



Corporación Unificada Nacional  
de Educación Superior

## **OPCIÓN DE GRADO 2**



**WEB MART**

**“CON UN TOQUE, TU PRODUCTO LLEGARA”**

**NOMBRES:**

- **SARA LUCÍA OSPINA GASCA**
- **CRISTIAN ESTIVEN VERDUGO GUIZA**
- **NESTOR ALEJANDRO GAITAN GARCIA**

**PROFESOR:**

- **MANUEL MENDEZ**

**BOGOTÁ D.C 16 DE MAYO DE 2017**

<b>Contenido</b>	
Misión	3
visión	3
Justificación	3
2.1 Descripción de la idea de negocio	4
2.2 Identidad estratégica	4
2.4 Objetivo General	5
2.5 Objetivos específicos	5
2.6 Valores	5
2.7 Análisis Pestel:	6
2.8 Análisis de Porter:	8
2.9 matriz DOFA.	9
2.11 cadena de valor	10
2.12 estrategia competitiva	11
3. ESTUDIO DEL MERCADO	11
3.2 Definición del mercado objetivo	12
3.3 Metodología de investigación	12
3.4 Análisis de investigación	14
4. Plan de marketing	16
4.1 objetivos del plan de marketing	16
4.2.1 Estrategia de Marca:	16
4.2.2 Estrategia de Empaque	17
4.2.3 Estrategia de Servicio postventa:	18
4.3 Estrategia de precio:	18
4.4 Estrategia de publicidad:	19
4.4.1 Plan de medios:	19
4.5 Estrategia de promoción:	20
4.6 Estrategia de distribución:	20
4.7 Proyección de ventas:	21
5. CONCLUSIONES:	21
BIBLIOGRAFIA:	22

## **Misión**

Brindar un servicio eficaz y efectivo a las empresas distribuidoras a los supermercados e hipermercados de Bogotá con el fin de disminuir las quejas por parte de los tenderos respecto a la mala entrega de sus productos, mediante la aplicación brindar un servicio de calidad respecto al tiempo de entrega y la entrega respectiva de los productos en buen estado.

## **Visión**

Abarcar la mayor cantidad de empresas distribuidoras de productos para ingresar sus productos al stock distribuible de la app, para que el tendero tenga un mayor rango de productos a elegir y sea para el más fácil solicitar los productos que requiere para su negocio, este amplio crecimiento incluye que los tenderos de supermercados e hipermercados abandonen en un 60% la forma tradicional de realizar los pedidos mediante terceros que lleven la información a la empresa distribuidora, si no que utilicen la app para realizar todo este tipo de procesos.

## **Justificación**

El proyecto se desarrolla con el fin de obtener una mayor agilidad en la toma de pedidos de los tenderos de Bogotá, teniendo en cuenta el ahorro por parte de las grandes empresas al no tener personal que realice esta operación ya que será realizada por el tendero mediante su teléfono móvil, un proyecto que reducirá mucho las peticiones y quejas por parte de los tenderos, por otra parte generara ahorros monetarios para las empresas, al ser una app bastante sencilla ayudara a reducir el consumo de recursos de los teléfonos móviles de cada usuario lo que genera un bajo gasto de energía, la app para los tenderos no tendrá costo

alguno por lo cual será bastante sencilla de descargar desde la tienda virtual de cada teléfono y con una sencilla interfaz de uso.

### **2.1 Descripción de la idea de negocio**

Los proveedores de inventarios de supermercados e Hipermercados de Bogotá presentan dificultad en la toma de pedidos esto debido al error humano de los vendedores que toman cantidades erróneas de las solicitudes, lo que genera inconformidad en el tendero ya que tiene que realizar doble pedido generando pérdidas de dinero, tiempo, retardo de mercancía y finalmente insatisfacción en sus clientes, por lo tanto se diseña una aplicación móvil con el fin de dar solución a estos problemas, la app es gratuita para los tenderos y desarrollada con el fin de que el tendero este en toda la autonomía de realizar los pedidos por su propia cuenta sin depender de personas que puedan ocasionar los inconvenientes mencionados anteriormente.

