

**App Flor Y Vida**

**Esteban Basurdo Martinez.**

**Corporación Unificada Nacional De Educación Superior.**

**Opción De Grado**

**Profesor**

**Henry Martínez V**

**Bogotá.**

**Octubre 2018.**

## Introducción

Este análisis busca la manera de brindar una estrategia de mercado y posicionamiento de una APP capaz de permitirle al cliente llevar seguimiento a sus pedidos y de la misma manera seleccionar una gran variedad de productos, esto dependiendo de la segmentación realizada por la APP. Para realizar la selección del cliente y asignarlos a sus segmentos respectivos la APP consta de variables como edad, sexo, ingresos, actividad económica y demás factores. Para realizar este proyecto se consideraron aspectos como: por un lado, el conocimiento aproximado del mercado de las flores, y demás detalles en una ciudad como Bogotá. Por otro lado, la proximidad geográfica al lugar de fabricación del producto que permite la observación directa del desarrollo de uno de los temas relevantes del marketing. Esto es el posicionamiento de nuestro producto.

El enfoque fundamental del posicionamiento no es crear algo nuevo y diferente; sino reordenar los conceptos que ya existen sobre el producto y la manera de innovar en la forma de elaborar y entregar el producto. Se denomina posicionamiento al lugar que ocupa un producto con su marca en la mente del consumidor y en la facilidad de encontrar el mismo.

Analizaremos el posicionamiento de este tipo de producto en el mercado regional para demostrar que preferencias tiene el cliente y qué lugar ocupa este tipo de producto en el mercado.

Uniando todas estas variables se podrá identificar el posicionamiento del producto en el mercado y así buscar estrategias competitivas e innovadoras enfocadas desde la recepción del cliente hasta su post venta.

## Tabla de contenido

Estudio De Mercados .....	4
Objetivos Del Estudio Del Mercado.....	4
Estudio De Mercado .....	4
Elaboración De Encuestas. ....	4
Preguntas. ....	5
Tabulación De Las Encuestas.....	6
Análisis De Los Resultados.....	11
Identifica Tipo De Mercado Al Cual Se Dirige Su Producto O Servicio.....	12
B2b Business To Business (Atención A Clientes Corporativos). ....	12
B2C Business To Customer (Atención A Clientes Personas). ....	12
Variables de Segmentación .....	13
• Geográfica .....	13
• Edad.....	13
• Ingresos. ....	13
Plan de Marketing.....	13
Estrategia de producto. ....	13
Ventaja Competitiva.....	16
Ventaja Comparativa .....	16
Estrategia De Promoción .....	16
Campaña Publicitaria.....	16
Estrategia De Distribución.....	17
Proyección De Ventas .....	18
Política de Cartera .....	20
Descripción del Negocio .....	20
Objetivo General.....	21
Misión (Identidad Estratégica) .....	21
Visión (Futuro Preferido) .....	21
Análisis De Porter.....	22
1.Nuevos entrantes: .....	22
2.Proveedores: .....	22
3.Clientes:.....	22
4.Productos sustitutos:.....	23
5.Rivalidad de la industria:.....	23
Análisis campo de fuerzas (DOFA) .....	24
Cadenas de Valor.....	25

## **Estudio De Mercados**

### **Objetivos Del Estudio Del Mercado**

Este estudio de mercados se realiza con el fin de determinar el mercado potencia en el que se puede lanzar nuestro producto, además de esto identificar los gustos de los clientes y sus preferencias entre calidad, facilidad o buen servicio, para así diseñar una APP que sea capaz de distinguir entre estos rasgos y brindarle una alternativa fácil y rápida al cliente, así mismo encontrar las características con las que nuestra APP se pueda convertir en la más completa del mercado.

### **Estudio De Mercado**

#### **Elaboración De Encuestas.**

Para este estudio de mercados seleccionamos las preguntas más concretas y capaces de brindarnos información impórtate y muy relevante sobre las necesidades del cliente, sus gustos y hábitos.

**Preguntas.**

<p><b>1. ¿Qué Edad Tiene?</b></p> <p><b>A.</b> 15 – 20                      <b>D.</b> 35 O Mas</p> <p><b>B.</b> 21 - 25</p> <p><b>C.</b> 26 - 35</p>	<p><b>2. ¿Actualmente Tiene Algún tipo De Relación Sentimental?</b></p> <p><b>A.</b> Si</p> <p><b>B.</b> No</p>
<p><b>3. ¿En Fechas Especiales Que Regalaría?</b></p> <p>Escoja Solo Una Opción</p> <p><b>A.</b> Flores</p> <p><b>B.</b> Ropa</p> <p><b>C.</b> Chocolates</p> <p><b>D.</b> Peluches</p> <p><b>E.</b> Todas Las Anteriores</p>	<p><b>4. ¿Al Momento De Elegir Un Regalo En Que Se Fija?</b></p> <p><b>A.</b> Precio</p> <p><b>B.</b> Diseño Y Calidad</p> <p><b>C.</b> Facilidad En La Entrega.</p> <p><b>D.</b> A Y B</p> <p><b>E.</b> B Y C</p>
<p><b>5. ¿Dónde Compraría Un Regalo?</b></p> <p><b>A.</b> En Una Tienda De Manera Presencial</p> <p><b>B.</b> Por Medios Electrónicos</p>	<p><b>6. ¿Conoce Alguna Floristería Virtual?</b></p> <p><b>A.</b> Si</p> <p><b>B.</b> No</p>
<p><b>7. Elija, Rango De Ingresos Mensuales</b></p> <p><b>A.</b> Menos De Un Salario Mínimo</p> <p><b>B.</b> Entre \$781,300 - 1,000.000</p> <p><b>C.</b> Entre \$1,000.001 - 1,500.000</p> <p><b>D.</b> Más De 1,500.000</p>	<p><b>8. ¿Cuál Es Su Actividad Económica?</b></p> <p><b>A.</b> Estudiante</p> <p><b>B.</b> Empleado</p> <p><b>C.</b> Desempleado</p> <p><b>D.</b> Independiente</p> <p><b>E.</b> Estudia Y Trabaja</p>

