



“DET-APP”

MARIA CONSTANZA LÓPEZ APONTE

YULY ANDREA VEGA MONTAÑEZ

ESMERALDA ROMERO

GRUPO: 10111

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL - CUN

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS – OPCIÓN DE GRADO

BOGOTÁ 2017

## Tabla de contenido

INTRODUCCIÓN .....	1
1. JUSTIFICACIÓN .....	2
2. DESARROLLO DE MATRIZ ESTRATÉGICA .....	2
2.1 Descripción de la idea de negocio.....	2
2.2 Identidad estratégica .....	2
2.3 Futuro Preferido .....	3
2.4 Objetivo general.....	3
2.5 Objetivos específicos .....	3
2.6 Valores .....	3
2.7 Análisis de Pestel .....	4
2.8 Análisis de Porter .....	5
2.9 Matriz de análisis de campos de fuerzas .....	6
2.10 Matriz de despliegue estratégico generativa .....	6
2.11 Cadena de valor.....	7
2.12 Estrategia competitiva.....	8
3. ESTUDIO DE MERCADOS .....	9
3.1 Objetivos del Estudio de Mercados .....	9
3.1.1 Objetivo general.....	9
3.1.2 Objetivos específicos .....	9
3.2 Definición del mercado objetivo.....	9
3.3 Metodología de investigación .....	9
3.4 Análisis de la investigación.....	11
4. PLAN DE MARKETING .....	13
4.1 Objetivos del Plan de Marketing.....	13
4.1.1 Objetivo Principal .....	13
4.1.2 Objetivo Específicos .....	13
4.2 Estrategia de producto.....	13
4.2.1 Estrategia de marca .....	14
4.2.2 Estrategia de Empaque.....	15
4.2.3 Estrategia de Servicio Postventa .....	15
4.3 Estrategia de Precio.....	15
4.4 Estrategia de Publicidad.....	16
4.4.1 Plan de Medios:.....	17

4.5 Estrategia de Promoción .....	17
4.5.1 Estrategias de Relaciones Públicas .....	17
4.5.2 Estrategias de Promoción de ventas .....	17
4.6 Estrategia de Distribución .....	18
4.6.1 Canales de distribución online .....	20
4.7 Proyección de ventas.....	20
5. CONCLUSIONES .....	21
6. BIBLIOGRAFIA .....	22

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad la sociedad vive en un constante afán por cumplir con diversas obligaciones laborales, familiares y de formación profesional, actividades que restan tiempo disponible para buscar un detalle para celebrar ocasiones especiales como amor y amistad, día del padre o la madre, cumpleaños, aniversario, etc. Estas numerosas ocasiones especiales elogiadas por los seres humanos motivan a buscar un detalle que tenga una característica importante como es la originalidad al momento de elegir entre las opciones existentes en el mercado para disfrutar un momento agradable en compañía de los seres queridos y personas amadas.

Los detalles y las salidas a comer tienen una larga trayectoria y han perdurado en el tiempo, lo que ha originado la aparición de lo que hoy en día se conoce como tiendas de regalos y restaurantes. En la actualidad los colombianos invierten aproximadamente 400 horas al año entre desplazamientos y la escogencia del detalle perfecto. A pesar de ser una tarea a la que hay que invertirle tiempo y dinero, se trata de una gran experiencia, especialmente para quien obsequia.

Por lo cual surge la necesidad de crear una aplicación para dispositivos móviles que facilite y optimice la búsqueda de estos. Esta contará con una gran variedad de posibilidades para escoger el obsequio ideal, ofreciendo como valor agregado, el asesoramiento, sin gastar tiempo y de acuerdo al presupuesto.

## **1. JUSTIFICACIÓN**

Esta idea de negocio se realiza con el propósito de crear una nueva APP orientada a satisfacer los deseos y necesidades de los consumidores que buscan originalidad en sus detalles para fechas especiales. El enfoque de esta idea es brindar un servicio de calidad, ofreciendo como valor agregado opciones diferentes que pueden encontrar en la aplicación.

DET-APP busca generar liderazgo y rentabilidad, para ello define, implementa y genera estrategias que logren encontrar mecanismos que establezcan propuestas para el cumplimiento de sus metas.

## **2. DESARROLLO DE MATRIZ ESTRATÉGICA**

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

Nuestra idea de negocio se trata del diseño de una aplicación web para dispositivos móviles en donde los clientes pueden elegir todo lo relacionado con el evento que desean, ya sea un desayuno sorpresa, una cena romántica, un regalo en una fecha especial (cumpleaños, día de la madre, amor y amistad etc.).

Esta idea surgió viendo la necesidad de optimizar el tiempo que se requiere al organizar la logística para dar un obsequio a nuestro ser querido y que muchas veces no se tiene claro el tipo de presente que se quiere dar, por ello el valor agregado del asesoramiento.