### **2.2 Identidad estratégica**

El proyecto está diseñado con el fin de reducir la mayor cantidad de quejas y peticiones por parte de los tenderos hacia las empresas respecto a la mala entrega de los productos y en un tiempo inadecuado, con el fin de que tengan un mayor control propio de los inventarios y pedidos que realizan a las grandes empresas, reducir el tiempo de espera y el tiempo perdido en caso de algún error que comúnmente cometería una persona, ya que en la actualidad no se encuentra ninguna app con estas características, tal como realizar pedidos de un tamaño grande, y que les permita poseer un control mayor sobre cada uno de sus pedidos en tiempo real.

## **2.4 Objetivo General**

Mejorar la experiencia de servicio de los tenderos, brindándoles unas condiciones de entrega en menor tiempo, rápida y efectiva, con una interfaz de uso fácil y cómoda que les permitirá tener un control absoluto sobre los productos de su negocio.

## **2.5 Objetivos específicos**

\* Brindar una interfaz capaz de almacenar inventarios que posee el tendero, con la posibilidad de agregar o disminuir el inventario en tiempo real dependiendo de cómo lo desee el tendero

\* Presentar un tiempo de respuesta más rápido que el común y mas efectivo en cuanto a confiabilidad y eficiencia

\* lograr una confianza del tendero con la aplicación para que en cada uno de sus pedidos su nivel de confianza aumente y pueda realizar cada uno de ellos confiando en el tiempo de respuesta y en la calidad de entrega

\*disminuir las peticiones y/o quejas por parte de los tenderos debido a la realización de doble solicitud en sus pedidos por la mala toma de los pedidos.

## **2.6 Valores**

Calidad: el servicio prestado sea un servicio de calidad, la aplicación en todas sus funcionalidades sea de calidad.

Seguridad: No se expondrá la información de ningún tendero, por ninguna razón, relacionado a información persona y/o inventarios.

Responsabilidad: la empresa se hace responsable de la entrega a tiempo, y de la entrega de los productos solicitados.

Originalidad: los cambios realizados, y el menú de opciones y funciones mostradas en la aplicación, son propios de la empresa.

### **2.7 Análisis Pestel:**

Primeramente se desarrolla el Pestel con base a la ley N° 1341 del 30 de Julio del 2009 “Por la cual se definen principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las tecnologías de la información y las comunicaciones – TIC – se crea la agencia nacional del espectro y se dictan otras disposiciones.

Por otra parte basados en el plan VIVE DIGITAL en Colombia el cual busca que durante los próximos 4 años Colombia de un gran salto tecnológico mediante la manifestación de internet y el desarrollo del ecosistema digital nacional.

Por otra parte Colombia le apuesta a la ciencia, tecnología e innovación para alcanzar el desarrollo, para ello el gobierno planea duplicar la inversión en ciencia y tecnología e innovación.