<p><b>9. Si Le Entregaran Algún Tipo De Incentivo Por Referir Clientes ¿Los Referiría?</b></p> <p><b>A. Si</b></p> <p><b>B. No</b></p>	<p><b>10. Sexo</b></p> <p><b>A. Hombre</b></p> <p><b>B. Mujer</b></p>
--	---

Tabla 1.

### ***Tabulación De Las Encuestas.***

A continuación, se acopla toda la información recibida por las encuestas realizadas, estas reúnen datos de conocimiento del cliente, gustos, preferencias, segmentación del cliente etc. Esta con el fin de definir las políticas adecuadas para el lanzamiento de nuestra APP.

#### **1. ¿Qué Edad Tiene?**

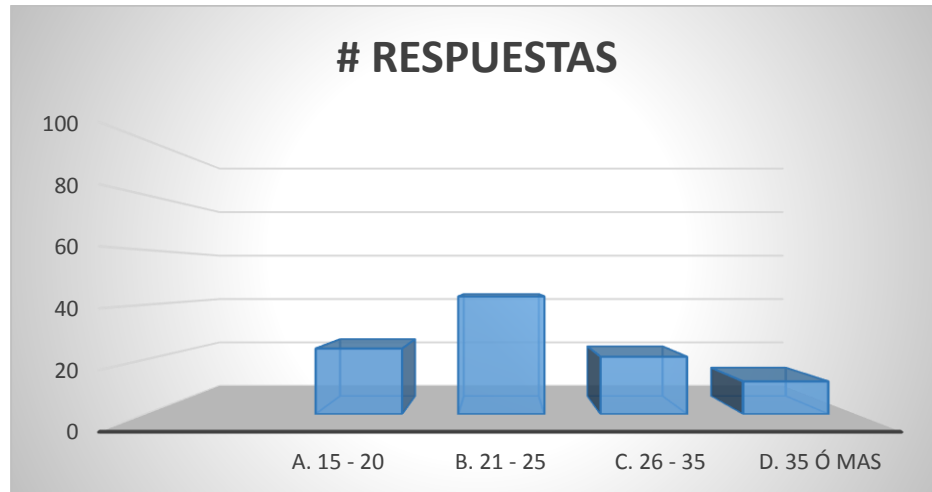


Imagen1.

#### **2. ¿Actualmente Tiene Algún Tipo De Relación Sentimental?**

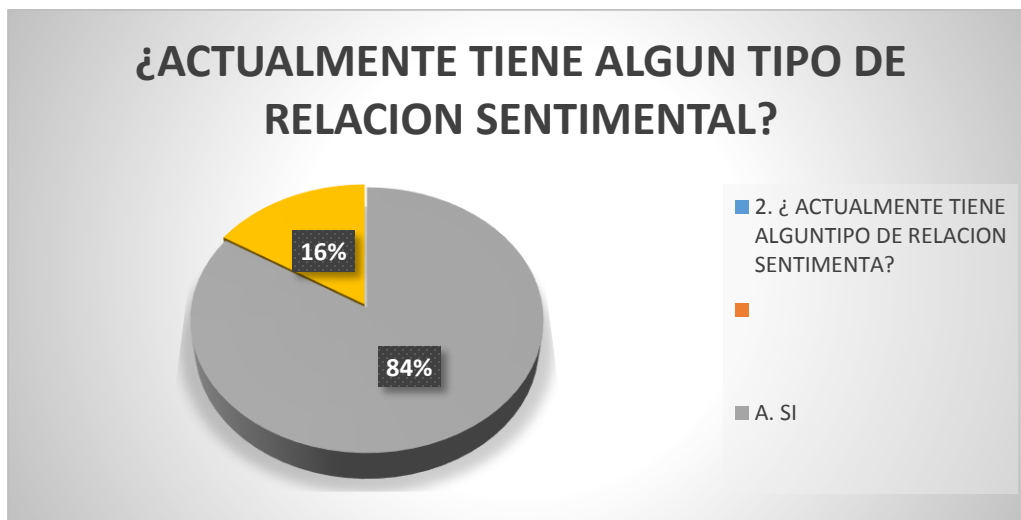


Imagen 2.

