

TEMA

TERCER AVANCE PROYECTO FINAL

CURSO

COMPETENCIAS FUNCIONALES PARA EL TRABAJO

PROFESOR

JOHN PRIETO MARTINEZ

ALUMNOS

ROY ANTHONY FERNANDEZ BACA CAMERO

RODRIGO ALONSO GUILLEN PAREDES

ABIGAIL SARA HUAYNA RODRIGUEZ

PAUL PAUCA PANTIGOSO

SONIA ROSSMERY TAZA FLORES

CHRISTIAN NICOLL VILCA APAZA

ANGELA VETZAIDA CHOQUEVILCA JIMENEZ

SEMESTRE

VI

AÑO – GRUPO

2021 - 5906AS

EVALUACIÓN TRABAJO ESCRITO

Idea Principal del Proyecto

La idea principal es el desarrollo de una aplicación para celular que presente información sobre las distintas entidades financieras

Necesidad o Problema a resolver

En la actualidad se puede encontrar una gran cantidad de entidades financieras que ofrecen ofertas para préstamos, pero al tener tantas opciones y tener tan poco tiempo de tomar una decisión y aparte no tener información a la palma de tu mano se hace tedioso no poder elegir la mejor opción en el mercado

Estimación preliminar de la inversión

Desarrollador de software Junior: S/.10 por hora trabajando 5 horas al día, 5 días a la semana, total S./1000 mes, en un desarrollo de 5 meses en total sería S/.6000

Diseñador UI/UX: S/20 por hora trabajando 6 horas al día 5 días a la semana, total S./1200 mes, solo será requerido 2 meses en total sería S/.2400

Cuota única de Google Play: \$25 convertido a soles S/.92.60

Recaudación de información: S/.1200

Pruebas de la Aplicación: S./1400

Costo del Servidor por año: S./1850

Estimación preliminar de los ingresos

Ingresos por descarga son \$0.02

Pago por membresía \$2.99 mensual/\$ 15 semestral/\$30 anual

Ingresos por anuncios serían 1000 anuncios equivalente a \$1

Consideraciones ROUS

Técnicas

Desarrollo agradable para los usuarios

Legales

Permisos sobre el uso de información

Permisos sobre el uso según la edad de la persona a registrarse

Sociales

Competencia de otras entidades que se podría generar en el mercado

Funcionalidad restringida por segmentos

Características del mercado(implementar segmentación de estudio de mercado)
ANGELA

SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Es importante dirigir todos los esfuerzos a satisfacer a un determinado grupo que de forma general y abierta, se deben delimitar que necesidades y que capacidades adquisitivas tendrán los consumidores, se debe considerar la heterogeneidad de los gustos y necesidades.

La segmentación de mercado también ayuda a mejorar la eficacia en los resultados, así como de la identificación de nuevas oportunidades y aportes para la aplicación a desarrollar

La segmentación de mercado para la aplicación financiera corresponde a:

1. GEOGRAFICA Y DE GENERACIÓN: Hombres y mujeres en Arequipa, con poder adquisitivo medio a alto, de la generación Z, millennials y baby Boomers, sus edades oscilan entre 18 y 65 años. Del sector micro empresarial, comercial, de consumo e hipotecario.

2.Son personas activas en tecnología digital, con deseo de informarse de manera eficaz y de manera sencilla.

3. Buscan estabilidad profesional o ya poseen fuerza laboral y económica, son personas creativas y comprometidas.

4.PSICOGRAFICA: El estilo de vida del consumidor se trata de personas con hábitos financieros, con interés en el ahorro, el emprendimiento, etc.

Por ser una app que ofrece beneficios físicos y emocionales, informando y haciéndose relevante en su día a día.

• CONDUCTUAL: No olvidar que en la frecuencia de uso es necesario considerar además las ocasiones especiales en el año que favorecen la visita a la app



Características del servicio (implementar) ROY

Es una aplicación para celular que ayudará a las personas para poder encontrar las mejores tasas de crédito del mercado para sus préstamos requeridos y también en cuanto a colocación de ahorros, dará información detallada y oportuna sobre los beneficios y desventajas de las entidades financieras.

