

**PROYECTO DCD:
APLICACIÓN “Kserito”**

**IVÁN DARÍO CHAVES AVELLANEDA
PAULA ANDREA DELGADO NÚÑEZ**

**CURSO PREPARATORIO DE GRADO - DISEÑO DE INTERACCIÓN
MÓDULO NO.1**

**MARCELINO JOAQUIN JOYA MONTENEGRO
DISEÑADOR GRÁFICO**

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA UNITEC

9 DE FEBRERO DE 2017

CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN

2. ¿CUAL ES EL DOLOR?

3. 5 ANALGÉSICOS PARA ALIVIAR EL DOLOR

- **Recomendación**
- **Exploración**
- **Volantes y Tarjetas**
- **Cocina hogareña**
- **Domicilios**

4. ¿QUIENES SUFREN DE ESTE DOLOR?

5. ANTECEDENTES Y ESTUDIOS PRELIMINARES

- **Psicología del consumidor bogotano (El corrientazo como solución alimenticia)**
- **Segmentación del mercado: Identificación y Mercados Meta**
- **Monetarización**
- **Páginas referentes o aplicaciones similares en primera instancia**

6. PROPUESTA DE VALOR

7. REFERENTES

1. INTRODUCCIÓN

Para comprender adecuadamente cómo este dolor afecta a los bogotanos, debemos tener en cuenta los distintos factores del entorno diario de un ciudadano colombiano promedio en conjunto con la psicología del consumidor, es decir, el ambiente de la demanda, los grupos de referencia, la cultura, etc.¹ Haciendo uso de estos podemos determinar cuales son los analgésicos que se utilizan para calmar este mismo basado en actividades diarias.

2. ¿CUAL ES EL DOLOR?

El dolor que aqueja a los bogotanos es la constante incertidumbre del donde y que se va a comer a la hora del almuerzo ya que carecen de tiempo para realizar un plato en sus hogares debido a otras actividades diarias que son de mayor prioridad. El dolor específico que se va a tratar es que no tienen facilidades para encontrar los lugares que venden corrientazo.

3. 5 ANALGÉSICOS QUE SE USAN PARA CURAR ESE DOLOR.

- **Recomendación:** Las recomendaciones surgen a partir del desconocimiento de posibles establecimientos que ofrezcan un buen servicio de almuerzo en el área y basados en la confianza y experiencias previas de ciertas personas se escoge un sitio para el almuerzo solucionando el dolor.

¹ HENAO, O., CÓRDOBA, J. Fernando, (2007), Variables externas que inciden en la conducta de compra y consumo, *Comportamiento del consumidor: Una mirada sociológica* pág 6-7

- **Exploración:** La búsqueda constante de restaurantes que cumplan los siguientes requisitos: económicos, rápidos, balanceados nutricionalmente y cuya ubicación sea cercana a su trabajo u hogar (El orden de prioridad de estos requisitos varía según el ámbito social, educacional y cultural en que se encuentren dichos sujetos, pero sobrepone constantemente el factor temporal debido a su necesidad dentro de las actividades de los mismos²) y mediante el factor visual o auditivo que promocionan los restaurantes, eventualmente se halla un sitio que soluciona el dolor.
- **Volantes y Tarjetas:** Muchos restaurantes (sean de marca o negocios propios) tienen como forma de promoción dejar una serie de volantes en las distintas empresas o de entrega en la calle, si logran ser lo suficientemente sugestivos visualmente solucionan el dolor.
- **Cocina hogareña:** Si no se encuentran opciones lo suficientemente buenas en la calle, se destina un tiempo que es extraído de otras actividades diarias (dormir, desayunar, baño, etc.) a preparar un almuerzo que será consumido *a posteriori* (a pesar de ser un analgésico que genera la cura fija, tiene efectos secundarios que derivan en otros dolores)
- **Domicilios:** Viviendo lo suficientemente cerca de ciertos locales ya previamente conocidos y obteniendo los números telefónicos de estos, diligenciar almuerzos no