### 3. ¿En Fechas Especiales Que Regalaría?

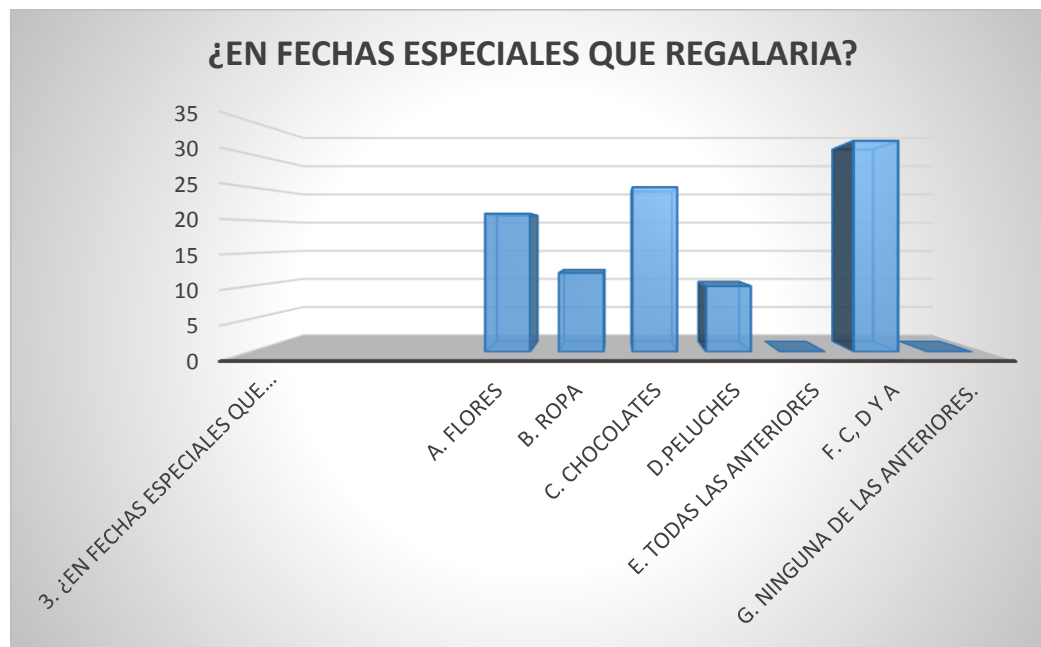


Imagen 3.

### 4. ¿Al Momento De Elegir Un Regalo En Que Se Fija?

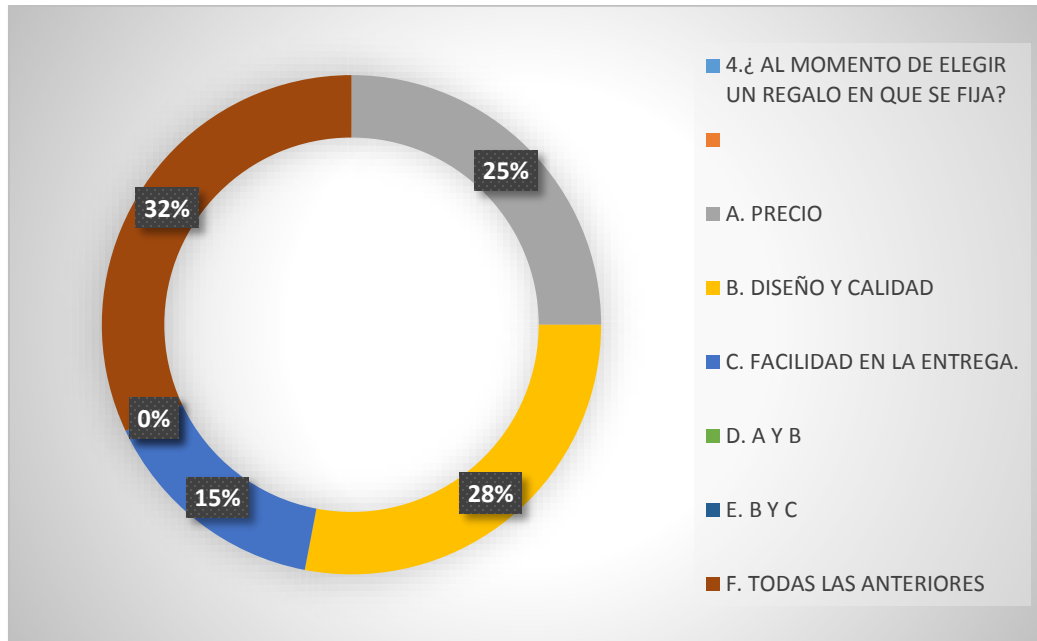


Imagen 4.

