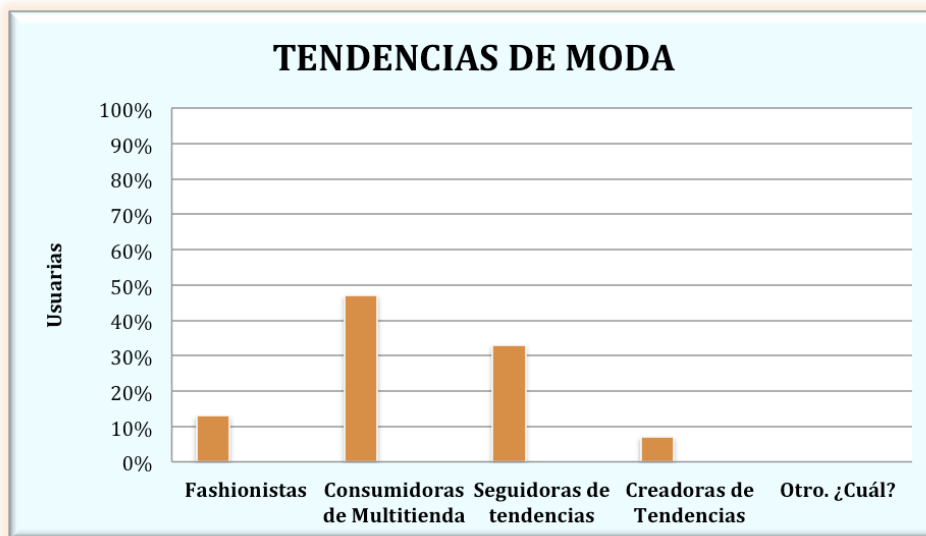
100 mujeres

## **Fecha De Entrega Del Informe**

18 de Octubre / 2017

¿Cómo te definirías en relación a las tendencias de moda?

- a) Fashionista
- b) Consumidor de Multitienda
- c) Seguidor de tendencias
- d) Creador de tendencias
- e) Otro. ¿Cuál?



En relación a las tendencias, 13% de las mujeres son Fashionistas.

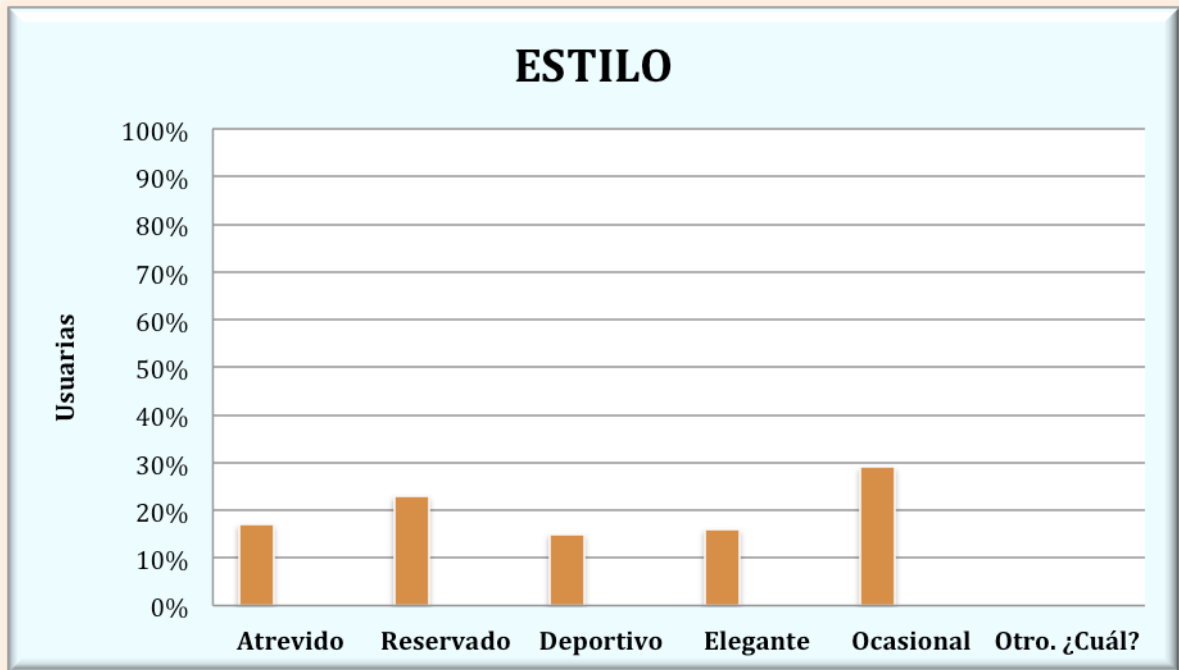
En relación a las tendencias, 47% de las mujeres son consumidoras de Multitienda.

En relación a las tendencias, 33% de las mujeres son seguidoras de tendencias.

En relación a las tendencias, 7% de las mujeres son creadoras de tendencias.

## ¿Cómo definirías tu estilo?

- a) Atrevido
- b) Reservado
- c) Deportivo
- d) Elegante
- e) Ocasional
- f) Otro. ¿Cuál?



El 17% de las mujeres considera que su estilo es atrevido. El 23% de las mujeres considera que su estilo es reservado. El 15% de las mujeres considera que su estilo es deportivo. El 16% de las mujeres considera que su estilo es elegante. El 29% de las mujeres considera que su estilo es Ocasional.

¿Cuánto tiempo dedicas al momento de elegir tu ropa y/o arreglarte?

- a) Menos de 1 hora
- b) 1 hora
- c) más de 1 hora



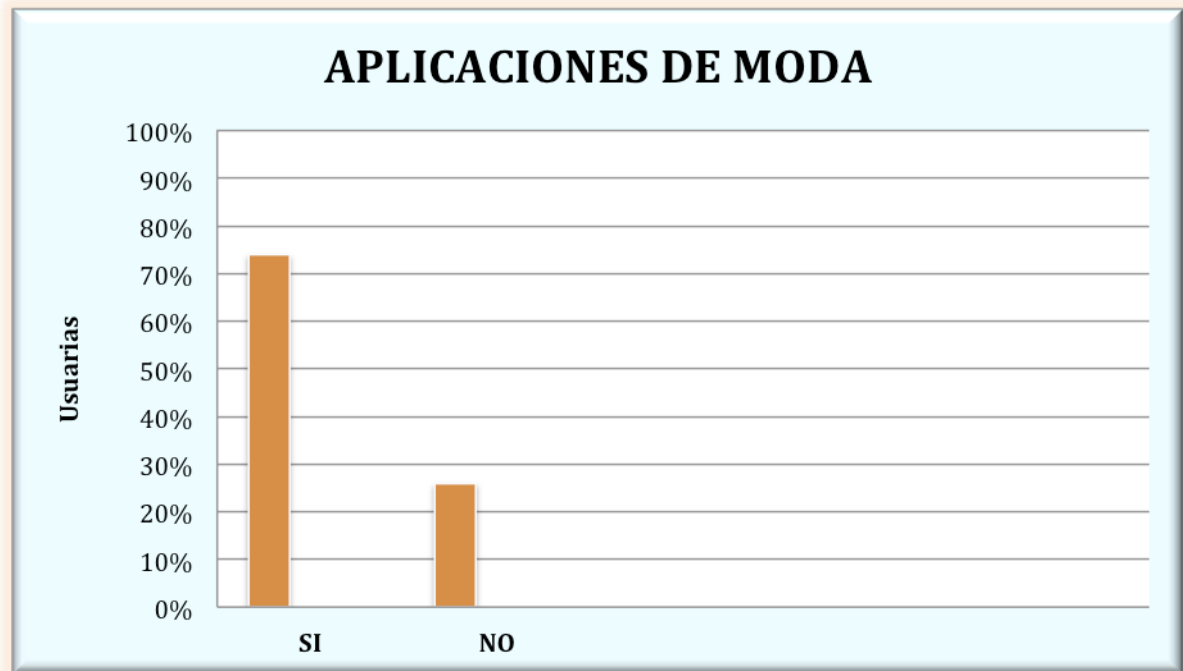
El 57% de las mujeres gastan menos de 1 hora eligiendo ropa y arreglándose. El 16% de las mujeres gastan 1 hora eligiendo ropa y arreglándose.

El 27% de las mujeres gastan más de 1 hora eligiendo ropa y arreglándose.



¿Conoces y/o utilizas alguna aplicación relacionada con moda?

- a) Si
- b) No

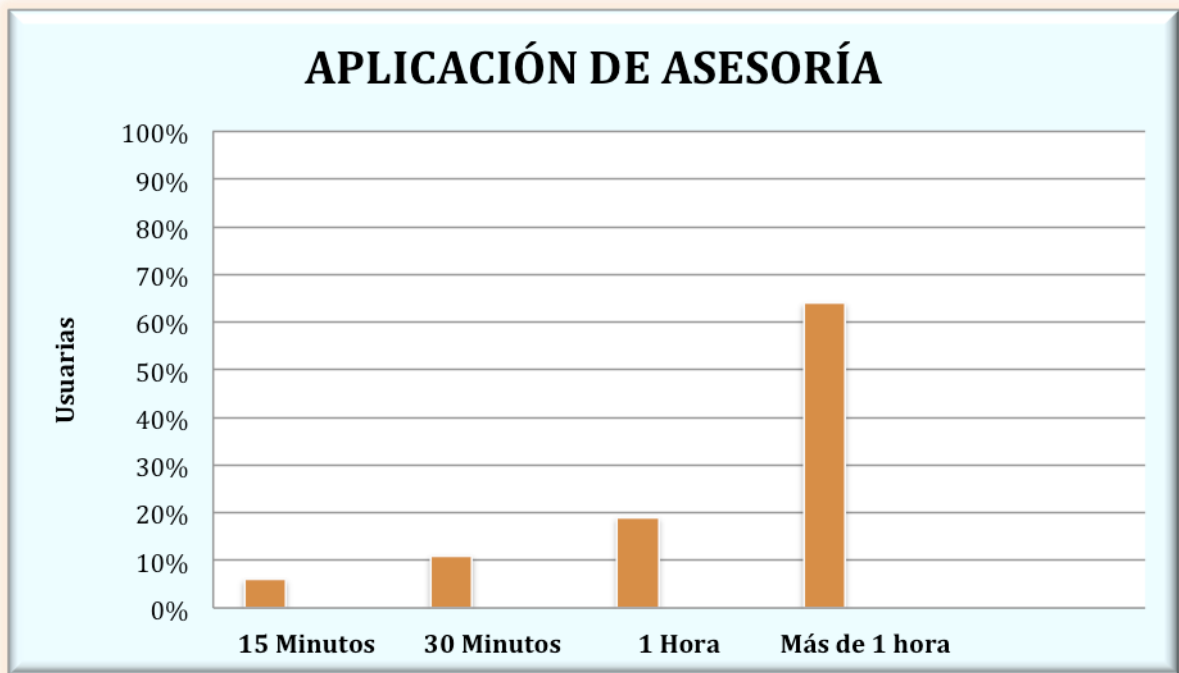


El 74% de las mujeres conoce y/o utiliza alguna aplicación relacionada con moda.