### **2.2 Identidad estratégica**

Nuestra APP está dedicada a generar y organizar momentos memorables en fechas especiales, proporcionando a nuestros clientes un servicio de excelente calidad, de forma eficiente y

adaptándonos a sus necesidades. Está enfocada a personas detallistas que quieran cautivar a su ser querido por medio de un detalle.

### **2.3 Futuro Preferido**

Ser una APP reconocida para el 2019 en el mercado online, líder en el servicio de realización de eventos para ocasiones especiales, brindando siempre ideas innovadoras y productos de calidad para sorprender al ser querido. Queremos ser una aplicación que se gane la confianza de sus clientes mediante un servicio personalizado dándole el toque especial y delicado a cada detalle.

### **2.4 Objetivo general**

Diseñar una aplicación web para dispositivos móviles, fácil de utilizar que les permita a los clientes elegir el tipo de plan o paquete que incluye desde un desayuno sorpresa hasta una cena romántica. Ofreciendo toda la logística necesaria para hacer del evento un momento inolvidable para nuestros clientes.

### **2.5 Objetivos específicos**

- Ofrecer calidad y buenos precios a los consumidores.
- Diseñar estrategias de publicidad para atraer clientes.
- Conseguir descargas y lograr que un mayor número de usuarios utilicen nuestra App.
- Lograr fidelización a través de una APP innovadora, que logre captar la atención de los consumidores.

### **2.6 Valores**

- Compromiso: Es la capacidad que tenemos de convertir una promesa o un reto en realidad. Trabajamos con seriedad, responsabilidad y constancia para cumplir con las metas propuestas en el tiempo establecido.

- Responsabilidad: Tenemos la capacidad de tomar decisiones para cumplir con los compromisos acordados ya que trabajamos con los más altos estándares de calidad.
- Seguridad: En DET-APP estamos comprometidos en prestar especial atención a la protección de datos de los clientes brindándoles tranquilidad y confianza.
- Honestidad: Nuestras acciones están guiadas dentro de un marco de franqueza y transparencia. Nuestra APP está enfocada con el único objetivo de satisfacer necesidades reales de nuestros clientes.

## 2.7 Análisis de Pestel

### Políticos:

- Política De Privacidad (HABEAS DATA): Artículo 15 y 20 de la Constitución Política de Colombia y la Ley Estatutaria 1581 de 2012
- Manipulación de Alimentos: La Resolución 2674 de 2013, que reglamenta parcialmente el capítulo V (Alimentos) de la Ley 9 de 1979, más conocida como Código Sanitario Nacional.
- Políticas de comercio.

### Económicas:

- Tasa de desempleo actual en Colombia del 9.1 (1)
- Tasa de desempleo en la ciudad de Bogotá 10,4% (2)
- Tasa de inflación al consumidor (IPC) 3.97 (3)
- Multas o sanciones (sanidad)
- Disminución de la producción.

### Socio-culturales:

- Capital humano NBI (Necesidades básicas insatisfechas).
- Afectación de ingresos de la población.

- Tendencias de estilo de vida.
- Cambio a nivel de ingreso. Salario mínimo actual \$737.717.
- Cambios a nivel de población.

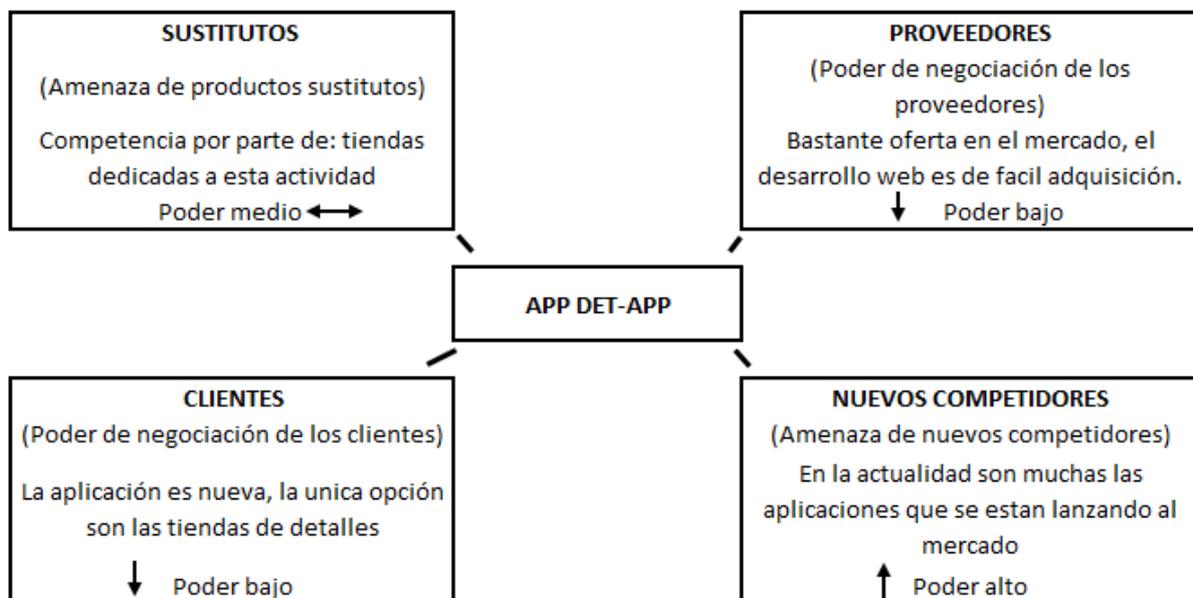
Tecnológico:

- Falta del desarrollo tecnológico de la aplicación.
- Políticas de precios.
- Mintic (Ministerio de Tecnologías de la información y las comunicaciones de Colombia), impulso al desarrollo de aplicaciones móviles.
- Plan Vive Digital para promover y potenciar la creación de negocios a partir del uso de las TIC.

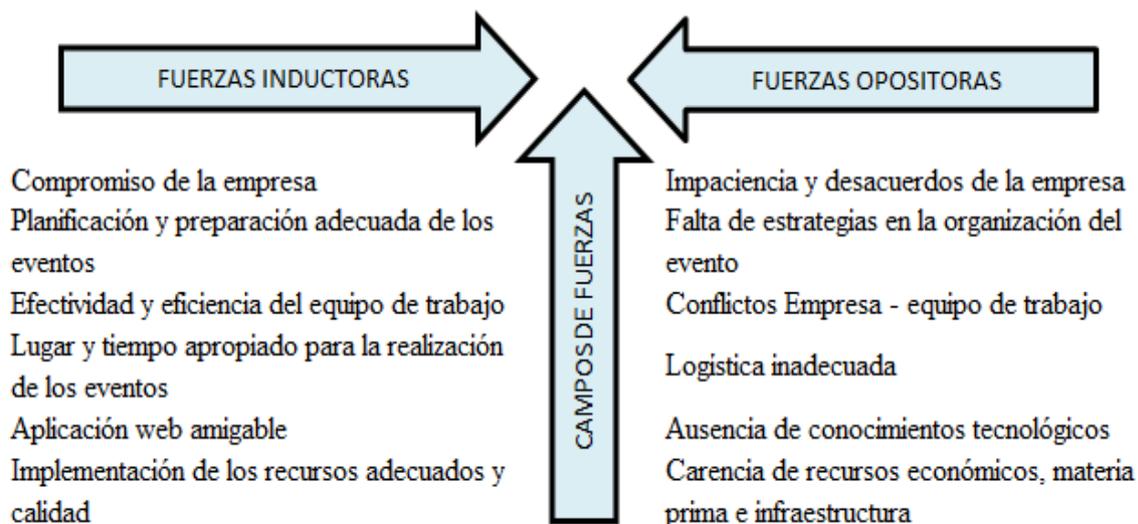
Ambiental:

- Problemas medioambientales.