#### 5. ¿Dónde Compraría Un Regalo?

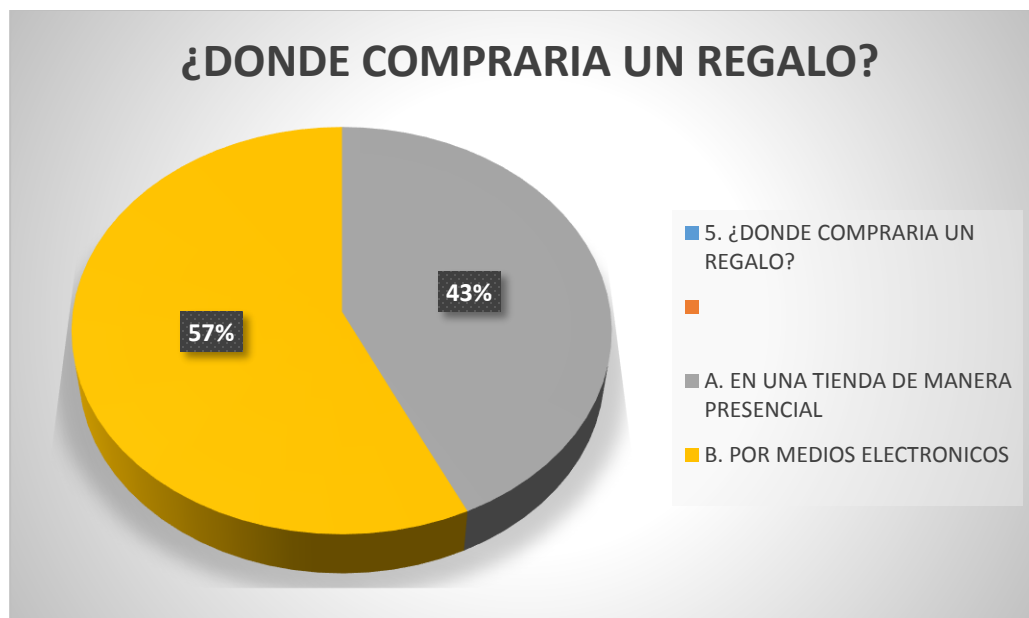


Imagen 5.

#### 6. ¿Conoce Alguna Floristería Virtual?



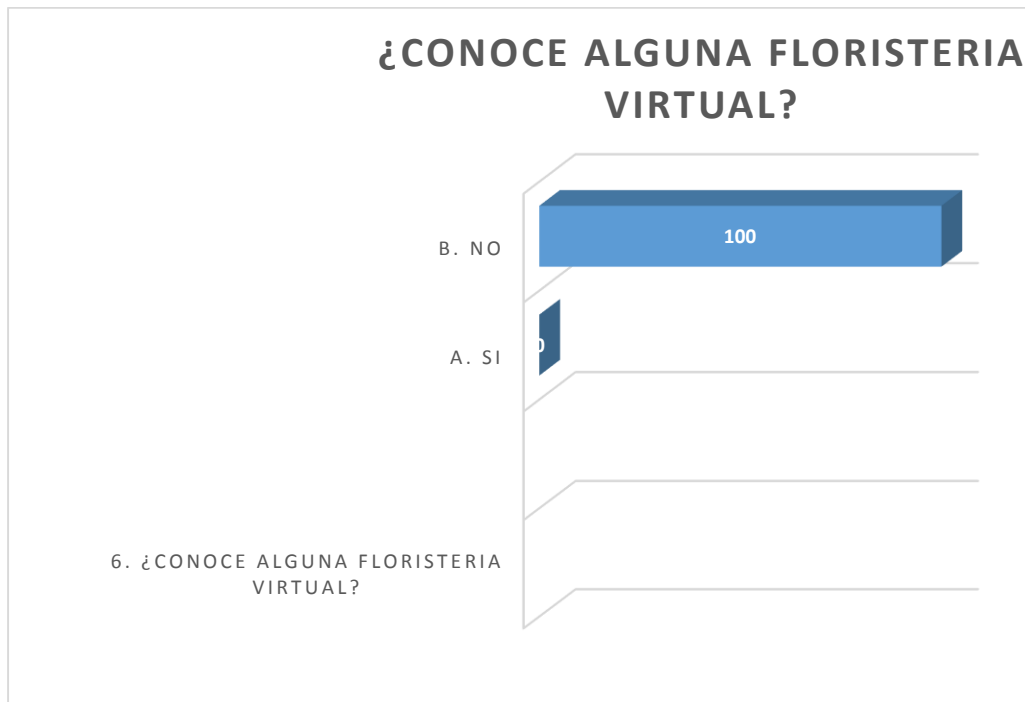


Imagen 6.