El 26% de las mujeres conoce y/o utiliza alguna aplicación relacionada con moda.

Si existiera una aplicación en la cual te sugieran como vestir, de acuerdo a la ropa que tienes en tu closet, ¿Cuánto tiempo al día le dedicarías?

- a) 15 Minutos
- b) 30 Minutos
- c) 1 hora
- d) Más de 1 hora



El 6% de las mujeres dedicaría 15 minutos diarios a una aplicación que les sugiriera como vestir, tomando como base la ropa de su closet.

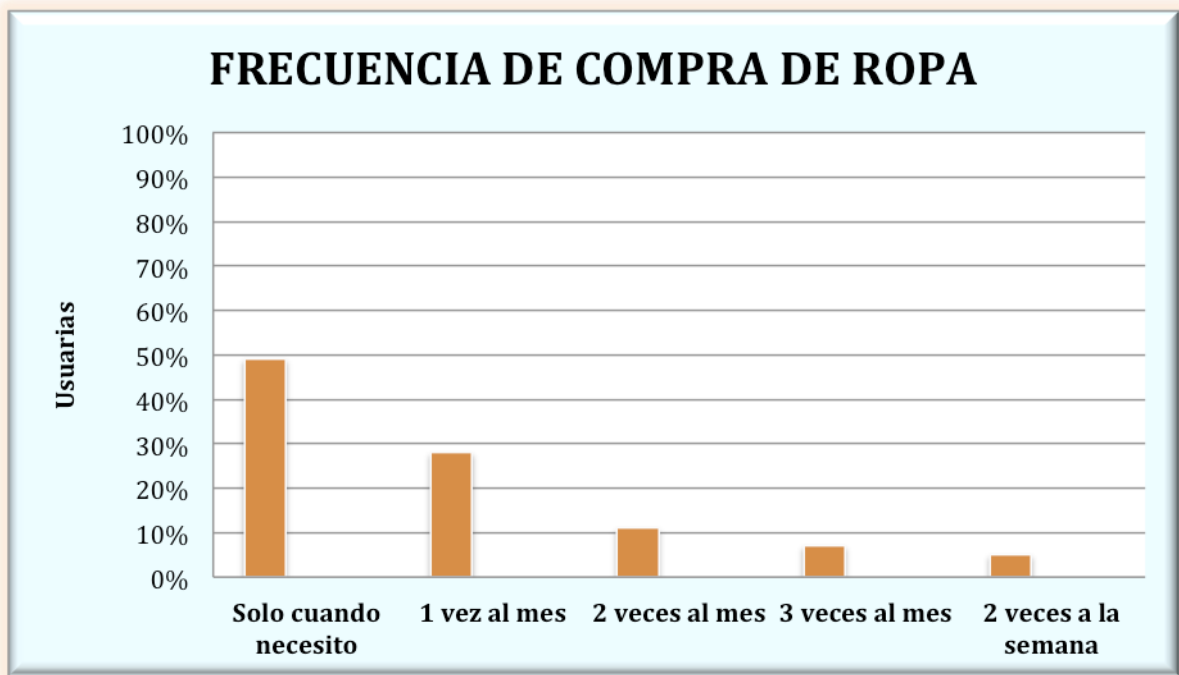
El 11% de las mujeres dedicaría 30 minutos diarios a una aplicación que les sugiriera como vestir, tomando como base la ropa de su closet.

El 19% de las mujeres dedicaría 1 hora diaria a una aplicación que les sugiriera como vestir, tomando como base la ropa de su closet.

El 64% de las mujeres dedicaría más de 1 hora diaria a una aplicación que les sugiriera como vestir, tomando como base la ropa de su closet.

¿Con qué frecuencia compras ropa?

- a) Sólo cuando necesito
- b) 1 vez al mes
- c) 2 veces al mes
- d) 3 veces al mes
- e) 2 veces a la semana



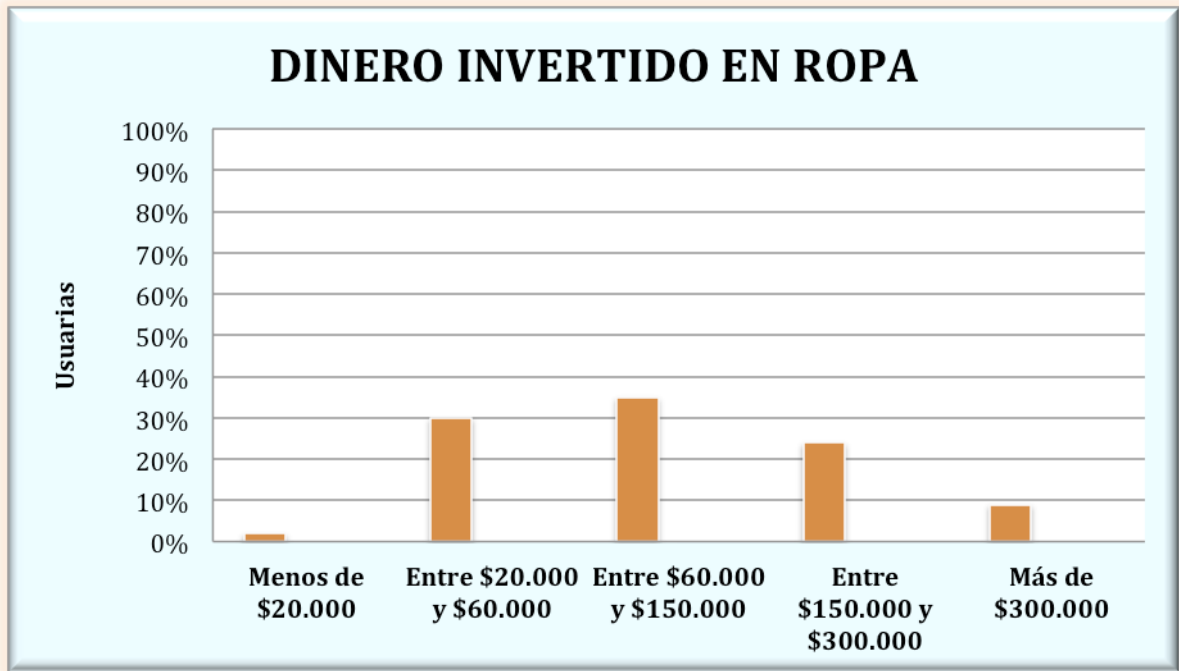
El 49% de las mujeres solo compra ropa cuando la necesita. El 28% de las mujeres compra ropa 1 vez al mes.

El 11% de las mujeres compra ropa 2 veces al mes. El 7% de las mujeres compra ropa 3 veces al mes.

El 5% de las mujeres compra ropa 2 veces a la semana.

¿Cuánto dinero gastas en ropa al mes?

- A) Menos de \$20.000
- B) Entre \$20.000 y \$60.000 C) Entre \$60.000 y \$150.000
- C) Entre \$150.000 y \$300.000
- D) Más de \$300.000



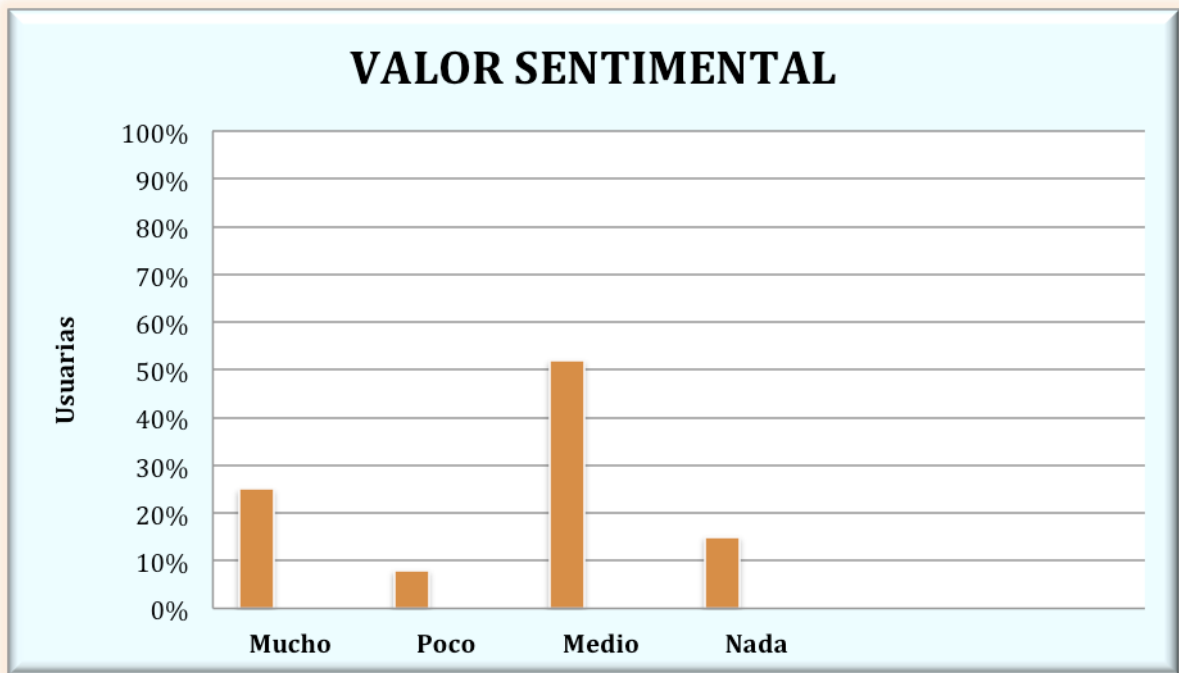
El 2% de las mujeres gasta menos de \$20.000 en ropa al mes.

