

CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR CUN

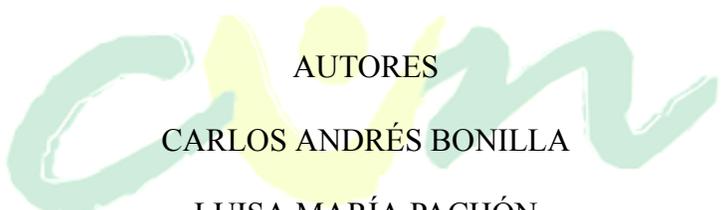
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

OPCION DE GRADO II

CREACION DE EMPRESA

MERCA FÁCIL



AUTORES

CARLOS ANDRÉS BONILLA

LUISA MARÍA PACHÓN

JONATHAN ALEXANDER TORRES

PROFESOR

JOSE JULIAN SILVA

BOGOTA, 16 DE NOVIEMBRE DE 2017

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	4
1. OBJETIVO GENERAL	5
2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	6
3. JUSTIFICACION	7
4. IDEA DE NEGOCIO	8
4.1 Que es?	8
4.2 En qué consiste?	8
4.3 De donde nace la idea?	8
5. MISION	9
6. VISION	9
7. VALORES CORPORATIVOS	9
8. ANÁLISIS PESTEL	10
8.1 Político	10
8.2 Económico	10
8.3 Socio cultural	11
8.4 Tecnológico	11
8.5 Ecologico	11
8.6 Legal	12
9.1 Encuesta	12
9.1.1 Metodología del Estudio de Mercados	13
10. PÚBLICO OBJETIVO	14
11. MARKETING MIX	18
11.1 Producto:	18
11.2 Precio:	19
11.3 Plaza:	19
11.4 Promoción:	19
12. CONCLUSIONES	19
13. BIBLIOGRAFIA	20



TABLA DE IMAGENES

Ilustración 1 Marketing mix	14
Ilustración 2 Resultado pregunta 1 Encuesta	19
Ilustración 3 Resultado Pregunta 2 Encuesta	19
Ilustración 4 Resultado pregunta 3 Encuesta	20
Ilustración 5 Resultado pregunta 4 Encuesta	20
Ilustración 6 Resultado pregunta 5 encuesta	21
Ilustración 7 Resultado pregunta 5 encuesta	21
Ilustración 8 Resultado pregunta 7 Encuesta	22



INTRODUCCIÓN

Los dispositivos móviles, como los Smartphones (teléfonos inteligentes) o las tablets, son los principales impulsores del cambio en la manera de relacionarse Con personas y organizaciones, están abriendo un sin fin de oportunidades en los diferentes sectores empresariales y diferentes servicios que actualmente necesitamos a diario, por ellos hemos decidido dar una facilidad a los usuario y una gran comodidad con llevar su mercado hasta el punto solicitado, no existirán restricciones de zona para así obtener mayor conocimiento y posición de nuestro servicio.



1. OBJETIVO GENERAL

Implementar una idea innovadora y creativa que mejore las experiencias de los compradores a la hora de adquirir sus productos básicos de la canasta familiar la cual mejore las expectativas del consumidor dinamizando los tiempos que estos conllevan a la hora de escoger.



2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Brindar los servicios que la competencia ofrece.
- Ofrecer mejorar la calidad y buen servicio siendo innovadores y creativos.
- Realizar un trabajo de campo el cual se explique los beneficios que se obtendrán por la adquisición de productos por la aplicación.
- Capacitar a los posibles clientes sobre el manejo y utilización del aplicativo a su vez mostrar las marcas asociadas de alto y bajo reconocimiento en el país al mejor precio.
- Emplear una aplicación móvil y/o web la cual facilite la utilización de nuevas tecnologías de la información y comunicación, esta integrara a los clientes de los diferentes sectores de Bogotá, reestructurando y dinamizando la forma de cómo se solicitan o adquieren sus productos para que así estos generen una mejor rentabilidad de sus ingresos y tiempos de adquisición del producto.

3. JUSTIFICACION

Se realiza la idea de negocio para crear facilidad a los clientes de un sector general en la ciudad de Bogotá, donde se distribuirán productos de consumo masivo, estas empresas participantes tienen presencia a nivel nacional y el app que se desea implementar impactará a un selecto grupo de consumidores de las diferentes localidades de Bogotá quienes diariamente solicitan pedidos



4. IDEA DE NEGOCIO

4.1 ¿Qué es?

