

PLAN DE MERCADEO PARA LA EMPRESA SU WEB MÓVIL

Presentado por:

JUAN FERNANDO MARÍN SOLANA

Director:

JUAN ANTONIO GUDZIOL

PLAN DE MERCADEO PARA LA EMPRESA SU WEB MÓVIL

Universidad Icesi

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PROYECTO CURRICULAR

COLOMBIA

2014

## **Indice**

- 1. Resumen.**
  - 1.1. Resume**
  - 1.2. Palabras clave**
  - 1.3. Key words**
- 2. Objetivos Genéricos.**
- 3. Análisis Interno de la Empresa.**
  - 3.1 Misión.**
  - 3.2 Visión.**
- 4. Análisis del Entorno.**
  - 4.1 Entorno Económico.**
  - 4.2 Entorno Político y Legal.**
  - 4.3 Entorno Tecnológico.**
  - 4.4 Entorno Socio-cultural.**
  - 4.5 Entorno Demográfico.**
- 5. Fuerzas de Porter.**
  - 5.1 Poder de negociación con los consumidores.**
  - 5.2 Poder de negociación de los proveedores.**
  - 5.3 Amenazas de nuevos competidores.**
  - 5.4 Amenaza de productos sustitutos.**
  - 5.5 Intensidad de la rivalidad de competidores.**
- 6. Matriz Estratégica.**
  - 6.1 Segmento.**
  - 6.2 Posicionamiento.**
  - 6.3 Estrategia de crecimiento.**
- 7. Analisis DOFA.**
- 8. Ventaja Competitiva**
- 9. Venataja Comparativa.**
- 10. Objetivos del Plan de Marketing**
  - 10.1 Corto plazo**

**10.2** Mediano plazo

**10.3** Largo plazo

**11.** Mezcla de Marketing

**11.1** Producto/Servicio

**11.1.1** Definición. Valor. Expectativa vs. Percepción

**11.1.2** Normas de Calidad

**11.1.3** Servicio

**11.1.4** Estrategia

**11.1.5** Servicios Anexos

**11.1.6** Control de calidad

**11.2** Precio

**11.3** Canal de Distribución

**11.4** Promoción

**11.4.1** Publicidad

**11.4.2** Promoción de ventas

**11.4.3** Relaciones públicas.

**11.4.4** Marketing Directo y relacional.

**12.** Conclusiones.

**13.** Bibliografía.

**14.** Anexo

## **1. Resumen**

El objetivo de este trabajo es desarrollar un proyecto de grado que consiste en realizar un plan de mercadeo para el negocio Suwebmovil.co, buscando poner en práctica los conocimientos adquiridos durante la carrera y haciendo uso de diferentes fuentes de información para construir el trabajo.

Este trabajo tiene como fin plasmar proyecciones de estrategias para una idea de negocio, con el compromiso de participar en el mercado laboral de manera eficiente para lograr una buena representación de Colombia pero sobre todo dar buena imagen de la universidad como profesional.

### **1.1. Resume**

The idea of the creation of this résumé is to develop a marketing plan to Suwebmovil.co, trying to use all the knowledge of the subject, using different kinds of information to build this work.

The objective of this paper is to create projections strategies for a business idea, with the compromise of participating in the labor market in an efficient way, so I can represent Colombia and the university with a good image as a professional.

### **1.2. Palabras clave**

Mercadeo móvil, internet, mercadeo digital, software, aplicación.

### **1.3. Key words**

Mobile marketing, digital marketing, responsive desing , apps

## 2. Objetivo Genéricos

Promover la conversión masiva de las páginas web de PC a móvil, debido a que la navegación por medio de estos dispositivos constituye una tendencia actual por las múltiples conveniencias para el usuario que ofrece. Las empresas que logren ofrecer este servicio tendrán un valor diferenciador que le permitirá al usuario una navegabilidad más amigable.

## 3. Análisis interno de la Empresa

### 3.1 Visión

Ser reconocidos en Colombia inicialmente y luego en el mundo de habla hispana, como el servicio líder para la conversión de páginas web de escritorio a móviles y de desarrollo de estrategias de mercadeo en internet.

### 3.2 Misión

Suwebmovil.co es una empresa que surge como una solución para aquellas empresas que quieran responder a la demanda de la navegación mediante los dispositivos móviles.