Además, como usuario de MULTIFINANZAS recibirás constantemente noticias de índole económico, también tendrás la opción de ver tu estado en cuanto calificación crediticia.

CRÉDITO HIPOTECARIO



Tasa anual fija Desde 7.50%

Plazo de hasta 25 años

TCEA (*) 12.47%

Crédito hasta/ 1,500,000

Financiamiento hasta del 90% del valor de la casa



Tasa anual fija Desde 12.25%

Plazos desde 1 año a 25 años

TCEA (*) 13.50%

Crédito desde/ 15,000

Financiamiento hasta del 90% del valor de la casa



Tasa anual fija Desde 13.90%

Plazos desde 4 hasta 25 años

TCEA (*) 13.46%

Crédito desde/ 32,000

Financiamiento hasta del 90% del valor de la casa

Tasa anual fija Desde 14.0%

Plazos hasta 20 años

TCEA (*)15.38%

Financiamiento hasta del 90% del valor de la casa

NOTICIAS ECONÓMICAS

¿Cómo seguirá el precio del dólar en Perú durante el 2021?



En lo que va del presente año, el precio del dólar acumula un alza de 8.36%, según estadísticas del Banco Central de Reserva del Perú (BCR). Estos meses hemos vivido alzas históricas de la moneda norteamericana en nuestro país que traerán consigo importantes efectos en la economía a nivel nacional y regional.

¿Cuáles son las probabilidades que el dólar suba o que baje? Y ¿Qué factores podrían influir?



Distintos especialistas proyectan que el precio del dólar mostrará una tendencia a la baja y consideran improbable que alcance los 4 soles en el 2021, como lo afirma el economista Elmer Cuba. Esto depende mucho del comportamiento de la Reserva Federal de Estados Unidos (FED), así como sus pares en el Banco Central Europeo, el Banco de Inglaterra y el Banco de Japón, entre otros factores.

En el Perú, el precio de la moneda extranjera está influenciado directamente por la cotización del cobre, la salida de capitales del país o la coyuntura política.

El cobre es el principal mineral de exportación del país, el cual ha incrementado su valor en más de 25% en lo que va del año y está muy por encima del promedio de los últimos años. En este sentido, el país obtendrá un superávit comercial de 7.795 millones de dólares y acumulará cinco años de resultados favorables, mientras que el próximo año registrará el superávit más alto de su historia alcanzando los 13,253 millones de dólares, según el BCR. Esto también se ve influenciado por la recuperación de China, nuestro principal comprador, y el plan de infraestructura de Estados Unidos.

Por otro lado, el banco estadounidense Citibank publicó un documento en el que asegura que la vacuna contra el coronavirus puede hacer que el dólar baje en el 2021 frente a las principales monedas del mundo.

“Cuando las vacunas viables y ampliamente distribuidas lleguen al mercado, creemos que esto catalizará la próxima caída en la tendencia bajista estructura del dólar estadounidense que esperamos. Dada esta configuración, existe la posibilidad de que las pérdidas del dólar se carguen por adelantado, con el dólar cayendo potencialmente hasta en un 20% en 2021”, dijo Citibank a Reuters.

CALIFICACION CREDITICIA



Estrategia Comercial

1. Elegir el nombre apropiado, este debe de ser sencillo y claro para que los usuarios puedan recordarlo, escribirlo y pronunciarlo fácilmente.
2. Contar con un icono atractivo, para que este resalte entre otros, así mismo la plataforma que utilice debe de ser sencilla para un fácil manejo, ordenada para que los usuarios no se pierdan y puedan comprender lo que les ofrece nuestra app y llamativa para captar su atención.
3. Contar con palabras clave, de esta forma se logrará que nuestra app se encuentre en los primeros puestos de la categoría obteniendo un SEO eficiente.
4. Creación de una landing page en donde se haga una pequeña presentación sobre nuestra app, siendo clara y concisa respecto a cómo funciona y lo que ofrece nuestra app.
5. Utilizar las redes sociales para poder promocionar nuestra app, ya que nos brindan diferentes opciones de publicidad ya sea pagada o gratuita, sin embargo cabe resaltar que optando por una publicidad pagada se llega a muchos más consumidores de forma fácil.
6. Contar con influencers o líderes de opinión para que estos den a conocer nuestra app llegando a más personas ya que muchos de ellos son figuras o modelos a seguir para las demás personas.
7. Creación de videos y tutoriales, no solo con el fin de enseñar el manejo de nuestra app, sino también podemos lograr contenido informativo, logrando que la app se viralice y ofrezca un valor agregado.