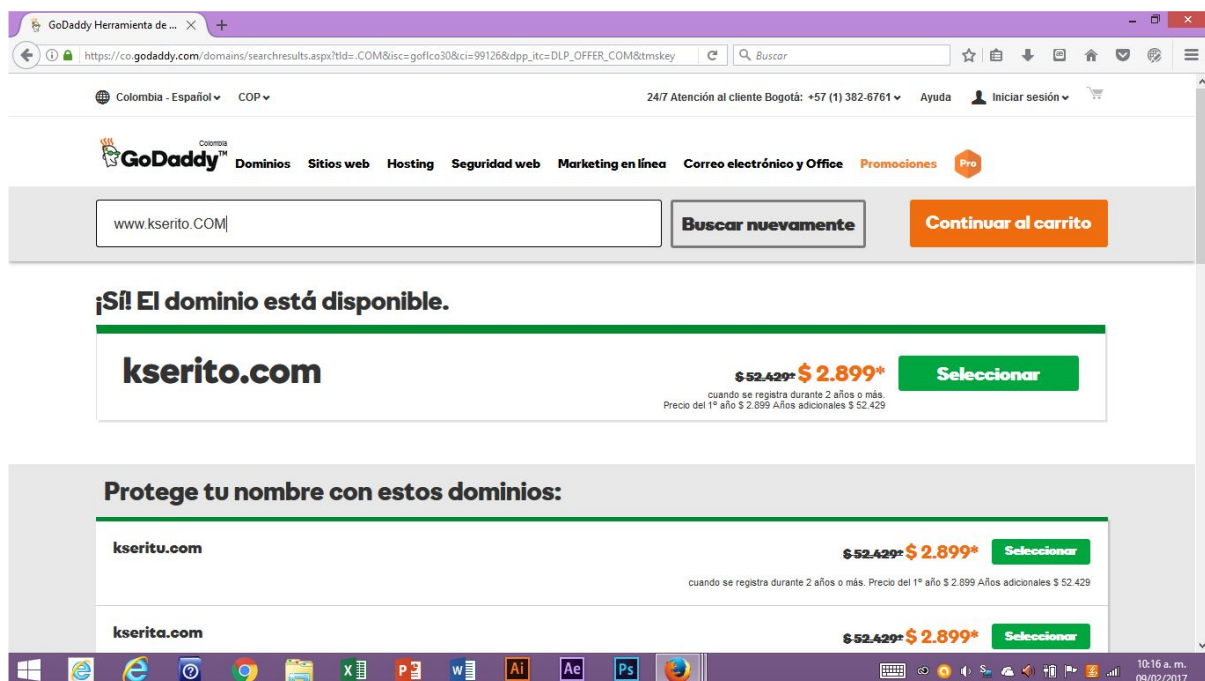
² MOYANO, E., FRAILE, J., y MOLINA, Z. (2003), Las economías domésticas como pequeñas fábricas, *La familia como unidad económica de consumo en el barrio jerusalén de la ciudad de Bogotá, Estratos 0 y 1*. pág 22-24.

supone mayor problema (sin embargo, existen condiciones previas para que este analgésico funcione)

4. ¿QUIÉNES SUFREN DE ESTE DOLOR?

Hombres y mujeres entre las edades de 16 - 70 años (sin embargo, considerando la creciente población de adultos mayores en el mundo³ podría ampliarse a futuro), sin importar orientación sexual, categoría étnica y/o discapacidad física o mental, que actualmente viven en la ciudad de Bogotá; que trabajan (o no) en cualquier sector empresarial o industrial; y/o cursan estudios dentro de la educación superior y son pertenecientes a la clase media. Que posean un smartphone con acceso a internet y manejo básico de las TIC.

5. ANTECEDENTES Y ESTUDIOS PRELIMINARES



Servicios en Línea

Soporte y ayuda en Línea: | Línea de Respuesta Inmediata 3830330

Chat | Llamada virtual | Ayuda

Registro Mercantil - Homonimia nacional

☐ Por identificación

Clase: Cédula de Ciudad

No. -

☒ Por nombre o razón social*

Escriba los primeros caracteres del nombre

Búsqueda por palabra clave

☐ Por palabra clave

☐ Registro mercantil

Digite el número de matrícula

Buscar

Cámara de Comercio	Matrícula	Razón Social	Organización Jurídica	Ultimo año renovado	Estado
1					

- Psicología del consumidor bogotano (El corrientazo como solución alimenticia)

El consumo a través de la historia moderna se ha diversificado y sobretodo en la industria alimenticia, dejando como consecuencia, la creación de nuevas estrategias para llegar al cliente de manera eficiente. Con base en esto se generan una serie de estudios que priorizan los siguientes enfoques⁴ para definir adecuadamente:

⁴ <http://www4.ujaen.es/~emurgado/TEMA5.pdf> (pág 4-12)