## 4. Análisis del Entorno

**4.1. Entorno económico:** El país está viviendo una situación económica de crecimiento global positivo tanto histórico como proyectado. Este crecimiento global impacta positivamente los diferentes sectores económicos e impulsa el consumo.

**4.2. Entorno Político y Legal:**<sup>1</sup>”Sitios como las plazoletas Jairo Varela y de los poetas, el paseo de la Avenida Colombia, la Loma de la Cruz, la Loma de San Antonio, entre otros, ya cuentan con esta señal de internet

---

1

[http://www.cali.gov.co/publicaciones/con\\_las\\_tecnologas\\_de\\_la\\_informacin\\_cali\\_empieza\\_a\\_dar\\_un\\_salto\\_cualitativo\\_para\\_el\\_maana\\_pub](http://www.cali.gov.co/publicaciones/con_las_tecnologas_de_la_informacin_cali_empieza_a_dar_un_salto_cualitativo_para_el_maana_pub)

inalámbrica gratuita”.La implementación de redes Wifi en la ciudad de Cali bajo la gobernación de Ubeimar Delgado abrió las puertas a una era digital que abre el acceso gratuito lo cual incrementa el uso de medios digitales y esto fomenta y aumenta la base de posibles consumidores. Estos nuevos clientes son posibles targets de nuestros clientes lo cual proporciona una oportunidad para ofrecer los servicios de la empresa. La puesta en marcha del proyecto Cali Digital promueve la cultura digital para mejorar la calidad de vida de los ciudadanos lo cual es muy importante para nuestros servicios. El ser un año electoral dificulta algunas inversiones empresariales. Sin embargo, no existe ninguna ley que impida a la empresa realizar alguna de sus operaciones primarias. Esto es una ventaja para masificar el servicio en el mercado nacional porque no hay ningún tipo de restricción que vaya a reducir la operatividad y productividad.

- 4.3. **Entorno tecnológico:** El mundo en general está en una tendencia hacia el uso creciente de la tecnología móvil. Esta es oportunidad para la empresa y aunque en el país aún no es tan fuerte esta tendencia si se está masificando la navegación, búsqueda y compra de servicios a través del móvil. Esto nos permite tener un año de ventaja de posicionamiento, para crear valor de diferenciación frente a los competidores que surjan a futuro. Por otro lado el plan vive digital fomenta la utilización del internet y el desarrollo de un ecosistema digital nacional.
- 4.4. **Entorno socio-cultural:** Culturalmente en el país hay fuerte aceptación y empatía por la tecnología, lo cual es una oportunidad para presentar el servicio como un beneficio para el mercado objetivo. También hay desconfianza hacia el pago en línea, la cual buscamos reducir mediante alianza con una institución que proyecte confianza al cliente y mediante el establecimiento de formas de pago alternativas.
- 4.5. **Entorno demográfico:**<sup>2</sup> “En el país se encontraran más de 44 millones de celulares, de los cuales 19 millones serán teléfonos inteligentes”. Independiente de si son mujeres u hombres, realizan el mismo fin con estos dispositivos.

---

<sup>2</sup> <http://zinapi.com/cms/estadisticas-sobre-el-uso-de-dispositivos-moviles/>

## 5. Fuerzas de Porter

- 5.1. Poder de negociación con los consumidores: el poder de negociación de los consumidores es bajo porque no existe una compañía que ofrezca este servicio al precio establecido por la empresa, además ellos mismos no están en la capacidad de realizar esta labor porque no tienen acceso al software.
- 5.2. Poder de negociación de los proveedores: Actualmente es alto debido a que existen pocos proveedores que ofrecen el servicio y esto les permite imponer sus condiciones.
- 5.3. Amenazas de nuevos competidores: Es alta debido al crecimiento en el uso del móvil y por ende lo atractivo de este mercado, lo que nos obliga a movernos rápido y establecer un posicionamiento con un valor diferenciador que nos permita destacarnos de los competidores.
- 5.4. Amenaza de productos sustitutos: existen otros servicios similares que pueden afectar la demanda de clientes tales como plugins o aplicaciones para móvil y la tecnología Responsive Design, que aunque más costosa, cumple una función similar a la de SUWEBMOVIL.
- 5.5. Intensidad de la rivalidad de competidores: el número de empresas que ofrecen el servicio actualmente es bajo aún por lo que la intensidad competitiva todavía es baja. Además nos diferenciamos por ofrecer herramientas de marketing que son útiles en el posicionamiento en la web. El principal competidor podría ser el propio proveedor que cuenta con mayor capital e infraestructura superior, pero que por el momento no está interesado en el mercado latinoamericano.