El 30% de las mujeres gasta entre \$20.000 y \$60.000 en ropa al mes. El 35% de las mujeres gasta entre \$60.000 y \$150.000 en ropa al mes.

El 24% de las mujeres gasta entre \$150.000 y \$300.000 en ropa al mes. El 9% de las mujeres gasta más de \$300.000 en ropa al mes.

¿Qué Valor sentimental le otorgas a las marcas a la hora de comprar ropa?

- A) Mucho
- B) Poco
- C) Medio
- D) Nada



El 25% de las mujeres le otorga mucho valor sentimental a las marcas a la hora de comprar ropa.

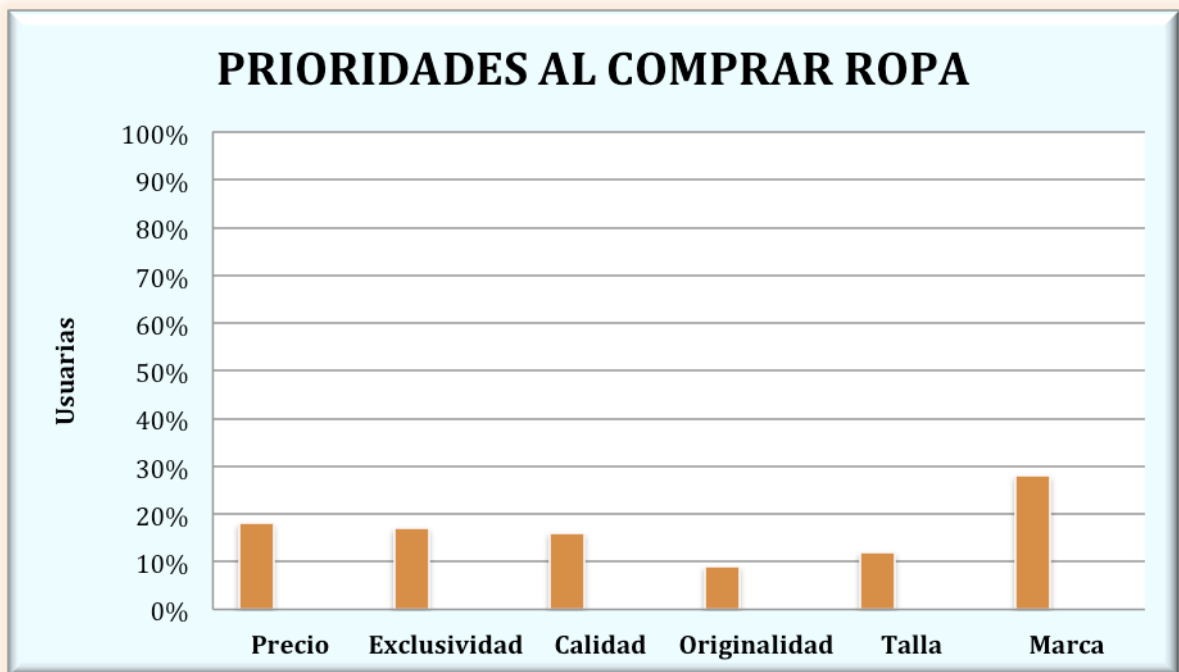
El 8% de las mujeres le otorga poco valor sentimental a las marcas a la hora de comprar ropa.

El 52% de las mujeres le otorga medio valor sentimental a las marcas a la hora de comprar ropa.

El 15% de las mujeres no le otorga valor sentimental a las marcas a la hora de comprar ropa.

¿Qué priorizas a la hora de comprar tu ropa?

- A) Precio
- B) Exclusividad
- C) Calidad
- D) Originalidad
- E) Talla
- F) Marca



El 18% de las mujeres le da prioridad al precio a la hora de comprar ropa.

El 17% de las mujeres le da prioridad a la exclusividad a la hora de comprar ropa.

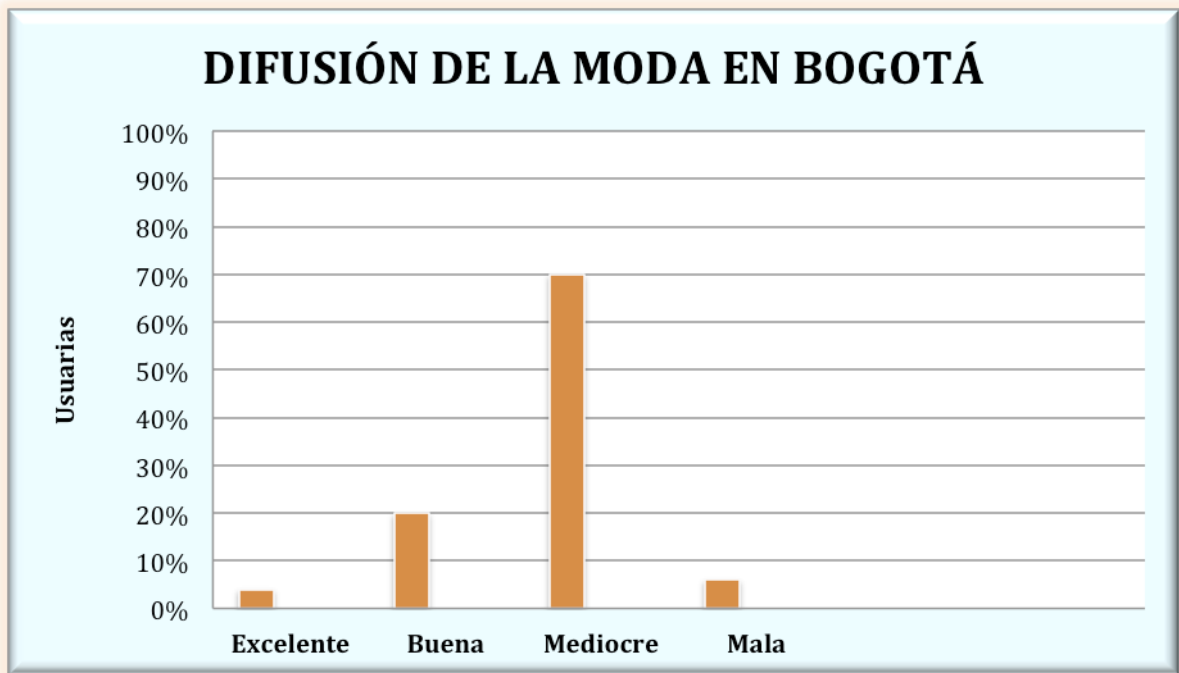
El 16% de las mujeres le da prioridad a la calidad a la hora de comprar ropa.

El 9% de las mujeres le da prioridad a la originalidad a la hora de comprar ropa.

El 12% de las mujeres le da prioridad a la talla a la hora de comprar ropa. El 28% de las mujeres le da prioridad a la marca a la hora de comprar ropa.

¿Cómo definirías la difusión de la moda en Bogotá?

- A) Excelente
- B) Buena
- C) Mediocre
- D) Mala



El 4% de las mujeres considera que la difusión de la moda en Bogotá es Excelente.

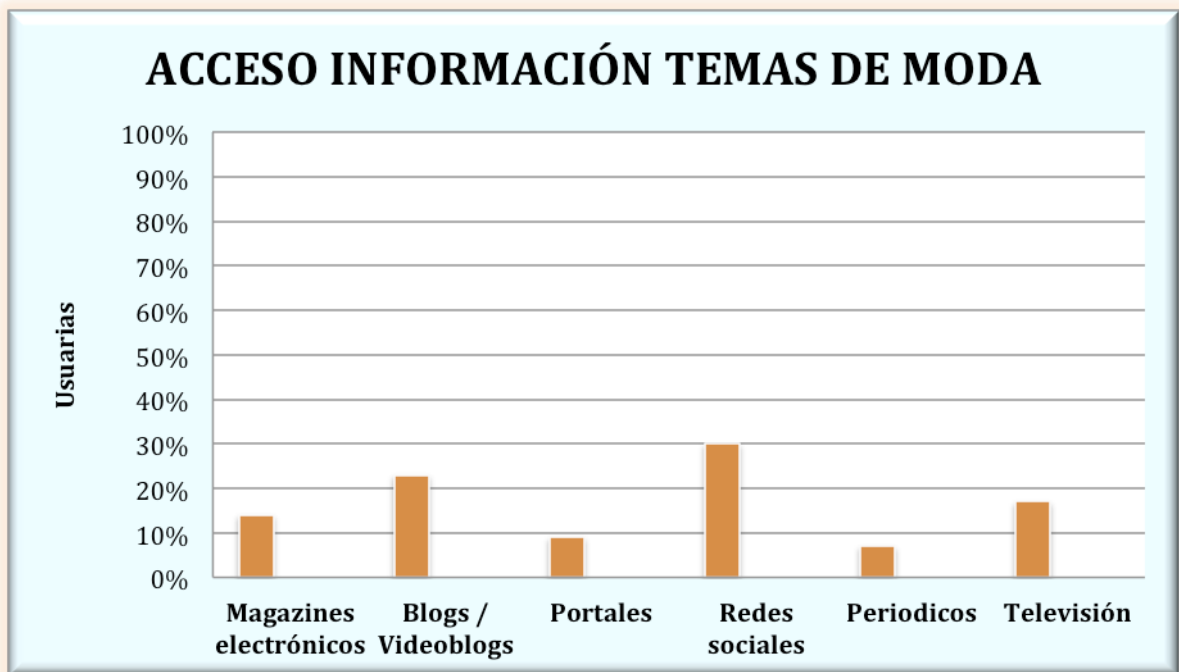
El 20% de las mujeres considera que la difusión de la moda en Bogotá es Buena.