<p><b>P</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Plan nacional de desarrollo que propone dinamizar la capacidad de investigación, desarrollo e innovación en TIC, como en punto base e innovación en TIC, como en punto base para la conformación del capital humano calificado y el desarrollo de nuevas tecnologías que promueven el crecimiento nacional.</li> <li>2. El programa vive digital que tiene como objetivos generar crecimiento económico basado en el uso y apropiación de las TICs de la población Colombiana</li> <li>3. El 7 acuerdo marco de precios para la compraventa de equipos tecnológicos en Colombia</li> <li>4. Beneficios gubernamentales como internet gratuito en Bogotá</li> <li>5. La estabilidad otorgada por el banco de la república y política monetaria permite que se aumente la inversión extranjera</li> </ol>
<p><b>E</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. El aumento de servicios de telecomunicaciones por parte de los Colombianos</li> <li>2. Crecimiento de importancia dentro de la economía local de la tecnología de la fibra óptica en la industria de las TICs.</li> <li>3. Telecomunicaciones en la industria que más externalidades positivas genera en la economía donde se resaltan: Generación del empleo, acceso a educación, productividad</li> <li>4. El PIB en Colombia anualmente ha ido incrementando de manera constante en los últimos 5 años, lo que comprueba la solidez de las políticas económicas, implementadas</li> <li>5. La economía Colombiana presentó un crecimiento económico constante</li> </ol>
<p><b>S</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Crecimiento en el país respecto a la tecnología</li> <li>2. Ahorro de tiempo y dinero</li> <li>3. La gente prefiere el uso de Apps que de web móvil</li> <li>4. Acceso rápido y sencillo a la información</li> </ol>
<p><b>T</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Gran versatilidad en cuanto a su utilización práctica</li> <li>2. Funcionalidades específicas</li> <li>3. Mejorar capacidad de conectividad y disponibilidad de productos</li> <li>4. Apoyo de las TIC para el desarrollo de las aplicaciones móviles</li> </ol>
<p><b>E</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Regulación sobre el consumo de energía y el reciclaje de residuos</li> <li>2. Preocupación por el calentamiento global</li> </ol>
<p><b>L</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Enfocar de forma legal las licencias para el desarrollo de las Apps</li> <li>2. Estudio de políticas implementadas por los sistemas operativos donde se desarrollara la app, Ejemplo: ANDROID, APPLE Y BLACKBERRY</li> <li>3. Protección de datos</li> <li>4. Propiedad intelectual</li> </ol>

## **2.8 Análisis de Porter:**

**Rivalidad de la industria:** Las soluciones actuales son mínimas, respecto a que los tenderos adquieren su solución mediante las personas que van a tomar los pedidos, mientras las aplicaciones existentes en la actualidad no brindan la adquisición de productos de una manera masiva o en gran cantidad, son un tipo de domicilios, mas no van en relación directamente con la empresa.

**Nuevos entrantes:** las aplicaciones actuales podrían ampliar su disponibilidad de recursos o de servicio para este caso, pero nuestra relación ira directamente entrelazada con la empresa proveedora del producto, y tendrá diversas funcionalidades originales.

**Proveedores:** los proveedores principales y únicos proveedores serán las empresas distribuidoras de productos las cuales se verán en la obligación de cumplir las solicitudes de sus clientes para evitar las quejas de los mismos.

**Productos sustitutos:** los productos sustitutos de esta app son muy pocos casi nulos, y los pocos que brindan este tipo de soluciones actualmente no la brindan en su máxima expresión con las capacidades de distribución de productos como lo hace la aplicación directamente asociada a las empresas distribuidoras.

**Clientes:** Mediante esta aplicación los clientes dependerán un 100% de la empresa y de la capacidad de la empresa para dar una respuesta rápida a los pedidos solicitados mediante la app y a la entrega correcta de los productos solicitados



## 2.9 matriz DOFA.

Con el análisis DOFA se pretende realizar una evaluación por así decirlo de la idea que se plantea con el fin de determinar aquellas fortalezas que se tienen y como se pueden aprovechar para hacer de las amenazas un impacto muy mínimo, de igual forma analizar las debilidades que se tienen frente al tema y a través de las oportunidades que se ofrecen hacer de ellas una fortaleza, con el fin de fortalecer la idea propuesta y tener un fuerte impacto en el mercado.