Se creara una aplicación donde diferente clientes de tiendas como D1 o almacenes Ara soliciten su mercado a través de él evitando tener un desplazamiento hasta los lugares y obtener el producto o productos requeridos.

4.2 ¿En qué consiste?

Cada persona que desee tener el servicio debe descargar la aplicación a través de Play Store y AppStoreES. Donde encontrara los distintos productos que distribuye cada almacén, de acuerdo a su necesidad ira seleccionado uno por uno completando lo requerido por el momento, en esta misma aplicación dará una opción donde se pondrá lugar de destino, almacén de cadena el cual desea llevar el producto, para que día, horario aproximado, y numero de celular del usuario, se llevaría puerta a puerta con inventario pertinente y así mantener un orden y un servicio de calidad desde un principio.

4.3 ¿De donde nace la idea?

Actualmente no existe una aplicación donde no tenga la facilidad de ir a llevar un servicio a cualquier parte de la ciudad, en este caso, nosotros Merca Fácil podremos realizar la

entrega de los productor en cualquier parte de la ciudad, Norte, Sur, Oriente, Occidente, toda estará dentro del perímetro de Bogotá.

5. MISION

Trabajamos todos los días para mejores y ofrecer un mayor beneficio y servicio a todas las personas que lo requieren asegurando excelencia operacional y transparencia a cada uno de nuestros clientes construyendo relaciones de mutuo beneficio

6. VISION

Convertirnos en una empresa líder, confiable e innovadora para nuestros clientes Todo basado en un talento humano orientado hacia la excelencia.

7. VALORES CORPORATIVOS

- A. el consumidor es nuestro punto de partida
- B. nuestro éxito se fundamenta en la calidad y servicio
- C. -nuestra imagen son factores generadores de éxito
- D. actuamos con responsabilidad, respeto
- E. -asumimos compromiso con la sociedad y el medio ambiente
- F. enfrentaremos proactivamente los retos nos adaptamos y aprovechamos las oportunidades del entorno

8. ANÁLISIS PESTEL

8.1 Político

- Nuestro servicio se maneja por medio de una aplicación, por consiguiente estamos amparados y nos acogemos a las políticas de confidencialidad y requerimientos que solicita el ministerio de las TIC.

8.2 Económico

- Nuestro servicio va enfocado a los clientes habituales en este tipo de mercados, que se especializan en tener precios bajos a los productos de la canasta familiar. Por consiguiente y de acuerdo a la economía del país, este servicio hace aún más satisfactorio al cliente consumidor del mismo ya que estas tiendas están ubicadas en todos los sectores de la ciudad, no importa estratos ya que se trata de mejorar el bolsillo de los colombianos.
- El servicio es una herramienta adicional para los clientes habituales de estas tiendas, por consiguiente, el precio del mismo no se verá afectado en su economía personal y la que vive el país, ya que este no es tan elevado si hacemos una comparación con el tiempo que toma acercarse a estas tiendas a realizar sus debidas compras.
- Cómo competitividad tendremos a mercadoni, la cual se encuentra posicionada en el mercado y podrían afectar nuestra economía empresarial, pero confiamos en la aceptación del producto por parte de los clientes tomado de los resultados de

encuesta de la apertura del mismo y las mejoras adicionales que ofrece nuestro servicio.

8.3 Socio cultural

- Como fuerte competidor a nuestro producto y a los cambios culturales que se están tomando como tendencia a nivel mundial y en el país, es la manera de enseñar, esto se debe que últimamente se dictan carreras y clases de manera virtual, esto hace que el uso del marcador se venga a menos, de todas formas, este cambio se utiliza más a nivel de educación superior, ya que docentes de escuelas y colegios seguirán por un buen tiempo utilizando esta herramienta.

8.4 Tecnológico

- Este servicio se acoge a los procedimientos y cambios tecnológicos que se vienen implementado, ya que por medio de un dispositivo móvil o desde un computador, están solicitando su mercado en casa, nuestros colaboradores, disponen de un alto uso de tecnología de primer nivel, el cual nos permite saber datos claves para que el servicio cumpla con la necesidad y requerimiento del cliente.
- Cambios tecnológicos a futuro (nuevos servicios innovadores).