El 70% de las mujeres considera que la difusión de la moda en Bogotá es Mediocre.

El 6% de las mujeres considera que la difusión de la moda en Bogotá es Mala.

Conoces noticias y tendencias sobre moda a través de:

- A) Magazines electrónicos
- B) Blogs
- C) Portales
- D) Redes sociales
- E) Periódicos
- F) Televisión



El 14% de las mujeres accede a noticias y tendencias de moda a través de magazines electrónicos.

El 23% de las mujeres accede a noticias y tendencias de moda a través de Blogs y Video blogs.

El 9% de las mujeres accede a noticias y tendencias de moda a través de Portales.

El 30% de las mujeres accede a noticias y tendencias de moda a través de Redes sociales.

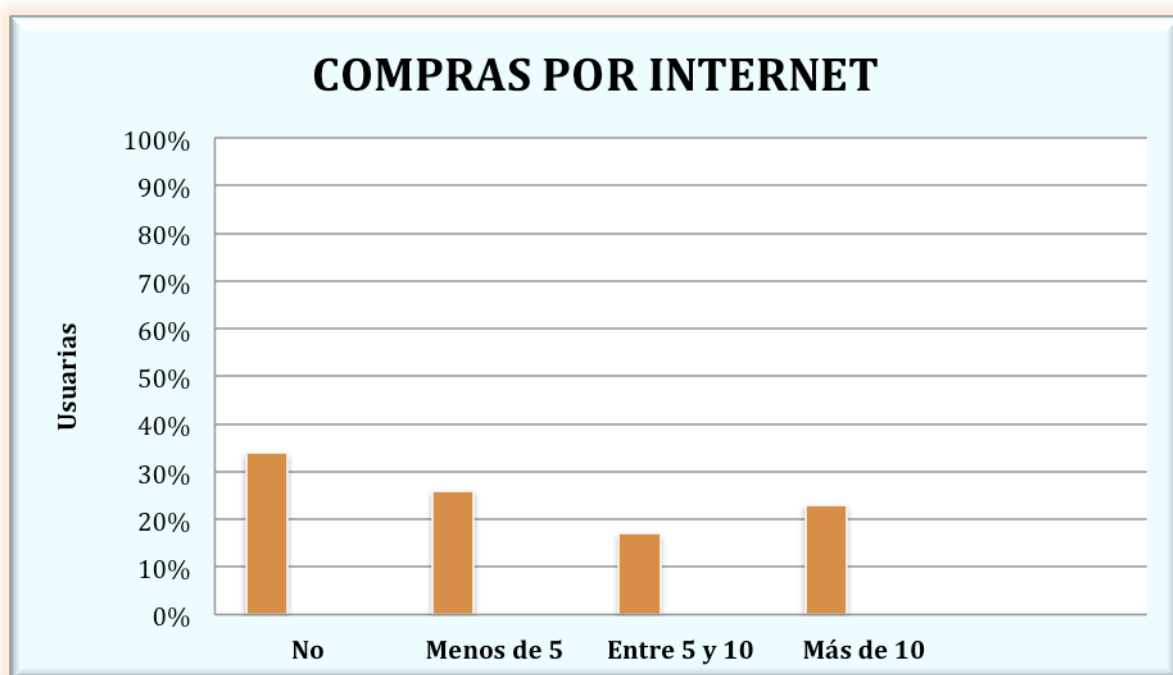
El 7% de las mujeres accede a noticias y tendencias de moda a través de Periódicos.

El 17% de las mujeres accede a noticias y tendencias de moda a través de Televisión.



¿Has comprado ropa por internet? ¿Hasta la fecha cuántas prendas?

- A) No
- B) Menos de 5
- C) Entre 5 y 10
- D) Más de 10 prendas



El 34% de las mujeres nunca ha comprado ropa por internet.

El 26% de las mujeres ha comprado ropa menos de 5 veces por internet. El 17% de las mujeres ha comprado ropa entre 5 y 10 veces por internet. El 23% de las mujeres ha comprado ropa más de 10 veces por internet.

¿Qué marcas de ropa destacan en tu closet?

Studio f, zara, seven, gef, basement, americanino, esprit, tennis, desigual, disel, levis

## **Plan De Marketing**

### **Segmento Del Mercado**

#### **Usuaris De La Aplicación**

Mujeres entre 18 y 35 años. Ellas tienen un Smartphone o Tablet y hacen uso constante de ellos; adicionalmente tienen al menos un usuario en alguna red social.

Estas usuarias, por lo general, son leales a las marcas y buscan la mejor oferta de valor a un costo mínimo. Sus bienes son su mayor tesoro, por lo que desean que perduren en el tiempo; es por esta razón que el precio frente a esa variable es un factor determinante en la decisión de compra.

Son usuarios de los canales tradicionales y digitales, dependiendo su necesidad.

#### **Proveedores O Patrocinadores**

Marcas dedicadas al diseño, fabricación, distribución y venta de ropa femenina que desean aumentar sus ventas y promocionarse en canales digitales.

### **Producto**

Aplicación móvil que le permite a las usuarias organizar su armario, planificar sus trajes para cada ocasión, lo que va a usar y cuándo lo debe usar, además de recibir importantes tips y consejos de moda por parte de expertos fashionistas. También les permite conocer los próximos lanzamientos de sus marcas favoritas y tener el placer de hacer múltiples compras.

Pueden compartir toda esta información con amigos a través de redes sociales como Facebook, Twitter, Pinterest, Tumblr, y/o correo electrónico.

Espacio publicitario y nuevo canal de ventas para las marcas que trabajan en el sector de la moda.

El producto será actualizado trimestralmente, mejorando sus funcionalidades.

## **Precio**

La aplicación móvil no tendrá ningún precio por su descarga, es decir, las usuarias podrán disfrutar del producto de forma gratuita y los ingresos serán percibidos a través de comisiones por la venta de prendas de vestir que se realicen a través de la aplicación (5% de la venta).

Los productos deben ser cancelados en efectivo o tarjeta al momento de la entrega.

Si las marcas asociadas tienen ventas mensuales superiores a \$200.000 a través de la aplicación, se cobrará un monto de \$25.000, más IVA por uso de la plataforma (aplicación).

El primer mes de uso de la plataforma será gratuito.

## **Plaza**

La distribución de la aplicación se hará a través de Google Play y el App Store, de igual manera se colocará un enlace a los markets de aplicaciones en las páginas de las marcas asociadas.

Existirá un ejecutivo de ventas para ofrecer la solución de publicidad.

Los productos adquiridos a través de la aplicación se entregarán a domicilio.

## **Promoción - Publicidad**

### **Medios De Comunicación:**

Preparación de un kit de prensa completo y envío a los principales medios de comunicación.

Participación en programas de radio.

Participación en eventos de moda.

## **Marketing Digital**

### **Blogs Especializados:**

Contacto con los principales blogs especializados en aplicaciones móviles, tecnología o verticales del sector de la aplicación.

Contratar o pedir reviews para la aplicación.

### **Review:**

Son textos nada complicados, que ofrecen criticas escritas por un blogger en un tono critico constructivo.

En estos textos, el blogger hace una descripción detallada de la aplicación, análisis, beneficios, pros y contras...

### **Famosos, Influencers:**

Invitación a personas influyentes a que prueben la aplicación y compartan su opinión en sus canales.

## Influencer:

Es una persona que cuenta con cierta credibilidad sobre un tema concreto, y por su presencia e influencia en redes sociales puede llegar a convertirse en un prescriptor interesante para la aplicación.

## Ejemplos Influencers en Colombia:

### Paula Galindo

Paula estudia negocios internacionales y es una apasionada por la moda, el maquillaje y la belleza en general.

Desde que decidió crear su canal de YouTube (Pautips), su popularidad entre los usuarios de la plataforma ha crecido exponencialmente.

Hoy cuenta con más de 1.574.800 suscriptores, los que la convierte en la YouTuber colombiana más seguida a nivel mundial. A la fecha ha subido más de 250 videos sobre maquillaje, moda y belleza, los cuales acumulan más de 126 millones de reproducciones.



### ROPA CHINA: LO QUE PEDÍ VS LO QUE RECIBÍ - Pautips

1.093.630 visualizaciones



58 K



1 K



COMPARTIR



Pautips ✓

Publicado el 14 ago. 2017

SUSCRIBIRSE 4 M

Catalina López

Diseñadora gráfica y asesora de imagen. Desde que decidió abrir su canal de YouTube (ClóByCatalinaLopez), Catalina se ha destacado por los tutoriales que ofrece en la plataforma de videos en temas de imagen, moda y maquillaje.

Su canal cuenta actualmente como más de 67 mil suscriptores, mientras que sus videos son evidencia de su éxito en YouTube, pues cuentan con más de 17 millones de reproducciones.



Cómo usar mules \*Cló

223 visualizaciones

25

2

COMPARTIR

+

...



**ClobyCatalinaLopez**

Publicado el 20 oct. 2017

SUSCRIBIRSE 93 K

Ita Maria (De la moda y otros demonios)

Ita es una economista caleña que vive en Bogotá y quien trabaja de lleno en la industria de la moda. Te enseña sus looks, pero también reseña sus opiniones y experiencias.