## 2.8 Análisis de Porter



## 2.9 Matriz de análisis de campos de fuerzas

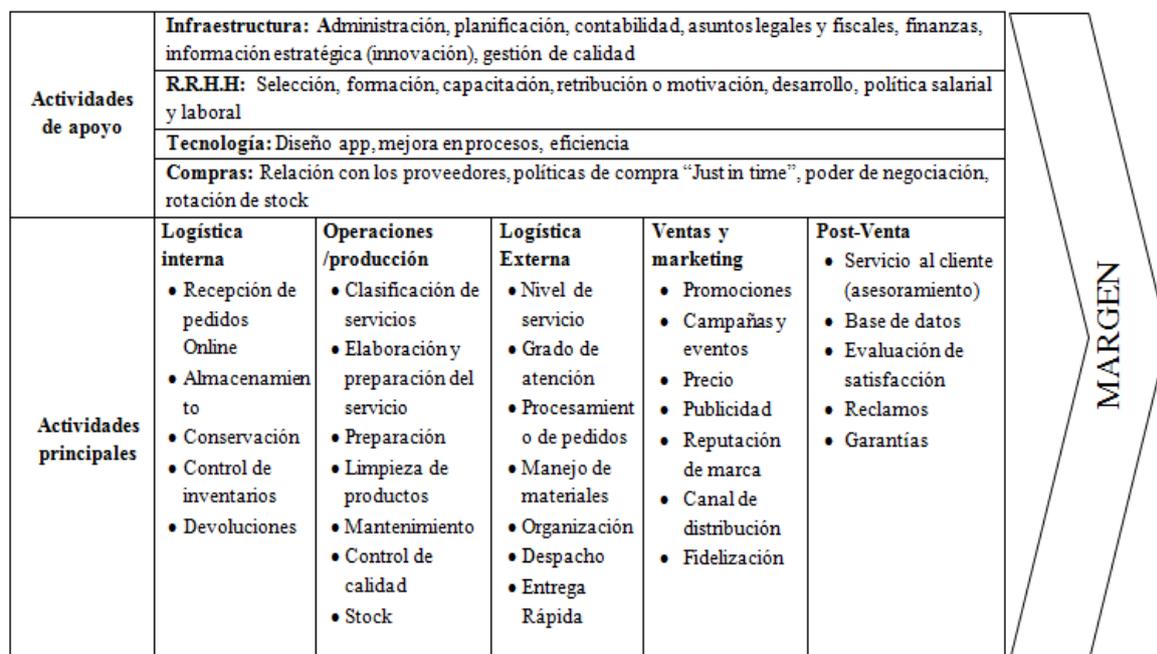


## 2.10 Matriz de despliegue estratégico generativa

Estrategia	Acciones	Indicador	Responsable	Medios de verificación
Adquirir proveedores responsables con el fin de encargarse del suministro de los insumos que se necesitan a tiempo	Verificación de proveedores	Cumplimiento, Responsabilidad, Costos	Área de Compras	Satisfacción de los clientes
Contratar un diseñador digital, que cree una página web de fácil acceso al cliente	Buscar en el mercado la mejor opción	Diseño llamativo y amigable, accesible y asequible	Área de Publicidad y ventas	Ventas por la aplicación

Controlar, evaluar y mejorar los procesos de la empresa.	Examinar y corregir falencias en los procesos	Eficiencia	Área de producción	Productividad
Mejorar el servicio al cliente	Constatar la imagen de la empresa frente a los clientes	Quejas, reclamos y sugerencias	Área de atención al cliente	Satisfacción Fidelización

## 2.11 Cadena de valor



## **2.12 Estrategia competitiva**

Se pretende atraer clientes afines a la tecnología que buscan dar un obsequio a sus seres queridos, ya que brindamos diversidad de productos, con asesoramiento y organización de eventos especiales con costos accesibles en fechas especiales sin afectar los estándares de calidad del servicio.

### **3. ESTUDIO DE MERCADOS**

#### **3.1 Objetivos del Estudio de Mercados**

##### **3.1.1 Objetivo general**

Desarrollar un plan estratégico de mercadeo que ayude a DET-APP a verificar su viabilidad, para luego mejorar su competitividad en su servicio e incrementar las ventas de la empresa

##### **3.1.2 Objetivos específicos**

- Ejecutar un estudio de mercado que permita determinar el mercado objetivo, la demanda, análisis de la oferta, competencia, precio, entre otros
- Evaluar la aceptabilidad y conveniencia del servicio.
- Determinar la viabilidad de los canales de distribución

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

Nuestro mercado objetivo son los 4'120.000 personas ubicadas en la ciudad de Bogotá, hombres y mujeres entre los 18 y 65 años de edad, con niveles de ingreso de un salario mínimo mensual, que tengan la incertidumbre de escoger un regalo o un presente en fechas especiales como: cumpleaños, amor y amistad, día de la Madre, día del padre, aniversarios etc., el 85% de esta población celebra este tipo de festividades. (*Mercado laboral Bogotá / Abril- junio 2017 Dane*)

#### **3.3 Metodología de investigación**

El tipo de investigación escogida fue la descriptiva esta fue realizada por medio de una encuesta como fuente de información primaria la cual nos dio la posibilidad de un primer acercamiento a aspectos concretos de nuestro mercado objetivo,

Encuesta

Nombre y Apellido: \_\_\_\_\_

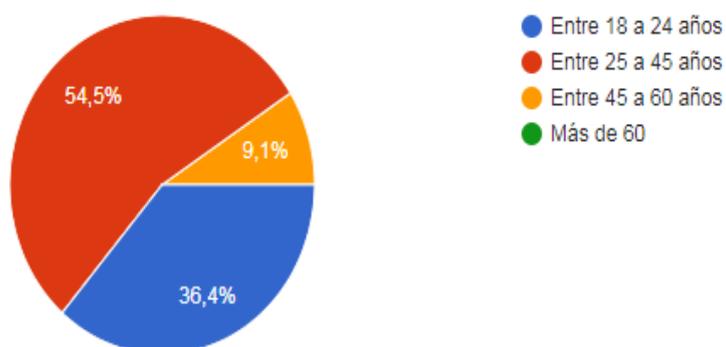
Ocupación: \_\_\_\_\_

1. En qué rango de edad se encuentra usted
  - a. Entre 18 a 24 años
  - b. Entre 25 a 45 años
  - c. Entre 45 a 60 años
  - d. Más de 60
2. Tiene acceso a la internet?
3. Utiliza redes sociales o aplicativos?
4. Realiza compras en internet?
5. Celebra evento especiales?
6. Qué tipo de detalles le gusta obsequiar?
7. Ha realizado compras de estos detalles por internet?
8. Ha buscado asesoría para la realización de eventos especiales?
9. Qué presupuesto destina para este tipo de detalles
  - \*Entre \$10.000 y \$50.000
  - \*Entre \$50.000 y \$200.000
  - \*Entre \$200.000 y \$500.000
  - \*Más de \$500.000
10. Qué piensa usted de las nuevas tecnologías?