	<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aplicación gratuita</li> <li>- Falta de tiempo del usuario para realizar sus compras.</li> <li>- Fiabilidad al recibir lo que se solicita</li> </ul>	<p><b>AMENAZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aparición de nuevas tecnologías</li> <li>- Elevada proporción de innovación del sector</li> <li>- Sector lleno de competidores con una limitada diferenciación.</li> </ul>
<p><b>DEBILIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- no reconocimiento de la APP</li> <li>- numerosas aplicaciones en el mercado</li> <li>- poco conocimiento en el desarrollo de aplicaciones móviles.</li> </ul>	<p><b>DO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Al ser una aplicación gratuita será fácil de encontrar y será viable su uso al no generar costo, haciendo así que la gente valla reconociendo la APP.</li> <li>- Podrán haber muchas APP las cuales ofrezcan el mismo servicio, pero al brindar una fiabilidad de lo que se les entregara, la aplicación podrá tener mas solicitud por parte del usuario.</li> <li>- Pequeña capacitación para el</li> </ul>	<p><b>DA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Al tener poco conocimiento para desarrollar aplicaciones móviles nos podría afectar la aparición de nuevas tecnologías; para evitar esto se debe realizar un estudio y conocimiento a fondo del desarrollo de aplicaciones móviles y de las nuevas tecnologías.</li> <li>- Encontrar una aplicación multifuncional que la haga más atractiva al usuario</li> <li>- Informar a dueños de tiendas que está disponible una APP que les ofrece la oportunidad de</li> </ul>

	usuario en el manejo de la APP.	vender más productos y llegar a lugares diferentes con el fin de obtener más utilidad.
<b>FORTALEZAS</b> -APP de fácil uso - aplicación con consumo de bajos recursos del teléfono -no requiere un alto ancho de banda para la APP	<b>FO</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Se tomaría que gasten menos tiempo pidiendo por la app ya que es de fácil uso, en vez de salir</li> <li>- Al ser una aplicación que no consume muchos datos del teléfono y siendo gratuita garantizar un uso constante de la app de igual forma a un buen servicio</li> <li>- Recibir solicitudes sin necesidad de tener un móvil de alta gama y que requiera de muchas megas de internet.</li> </ul>	<b>FA</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Al no requerir un ancho de banda puede llegar con más facilidad a un usuario.</li> <li>- Aplicación de fácil uso para un sector lleno de competidores que haga la diferencia.</li> <li>- Con la incorporación de nuevas tecnologías (procesadores entre otros) la aplicación tendrá un impacto mínimo en el consumo de recursos del teléfono como (batería, datos, etc...)</li> </ul>

## 2.11 cadena de valor

<b>ABASTECIMIENTO</b>
Pago de publicidad, dispositivos inteligentes, computadoras, redes de internet y telefonía.
<b>DESARROLLO TECNOLÓGICO</b>
Aplicativos para desarrollo de la App, Tener la nueva generación en transmisión de datos actualizada, equipos de alta tecnología.
<b>RECURSOS HUMANOS</b>
Programas de capacitación al personal, bienvenida a nuevos empleados e inducción, sección de bienestar al empleado, reconocimiento a empleados destacados.
<b>INFRAESTRUCTURA DE LA EMPRESA</b>

Se cuenta con oficina ubicada en la ciudad de Bogotá donde se llevara a cabo los procesos organizacionales como lo es el desarrollo y el manejo tanto económico como estructural de la App.				
LOGISTICA INTERNA	OPERACIONES	LOGISTICA EXTERNA	MARKETING Y VENTAS	SERVICIOS
Control de despachos, base de datos, control de la App ,	Manejo de base de datos tanto para compradores frecuentes y listado de productos, Actualización frecuente de la App	Gestión de la distribución de los productos solicitados, tutoriales de manejo de la aplicación.	Publicidad en redes sociales, ofrecimiento de productos de diversas marcas,	El valor cubrirá el costo del producto más el domicilio, se ofrecerá servicio de comunicación post-venta al cliente para asegurar la recepción del pedido.