**De la moda y otros demonios**

30 de julio · 🌐

En el blog dejé este outfit completo y un resumen de algunos elementos clave en la tendencia Resort actual, entendiendo el Resort ya no como temporada sino como estilo en sí mismo [#desombrerosyotrosdemonios](#) [#detendenciasyotrosdemonios](#) [#deoutfitsyotrosdemonios](#)

Ph. @santiagoalzate



👍 Me gusta

💬 Comentar

➦ Compartir

## Redes Sociales

Las Redes Sociales que actualmente existen, fueron ideadas con la finalidad de establecer contactos vía internet con personas del todo el mundo y así enriquecer el conocimiento.

El marketing en redes sociales hace referencia a todas aquellas actividades realizadas con el fin de promover una marca a través de redes sociales como Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, Pinterest, entre otras, las cuales se encuentran en su mayor apogeo entre los usuarios de internet, y facilitan la interacción de la marca con su público objetivo, a un nivel mucho más personalizado y dinámico que con las técnicas de mercadeo tradicional.

### Beneficios

**Imagen de marca:** La popularidad e imagen de marca se beneficia ampliamente ante los clientes pues la empresa se siente más cercana.

**Mayor cantidad de visitas:** Una táctica de marketing en redes sociales bien orientada aumenta la visibilidad de la marca y el número de visitas hacia su página web.

**Alto índice de conversión:** Una marca que interactúa con el usuario y logra hacerlo sentir cercano e importante, concreta más fácilmente nuevos negocios.



**Alcance:** El uso de redes sociales se populariza cada vez más, por lo cual este medio es una manera importante de impactar una gran cantidad de personas.

**Difusión:** El Marketing en redes sociales constituyen una de las maneras más rápidas y económicas de difundir algún tipo de información

**Recopilación de datos:** Contar con una táctica en redes sociales es una excelente manera de recopilar información acerca del público objetivo de la marca.

### **Acciones A Realizar En Redes Sociales**

**Responder a los mensajes directos que se reciban por parte de seguidores o fans potenciales.**

Estas interacciones pueden aparecer de distintas formas, incluyendo:

- Mensajes en Facebook.
- Publicaciones en el muro de Facebook.
- Etiquetas en Facebook, ya sea de estado o en una foto.
- Mensajes directos en Twitter (DM).
- Respuestas en Twitter (@).

Lo que es importante de estas interacciones es que representan a personas que han puesto suficiente esfuerzo para conectarse con la aplicación (marca) en un nivel mucho más íntimo que el de simplemente ver el contenido.

Aunque estas interacciones pueden ser positivas o negativas (pueden ser quejas o críticas), es importante responder a ellas por simple respeto a la iniciativa de estos seguidores.

### **Publicar contenido que motive la conversación.**

Actualizar constantemente el estado, publicar algún comentario o nota diseñada para motivar la interacción entre seguidores.

Por ejemplo:

- Hacer una pregunta provocadora.
- Compartir un artículo interesante.
- Comentar sobre una noticia reciente.
- Publicar una imagen o frase inspiradora.
- Pedirles a las usuarias que den retroalimentación de un producto (prenda de vestir) o servicio.

### **Buscar nuevos seguidores**

Una idea para hacerlo en Twitter es buscar los perfiles de autoridades de la industria de la moda. Después, seguir a la gente que los sigue a ellos, debido a que esto indica que podrían

estar interesados en la aplicación también. Buena parte de esta gente estará dispuesta a seguir nuestra marca automáticamente, lo que aumentará el número de seguidores.

Atraer fans en Facebook puede ser más difícil, pero aplica el mismo principio. Buscar a aquellos que han demostrado interés en la industria de la moda y en sus autoridades, y presentarse a través de mensajes directos.

## **Campaña De Email Marketing**

El email marketing (emailing o e-mailing) es una palabra en inglés que se utiliza para definir el envío masivo de correos electrónicos a un conjunto de contactos.

El envío de una campaña de email marketing es a la vez un acto de comunicación online y marketing directo. Su objetivo es promover un mensaje a un conjunto de usuarios a través de la bandeja de entrada de sus emails.

Para realizar la campaña de email marketing es necesario trabajar de la mano con un

### **List bróker.**

List Broker (Corredor de lista):

Un corredor de lista actúa como un agente para aquellos que desean realizar campañas de marketing directo a través de correo directo, correo electrónico o telemercadeo.

Los intermediarios de listas proporcionan listas que, como mínimo, contienen el nombre, correo y la dirección física de un cliente potencial.

Las listas de consumidores pueden incluir información demográfica adicional, como edad, sexo, ingresos, etc. .

Las listas de negocios pueden incluir información firmográfica como título de trabajo, industria, tamaño de empleado, etc.

Muchos correos promocionales como catálogos, cupones, ofertas promocionales y ofertas de crédito utilizan listas compradas a través de estos agentes.

#### Landing Page De La Aplicación. (Web Responsive)

En la mercadotecnia en internet, se denomina página de aterrizaje.

Es una página web a la que una persona llega tras pulsar en el enlace de una guía, un portal o algún banner o anuncio de texto situado en otra página web o portal de internet.

En la mayoría de los casos esta página web es una extensión del anuncio de promoción, donde se explica más detalladamente la oferta del producto o servicio que se está promocionando a través de una carta de ventas.

## Posicionamiento De La Página Web A Través De Estrategia Seo

El posicionamiento en buscadores u optimización de motores de búsqueda es el proceso de mejorar la visibilidad de un sitio web en los resultados orgánicos de los diferentes buscadores.

Aunque existen miles de factores en los que un motor de búsqueda se basa para posicionar una página de otra se podría decir que hay dos factores básicos: **La autoridad y**

### **La relevancia**

**La Autoridad** es básicamente la popularidad de una web, cuanto más popular sea una página o una web más valiosa es la información que contiene.

Este factor es el que un motor de búsqueda tiene más en cuenta dado que se basa en la propia experiencia del usuario, cuanto más se comparta un contenido es que a más usuarios les ha parecido útil.

**La Relevancia** es la relación que tiene una página frente a una búsqueda dada, esto no es simplemente que una página contenga un montón de veces el termino buscado (en los comienzos era así) si no que un motor de búsqueda se basa en cientos de factores on-site para determinar esto.

## Posicionamiento De La Aplicación A Través De Estrategia Aso

ASO son las siglas de **App Store Optimization** y es el proceso de optimización de una app con el fin de conseguir aparecer en los primeros resultados cuando el usuario busca en las tiendas de aplicaciones.

Cuanta mayor visibilidad tenga una aplicación móvil en las stores, más posibilidades tendrá de ser encontrada por los usuarios y, por ende, más posibilidades de conseguir descargas.

El proceso de optimización es cíclico: Consta de Keyword research, optimización de la landing (ficha) de la app y monitorización.

### Factores Aso / On-Metadata

**App name:** El nombre de la app debe contener las palabras clave principales por las que se quiere ser encontrado y, además, ser llamativo.

**Descripción:** La descripción de una app, en el caso de Google Play, debe incluir keywords (sin llegar al spam) y, en el caso de Apple, debe ser utilizada como arma de marketing para cautivar a los usuarios.

**Keywords:** En el caso de Google Play no se dispone de campo “keywords”, mientras que en Apple sí. ¡Se debe Utilizar con cuidado!

**Nombre del developer:** Que el nombre del desarrollador incluya keywords es bueno. Además, la antigüedad del desarrollador también es un factor importante. Los developers con más antigüedad tienen más “fuerza” para rankear.

**Icono:** El icono no afecta, directamente, al ASO. Sin embargo, es fundamental para llamar la atención de las usuarias. Suele ser en lo primero que se fijan.

**Screenshots:** Igual que ocurre con el icono, las capturas de pantalla elegidas para la ficha de una app no harán que posicione mejor, pero una buena selección de screenshots hará que las usuarias quieran instalarla.

## **FACTORES ASO / OFF-METADATA**

**Instalaciones:** Cuantas más instalaciones y más rápido las consigamos, mejor posicionada estará la aplicación.

**Desinstalaciones:** Es bueno que los usuarios instalen una app. Lo que no es tan bueno es que el ratio de desinstalación sea alto. Es un indicador de que la app no es todo lo bueno que debería ser.

Valoraciones y comentarios: ¡Las famosas estrellas! Las valoraciones positivas afectan directamente al ASO de la app.

### **Social signals:**

Como su propio nombre indica, esta herramienta está relacionada con las redes sociales como Twitter, Facebook, Google+, etc. donde los usuarios tienen la posibilidad de publicar dominios o direcciones URL y, como consecuencia de ello, recomendarlas a sus amigos.

En el caso de Google Play, cuantos más +1, mejor. En el caso de Apple, cuantos más “likes” de Facebook, mejor que mejor.

**Linkbuilding:** En el caso de Google Play, los enlaces que recibe la URL de una aplicación mejoran el ASO.

### **Plan De Lanzamiento / Captación**

Dentro de la estrategia, se plantea tener al menos unas 5.000 descargas mensuales en cada uno de los markets (Google Play y App Store) haciendo una campaña intensa de 6 semanas diversificando en los diferentes canales definidos, buscando que la aplicación escale en cada uno de los markets de una manera importante y acelerada.