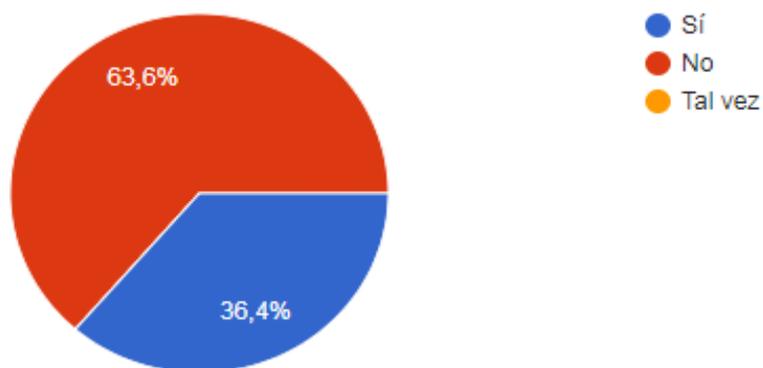
### 3.4 Análisis de la investigación

A continuación se presentan los resultados obtenidos relevantes de la entrevista que se realizó a 60 personas, hombres y mujeres, en edades entre los 18 a 60 años, que tiene como objetivo conocer la viabilidad para la creación de la aplicación DET – APP

Las personas con edades de entre 25 a 45 años, son el 54,4% de las encuestas aplicadas. De 18 a 24 años son el 36,4% y los de 45 a 60 años equivalen al 7,3% del total

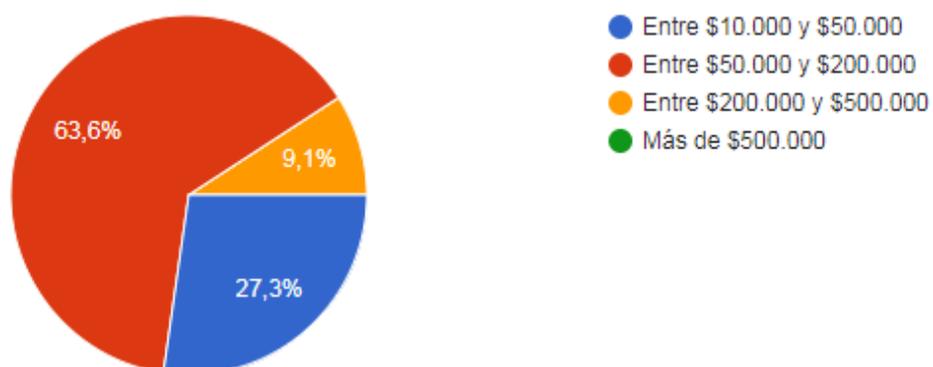


- Se puede evidenciar que el 100 % de los encuestados tienen acceso a internet, lo cual facilita los canales de distribución que se implementan para ser reconocida y accesible nuestra aplicación.
- El 72,7% de las personas a las que se les aplicó la encuesta, afirmó celebrar y disfrutar los eventos especiales
- Los encuestados les gusta obsequiar flores, chocolates, desayunos sorpresa, peluches, accesorios, eventos y elementos de causen recordación



- Se denota que a pesar del miedo que hay en la población a ser defraudados por las compras por internet existe un 36,4% de la población que estaría dispuesta a recibir una asesoría y ejecutar la compra de nuestro producto por el medio online

El dinero destinado para este tipo de obsequios estaría en el rango de \$50.000 a \$200.000, lo cual nos favorecerá, ya que nuestra oferta oscila entre esos valores.



## **4. PLAN DE MARKETING**

### **4.1 Objetivos del Plan de Marketing**

#### **4.1.1 Objetivo Principal**

Brindar mediante la aplicación DET-APP un servicio personalizado y completo que satisfaga las necesidades y requerimientos de cada cliente, con nuevas opciones al momento de desarrollar cada evento, poniendo todos nuestros recursos a su disposición para que encuentre todo lo que busca en un solo lugar, agregando valor al servicio que presta, manejando estándares de calidad en los servicios que ofrece y asegurando su fidelidad y confianza en la realización del evento y así lograr posicionarla en el mercado online como la mejor alternativa para la escogencia de detalles en ocasiones especiales.

#### **4.1.2 Objetivo Específicos**

- Posicionar la aplicación como un servicio de alta calidad dentro del mercado online.
- Innovar y crear mejores opciones de servicio mediante la aplicación.
- Lograr un 40% de descargas, de nuestro segmento de mercado, en el primer año de lanzamiento de la aplicación.
- Difundir nuestro servicio a través de redes sociales con publicidad y promociones y así atraer clientes.