#### 7. Elija, Rango De Ingresos Mensuales.

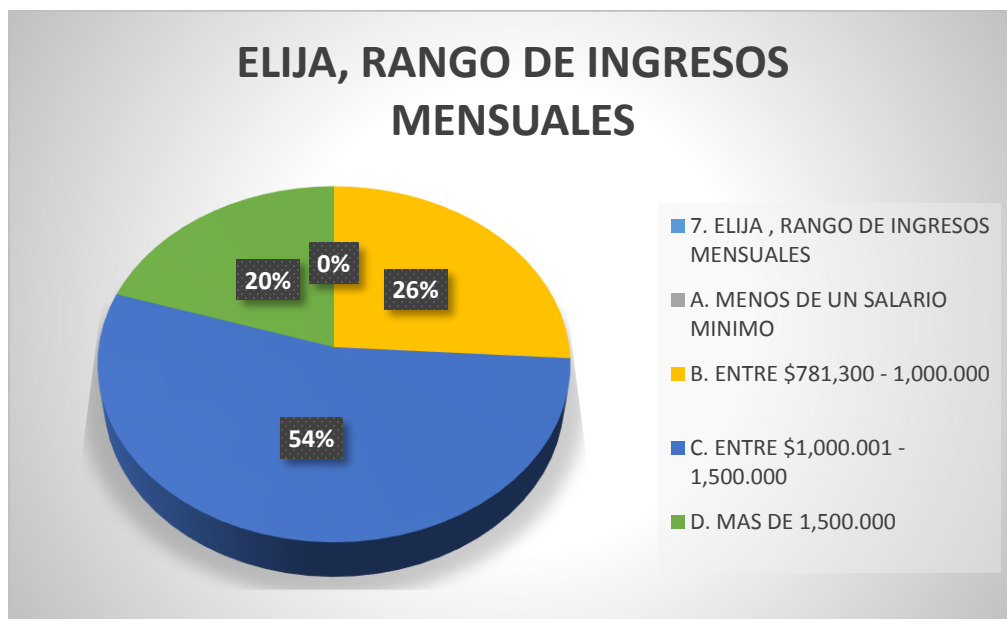


Imagen 7.

8. ¿Cuál Es Su Actividad Económica?



Imagen 8.

9. ¿Si Le Entregaran Algún Tipo De Incentivo Por Referir Clientes ¿Los Referiría?



Imagen 9.

## 10. Sexo

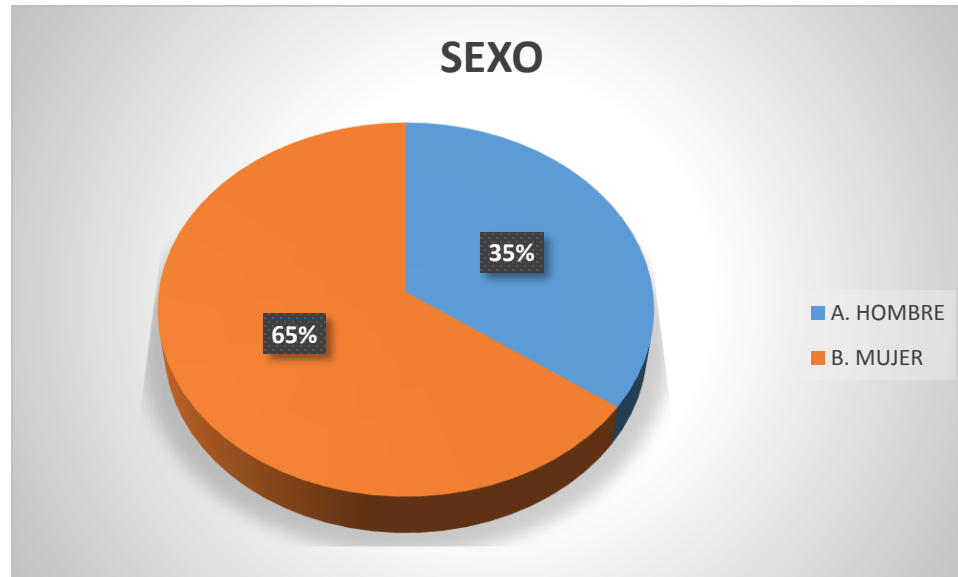


Imagen 10.

### *Análisis De Los Resultados.*

Este estudio nos demuestra que los clientes no tienen conocimiento de una aplicación móvil capaz de otorgarles la oportunidad de escoger regalos de diferentes estilos y presentaciones y llevarle seguimiento a sus pedidos. está presentándose con un modelo de negocios innovador y muy creativo, además de esto encontramos que las personas encuestadas ven atractiva la manera de realizar compras por medios electrónicos convirtiéndose esta en una ventaja al momento de lanzar al mercado nuestra APP FLOR Y VIDA, encontrando también una ventaja competitivo capaz de alcanzar una amplia aceptación en el mercado por su innovación agilidad y capacidad de entrega de productos de manera ágil y rápida.

***Identifica Tipo De Mercado Al Cual Se Dirige Su Producto O Servicio.***

En esta encontramos un mercado potencia y son todas las personas que requieran de nuestros productos con un enfoque en edades desde los 20 hasta los 35 años ya que según lo que revelan nuestras encuestas este mercado es un mercado más fácil de atacar y con una amplia aceptación y con una capacidad de pago de los productos ofrecidos a través de nuestra APP FLOR Y VIDA, además de esto este mercado seleccionado tiene una amplia interacción con los medios electrónicos, creando una oportunidad al momento de realizar cualquier ofrecimiento comercial por medio de nuestra APP.

***B2b Business To Business (Atención A Clientes Corporativos).***

APP FLOR Y VIDA está pensada en brindarle una posibilidad a las empresas con objetivos sociales o de eventos ya que a las mismas se le entregaran tarifas preferenciales, esta debe tener un registro en nuestra plataforma como empresa, de tal manera que permita identificar el tipo de empresa y la manera de colaborar en conjunto con las mismas, creando un reconocimiento no solo a nivel del cliente final, sino que también a nivel empresarial.