## 2.12 estrategia competitiva

Para obtener un resultado favorable en el proceso del desarrollo de la aplicación se consideran una serie de estrategias competitivas que se plantearan con tal fin. Para ello se buscara invadir la red por así decirlo con publicidad presentando nuestra aplicación como una herramienta que prestara facilidad a los consumidores para obtener los productos de su necesidad, en dichas publicaciones también generar aviso de promociones, bonos por el usos constante de la App. Por otro lado realizar visitas constantes a los clientes con el fin de enfatizar y capacitar con respecto a las actualizaciones de la aplicación móvil. Generar y desarrollar una infraestructura avanzada con lo último en desarrollo tecnológico con el fin de mantener en óptimo funcionamiento la aplicación.

## 3. ESTUDIO DEL MERCADO

### 3.1 objetivos del estudio de mercado

- Determinar la viabilidad de la aplicación en el mercado.

- Establecer un tiempo determinado para la entrega del producto dependiendo la ubicación del consumidor.
- Identificar el tipo de producto que se adquiere con más frecuencia y por qué medio es solicitado.

### **3.2 Definición del mercado objetivo**

El mercado el cual se desea atacar son las casas matrices las cuales son las encargadas de fabricar los productos de consumo humano, y por ende son el motivo principal por el cual se hará uso de la aplicación por parte de ellos, con el fin de suplir una necesidad haciendo una solicitud directa de los productos a las fábricas o distribuidoras por parte de los usuarios dando una respuesta más óptima en cuanto a la solicitud garantizando la entrega del o de los productos a sus destinatarios.

Al realizarse tal vinculación se podrá observar de forma ascendente el uso de la aplicación notando como crece y toma fuerza en el mundo del mercado virtual.

### **3.3 Metodología de investigación**

El método que se usara para la investigación necesaria será el de la encuesta en el cual se podrá obtener la información de los fabricantes y las personas, dando la opinión con respecto a la App a desarrollar, esto con el fin de dar claridad a los objetivos planteados. Para ello se elaboró un modelo de encuesta a través de la aplicación de Google por el cual podrán desarrollar la encuesta guardando la información obtenida este modelo es el siguiente el cual está constituido por 18 preguntas, en este caso se mostraran algunas de ellas:

1. ¿estaría dispuesto a pagar un porcentaje de sus ventas por el uso de la App? \*

- A. Si, un 1%
- B. Si, un 1.5%
- C. Si, un 2%
- D. Dependiendo el valor de la venta
- E. No pagaría

Esta primer pregunta se realizo con la finalidad de tener claridad sobre el valor que estarian dispuestos a pagar los clientes por el uso de la APP, de esta forma ver que tan viable es el desarrollo del proyecto.

3. ¿Cuánto es el tiempo en que tarda en entregar un pedido a un cliente a nivel local?

- A. Menos de 1 hora
- B. Entre 1 a 4 horas
- C. Entre 5 a 10 horas
- D. Ente 10 a 24 horas
- E. Más de 24 horas

en este punto la finalidad es estiamar el tiempo que se ocupa generalmente para realiza una entrega de una solicitud de pedido y que tiempo se podra emplear con el fin de ser mas eficientes.

13. ¿Cual de estos aparatos utiliza con mas frecuencia su empresa?

- Telefonos inteligentes
- Lector de libros electronicos
- Tablet-PC
- Portatiles
- otros

La razon de esta pregunta es la de tener presente que dispositivo inteligente usan en las compañías, asi mismo analizar la compatibilidad con la aplicación.

15. ¿Que tan satisfecho esta con el sistema actual de la entrega de sus productos?

- Muy satisfecho siempre llegan bien
- Satisfecho,no tengo inconvenientes
- No tan satisfecho aveces toman mal mi pedido
- Insatisfecho simplemente toca solicitar de nuevo el pedido