### **4.2 Estrategia de producto**

La aplicación DET-APP cuenta con diversas opciones adecuadas a cada ocasión y persona que se quiere agasajar para que el cliente logre armar el plan o paquete que desea, teniendo en cuenta la ocasión las preferencias y el presupuesto. Nuestra aplicación para dispositivos móviles facilita y optimiza la búsqueda de estos; esta cuenta con una gran variedad de

posibilidades para escoger el obsequio perfecto, ofreciendo como valor agregado el asesoramiento, sin gastar tiempo y de acuerdo al presupuesto, el tiempo que se invierte en la búsqueda se podría aprovechar con nuestro ser querido.

Contamos con un segmento de mercado amplio de 4'120.000 personas ubicadas en la ciudad de Bogotá, hombres y mujeres entre los 18 y 65 años de edad, según encuesta de mercado laboral.

Nuestro tipo de negocio es B2C ya se busca llegar directamente al consumidor, por medio de la aplicación DET-APP.

#### **4.2.1 Estrategia de marca**

El internet representa para la sociedad una herramienta que facilita y conecta las necesidades de la sociedad con múltiples soluciones. Por ello la necesidad de crear una marca que pueda generar aceptación por parte del mercado objetivo y posicionamiento en el mercado, por tal razón se plantea como estrategia de marca lo siguiente:

Crear una relación directa entre los clientes y la marca por medio de la Implementación de una aplicación para dispositivos DET-APP móviles en donde se brinda a los clientes información sobre, los productos, precios, promociones, eventos, todo lo relacionado con fechas especiales, ofreciendo como valor agregado el servicio a domicilio on-line ya sea en asesoramiento o entrega de los productos.



### **4.2.2 Estrategia de Empaque**

Aplicación Web:

- Tamaño/peso: 120 MB
- Diseño visual: colores pasteles, llamativo, letra adecuada, clara y legible.
- Descarga gratuita
- Disponible para Android en tiendas play store y Apple store.

Productos:

La presentación de los productos como desayunos sorpresa, regalos flores y chocolates tendrán un empaque que cumple las funciones de seguridad del contenido, atrae al consumidor por su llamativa decoración, además de dejar un recuerdo especial, es funcional porque puede usarse y diferencia al producto de otros tradicionales empaques a domicilio.

### **4.2.3 Estrategia de Servicio Postventa**

Además de los beneficios que otorga el brindar un buen servicio al cliente, tales como la posibilidad de que el cliente visite nuestra aplicación cada vez que tenga una celebración especial, lograr su fidelización (que se convierta en nuestro cliente frecuente), y que nos recomiende con otros consumidores, el servicio de post venta nos otorga la posibilidad de mantenernos en contacto y alargar la relación con el cliente, ofreciendo garantías, protección de datos, descuentos, asesoramiento on-line y obsequios. Lo cual a su vez, nos permite obtener retroalimentación al conocer sus impresiones luego de haber hecho uso de la aplicación y el producto, estar al tanto de sus nuevas necesidades, gustos y preferencias, sugerencias e inquietudes y comunicarle el lanzamiento de nuestros nuevos productos y promociones.

### **4.3 Estrategia de Precio**

La estrategia de precios tiene como principales objetivos: Penetrar de inmediato en el mercado masivo, generar un volumen sustancial de descargas de la aplicación, ya que es gratuita y ventas

de los productos por medio de esta, lograr una gran participación en el mercado meta y atraer nuevos clientes.

El servicio a ofrecer está categorizado como un servicio de alta calidad y de tipo especializado, que busca brindar la total satisfacción y generar una excelente experiencia de servicio, lo que hace que el producto sea netamente exclusivo, y que a su vez los clientes estén dispuestos a cancelar un muy buen precio por él; el precio fijado, se basa en los costos de la elaboración del paquete seleccionado.

El precio se fijará teniendo en cuenta las siguientes variables:

- Los costos de la aplicación y los costos del servicio teniendo en cuenta el paquete y la estructura de distribución.
- Referencia de los almacenes especializados en este tipo de eventos.
- El rango de precio que el cliente estaría dispuesto a pagar por ese servicio.

#### **4.4 Estrategia de Publicidad**

La estrategia de publicidad de DET-APP es concisa y muy completa para que logre ser llamativa para el mercado; ya que es una aplicación web innovadora y debe ser atractiva tanto por la novedad en sus servicios como su imagen y recordación de marca.

Para establecer estrategias de publicidad se debe entender con claridad quienes somos y el servicio que ofrecemos de forma que el mercado nos identifique. Para que nuestros clientes conozcan nuestro sello diferenciador se utilizarán:

- Medios de comunicación como, email, redes sociales, y volantes con el fin de llegar a nuestro mercado objetivo.
- La aplicación manejará el mismo contenido de información para comunicar a los clientes de tal forma que se dé un manejo adecuado de la imagen, uniformidad y claridad para el cliente.