- Económico: El individuo posee un conocimiento completo de sus deseos y los satisface basado en la motivación de ser lo más eficiente dentro de su utilidad.
- Psicosociológico: La motivación del individuo surge a partir de una serie de variables internas (psicológicas / mentales) y las externas (comportamientos sociales y/o temporales)
- Motivacional: Según Maslow, depende de la jerarquía de las necesidades del ser humano (fisiológicas, de orden, habilidades sociales y por último de estima y autorrealización)

Sin embargo, para poder ser aplicado al caso del “corrientazo”, existen una serie de factores socio culturales que es prerequisite tener en cuenta:

- Grupos sociales: Familia, amigos, subculturas, etc.
- Clase Social: Alta, media, baja.
- Determinantes situacionales: Ej. Presentación con los jefes, reunión con la familia de la novia, salida con los amigos, etc.
- Profesiones: Estudiantes y/o trabajadores, desempleados.

Para el caso del “corrientazo” bogotano, estos enfoques y factores se presentan como elementos justificativos de la creación de la aplicación Kserito. He aquí el porqué:

Según la psicóloga y docente de la Universidad Javeriana, Sandra Patricia López⁵ determina uno de los principales motivos de que los bogotanos (y colombianos en

⁵ Extracto del video “¿Que tanto alimentan un corrientazo, una empanada o una comida rapida?” (Min. 4:25-4:42)<http://noticias.caracol.tv.com/salud/que-tanto-alimentan-un-corrientazo-una-empanada-o-una-comida-rapida>

general) elijan los restaurantes es la falta de tiempo para hacer la cocción de los alimentos luego prefieren ir para asegurarse que podrán obtener los alimentos de forma rápida. Luego el consumidor bogotano carece de una preocupación alguna por su ámbito nutricional y alimenticio lo cual se ve reflejado (según la Encuesta Nacional de Situación Nutricional del ministerio de salud y bienestar familiar ENSI) en que alrededor del 50% de los colombianos está por encima de su peso adecuado.

En segunda instancia, aparece como un factor indirecto que afecta el pensamiento del bogotano es el entorno económico en que se maneja, debido a que la accesibilidad monetaria de la mayoría de almuerzos equilibrados nutricionalmente es alta según la profesión que se tenga, si se es estudiante universitario, la comida chatarra permite ajustarse tanto al bolsillo como a los horarios de clases (según la ENSI, cito textual “uno de cada tres jóvenes entre 18 y 24 años no come frutas diariamente, cinco de cada siete no consumen verduras, uno de cada seis adolescentes presenta sobrepeso u obesidad, siete de cada diez colombianos incorporan comida de la calle en su alimentación diaria o semanal”⁶)

- **Segmentación del mercado: Identificación y Mercados Meta**

A pesar de que el 56% de los colombianos lleva un portacomidas con el almuerzo diario⁷, nuestro enfoque principal serán los jóvenes entre los 16 y 28 años, estudiantes y/o trabajadores, que residen en la ciudad de Bogotá de clase media que poseen un smartphone y conexión a internet, y que buscan alternativas de almuerzos que

⁶ <http://www.urosario.edu.co/Plaza-Capital/CIUDADANIA/Educacion-en-la-nutricion/>