SEMANA	OBJETIVOS	PARAMETROS	CANALES					
			TWITTER	FACEBOOK	INSTAGRAM	PINTEREST	LANDING PAGE	RED DE DISPLAY GOOGLE
1	<p>Creación de campaña de expectativa y lanzamiento de los canales online en los cuales tendrá presencia la app.</p> <p>Al ingresar al Landing el usuario obtendrá un cupón de descuento por registrarse.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cantidad de visitas.</li> <li>- Cantidad de nuevos seguidores en cada una de las redes sociales.</li> <li>- Cantidad de menciones y comentarios.</li> <li>- Alcance de cada publicación.</li> <li>- Cantidad de usuarios registrados en el landing.</li> </ul>						



2	<p>Continuación de la campaña de expectativa haciendo una inversión en la red de Display de Google direccionando al Landing Page</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Todos los datos anteriores.</li> <li>- Cantidad de visitas originarias del uso de la red de Display de Google.</li> </ul>		
3	<p>Lanzamiento de la app. Dar a conocer la app a través de todos los canales, incluyendo canales offline como lo son notas de prensa, tiendas de las marcas asociadas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Todos los datos anteriores.</li> <li>- Cantidad de descargas de la aplicación.</li> <li>- Cantidad de usuarios exitosamente registrados.</li> <li>- Cantidad de usuarios</li> </ul>		







## **Marketing Movil**

El marketing móvil es una practicas para comunicarse de forma relevante con el publico objetivo haciendo uso de dispositivos móviles.

Se utilizara marketing móvil porque esta herramienta permite otorgar información oportuna, sensible, inmediata y personalizada.

### **Marketing A Través De Mensajes De Texto (Sms)**

Aunque haya quien quiera dejar al SMS como una tecnología obsoleta, el tiempo está demostrando que se trata de una de las tecnologías que mejores resultados ofrece a las empresas. Realizar SMS marketing supone, en muchos casos, entablar una relación directa con las usuarias.

El SMS tiene el poder de la inmediatez a su favor, de llegar a un dispositivo que en todo momento está con la usuaria.

Envió de mensajes cortos con la invitación a descargar la app.

Envió de mensajes cortos con promociones y descuentos otorgados por las marcas asociadas.

Los SMS no son públicos, se pueden personalizar por destinatario.

Tienen un mayor índice de recepción: El 96% de las personas que recibe un sms lo lee.

Permite una relación bidireccional con el cliente.

Llega más lejos y no requiere conexión a internet.

Viraliza contenido y redirige el tráfico a la app o a las redes sociales.

## CODIGOS QR

Publicidad impresa con Códigos QR puesta en las tiendas de las marcas asociadas.

Código QR:

Un código QR (del inglés Quick Response code, "código de respuesta rápida") es la evolución del código de barras.



Es un módulo para almacenar información en una matriz de puntos o en un código de barras bidimensional.

La matriz se lee en el dispositivo móvil por un lector específico (lector de QR) y de forma inmediata nos lleva a una aplicación en internet y puede ser un mapa de localización, un correo electrónico, una página web o un perfil en una red social.

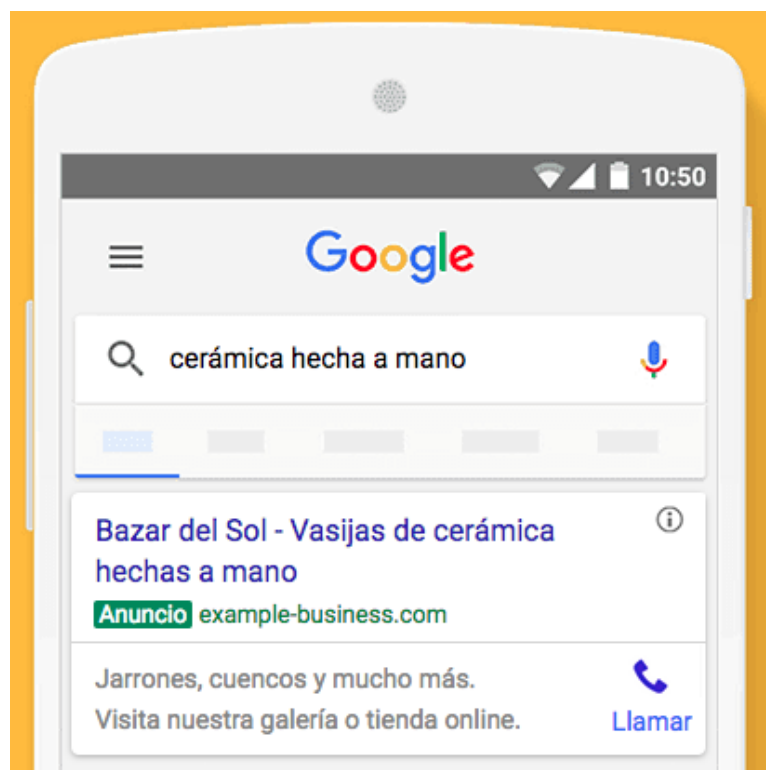
### **Publicidad Móvil**

Contratar el servicio de **Google AdWords** (Programa de publicidad en línea de google).

Dar a conocer la aplicación a través de:

### **Anuncios De Búsqueda**

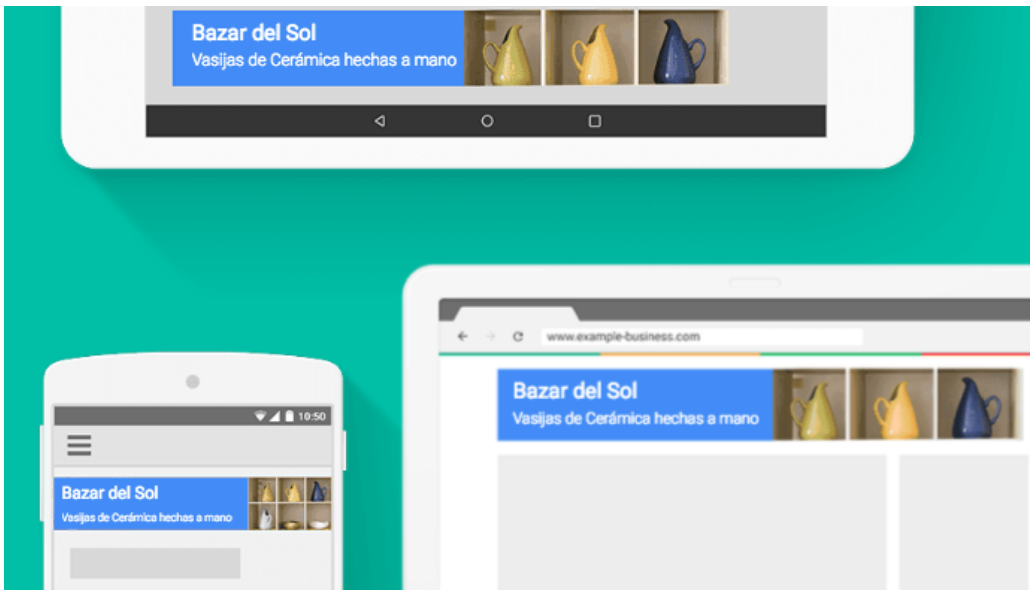
Los anuncios de búsqueda se muestran junto a los resultados de las búsquedas que las personas hacen, al explorar productos o servicios. Este servicio solo se paga cuando alguien haga clic para visitar el sitio web o llama al negocio.





## Anuncios Gráficos

Los anuncios de AdWords aparecen en más de 2 millones de sitios web y más de 650.000 aplicaciones para que tus clientes puedan verte en todo momento y en todo lugar.



Se pueden ver los anuncios en la web y en las aplicaciones a través de diferentes dispositivos.

## Clases De Anuncios Gráficos

### Texto

Incluyen un título, dos líneas de texto y una URL.

### Gmail

Se puede personalizar los anuncios para que los usuarios de Gmail puedan guardarlos, reenviarlos o expandirlos desde sus carpeta de Recibidos.

## **Banner**

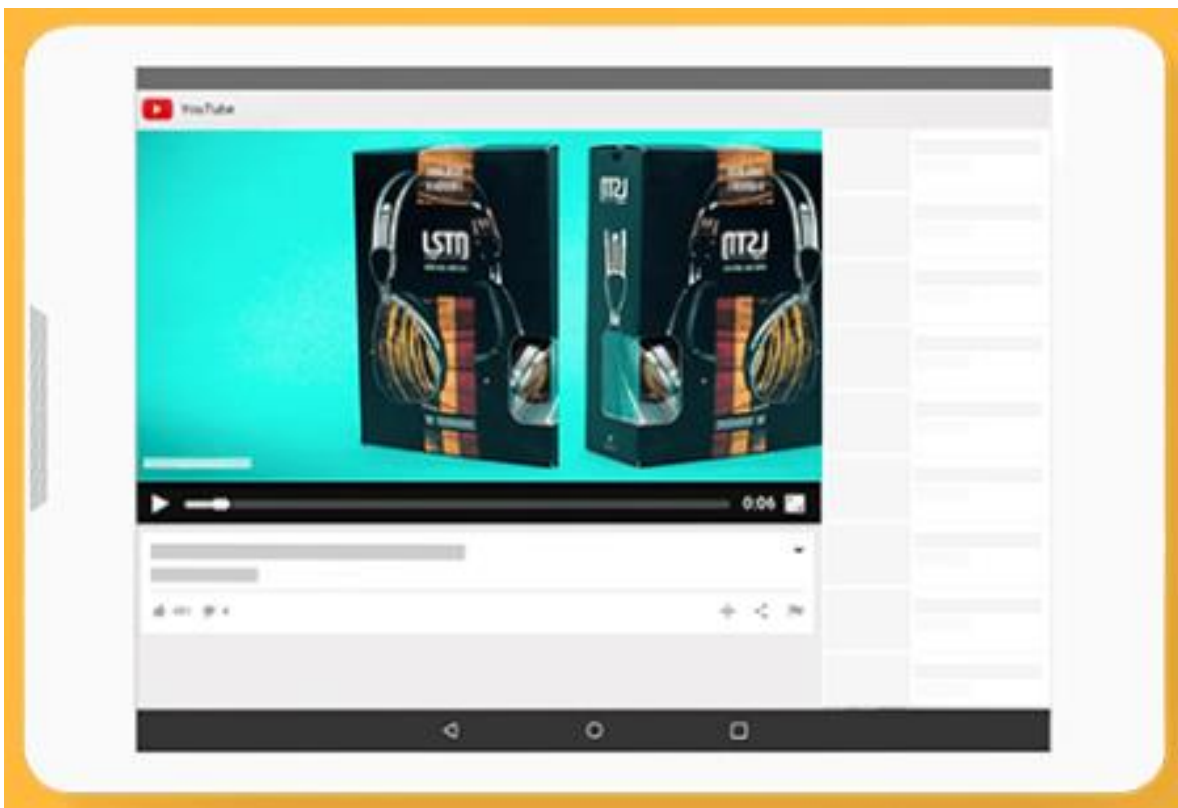
Permiten incluir diseños personalizados, elementos interactivos, animaciones y mucho más.