#### **4.4.1 Plan de Medios:**

Implementar la utilización medios de comunicación para tener un contacto directo, eficiente y rápido con los clientes, con la finalidad de generar un valor agregado a la marca, posicionarla en el mercado y lograr una mayor satisfacción de estos.

#### **4.5 Estrategia de Promoción**

En el periodo introducción y maduración del servicio en el mercado, se busca realizar una estrategia de promoción y publicidad, para ello se utilizará las siguientes estrategias:

##### **4.5.1 Estrategias de Relaciones Públicas**

Campana BTL (Below the line): Esta herramienta se utilizara como una forma de comunicación no masiva dirigida a segmentos específicos, donde principalmente se promociona o impulsa la aplicación con una alta dosis de creatividad, sorpresa y oportunidad, creándose novedosos canales para comunicar mensajes publicitarios. Esta herramienta será complementada con otras ayudas donde el cliente encuentre información específica de forma física como ingresar a la aplicación y realizar sus pedidos, estas herramientas son: volantes, redes sociales como Facebook, twitter, Instagram, Tinder, etc. Se realizaran videos para que los clientes potenciales conozcan más características sobre el servicio que ofrece la empresa, sus opciones, y datos de contacto para comunicarse y solucionar inquietudes de sus pedidos.

##### **4.5.2 Estrategias de Promoción de ventas**

Plan de promociones: con este plan se busca principalmente que la aplicación logre los siguientes objetivos: Aumento de la demanda, posicionamiento del servicio o de la marca. Las promociones para lograr los objetivos pueden ser:

- Descuentos especiales por introducción del servicio en el mercado: 10% en el primer mes.

- Descuentos por referidos o recomendados: cuando una persona refiera a otra recibirá descuentos en el próximo pedido: un descuento del 8%.
- Obsequios de productos merchandising.
- Cupones en nuestra aplicación a las personas que nos visiten y realicen un pedido para el día de la madre podrá obtener un descuento del 15% en el obsequio del día del padre.
- Un sorteo entre los seguidores de nuestra fan page que le hayan dado un “like” a una de nuestras publicaciones, cuyo premio es un bono de descuento.

#### **4.6 Estrategia de Distribución**

La distribución del servicio es un elemento del que se vale el marketing y se enfoca en la producción y el consumo, de donde su función es entregar o poner servicio a disposición del consumidor final teniendo en cuenta las variables de entrega en el momento y lugar adecuado, bajo las especificaciones solicitadas por el consumidor.

Teniendo en cuenta lo anterior el consumidor obtendrá los servicios de DET-APP a través de un canal de distribución directo fabricante – consumidor, este canal es el nivel más corto en la distribución debido a que el producto es entregado directamente del fabricante al consumidor final, y por ser el más corto requiere un flujo de comunicación efectiva e importante entre los actores internos del canal, pues la desinformación podrá fomentar entregas de pedidos tardías, generando bloqueos en el sistema y clientes insatisfechos, es por ello que se crea una estrategia de comunicación basada en mantener al cliente totalmente informado a través de la aplicación en donde se podrá visualizar e indagar todos los detalles del servicio que requiere para ajustarlo a sus necesidades. Para conocer los detalles del cliente se hará a través de preguntas claves que están en el formulario de solicitud de pedido y adicional si hay alguna duda al respecto se contactará por medio de la aplicación. La distribución física de los productos y entrega en el domicilio del consumidor final se realizará

utilizando personal identificado, que será capacitado en factores como: manejo del producto garantizando durante su traslado para que no sufra deterioro y se conserven las condiciones de temperatura, cumplimiento con la normatividad que regula el transporte de alimentos y atención al cliente. Las características o políticas que se plantean para cumplir con las exigencias del cliente y satisfacer sus necesidades están enfocadas en los siguientes aspectos:

- Cliente informado: Mediante la aplicación de forma que el cliente conozca de forma ágil los paquetes que hay para celebrar cada ocasión y de esta forma pueda escoger el que más se ajuste.
- Entregas a tiempo: Para garantizar entregas a tiempo los pedidos se deben realizarse con por lo menos 24 horas de anticipación a la hora de entrega y deben suministrar los datos que se encuentran en el formato de pedido de forma exacta. Contemplado un rango de hora de entrega del pedido, debido a que hay que tener en cuenta la congestión de la ciudad en determinadas horas y vías
- Condiciones de entrega: para entregar en el tiempo, lugar, y al destinatario indicado el cliente debe suministrar una hora de entrega con un rango de una hora, se toma en cuenta esta condición de tiempo de entrega teniendo en cuenta la congestión en el tráfico de la ciudad, las vías y las distancias al lugar de entrega. Adicional el cliente debe suministrar la dirección exacta donde se encontrará la persona a quien va dirigido el detalle con el fin de evitar inconvenientes en el momento de la entrega porque la persona no se encuentra y haya que dejarlo con terceros (recepción, portería, familiares, amigos) y posiblemente el producto se deteriore y pierda sus condiciones originales. En el momento de la entrega del obsequio y con previa autorización del cliente se podrá tomar una foto para tener recuerdo del momento, esta foto será enviada al correo electrónico del cliente.