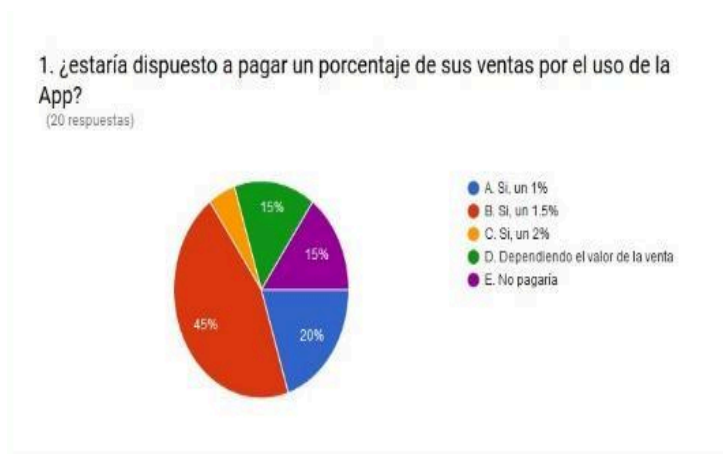
Se entiende que en compañías se puede presentar inconvenientes con la entrega de los productos o los clientes no se encuentran conformes con el sistema que se emplea para la entrega de los productos con ese fin se hace esta pregunta para evaluar que tan conformes se encuentran los clientes con la entrega de productos.

### **3.4 Análisis de investigación**

Teniendo el resultado de la encuesta realizada a cierta cantidad de encuestados se proceden a verificar las respuestas y generando una evaluación del porcentaje de las

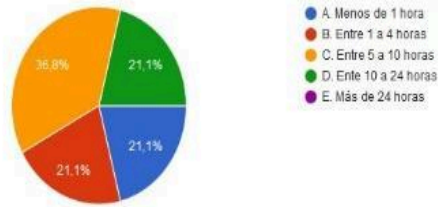
mismas en cada pregunta, para ello se aplica un diagrama de torta en el cual se establecerá un porcentaje para cada pregunta según la cantidad seleccionada por los encuestados dando la respuesta más escogida con un porcentaje más alto. Esto permitiendo una evaluación más clara con respecto al desarrollo de la App y su finalidad.

A continuación se puede apreciar el diagrama de torta para cada pregunta y sus respectivas opciones de respuesta, se ilustrarán los resultados de las preguntas antes mencionadas con el fin de observar su valor según el diagrama de torta.



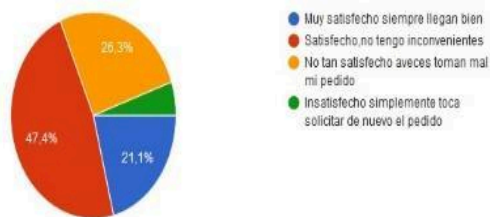
Como se puede apreciar en el diagrama, se nota que los clientes estarían dispuestos a pagar un porcentaje de 1,5% del valor de la venta del producto, con esta información se procede a evaluar si ese porcentaje es suficiente para el sostenimiento de la APP. Y en caso tal realizar un promedio.

3. ¿Cuánto es el tiempo en que tarda en entregar un pedido a un cliente a nivel local?  
(19 respuestas)



En este punto se aprecia que el tiempo con un porcentaje mayor es de 5 a 10 horas para hacer entrega del pedido a un cliente por tal razón se debería buscar un método para hacer más efectiva la entrega, también se nota que los demás tiempos tienen un promedio similar pero todos se entregan en un mismo día en vista de que la opción de más de 24 horas no se registra en el diagrama.

15. ¿Que tan satisfecho esta con el sistema actual de la entrega de sus productos?  
(19 respuestas)



En esta ocasión se cuestiona la satisfacción del cliente con respecto al sistema de entrega de productos, se puede notar que la mayoría se encuentra satisfecha y un cuarto de los encuestados está muy satisfecho pero se nota una fracción que no se encuentran satisfechos en tal caso se buscara realizar una mejora y efectividad al sistema de entrega de productos a los clientes.



## **4. Plan de marketing**

### **4.1 objetivos del plan de marketing**

- obtener reconocimiento de los usuarios por la calidad de la App
- lograr obtener la atención del cliente
- sobresalir ante la competencia
- ofrecer un precio cómodo para el cliente y benéfico para la compañía.