## **Aplicaciones**

Se puede orientar la campaña a categorías específicas de aplicaciones para dispositivos móviles y hacer un seguimiento de su funcionamiento.

## **Anuncios De Video**

Son aquellos videos que aparecen en YouTube antes o después de videos relacionados o en los resultados de la búsqueda.



## Anuncios De Aplicaciones

Los anuncios de aplicaciones permiten promover la aplicación entre usuarios de iOS o Android a través de Google.



## Proximity Marketing

Esta estrategia incluye bluetooth y gps.

Cuando la usuaria esta cerca de una tienda de las marcas asociadas puede recibir cupones promocionales a través de la app para motivarlas a comprar prendas de vestir.

## RETENCIÓN Y ANÁLISIS DE MARKETING

La estrategia de retención estará basada en la optimización de la aplicación.

Con los datos que ofrecen **Google Analytics** y **App Annie**, se podrán conocer datos sobre el comportamiento del usuario que servirán de guía en los puntos de mejora.

**Google Analytics:** es una herramienta de analítica web de la empresa **Google**.

Ofrece información agrupada del tráfico que llega a los sitios web según la audiencia, la adquisición, el comportamiento y las conversiones que se llevan a cabo en el sitio web.

**App Annie:** Es una herramienta que produce información competitiva y de consumo sobre descargas, ingresos, clasificaciones, uso (MAU / DAU), términos de búsqueda, etc. para respaldar la toma de decisiones para la optimización del gasto de marketing de aplicaciones, las estrategias de asociación e inversión y la priorización de la hoja de ruta de productos.

Se atenderá especialmente el feedback de los usuarios buscando detectar y solucionar posibles bugs que no fueron detectados previamente.

**Bugs:** Error de software.

Se enviarán periódicamente notificaciones Push; Recordatorios que buscan disminuir los tiempos entre sesión:

Enviar a usuarios que tienen 1 día sin usar la aplicación desde su descarga.

Enviar a usuarios que tienen 8 días sin usar la aplicación.

Enviar a usuarios que tienen 16 días sin usar la aplicación.

Enviar a usuarios que tienen +31 días sin usar la aplicación.

A estas usuarias se les enviarán promociones especiales personalizadas por intereses para disminuir los tiempos entre cada sesión, e impulsarlas a comprar.

**Push** es una forma de comunicación en la que una aplicación servidora envía un mensaje a un cliente-consumidor. Es decir, es un mensaje que un servidor envía a una persona alertándolo de que tiene una información nueva.

El análisis se hará de forma transversal durante todo el proceso porque permitirá detectar fortalezas, debilidades y oportunidades de manera oportuna para establecer prioridades en las estrategias.

## **Recurso Humano**

### *Equipo Interno*

#### **RUBÉN CALDAS RIVERA (DIRECCIÓN)**

Definir la dirección estratégica de la aplicación.

Velar por el cumplimiento constante de los valores y cultura que han definido la misión y visión del proyecto.

Construir el equipo interno y externo.

Definir el modelo de negocios y monetización.

Buscar inversionistas de ser necesario y presentar el proyecto frente a inversionistas y terceros.

Desarrollar la experiencia del cliente y lograr su lealtad hacia la empresa.

Velar por el cumplimiento de los objetivos planteados.

Responsable del cumplimiento de las actividades legales, administrativos y contables que son tercerizados.

## ÁLVARO ANDRÉS CONTRERAS ORTEGÓN (MARKETING)

Definir toda la estrategia de marketing tanto tradicional como digital para la aplicación.

Aprobar la imagen de la marca y cada pieza gráfica que vaya a salir al mercado.

Responsable del crecimiento de la aplicación a nivel de usuarios, proveedores, patrocinadores y ventas.

Implementar el plan de marketing estratégico administrando los recursos designados y haciendo el control y seguimiento requerido.

Investigación constante de tendencias y estudios de mercado y conductas del mercado objetivo.

Presentará los indicadores de uso de la aplicación.

GINA LORENA ROMERO VELÁSQUEZ (TECNOLOGÍA)

JIMMY ALEXANDER CAMARGO TEQUIA (TECNOLOGÍA)

Definirá los aspectos técnicos de la aplicación de la mano con DIRECCIÓN Y MARKETING en función de cumplir sus objetivos funcionales.

Coordinar los diseños de las arquitecturas de la aplicación y coordinara el plan de desarrollo del producto realizado por terceros.

Realizar estudios de mercado sobre nuevas funcionalidades, herramientas y ventajas.

Definirá los indicadores de performance de la aplicación y hará seguimiento a los mismos.

Liderará el equipo de soporte.

DISEÑADOR DE PRODUCTO

Velar porque la aplicación cumpla con los objetivos planteados y proponer actualizaciones de acuerdo a los requerimientos del mercado.

Diseñar la experiencia de usuario y velar que esta sea la que se entregará a las usuarias finales.

Generar un manual para el testing de la aplicación a nivel funcional.

ABOGADO



Se encargará de todo lo que concierne a revisión de contratos de los empleados, contratos con clientes y cualquier aspecto legal que surja.

## DESARROLLADOR ANDROID Y IOS

Programar las soluciones técnicas definidas TECNOLOGÍA para la aplicación.

Identificar y construir pruebas de desarrollo que cubran el comportamiento requerido de los componentes técnicos de la aplicación.

Investigar e implementar las mejores soluciones y practicas a nivel de desarrollo.

## DISEÑADOR GRÁFICO

Hacer el diseño de la interfaz de usuario de la aplicación.

Hacer el diseño grafico de la marca y su respectivo manual de uso.

Realizar todas las piezas graficas requeridas por el área de marketing.

## ESPECIALISTA DE MARKETING

Tendrá funciones de community manager encargándose del manejo de redes sociales, y generación de contenido.

## Aspectos Legales

1. Permisos, licencia y condiciones de uso. "Hay que ser claros y explícitos a la hora de solicitar permisos al usuario para acceder a contactos de su dispositivo, realizar pagos o ceder datos. Además, es obligatorio desarrollar licencias y condiciones de uso. En todos los casos no basta con informar al usuario sino que éste tiene que aceptar, ya que en caso de reclamación tendremos una mejor defensa", advierten.
2. Derechos propios y de terceros. "Es obligatorio disponer de licencias de los recursos que se vayan a utilizar. Para ello, hay que leer detenidamente las condiciones ya que hay casos en los que los recursos excluyen el uso comercial, no pudiéndose ejecutar en aplicaciones. Además, conviene proteger el contenido para evitar plagios y copias", aseguran.
3. Menores. "En caso de apps dirigidas a menores de 14 años se deben consultar las leyes correspondientes y las obligaciones impuestas ya que existe una regulación especial en materia de consumidores y usuarios, protección de datos, derechos de imagen, etc", apuntan.
4. Funcionalidades lícitas. "Al igual que en el marketing tradicional, lo que es ilícito offline en la App también lo es como, por ejemplo, el estimular un ámbito de vida poco saludable, como el consumo excesivo de alcohol u otras sustancias", recomiendan.
5. Privacidad y geolocalización. "La recogida de información del usuario debe ser la indispensable para el funcionamiento de la App y éste debe tener la posibilidad de configurar la privacidad. Además, si nuestra aplicación dispone de geolocalización, se tiene que contar con la aceptación del usuario para poder acceder a ella", alertan.
6. Información y cookies. "Es fundamental informar al usuario de los aspectos regulados en la ley y mostrar los datos sobre los creadores y sobre quienes se encuentra tras la App. También

es necesario que el usuario acepte las cookies, mediante un aviso informativo con la información básica y precisa sobre las mismas, y los aspectos exigidos por la ley", aseguran.

7. Markets. "Tienen condiciones muy estrictas para que se puedan publicar las aplicaciones por lo que hay que cumplir siempre lo que piden. De hecho, incluso cumpliendo las condiciones al colgar la app, éstas pueden cambiar y hacer que la aplicación no esté disponible para usuarios nuevos. Un ejemplo que suelen alegar los markets para rechazar una App es que su interfaz de usuario es compleja o menos que 'muy buena'", recuerdan.

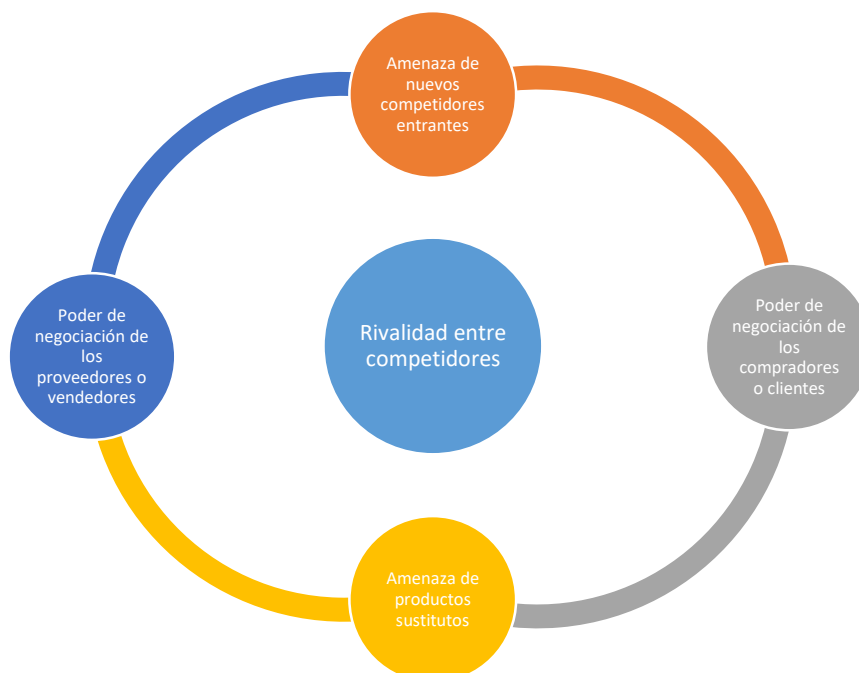
8. Publicidad. "Si monetizas una aplicación a través de publicidad, ésta debe identificarse siempre como tal", concluyen.