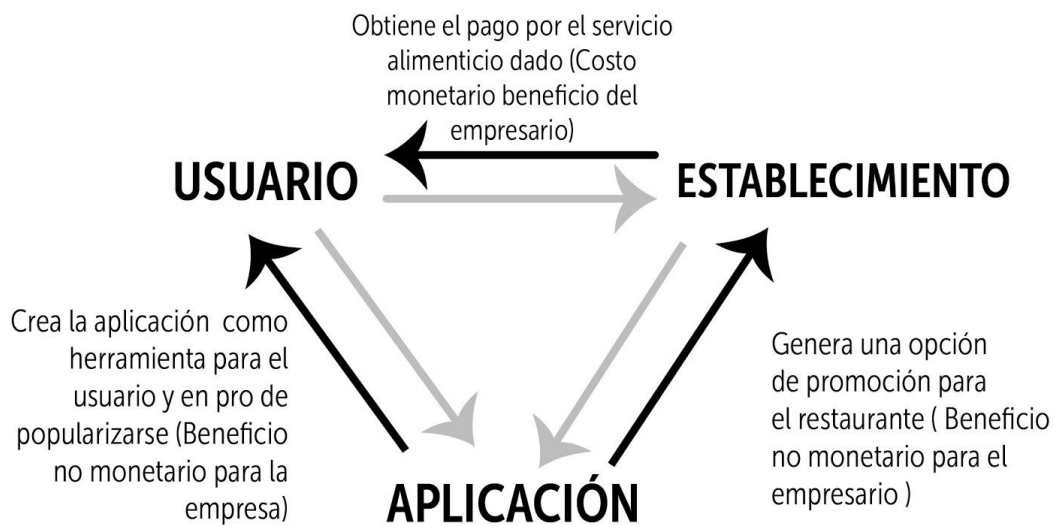
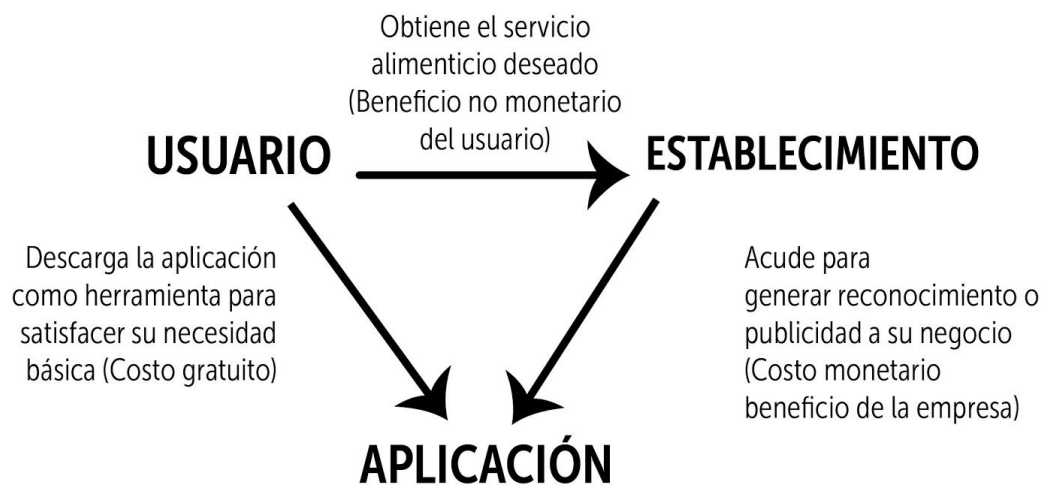
⁷

<http://confidencialcolombia.com/es/1/403/2403/En-Colombia-56-por-ciento-de-empleados-lleva-almuerzo-a-la-oficina-empleados-portacomidas-almuerzo-oficina.htm>

realmente los alimente sanamente ya que por falta de tiempo o conocimiento no pueden realizarlo ellos mismos. Sin embargo, al ser nuestro mercado un **mercado segmentado** y con la nueva educación para adultos mayores en las TICs no descartamos expandir a futuro este target. Actualmente hay alrededor de 22.000 establecimientos que ofrecen corrientazo en la ciudad de Bogotá. Para el 2017, proyectamos tener al menos 500 restaurantes “corrientazo” y llegar a un grupo de al menos 1500 personas únicamente en la ciudad de Bogotá. Para el 2021 calculamos alrededor de 20.000 restaurantes “corrientazo” y llegar al menos a un grupo de 1’000’000 de personas en 5 ciudades principales del país.

- **Monetarización**

El plan básico para solventar el ámbito monetario de la aplicación se basa en la relación que tienen los tres elementos que funcionan alrededor de la aplicación: usuario, aplicación, establecimiento. Estas relaciones se presentan en doble vía a partir de un beneficio doble (monetario y no monetario).



Para la empresa, obtendrá una serie de pagos (por parte del empresario) a partir de un **servicio de alquiler de espacio virtual** en una base de datos que podrá ser consultada por cualquier persona que descargue la aplicación.

Sus medios de promoción serán:

- una URL única que re direcciona fácilmente a la Google Play Store de la aplicación.
 - Pagina Web propia (www.kserito.com)
 - las redes sociales de Instagram, Twitter y Facebook, controlados a través de la aplicación **Hootsuite** (Costo de \$120.000/mensuales)
 - Video Viral que será promocionado a través de las redes sociales
-
- **Páginas referentes o aplicaciones similares en primera instancia**

Son elementos que utilizaremos como guías tanto visuales como de *UI/UX* que nos permitirán con mayor facilidad manejar los suministros de la aplicación.

