

## **TRABAJO DE GRADO**

### **MODELO DE RAE**

#### **Título**

Estudio de factibilidad para diseño, montaje e implementación de una aplicación digital para la marca MEDIKA STORE comercializadora farmacéutica.

#### **Autores**

Edwin Fernando Parra Obando

Yoisí Mercedes Navas Rodríguez

#### **Publicación**

Bogotá, Corporación Universitaria Minuto de Dios- UNIMINUTO U.V.D-, 2018. 100 páginas.

#### **Unidad Patrocinante**

Corporación Universitaria Minuto de Dios (UNIMINUTO), Vicerrectoría Académica U.V.D.

#### **Palabras Claves**

App, Marketing Digital.

## **Descripción**

Se cuenta con una farmacia con instalaciones física en el sector de Villa del Prado en la localidad de Suba, con un horario de atención de 08:00 a.m. a 11:00 p.m. todos los días de la semana, para ofrecer un servicio integral a nuestros clientes y consumidores, se adopta la idea de negocio como un canal de comunicación, interacción, branding y comercialización y así estar en mayor sintonía con la clientela con la creación de un App farmacéutico, OTC y productos populares. La esencia de nuestra idea es poder contribuir con la salud de los habitantes del sector y satisfacer sus necesidades, brindando la oportunidad de ofrecer combos y ofertas. Un servicio adicional que se ofrecerá a la comunidad es el servicio de inyectología a domicilio, con personal altamente capacitado para realizar el procedimiento. Los medios de pago se podrán efectuar en línea con tarjetas de débito y crédito o de manera directa a nuestros domiciliarios, por medio de datafonos y efectivo, además se contará con pagos por el sistema PSE.

## **Fuentes**

Texto: Proyectos de inversión, formulación y evaluación, segunda edición, NassirSapagChain, editorial Pearson.

Texto: Fundamentos de marketing, primera edición, Kotler, Armstrong, Benassini, editorial Pearson.

Tomado de Internet:

<http://www.sdp.gov.co/portal/page/portal/PortalSDP/InformacionTomaDecisiones/Estadisticas/Bogot%E1%20Ciudad%20de%20Estad%EDsticas/2014/Bolet%EDn69.pdf>

## **Contenidos**

El documento se encuentra subdividido en 10 capítulos a lo largo de los cuales se puede apreciar: el planteamiento del problema, estudio técnico, propuesta del negocio, estudio de mercado, estudio organizacional y legal, estudio financiero, estudio de marketing, plan operativo, impactos y conclusiones.

En el desarrollo de este trabajo

## **Metodología**

Enfoque investigativo, cuantitativo y cualitativo

Desde la metodología cuantitativa se realiza una entrevista donde se cuenta con el apoyo de los habitantes del sector de Villa del Prado en la localidad de Suba en la ciudad de Bogotá, lo que se buscaba con esta serie de entrevistas, era cuantificar el nivel de aceptación de este proyecto digital, a la mayoría de los encuestados la propuesta de negocio digital facilitaría la vida en el sector.

Desde la metodología cualitativa, esta se realiza buscando la evaluación de la plataforma digital que se ofrecerá con la venta y comercialización de productos farmacéuticos e inyectología a domicilio.

## **Conclusiones**

- Se concluye que, para el planteamiento del problema o necesidad, se logra ver que con trabajo y esfuerzo se puede realizar este proyecto, ya que es un canal de comunicación con nuestros clientes de la farmacia en físico.
- En el estudio de mercado se logra determinar con cada una de las entrevistas en terreno como desean el desarrollo de nuestro canal digital los posibles compradores en línea, también se logra determinar el nicho de mercado, basándonos en los habitantes del mercado cautivo.

- La propuesta de negocio, se evidencia de una manera real para poder determinar nuestro crecimiento en el mercado y ser posicionada la comercializadora **MEDIKA STORE**.
- Se logra estudiar cada uno de los recursos necesarios para el desarrollo de la idea de negocio, donde se pudo determinar cada una de las fases de operación para el correcto funcionamiento de la línea digital.
- En el estudio organizacional se determinan uno a uno los perfiles indicados, que harán parte de los colaboradores de la organización digital.
- La tasa de retorno en el negocio digital es una aparte que se hace representativo con un 44%, lo que significa que nuestra organización de las dos maneras tanto digital como física serán un aporte al PIB del nuestro país.
- El plan de marketing es una herramienta que se realizó para el desarrollo de nuestro mercado digital lo que hace parte de un plan en redes sociales, mails y la página.
- El desarrollo del plan operativo que se desarrolló nos determina cada una de las fases en las que se encuentran, la realización del APP.