## Análisis del pestel

Político	Económico	Socio-culturales
<p>El interés del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) la salvaguarda 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:</p> <p>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.</p>	<p>La economía de la aplicación canibaliza a otras. Los navegadores de Internet se usan menos, porque el consumidor cada vez con más frecuencia, salta de <i>app</i> en <i>app</i>; pero también resta tiempo a otras actividades. Según Flurry Analytics, el tiempo que se pasa con las aplicaciones, más de dos horas al día, se va acercando al que se pasa ante el televisor. La principal causa de ello es el juego, que casi se hace con la mitad (43%) de todo el tiempo que se pasa con las aplicaciones (26% son de redes sociales, 10% en otros entretenimientos y el 2% en noticias).</p>	<p>Se sabe que el mayor crecimiento del uso de internet tiene lugar en Latinoamérica, donde el 43% de los habitantes está conectado. Se espera que para el 2016, la conectividad supere el 50%. Esto representa un 13% de crecimiento anual, superior a cualquier otra región en el mundo.</p> <p>Más importante aún es saber cómo se conectan las personas en este lado del planeta. Mientras menos de la mitad de la población tiene acceso a internet en su casa, la mayoría tiene una conexión móvil. Esto puede tener su raíz en la diferencia de costos: es más económico poseer un smartphone con paquete de datos, que una computadora y una conexión en el hogar.</p>
Tecnológico	Ecológico	Legal
<p>Esta es una iniciativa diseñada desde Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC) y su plan Vive Digital para</p>	<p>La principal finalidad de las tecnologías es transformar el entorno humano, para adaptarlo mejor a las necesidades y deseos humanos. En ese</p>	<p><b>LEY 1341 DE 2009</b></p> <p><b>Por la cual se definen principios y conceptos sobre la sociedad de la</b></p>

<p>promover y potenciar la creación de negocios a partir del uso de las TIC, poniendo especial interés en el desarrollo de aplicaciones móviles, software y contenidos.</p> <p>Esta fase busca que las personas entiendan los problemas que los rodean, conozcan sus causas y piensen en soluciones con factores disruptivos en los que utilicen la tecnología como facilitador de los servicios o productos que proponen.</p>	<p>proceso se usan recursos naturales tales como terreno, aire, agua, materiales, fuentes de energía etc, y personas que proveen la información, mano de obra y mercado para las actividades tecnológicas.</p> <p>Además del creciente reemplazo de los ambientes naturales la extracción de ellos de materiales o su contaminación por el uso humano, está generando problemas de difícil reversión. Cuando esta extracción o contaminación excede la capacidad natural de reposición o regeneración, las consecuencias pueden ser muy graves.</p>	<p><b>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</b></p>
--	---	--

## Análisis porter



### **Poder de negociación de los compradores o clientes**

Nosotros como futura aplicación constituida y pionera en el mundo de apps relacionadas con la moda nos gustaría ofrecerles a los clientes un servicio que se caracterice por la calidad y efectividad de la aplicación y distintas opciones que ofrecemos, para brindar comodidad y confianza a los que utilicen esta. . Nuestra misión como empresa es crecer y buscar la estabilidad y lograr que el cliente se sienta satisfecho y logre solucionar sus confusiones respecto a su gusto diario.

### **Poder de negociación de los proveedores o vendedores**

Nuestros principales proveedores son nuestros aliados dispuestos a ofrecer un servicio gratuito por tiempo limitado para que los clientes conozcan y se familiaricen con nuestra aplicación, también consideramos importante crear alianzas con tiendas de ropa y calzado online, así facilitar las compras de los clientes y brindarles más opciones de prendas para vestir.

### **Amenaza de nuevos competidores entrantes**

Somos conscientes que durante el auge de las aplicaciones en Colombia y ya que nosotros respondemos a una necesidad en la sociedad nuestra idea puede animar a la creación de nuevos competidores, consideramos que para solventar este problema es necesario estar en un proceso constante de mejora para sobresalir entre la posible competencia.

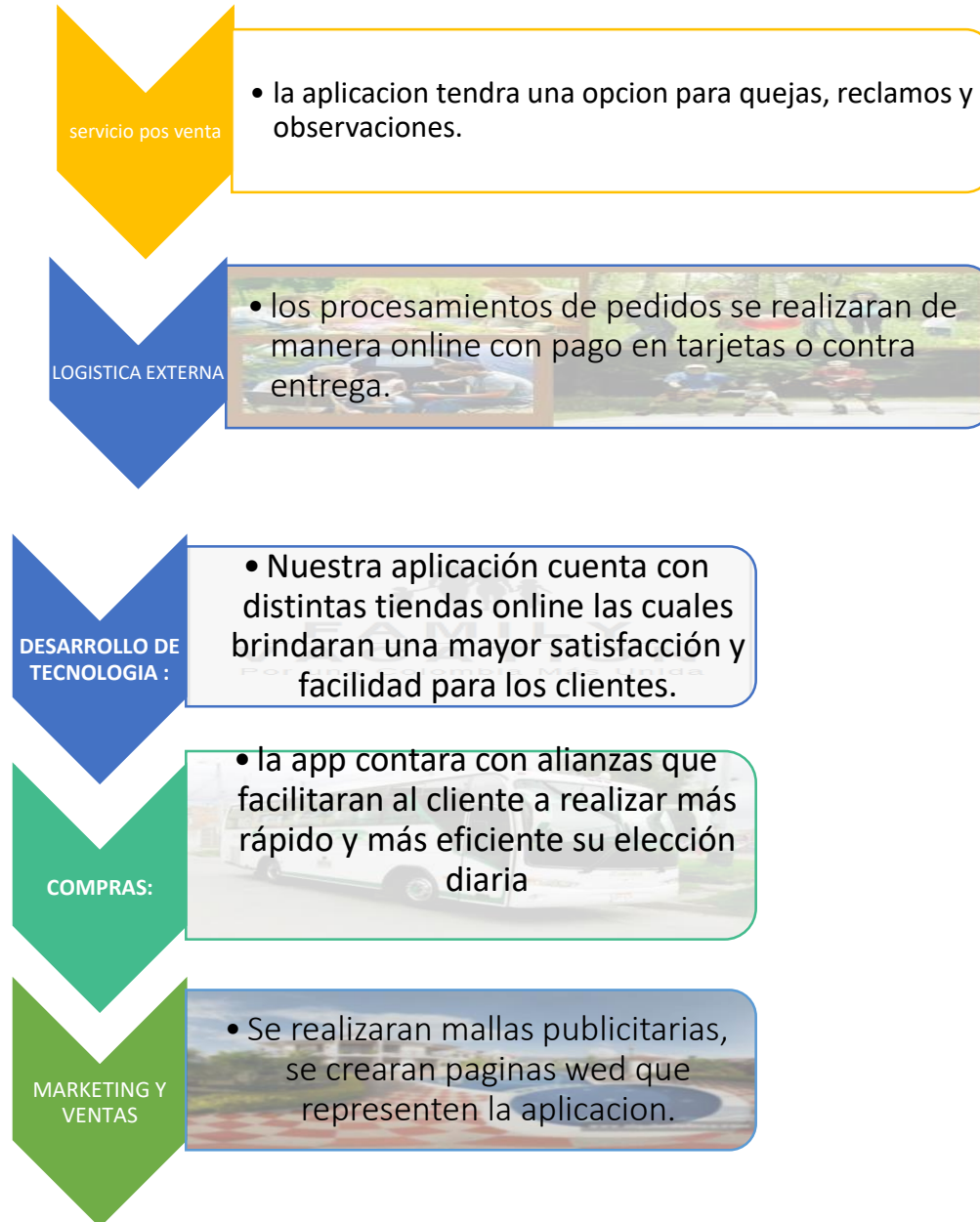
### **Amenaza de productos sustitutos**

Actualmente contamos con uno o tal vez mas aplicaciones que se aproximan a la nuestra y esto nos hace verla como rival, pero nuestra apps nos hace diferentes y únicos ya que brindamos al cliente distintos servicios y buscamos siempre que el cliente tenga la comodidad en todo momento, se sienta confiable realizando sus compras y se sienta a gusto con su elección de prendas de vestir para su día cotidiano.

## **Rivalidad entre competidores**

Como app y empresa estamos dispuestos a tener una buena relación con nuestra rival, en la cual no haya ningún tipo de competencia desleal y que el cliente elija a la mejor app con la que mejor se caracterice por la calidad de su servicio y la efectividad y perdurabilidad de los resultados.

## Cadena de valor.





## Conclusión

Los integrantes del equipo de trabajo llegamos a concluir que esta idea de negocio es factible ya que en Colombia no se cuenta con una empresa que se dedique explícitamente a brindar este servicio de ayudar y facilitar a las mujeres a que puedan sentirse cómodas con las prendas que usan diariamente en las diferentes ocasiones, además con el estudio de mercado realizado en el sector podemos evidenciar que la mayoría de los participantes si estarían dispuestos a adquirir nuestros servicios y a descargar nuestra aplicación ya que manifestaron que la es una muy buena idea para organizar el armario.