8. Tener un Feedback, es importante contar y escuchar con las opiniones de los usuarios, para de esta forma poder mejorar la app y crear una comunidad, logrando la fidelización de los consumidores.

La aplicación se colocará en el servicio de google play y ApkPure para su distribución

El precio varía en el tipo de modalidades la versión gratuita y la versión premium, aparte la versión generará ingresos por descargas y por anuncios

MISION

Lanzar al mercado una herramienta tecnológica presentando información acerca de las diferentes entidades financieras, estableciendo soluciones que satisfagan las necesidades de nuestros clientes, generando valor a la aplicación móvil y como para la sociedad. Donde se le facilite la decisión a la hora de navegar, ofreciendo conocimiento relacionados con temas financieros y es a la vez que lo mantendrá informado con las novedades financieras actualizadas.

VISIÓN

Ser referente en aplicaciones móviles a nivel nacional e internacional en relación a temas financieros (prestamos) donde el usuario se sienta convencido a la hora de tomar una decisión

Queremos brindar el aporte financiero a las personas al momento de querer obtener un préstamo, ser líder en el mercado arequipeño, fortaleciéndonos en los próximos 3 años como la app para utilizada para soluciones financieras mediante la proyección e innovación, avance tecnológico y firme compromiso con los clientes.

ETAPAS DE POSICIONAMIENTO

A corto plazo (1 año) ocupar la región Arequipa en su totalidad

A mediano plazo (3 años) abarcar a nivel nacional y obteniendo el mayor número de descargas de la app.

Largo plazo (5 años ingresar al mercado internacional)

VALORES

- Valores que nos guían en nuestras pautas de comportamiento, son:
- Integridad
- Dedicación
- mejora continua
- pasión
- calidad
- trabajo en equipo


FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<p>Asesora de manera más rápida las entidades financieras con menos tasa de interés</p> <p>La asesoría es más personalizada y actualizada para los conocimientos de los acreedores a los próximos créditos</p> <p>Cuenta con personal calificado en la instalación de software y procedimientos para el funcionamiento de la aplicación</p> <p>La aplicación es netamente virtual para evitar largas colas y sobre todo contagios por el brote de este nuevo virus</p>	<p>hoy en día hay cooperativas que recientemente son creadas que no disponen de mucha información por ende no podemos obtener mucha información</p> <p>la app que hoy en día no actualizan la información de las tasas que día a día aumentan o bajan entonces por ese aspecto no podemos mantener un seguimiento con fuente concreta</p> <p>contar con una sede donde nuestros clientes de mayor edad que no manejan mucho la tecnología puedan asesorarse de manera presencial</p> <p>fomentar nuestra app en los medios de comunicación no solo por internet sino también por tv, radio, etc.</p>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<p>falta de un centro de atención al cliente</p> <p>las apps iguales a la de nuestra cuenta con más publicidad</p> <p>la app carece de un celular de gama media a gama alta</p>	<p>hoy en día todas las entidades financieras cuentan con su sitio web que actualizan sus tasas diariamente</p> <p>el cambio de políticos y elecciones presidenciales tiene como consecuencia los cambios de tasas y precios</p> <p>la falta de internet a zonas rurales donde los comerciantes requieran financiación</p>

PROTOTIPO DE LA VERSIÓN



9:48

Login

**MiFinace**

INICIAR SESION

Ingresar**Cancelar****Registrarse**