## 6. Matriz Estratégica

- 6.1. **Segmento:** todos los gremios de Colombia que estén presentes o deseen poseer un posicionamiento en internet.
- 6.2. **Posicionamiento:** ser la empresa líder en prestación de servicios de estrategias digitales en Colombia, para brindar estrategias digitales a todas las empresas que quieran posicionarse en internet.

**6.3. Estrategia de crecimiento:** para esta estrategia se implementara la herramienta de desarrollos de nuevos mercados, en la que se realizara una expansión para atender a Latinoamérica, para sí poder capturar a más empresas que deseen realizar un posicionamiento en internet.

Debido a que nuestro medio de comunicación es internet, podemos comunicarnos fácilmente por medio de la web con los clientes a los que no se es fácil visitarte personalmente, y aun así brindarle un servicio eficiente pero sobre todo personalizado.

## 7. Análisis DOFA

<p><b>Debilidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Mercado poco conocido</li> <li>-Poco capital</li> <li>-Poco conocimiento de programación</li> <li>-Empresas grandes prefieren trabajar con agencias digitales</li> <li>-Proveedores de IT nos ven como-Mcompetencia</li> </ul>	<p><b>Oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Servicio Innovador</li> <li>-Uso creciente de dispositivos móviles</li> <li>-Competencia costosa</li> <li>Mercado objetivo sin fronteras nacionales</li> <li>Más de 265.000 páginas web en Colombia</li> </ul>
<p><b>Fortalezas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Acuerdo con el Proveedor del sistema nos da prioridad y exclusividad temporal</li> <li>-Conocimiento de marketing</li> <li>-Posible apoyo Icesi</li> <li>-Mentalidad emprendedora</li> </ul>	<p><b>Amenazas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Competencia agresiva</li> <li>-Plugins que convierten sitios web</li> <li>-Responsive design</li> </ul>

## 8. Ventaja Competitiva

Suwebmovil.co ofrece un servicio eficiente para todos los medios de aparición en internet, una estrategia digital que además del diseño de estos medios brinda un posicionamiento en internet para lograr una mejor exposición y ranking en los principales motores de búsqueda como Google, todo a un mejor precio que haciéndolo directamente con la tecnología responsive design.

## 9. Ventaja Comparativa

La diferenciación frente a los competidores es el software motor de conversión



que tiene la empresa, el cual permite simplificar el proceso de diseño y la creación o conversión de páginas web para móviles y al cual la competencia aún tiene acceso.

## 10. Objetivos del Plan de Marketing

**10.1. Corto Plazo:** durante el primer año se tiene previsto vender 179 unidades que equivalen a \$218'759,167 COP, generando un share del 0,18% del mercado.

**10.2. Mediano plazo:** durante el segundo año se tiene previsto vender 197 unidades que equivalen a \$289'721,250 COP, generando un share del 0,23% del mercado.

Durante el tercer año se tiene previsto vender 217 unidades que equivalen a \$35'839,785 COP, generando un share del 0,27% del mercado.

**10.3. Largo plazo:** durante el cuarto año se tiene previsto vender 239 unidades que equivalen a \$448'851,429 COP, generando un share del 0,31% del mercado.

Finalmente, durante el quinto año se tiene previsto vender 262 unidades que equivalen a \$540'612,116 COP, generando un share del 0,34% del mercado.

## 11. Mezcla de Mercadeo

### 11.1. Producto/Servicio

**11.1.1. Definición. Valor. Expectativa vs. Percepción:** servicio de estrategias digitales para brindar un servicio de diseño para internet y dar un posicionamiento para que ese diseño tenga mayor exposición.

**11.1.2. Normas de Calidad:** existe una serie de documentos que certifican que el servicio es prestado, además de unas guías que han sido evaluadas en el proceso del servicio, en el que paso a paso están claramente establecidos que se debe realizar en cada etapa. Además contamos con respaldo del proceder que es líder mundial en la categoría.

**11.1.3. Servicio:** brindar un servicio de calidad que nos permita ser reconocidos por un desempeño eficiente a un excelente precio.