8.5 Ecológico

- Como política de la empresa se maneja un servicio en el cual sus solicitudes les llegará a la puerta de su casa, esto evitará el uso de las bolsas plásticas de acuerdo a la resolución 668 del ministerio de ambiente y desarrollo sostenible.

- Ayudar al planeta y tratan de manejar herramientas que eviten al máximo la contaminación global.
- Los recursos utilizados para la entrega de estos mercados, cumplen con la política ambiental que solicita el ministerio de ambiente ley 2811 de 1974 del código nacional de los recursos naturales y protección al medio ambiente).

8.6 Legal

- Estar acorde con la normativa legal que solicita llevar a cabo la promoción y comercialización de nuestro servicio, a través del mejoramiento continuo velando por el control y la mitigación de impactos de recursos, humanos, físicos y demás requerimientos legales. Revisando periódicamente los objetivos y planes para estar alineados con los requerimientos legales para operar dentro del País.

9. ESTUDIO

DE MERCADO

9.1 Encuesta

1. ¿descargaría usted obtener mayor mercado?

SI

una aplicación para facilidad al realizar su

NO

2. ¿utiliza usted mercado como D1,

SI NO

servicios de cadenas de Ara Justo y Bueno?

3. ¿Está satisfecho con el servicio y productos que ofrecen están cadenas de mercado actual?

SI NO



4. ¿Cree usted que al hacer un pedido del producto que necesite, en el momento que usted lo vea conveniente, le permitirá manejar de manera óptima mejor su dinero y tiempo?

SI NO

5. ¿maneja usted fechas o tiempos para realizar mercado en su familia o negocio?

SI NO

6. ¿Estaría dispuesto a adquirir los productos de su negocio por medio de su celular, Tablet o computadora?

SI NO

7. ¿Estaría dispuesto a dedicar unos minutos de su tiempo, para observar las ofertas de productos que puedan presentar D1, Ara y Justo y Bueno ya sea en su celular o en un dispositivo digital de fácil manejo?

SI NO



9.1.1 Metodología del Estudio de Mercados

La metodología que se utilizará para el estudio de este mercado será a través de las fuentes primarias ya que este modelo brinda más recursos y análisis de los resultados que queremos recolectar por esta razón usaremos una encuesta que está diseñadas con una serie de preguntas cerradas con opción Sí y No para hacer el estudio más fácil, esta encuesta será respondida por todos los dueños de las tiendas del barrio

9.2 Mercado

Nuestro nicho de mercado son aquellos Hombres y mujeres entre 18 y 60 años que compren o adquieran sus productos en mini mercados y deseen aumentar o mejorar su experiencia a la hora de realizar su mercado. Estos deben poseer un celular, Tablet o computador inteligente con acceso a internet ya que la aplicación se actualiza para que así

brinde la información adecuada pertinente y asertiva, que brinde al consumidor mayor confiabilidad sobre todos los productos.

10. PÚBLICO OBJETIVO

10.1 Variables Demográficas

Definición de la Población

- Se realizará un muestreo aleatorio estratificado teniendo en cuenta la ubicación geográfica y socioeconómica de los habitantes de Bogotá Colombia.
- **Elemento:** Personas desde 18 años de edad hasta los 60 años que tengan poder adquisitivo.
- **Elemento:** Mujeres y hombres entre los 18 a 60 años de estratos 3, y 4 que habiten en la localidad de Kennedy.

10.3 Segmentación

Variables geográficas	La aplicación está dirigida para toda aquella persona que desee mejorar su experiencia y sobre todo ahorrar en sus compras al realizar el mercado y/o compras adicionales para satisfacer sus necesidades fisiológicas.
-----------------------	---

Tabla 1 Variables

10.4 Objetivos del Estudio de mercados

- Saber cuál es la cantidad de consumidores que van a adquirir nuestro producto
- Identificar que el producto que vamos a promocionar corresponden a lo que desea comprar el cliente

10.5 Encuestas a realizar.

n: # encuestar a realizar.

N: 20825, Datos consultados en secretaria de población

(<http://www.sdp.gov.co/portal/page/portal/PortalSDP/InformacionTomaDecisiones/Estadisticas/ProyeccionPoblacion:Proyecciones%20de%20Poblaci%F3n>)

e^2 : 4%

z^2 : 95%

p: 50 % éxito

q: 50 % Fracaso

Formula:

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{e^2 * (N-1) + z^2 * p * q} =$$

Ejercicio:

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5 * 20825}{(0.04)^2 * (20825-1) + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5} = 584 \text{ encuestas.}$$

10.5.1 Resultado de encuestas realizadas:

¿descargaría usted una aplicación para obtener mayor facilidad al realizar su mercado?