#### **4.2.1 Estrategia de Marca:**

El servicio va dirigido a los tenderos, será un servicio amigable tanto para el tendero como para el cliente, ya que una vez instalada la aplicación viene con el paso a paso de cómo se maneja la aplicación, ya que en algunos casos, hay tenderos y clientes que no son tan amigos de la tecnología, pero esta app será fácil de usar y entendible.

La marca representa un carrito de mercado con un celular adentro haciendo alusión al slogan que dice “Con un toque, tu producto llegara”.

Las letras que representan el nombre de la marca están impresas en el dibujo de una forma muy llamativa para los usuarios.



**WEB MART:**

Nuestro producto llevara este logotipo, ya que el carrito de mercado con el celular dentro, hace referencia a la funcionalidad de nuestra aplicación y se ve llamativo para las personas ya que muchas de ellas saben el carrito que representa. Ahí es donde se muestra llamativo por el cliente y descarga la aplicación.

**SLOGAN: “CON UN TOQUE TU PRODUCTO LLEGARA”**

Nuestro Slogan hace referencia a que el cliente pide algo y el producto será entregado de inmediato o rápido, que ya no va a tener que volver a tener quejas porque no le llega el pedido completo, entonces se hace llamativo para el cliente y satisfecho.

**4.2.2 Estrategia de Empaque**

La aplicación tiene un menú, es un menú despegable y altamente intuitivo, amigable y fácil de entender para el cliente, está dividido en varias sesiones, allí se encontrara, Chocolatería y confitería, Lácteos, Aseo, comida de grano.... Solamente haciendo un clic en la pantalla el producto se va añadiendo a la lista de lo que el cliente desee ordenar, y al final tendrá en la parte derecha la suma del acumulado que lleva de los productos o producto y el total a pagar.

Una vez ordenado el pedido, el cliente enviara lo que desea que le lleven a la puerta de la casa o donde se encuentre y en la parte inferior estará la hora que tardara en llegarle el pedido.

Tendrá por otro lado los productos que están en promoción, con un precio de antes cuanto valía, y cuanto está en el presente, con el fin de que el cliente este satisfecho.

#### **4.2.3 Estrategia de Servicio postventa:**

Brindarle un buen servicio a los clientes (tenderos) en todo momento, no solo durante el proceso de la venta, sino que también después de haber concretado la venta, para así lograr su fidelización y que nos pueda recomendar con otros consumidores, esto nos puede mantener en contacto y alargar la relación con nuestro cliente.

Contactar a nuestros consumidores (tenderos), vía redes sociales o por teléfono después de haber concretado la venta, hacerlos sentir que son importantes y que se sientan satisfechos ahí obtenemos ya una puerta abierta para una oportunidad de promoción.

Haremos llamadas haciendo encuestas a nuestros clientes (tenderos), haciendo preguntas sobre cómo les ha parecido el servicio, para reunir información que podemos luego usar luego para marketing, haciendo preguntas relacionadas para ver cómo se sienten con nuestro servicio, esto nos sirve para promocionar nuestra compañía como una que se preocupa por la opinión de nuestro cliente, y que siempre está buscando proporcionar el mejor servicio.

#### **4.3 Estrategia de precio:**

Ofrecer la mayor calidad posible de nuestro producto (Aplicación), a un precio competitivo y beneficioso, del 1% y sugerir a los tenderos, no incrementar los costos por el servicio de entrega a domicilios, para así hacer que la aplicación sea un éxito y muchas personas la utilicen.

#### **4.4 Estrategia de publicidad:**

Usar las redes sociales para dar a conocer el servicio a nuestros conocidos y que ellos se encarguen de promocionarlo voz a voz, Crear una página web la cual dé a conocer nuestro producto y su función.

Haremos inauguración de la aplicación unos días antes de lanzarla, para que la gente tenga idea de para qué sirve la aplicación, y se anime a contarle a más gente para que nos visiten y así obtener más clientes.