***B2C Business To Customer (Atención A Clientes Personas).***

APP FLOR Y VIDA se convierte en un canal de venta directo al cliente final, logrando ser una APP capas de permitir al cliente que interactúe con nuestra plataforma, escoja nuestros productos e incluso que le pueda llevar seguimiento a sus envíos todo por precios muy cómodos logrando satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

## **Variables de Segmentación**

- ***Geográfica.***

se selecciona como posición de lanzamiento y publicidad de nuestra APP FLOR Y VIDA las ciudades de Cali y Bogotá, estas debido a que se cuenta a la fecha en estas ciudades con las instalaciones adecuadas para la distribución y venta de todo lo publicado en nuestra APP.

- ***Edad.***

Las edades seleccionadas fueron tomadas con base a nuestra encuesta de estudio de mercado en las cuales las edades más encontradas están desde los 20 a los 35 años.

- ***Ingresos.***

los ingresos para nuestra APP no están sujetos a algún tipo de ingreso base, ya que nuestra APP se encuentra enfocada a toda persona que tenga la capacidad de utilizar un teléfono celular inteligente, con capacidad de pago de cualquier producto presentado en nuestra APP, si hablamos a las personas a las cuales se le enfocara nuestra publicidad sus ingresos deben ser superiores a 1.5 SMLMV de estratos medios y altos.

## **Plan de Marketing**

### **Estrategia de producto.**

Para realizar la estrategia de producto se tomará como ejercicio la estrategia de marketing mix esta nombrada como las cuatro P'S:

- ***Producto:*** APP FLOR Y VIDA.



imagen 11.

- ***Precio.***

Como estrategia de mercado y tomando nuestro estudio de mercado el precio será acorde al producto que se ofrecerá, mezclando factores como: calidad, nivel económico del cliente, costo de producción y competencia.

Al unir estas variables se le entregara al cliente un precio que se acomode a sus exigencias, además de estos se manejaran productos con precios estándar.

- ***Publicidad.***

como estrategia para promocionar nuestra compañía y nuestra APP FLOR Y VIDA se diseñan medios de publicidad manejados por medio de las redes sociales, como lo son Facebook, Instagram e internet, esta publicidad será manejada únicamente por medios electrónicos, ya que este es el fin de todo (incitar al cliente a utilizar todos los medios electrónicos posibles para encontrar lo que busque).



Imagen 12.

- **Marca.**

APP FLOR Y VIDA.

- **Logo.**



Imagen 13.

- **Slogan.**

Momentos que florecen.

### ***Ventaja Competitiva***

- APP pionera en el mercado digital enfocada en la venta de flores y detalles aptos para toda ocasión enfocada en el seguimiento del cliente y en la auto segmentación del cliente.
- capacidad de llevar seguimiento a los pedidos realizados.

### ***Ventaja Comparativa***

Nuestra APP es sostenible ya que esta no necesita de un amplio personal para la recepción de los pedidos no es necesario utilizar un amplio personal para esta labor y además de esto no tiene cobros por arriendos ni demás gastos fundamentales de una compañía tradicional.

### **Estrategia De Promoción**

Como estrategia de promoción principal se inicia con los envíos gratis, un envío cualquiera tiene un costo estimado de entre 10.000 a 15.000, toda persona que realice pedidos por medio de nuestra APP no se le realizaran cobros por envío.

Además de esto nuestra APP contara con descuentos diarios sobre productos seleccionados, impulsando al cliente a utilizar medios digitales para la solicitud de productos.

### **Campana Publicitaria**

Nuestra campaña publicitaria iniciara dando a conocer nuestra empresa por Facebook, esta con diferentes tipos de anuncios Y/O promociones, seguido a esto tomaremos parte en Instagram y así con el apoyo de estas 2 plataformas daremos a conocer nuestro producto.



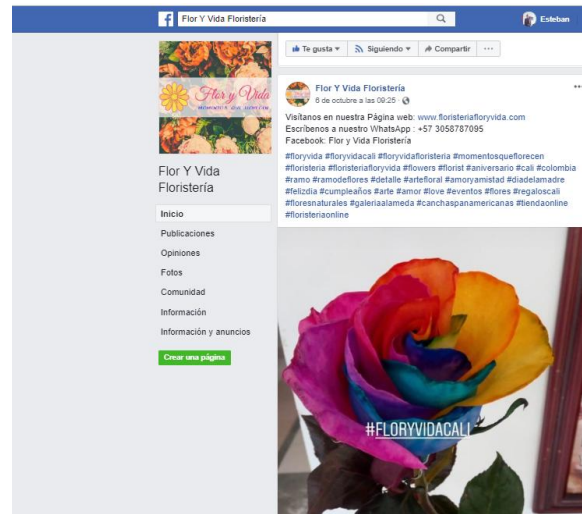


Imagen 14.



Imagen 15.

### Estrategia De Distribución

Para nuestro proyecto se utilizará un canal de distribución directo, Ya que nuestro cliente no tendrá que buscar un intermediario al momento de comprar nuestros productos,

lo único que deben hacer es abrir nuestra APP y elegir el producto que más se acople a sus necesidades.