- 11.1.4. Estrategia:** por medio de las diferentes herramientas de internet, obtener un posicionamiento privilegiado que nos dé mayor exposición a la de nuestros competidores. Se posee una alianza con un call center en el que se realiza acercamiento con el segmento de clientes para generar prospectos y ampliar el portafolio de clientes que nos sirva como respaldo de calidad; en redes sociales se realiza una campaña segmentación según el grupo objetivo para no generar spam y sólo exponernos a quien realmente le pueda interesar.
- 11.1.5. Servicios Anexos:** como complemento de la creación de páginas web móviles, los clientes también podrán adquirir paquetes de publicidad para sus páginas web.
- 11.1.6. Control de calidad:** Cualquiera de los paquetes de servicios que se adquiera por parte de Su web Móvil cuenta con un acompañamiento personalizado durante 15 días para cualquier imprevisto que se puedan generar en este transcurso de tiempo.

## **11.2. Precio**

El buscar un crecimiento acelerado nos lleva a establecer un precio de penetración y comunicar efectivamente el valor de diferenciación, para que nos permita obtener valor por parte de los clientes a quienes buscamos seducir por el beneficio final que ofrecemos.

Dependiendo del paquete que se obtenga varían los precios, ya que cada paquete posee ciertas características de acompañamiento y asesoramiento además de beneficios adicionales que otros paquetes no poseen.

Nosotros los hacemos por usted, al usuario se le brinda un diseño personalizado, y publicidad en internet. COP \$ 1'198,000

Hágalo usted mismo, el usuario se le da acceso a la plataforma y el mismo realiza su propio diseño. COP \$ 360,000

## **11.3. Canales de distribución**

Serán netamente por medio de internet, todo el desarrollo y entrega del producto se realiza en internet, no existen intermediarios en el servicio por lo cual existe un contacto directo con el consumidor final.

## 11.4. Promoción

**11.4.1. Publicidad:** estamos pautando en internet por los diferentes medios posibles para daros una mayor exposición. Todo esto mediante palabras claves para tener un mayor posicionamiento en los motores de búsqueda y por medio de los diferentes banners para comunicarnos de manera masiva.

**11.4.2. Promoción de ventas:** Como estrategia pull estamos implementando un 20% de descuento para aquellas personas que adquieran cualquiera de nuestros servicios, como un incentivo para que se genere más demanda por el servicio.

**11.4.3. Relaciones públicas:** asistimos a los diferentes eventos de tendencias digitales que hayan en Bogotá y Cali, en los que interactuamos personalmente con nuestro mercado objetivo, mostramos el servicio de manera directa y fomentamos relaciones para crear prospectos y potenciales clientes a largo plazo.

**11.4.4. Marketing Directo y relacional:** Se realizara una comunicación mediante correo electrónico con prospectos de clientes, para fomentar una relación y para también convertirlos en clientes reales.

## Conclusiones

- El mercado móvil aún es muy nuevo en Colombia, lo cual se nos presenta como una gran oportunidad de negocio en el que hay que tomar acciones eficientes para adquirir diferenciación y participación, ya que es bastante llamativo y las barreras de entrada no son altas
- La implementación de un estudio de mercado más grande puede determinar grandes puntos esenciales para el crecimiento de la empresa, ya que el actual no fue capaz de brindar datos contundentes, debido a que la industria es muy poco conocida en el ámbito laboral caleño.
- La educación y la comprensión por parte de las PYMES sobre las ventajas que tiene implementar una página web móvil son de suma importancia para la empresa.
- Se espera que con el actual plan se alcance un crecimiento exponencial de las ventas del servicio.

## Anexos

Admon anual	398000		
Instalación	200000		
Total Anual a Cobrar	1396000	\$	116.333 mensual
Costo anual reseller	154800		

<b>Costos Sitio web</b>		<b>\$ 221.466</b>
Registro Dominio	10,17	\$ 21.866
Hosting		\$ 99.600
Desarrollo		\$ 100.000

<b>eMailing</b>		<b>\$ -</b>	Gratis 1000	1%	10% conv
mailChimp				10	1
IDEUSS				10	1
<b>Marketing Online</b>	<b>\$ 150</b>	<b>\$ 322.500</b>	CPC	clicks	10% conv
Google Adword	50	\$ 107.500	2000	54	5
Facebook	50	\$ 107.500	0,9	56	6
LinkedIn	50	\$ 107.500	2,5	20	2
<b>Cientes mes proyectados</b>	<b>15</b>				
eMailing	2				
Google y Social media	13				
<b>Administracion</b>		<b>\$ 3.300.000</b>			
Webmaster		\$ 800.000			
Lider proyecto		\$ 2.500.000			