155 respuestas

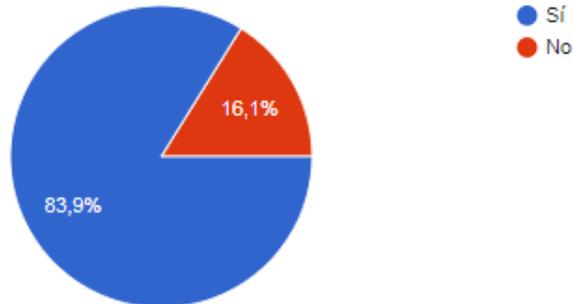


Ilustración 2 Resultado pregunta 1 Encuesta



¿utiliza usted servicios de cadenas de mercado como D1, Ara Justo y Bueno?

155 respuestas

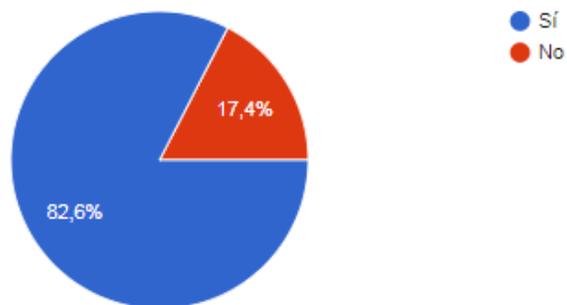


Ilustración 3 Resultado Pregunta 2 Encuesta

¿Está satisfecho con el servicio y productos que ofrecen estas cadenas de mercado actual?

155 respuestas

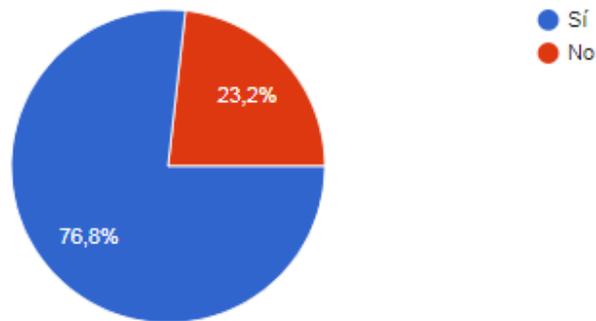


Ilustración 4 Resultado pregunta 3 Encuesta

¿Cree usted que al hacer un pedido del producto que necesite, en el momento que usted lo vea conveniente, le permitirá manejar de manera óptima mejor su dinero y tiempo?

154 respuestas

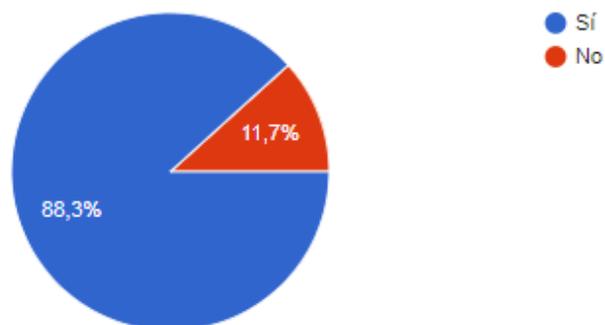


Ilustración 5 Resultado pregunta 4 Encuesta

¿maneja usted fechas o tiempos para realizar mercado en su familia o negocio?

156 respuestas

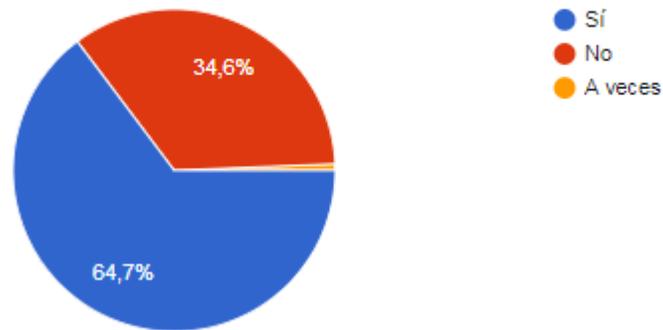


Ilustración 6 Resultado pregunta 5 encuesta



¿Estaría dispuesto a adquirir los productos de su negocio por medio de su celular, tablet o computadora.