Cívico

Es una app que tiene la capacidad de dar una recomendación (en tiempo real) para los intereses particulares del usuario, tales como bares, cajeros, centros comerciales, **RESTAURANTES**, etc. Basado principalmente en su ubicación. La aplicación ofrece recomendaciones de establecimientos registrados de manera gratuita, lo que da una mayor inclusión de grandes, medianas y pequeñas empresas.

Google Maps

Aplicación que ofrece servicio de mapas de todo el mundo, permitiendo la identificación de diferentes lugares, facilitando al usuario obtener la información necesaria para dirigirse a dicho punto de la ciudad.

HelloFood

Esta aplicación te muestra muchas opciones para ordenar comida, puedes ahorrar dinero con sus promociones y descuentos, personalizar tu comida con aderezos o cualquier condimento en especial y guardar tus pedidos.

Domicilios.com

Aplicación destinada a pedir comida a domicilio de restaurantes reconocidos. La app permite consultar las opciones que ofrecen los establecimientos para facilitar la toma de decisiones, además, promociona los combos disponibles. Los restaurantes son filtrados teniendo en cuenta la ubicación del usuario.

PROPUESTA DE VALOR:

Gestionamos la accesibilidad a almuerzos nutricionalmente balanceados y caseros para una mejor alimentación de los bogotanos. A su vez, generamos un reconocimiento a los pequeños y medianos restaurantes.

REFERENTES:

LIBROS:

- UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA, Facultad de Informática (2007), *La Educación de los Adultos Mayores en TICs: En búsqueda de estrategias didácticas e innovadoras*
- HENAO, O., CÓRDOBA, J. Fernando, (2007), Variables externas que inciden en la conducta de compra y consumo, *Comportamiento del consumidor: Una mirada sociológica* pág 6-7.
- MOYANO, E., FRAILE, J., y MOLINA, Z. (2003), Las economías domésticas como pequeñas fábricas, *La familia como unidad económica de consumo en el barrio jerusalén de la ciudad de Bogotá, Estratos 0 y 1.* pág 22-24.
- NEUFELD, L., RUBIO, M., PINZÓN, L., y TOLENTINO, L. (2010), La situación nutricional colombiana, *Nutrición en Colombia: Estrategias 2011-2014* pág 1-16.

VIDEOS Y ARTÍCULOS:

<http://www.radiosantafe.com/2007/11/24/restaurantes-%E2%80%9Ccorrientazos%E2%80%9D-con-certificacion-uno-a/>

<http://confidencialcolombia.com/es/1/403/2403/En-Colombia-56-por-ciento-de-empleados-lleva-almuerzo-a-la-oficina-empleados-portacomidas-almuerzo-oficina.htm>

<http://www.eltiempo.com/multimedia/especiales/precio-corrientazo-en-colombia/16706649/1>

<http://noticias.caracol.tv.com/colombia/la-guerra-de-los-corrientazos-luchan-por-mantener-sus-precios-y-clientes>

<http://www.elheraldo.co/redes-sociales/que-pasa-cuando-extranjeros-prueban-comida-colombiana-203150>

<http://www.soho.co/historias/articulo/en-la-cocina-de-un-corrientazo-por-diego-rubio/32429>

<http://www.elspectador.com/noticias/bogota/articulo-corrientazos-tipo-gourmet>

<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-1561825>

<http://www.eltiempo.com/opinion/columnistas/volver-al-corrientazo-carlos-castillo-cardona-columna-el-tiempo/16681044>

<http://noticias.caracol.tv.com/salud/que-tanto-alimentan-un-corrientazo-una-emp-anada-o-una-comida-rapida>

<https://www.xatakandroid.com/aplicaciones-android/las-mejores-aplicaciones-para-buscar-restaurantes-en-android>

<http://noticias.caracol.tv.com/salud/el-50-de-los-colombianos-esta-por-encima-de-su-peso-segun-estudio>

<http://www.elspectador.com/noticias/salud/el-60-de-los-universitarios-esta-mal-alimentado-articulo-625899>

<http://www.urosario.edu.co/Plaza-Capital/CIUDADANIA/Educacion-en-la-nutricion->

<http://www.elcolombiano.com/negocios/economia/el-70-de-los-colombianos-son-de-clase-media-santos-FH3687557>

<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/mercado-laboral-de-la-juventud>