<b>Ventas</b>	
Nombre de producto	Artículo
Año 1º: estimación de ventas	179
Año 1º: precio por unidad	\$ 1.396.000,00
Crecimiento anual comparado del precio por unidad (años 2º a 5º)	5,00%
	\$
Año 1º: volumen de mercado (en dólares)	64.000.000,00
Crecimiento anual comparado del volumen de mercado (años 2º a 5º)	10,00%
Año 1º: coste variable por unidad	\$ 154.800,00
Crecimiento anual comparado del coste por unidad (años 2º a 5º)	5,00%
Año 1º: gastos fijos	\$ 3.622.500,00
Tasa de crecimiento anual comparado (años 2º a 5º)	3,00%

<b>Ventas</b>	<b>Año 1º</b>	<b>Año 2º</b>	<b>Año 3º</b>	<b>Año 4º</b>	<b>Año 5º</b>
Precios por unidad	\$ 1.396.000	\$ 1.465.800	\$ 1.539.090	\$ 1.616.045	\$ 1.696.847
Renovación	\$ 398.000	\$ 417.900	\$ 438.795	\$ 460.735	\$ 483.771
Costos por unidad	\$ 154.800	\$ 162.540	\$ 170.667	\$ 179.200	\$ 188.160
Gastos fijos	\$ 3.622.500	\$ 3.731.175	\$ 3.843.110	\$ 3.958.404	\$ 4.077.156
Volumen de mercado	\$ 64.000.000	\$ 70.400.000	\$ 77.440.000	\$ 85.184.000	\$ 93.702.400
<b>Escenario 1: Basado en la renta operativa de destino</b>	<b>\$ 20.843.056</b>	<b>\$ 29.065.313</b>	<b>\$ 37.763.366</b>	<b>\$ 47.138.749</b>	<b>\$ 57.403.786</b>
Ventas por unidades	179	197	217	238	262
Renovaciones 80%		143	272	391	504
Ventas en COP	\$ 250.116.667	\$ 348.783.750	\$ 453.160.391	\$ 565.664.986	\$ 688.845.436
Utilidad operativa	\$ 218.759.167	\$ 289.721.250	\$ 365.839.785	\$ 448.851.429	\$ 540.612.116
Cuota de mercado	0,18%	0,23%	0,27%	0,31%	0,34%

**Hágalo Usted mismo**


**COP\$ 360mil**


Antes \$456 mil

COP\$30 mil por mes mas IVA.

( Pago anual)

Creamos su cuenta en nuestra plataforma administrable, para que tenga Su Web Móvil por un año. Usted mismo podrá incluir los conectores que requiera. **Use los móviles de sus clientes para vender.**

 **Cómpralo ahora**  
Pago con IVA Colombia

 **Cómpralo ahora**  
Pago otros países

**Lo hacemos por usted**

**COP\$1.198mil**


Antes \$1.500 mil  
Mas IVA


Diseño personalizado COP\$840 mil

**INCLUYE** 300 SMS y US\$50 en publicidad.

Administración anual COP\$360 mil

**RELÁJESE.** Nuestro equipo de expertos en diseño y desarrollo web construirán y harán publicidad para que su negocio tenga una **Web Móvil EFECTIVA. Prospectos Garantizados**

 **Cómpralo ahora**  
Pago con IVA Colombia

 **Cómpralo ahora**  
Pago otros países



### Trabajos citados

[http://www.cali.gov.co/publicaciones/con\\_las\\_tecnologas\\_de\\_la\\_informacin\\_cali\\_empieza\\_a\\_dar\\_un\\_salto\\_cualitativo\\_para\\_el\\_maana\\_pub](http://www.cali.gov.co/publicaciones/con_las_tecnologas_de_la_informacin_cali_empieza_a_dar_un_salto_cualitativo_para_el_maana_pub)

<http://www.concejodecali.gov.co/>

<http://planeacion.cali.gov.co/dapweb/index.asp>

<http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/10185/4347/1/T11.11%20M92d.pdf>

<http://zinapi.com/cms/estadisticas-sobre-el-uso-de-dispositivos-moviles/>