- Forma de pago del servicio: los pagos del servicio pueden ser cancelados directamente en la aplicación por tarjeta de crédito o PSE, o por medio de consignación y debe ser el día anterior a la fecha de entrega.
- Entregas satisfechas: Para evaluar que el pedido entregado al cliente cumplió con sus expectativas se enviara un formulario posterior a la entrega para valorar el nivel de satisfacción evaluando en escala cualitativa en Regular, Bueno y excelente, donde cuantitativamente se traduce en niveles de satisfacción, con estas calificaciones se tomarán acciones para mejorar nuestro servicio y fidelizar clientes.

#### **4.6.1 Canales de distribución online**

El canal de distribución de DET-APP es a través de tiendas de Apps (Apple store, play store, Microsoft Store). Siendo que es una buena oportunidad de negocio y es la manera como se llega a mucha gente, la implementación de una aplicación es fundamental para los compradores, debido a que en la actualidad la mayoría del mercado se mueve por medio online, nuestra aplicación no sería la excepción, siendo que estamos a la vanguardia de las nuevas tecnologías.

La plataformas y Apps son un medio por el cual se puede vender una aplicación ya sea en la tienda de Apple y Android. DET-APP es una aplicación que cuenta con las herramientas para poder armar o escoger el detalle o paquete que se desea para homenajear a esa persona especial.

#### **4.7 Proyección de ventas**

La proyección de ventas de los productos que se ofrecen por medio de la aplicación DET-APP está enfocada a nuestros 2 grandes paquetes o planes para variedad de ocasiones.

PAQUETES/PLANES	DESCRIPCIÓN DE PRODUCTOS	Valor por unidad	Gastos	Ingresos	Proyeccion de ventas		
					Mensual	Semestral	Anual
DESAYUNO SORPRESA	Canasta, mug, globo, sandwich, jugo, caja de leche con cereal, chocolates, flores, peluche, frutas.	\$ 85.000	\$ 68.000	\$ 17.000	50	300	600
Utilidad					\$ 850.000	\$ 5.100.000	\$ 10.200.000
CENA ROMÁNTICA	Restaurante en Bogotá o fuera de la ciudad, cena, vino, pasa-bocas, decoración, serenata, fotografía recuerdo.	\$ 190.000	\$ 133.000	\$ 57.000	12	72	144
Utilidad					\$ 684.000	\$ 4.104.000	\$ 8.208.000

## 5. CONCLUSIONES

La fortaleza más importante de la aplicación DET-APP es su servicio diferenciador, factores de mayor peso relativo. La debilidad más importante son las dificultades con la aceptación y fidelización con los clientes debido a que se planea lanzar este servicio al mercado, por lo cual es totalmente desconocido.

Mediante la elaboración de la idea de negocio se identificó que el 85% de los colombianos celebra las fechas especiales como aniversarios, amor y amistad, día de la madre y del padre, cumpleaños entre otros, lo cual nos da un amplio segmento de demanda, para poder lanzar al mercado nuestra aplicación.

En la investigación realizada se dio a conocer aspectos importantes como nuestro canal de distribución a través de medios online, lo cual significa que está acorde y a la vanguardia de las nuevas tecnologías, es decir puede llegar a tener grado de aceptación alto en el mercado objetivo.

## 6. BIBLIOGRAFIA

*grupographic*. (30 de 03 de 2017). Obtenido de <https://grupographic.com/blog/7-tipos-de-estrategias-de-posicionamiento-de-marca/>

*aprendermkt.com*. (16 de 02 de 2015). Obtenido de <http://www.aprendermkt.com/que-canales-de-distribucion-puedes-utilizar-para-tu-producto/>

Gálvez, T. (08 de 04 de 2013). *Slide Share*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/tomgalvez/3-mtodos-para-pronosticar-las-ventas-18421768>

*Mercadeoypublicidad.com*. (26 de 08 de 2006). Obtenido de [http://mercadeoypublicidad.com/Secciones/Biblioteca/DetalleBiblioteca.php?recordID=6260&pageNum\\_Biblioteca=10&totalRows\\_Biblioteca=105&Tema=2&list=Ok](http://mercadeoypublicidad.com/Secciones/Biblioteca/DetalleBiblioteca.php?recordID=6260&pageNum_Biblioteca=10&totalRows_Biblioteca=105&Tema=2&list=Ok)

Quinteros, C. (2003). *Gestiopolis*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/estrategias-de-marca-y-posicionamiento/>

*Youtube*. (16 de 12 de 2014). Obtenido de [https://www.youtube.com/watch?time\\_continue=2&v=rbtTQSHJGG0](https://www.youtube.com/watch?time_continue=2&v=rbtTQSHJGG0)