### Proyección De Ventas

MES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	
AÑO 1						
INGRESOS BRUTOS	\$ 650.000	\$ 700.000	\$ 800.000	\$ 900.000	\$ 1.000.000	
JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
\$ 1.150.000	\$ 1.300.000	\$ 1.450.000	\$ 1.500.000	\$ 1.550.000	\$ 1.700.000	\$ 1.850.000

Imagen 16.

Para nuestra proyección de ventas se prevé un aumento de ventas superior a \$100.000 durante todo el año y cerrar con un aumento de \$150.000 mensuales, esto se logra ya que al ser una plataforma totalmente virtual los costos de manejo y fabricación es más bajo.

### PRESUPUESTO DE MERCADO

actividades	presupuesto económico	porcentaje de presupuesto total
<b>MEDIOS.</b> Prensa (2 mercados), inserciones de 1/3 de página.	\$ 350.000	30%
correo electrónico	\$ 20.000	30%
<b>total medios</b>	\$ 370.000	61%

<b>PRODUCCION.</b> Periódico Se estiman 30 anuncios (Tipo, fotografía/ilustración) para 30 anuncios.	\$ 18.000	10%
Correo directo y redes sociales envíos de correo directo, fotografía, tipo, impresión.	\$ 10.000	10%
<b>total producción</b>	\$ 28.000	20%
<b>Promoción.</b> Costo de redención Costo de redención de un cupón de \$12.000 = 5% de descuento en dos de cuatro envíos Respuesta estimada de 50%. 5% 6 ENVÍOS = APROX, 60,000 x \$ 6 = \$ 360.000	\$ 360.000	11%
<b>Promoción total</b>	\$ 360.000	11%
<b>Merchandising</b> 20 letreros para apoyar las promociones planeadas de medios y promociones de tienda a un costo estimado de \$ 5.000 (20 letreros x\$ 5.000) = \$ 40,000.00	\$ 100.000	3%
<b>Exhibiciones en el punto de compra.</b>	\$ 40.000	1%
<b>tarjetas de recordación stikers y tarjetas decorativas</b>	\$ 250.000	5%
<b>Total de Merchandising</b>	\$ 390.000	8%
<b>TOTAL</b>	\$ 1.148.000	100%

**Costo de fabricación del producto.**

el costo de fabricación del producto varía según la complejidad del mismo razón por la cual el costo de producción del producto se toma en un 10% sobre el valor comercial del mismo.

Imagen 17.

**Política de Cartera**

La política de cartera a implementar es que no se entregaran productos a crédito, esto con el fin de mantener unas cifras optimas y crecientes.

**Planeación Estratégica Generativa****Descripción del Negocio**

APP FLOR Y VIDA es una app capaz de recibir pedidos de productos de floristería tales como: flores, chocolates, `peluches, arreglos florales estos aptos para toda ocasión.

Este con las siguientes propuestas de valor:

- ✓ APP capaz de procesar y agregar compras de cualquier producto seleccionado.

- ✓ pagos virtuales.
- ✓ seguimiento de pedidos.
- ✓ fácil recordación.
- ✓ programa de fidelización puntos por todo.

### **Objetivo General**

El objetivo general de nuestra compañía es crear una app para que todos nuestros clientes le lleven seguimiento a sus pedidos tengan una entrega rápida y no vean la necesidad de salir de su hogar u oficina.

### **Misión**

Este es un proyecto Familiar, innovar con cada producto a la venta y ser un ejemplo a seguir es nuestro objetivo, productos de Floristería, detalles y pastelería hechos con mucho amor serán para dar las mejores sorpresas. Todo con el único propósito de hacer que cada día se llene de MOMENTOS QUE FLORECEN.

### **Visión (Futuro Preferido)**

Siendo los mejores en lo que hacemos y expandirnos a diferentes lugares de Colombia, donde nuestros clientes escojan su mejor detalle así sea en Flores, Detalles, Peluches o pastelería. Una empresa que inspire y genere empleo a muchas personas.

Siendo reconocidos por la calidad humana y profesional de nuestra gente y por nuestra contribución a la comunidad.

### **Análisis De Porter.**

#### ***1.Nuevos entrantes:***

Nuestra APP se encuentra comprometida con la actualización permanente de la misma, y de esta manera brindarle al cliente una experiencia renovada y practica para su manejo, además de esto tendrá la capacidad de brindarle a cada cliente promociones especificas según su segmento, creando sobre si una ventaja sobre cualquier empresa entrante.

#### ***2.Proveedores:***

Para el manejo de proveedores es indispensable para la empresa mantenerse al tanto de todas las fluctuaciones del mercado, para así elegir al proveedor que más le convenga, nuestra empresa no se enfocara en manejar un solo proveedor. Contará con al menos 3 proveedores con los que se pueda negocias y comparar precios dentro del mercado.

#### ***3.Clientes:***

Una de las ventajas que entrega nuestra Floristería virtual es que tiene un amplio segmento de clientes siendo este uno de los fuertes ya que no se va a enfocar sobre un rango de edades pequeño, al contrario, tendrá un amplio rango de edades lo que le permitirá ser una empresa creciente.