156 respuestas

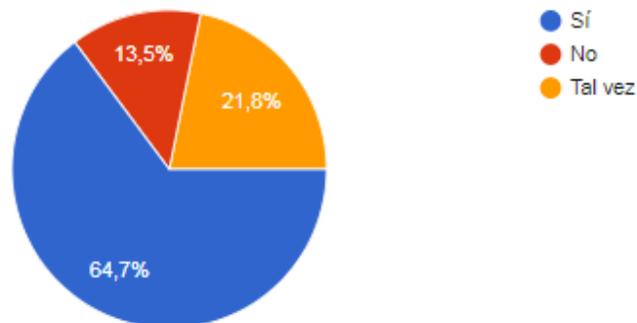


Ilustración 7 Resultado pregunta 5 encuesta

¿Estaría dispuesto a dedicar unos minutos de su tiempo, para observar las ofertas de productos que puedan presentar D1, Ara y Justo y Bueno ya sea en su celular o en un dispositivo digital de fácil manejo?

155 respuestas

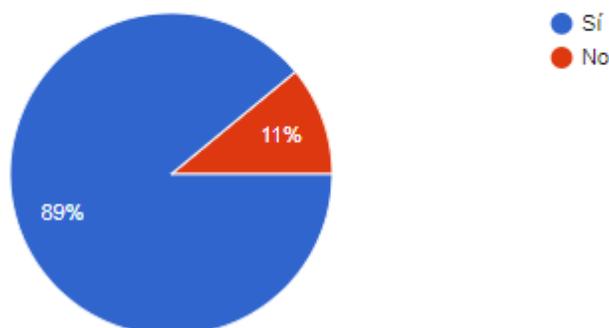


Ilustración 8 Resultado pregunta 7 Encuesta

11. MARKETING MIX

11.1 Producto:

La aplicación merca rápido, es un servicio complementario que se brinda al consumidor, en ella podrá acceder y solicitar su producto y/o mercadeo deseado y este será llevado a domicilio hasta la puerta de su casa. Esto con el fin de optimizar y evitar desplazamiento para los usuarios, rapidez y calidad en el servicio. La aplicación es fácil de descargar, muy fácil de manejar, ocupa poco espacio en el celular, se puede utilizar sin tener servicio de datos además de tener la oportunidad de adquirir descuentos en diferentes productos por ser cliente frecuente al utilizar la aplicación, acumulación de puntos por cada compra realizada en la aplicación y promociones.

11.2 Precio:

La aplicación es gratis, el costo del servicio va de acuerdo a la distancia y ubicación del cliente, la cantidad de productos y el tipo de transporte que se utilizara para su desplazamiento.

11.3 Plaza:

Los lugares de venta de nuestra aplicación será en los mercados especializados en aplicaciones on line como App store, Google play, Market, BlackBerry world, entre otros.

11.4 Promoción:

Utilizaremos la publicidad en medios como redes sociales, internet, Twitter, Instagram, tendremos nuestra página web con toda la información sobre la aplicación, Las relaciones públicas que serán de suma importancia con respecto a los medios de comunicación en cuanto a noticieros, magazines, y franjas horarias de interés por el interlocutor en donde se transmitirá en mensaje de forma masiva. Y el marketing directo, en donde se buscara una comunicación bidireccional como emails, catálogos digitales entre otros.



12. CONCLUSIONES

- Esta aplicación permite a los usuarios y a los clientes que tan rentable será el producto que están vendiendo, esto los ayudara administrativamente a las empresas ya que discontinuaran ciertos productos que no son tan rentables e ingresaran otros que sean de mayor demanda.
- Se mejorara el top of mind y top of heart se verán beneficiados ya que las personas se sentirán más cercanas a la marca por que la tendrán mas cerca
- A través de esta aplicación llevamos a cabo comodidad para nuestros clientes
- A través de este trabajo hemos percibido que un 80 % de la población está dispuesta a utilizar esta aplicación debido a que las nuevas tendencias de mercado demuestran que los consumidores están más dispuestos a la compra digital.

- Adicionalmente en un estudio previo que realizamos sobre el cubrimiento de las zonas de las otras aplicaciones podemos notar que estas no llegan a ciertos lugares esto hace que no todos los usuarios lo utilizara



13. BIBLIOGRAFIA