Entregaremos folletos para animar a la gente y se vuelvan clientes, haremos que entren en el mundo tecnológico, que vean que es un servicio amigable, fácil de usar, que con solo una inducción no tendrán que decirle a alguien de nuevo que les diga como es, porque con el paso a paso con una sola explicada ya pueden manejar nuestra aplicación.

##### **4.4.1 Plan de medios:**

Aporte en tv local, aporte redes sociales, para que le llegue la información a los clientes del sector, presupuesto para el plan de negocio, **COSTOS Y GASTOS:**

##### **COSTOS:**

- Diseño de la app : 2.302.632
- Persona que hará la aplicación: 2.500.000
- Transporte: 460.000
- Persona que hará la Inducción de la aplicación : 500.000
- Desarrollo app: 6.910.314

##### **GASTOS:**

- Actualizaciones de la app: 1.000.000

- Publicidad de la aplicación: 2.700.000
- Markets (permiso para publicar la app en play store) : 73.725

**TOTAL: 16.896671**

#### **4.5 Estrategia de promoción:**

Se concederán ofertas o descuentos especiales a los tenderos que deseen obtener nuestro servicio y que nos recomienden con más personas, también podemos hacer que participen en sorteos y concursos, para así ganarnos su confianza y que den buena referencia de nuestra aplicación, para obtener más clientes.

Daremos obsequios a las personas que compren nuestra aplicación y sean fieles a nuestro servicio, por cada fecha especial, visitarlos y darle un obsequio, de nuestra empresa, hacerlo sentir importante y que estamos pendiente del tendero.

#### **4.6 Estrategia de distribución:**

Se hará por medio de los mismos creadores de la aplicación WEB MART, y también

Los tenderos llegarán al cliente por medio de la aplicación, será acompañado por una inducción o capacitación, donde se explicará el paso a paso de cómo el cliente ordena un producto, y de cómo el tendero se da cuenta de cuando le llega el pedido a entregar, en la parte que se encuentre el cliente que lo pidió.

#### 4.7 Proyección de ventas:

En la tabla observamos, las ventas de la aplicación en cada uno de los años de la empresa y la utilidad neta, la cual llega a un valor final en el 2020 en un factor cercano a los \$84'000.000 de pesos en ese año 2020.

Estado de resultados	2017	2018	2019	2020
Ventas	\$ 156	\$ 270	\$ 288	\$ 338
Utilidad neta	\$ 22'	\$ 61'	\$ 73'	\$ 84'



## 5. CONCLUSIONES:

En este trabajo podemos concluir:

- La aplicación sin duda jugará un rol muy importante ya que algunos tenderos no son tan amigos de la tecnología, pero este servicio es muy amigable para ellos y fácil de usar, así podrán meterse más a fondo con la tecnología y explorar más aplicaciones móviles que sean útiles para ellos.
- La aplicación reducirá notablemente las quejas por parte del consumidor final de los supermercados e hipermercados, logrando que así que los tenderos aumenten sus ventas y por ende realicen una mayor cantidad de solicitudes de pedido a las empresas distribuidoras con mayor facilidad, menor tiempo de respuesta y una entrega efectiva a lo solicitado.
- al ser una aplicación móvil tendrá una gran aceptación por parte del cliente ya que es un medio didáctico y fácil de usar siendo esta la tecnología que esta revolucionando el mercado.

## BIBLIOGRAFIA:

- <https://pickaso.com/estrategia-de-negocio-movil/>
- <https://www.lancetalent.com/blog/12-estrategias-promocion-app/>
- [https://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-3707\\_documento.pdf](https://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-3707_documento.pdf)
- <http://www.mintic.gov.co/portal/vivedigital/612/w3-propertyvalue-6106.html>
- <http://www.dinero.com/edicion-impresa/pymes/articulo/inversiones-ciencia-tecnologia-innovacion-colombia/212458>
-