***4.Productos sustitutos:***

Los productos sustitutos encontrados sobre nuestro mercado son los productos sintéticos o de plástico, una estrategia para mitigar la fuga de clientes por estos productos es crear un amplio sistema de fidelización al cliente convirtiéndolos en cliente que se identifiquen con la empresa y que siempre tengan como primera opción nuestros productos.

***5.Rivalidad de la industria:***

En la actualidad la rivalidad de la industria se encuentra concentrada en un solo sitio y el mismo es para la venta de los productos al por mayor y solo en el punto de venta, la ventaja que brinda nuestra APP es que le va a permitir al cliente no salir de su vivienda y llevarle seguimiento a sus pedidos ventaja sobre toda la industria.

## Análisis campo de fuerzas (DOFA)

FORTALEZA	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>Tenemos un alto nivel de competitividad.</b></li> <li>✓ <b>Tenemos costos más bajos que la competencia.</b></li> <li>✓ <b>Desarrollamos más productos nuevos que la competencia.</b></li> <li>✓ <b>No tenemos rechazos por calidad de productos.</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>Tenemos una débil imagen en el mercado.</b></li> <li>✓ <b>No tenemos los recursos financieros necesarios.</b></li> </ul>
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>Podemos desarrollar nuevos productos o mejorar los actuales para atender necesidades de los clientes.</b></li> <li>✓ <b>Podemos conseguir capital de riesgo a un interés atractivo.</b></li> <li>✓ <b>Hay un segmento del mercado que podemos atender y todavía no lo estamos haciendo.</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>El mercado no está creciendo de acuerdo a lo esperado.</b></li> <li>✓ <b>Los clientes están cambiando sus costumbres en forma negativa al uso de nuestros productos.</b></li> <li>✓ <b>La situación política del país es inestable ( 2 años)</b></li> </ul>

Tabla 2.



## Cadenas de Valor

Cadena de valor	
logística interna	el almacenamiento de materiales actualmente se encuentra en sede principal de nuestra floristería ubicada en la ciudad de Cali, y para solicitudes realizadas en la ciudad de Bogotá se tomaran contactos y proveedores directos de la ciudad, esto para la fabricación del producto.
operaciones	nuestra floristería maneja 2 sucursales, la primera en la ciudad de Cali con su sucursal física, y la segunda sucursal ubicada en la ciudad de Bogotá, esta al ser una ciudad piloto a la fecha su sucursal es virtual.
logística externa	el procesamiento de pedidos lo realizara la app y le será asignado a la persona encargada de la recepción de los mismos y esta enviara las solicitudes a la persona encargada de la elaboración y entrega de nuestro producto.

marketing	nuestra campaña publicitaria iniciara dando a conocer nuestra empresa por Facebook, esta con diferentes tipos de anuncios y/o promociones, seguido a esto tomaremos parte en Instagram y así con el apoyo de estas 2 plataformas daremos a conocer nuestro producto.
servicios post ventas	todo tema concerniente a quejas y reclamos serán recibidos por medio de nuestro chat, este para darle una solución al cliente más ágil y rápida.

Tabla 3.

## Análisis PESTEL

factores políticos	factores económicos	factores sociales	Factores tecnológicos
<p><b>El gobierno ha implementado una medida para fomentar la inversión en innovación, la cual consiste en brindar beneficios tributarios para las empresas que realicen innovaciones e investigaciones científicas orientadas a la mejora continua de la competitividad de las ofertas en el mercado</b></p>	<p>De acuerdo con el Dane, la economía del país creció 2,2% en el primer trimestre de 2018.</p>	<p>el país en donde se encuentra nuestra empresa tiene buenas costumbres al momento de celebrar buenos momentos</p>	<p>en la actualidad el país se encuentra en vía de desarrollo tecnológico razón por la cual es apto para introducir nuevas maneras tecnológicas para la innovación en los productos y creación de nuevos sistemas.</p>

<p><b>el gobierno hasta el momento no impone políticas restrictivas al uso de apps lo cual hace favorable mantener una APP</b></p>	<p>Los sectores que más impulsaron el PIB en el primer trimestre fueron: actividades financieras y seguros (6,1), administración pública u defensa (5,9), actividades profesionales, científicas y técnicas (5,6), actividades artísticas, de entretenimiento y recreación (4) y comercio al por mayor (3,9). Todo en porcentajes.</p> <p>(1)</p>	<p>Según el portal el tiempo: "La encuesta mundial también preguntó por el grado de felicidad de los ciudadanos, y de nuevo Colombia ocupa el segundo lugar como el país más feliz del mundo. En este caso, 88 de cada 100 colombianos consultados se sienten felices, mientras que en el mundo son solo 59 de cada 100".</p> <p>(2)</p>	
<p><b>Políticas que generan beneficios tributarios a la compañía impulsando a la misma y permitiendo que la misma sea auto sostenible</b></p>			

Tabla 4.

(1) <https://www.portafolio.co/economia/colombiana-primer-trimestre-de-2018-517100>

(2) <https://www.eltiempo.com/vida/salud/colombia-vuelve-a-ser-el-segundo-pais-mas-feliz-del-mundo-168578>