**ANEXO 1. FOMULARIO DE POSTULACIÓN DE RETOS**

Fecha: 11/05/2020

Ciudad: Bogotá

Señores

Ministerio MinTIC

Atendiendo a la convocatoria realizada por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, a continuación, nos permitimos proponer un reto para el proceso de formación que se realizará en Ciencia de Datos durante el 2020, el cual atiende a una necesidad particular de la entidad.

Hemos leído los términos y condiciones de la convocatoria y disponemos de la información necearía para que el equipo pueda desarrollar el proyecto.

|  |  |
| --- | --- |
| **DATOS BÁSICOS** | |
| * + - 1. Nombre de la entidad o empresa: | **LookApp S.A.S** |
| 1. Tipo de empresa o entidad: | Empresa privada: X  Sector: Servicios  Entidad pública: \_\_\_\_\_  Nacional X  Territorial \_\_\_\_\_\_  Otra - Cual? \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| 1. Área/ departamento o Dirección de la empresa o entidad a la que está asociada el reto. | **Dirección General** |
| 1. Punto de contacto operativo para el Proyecto **(Líder)** | |
| Nombres y apellidos | **Mauricio Cajiao** |
| Cargo | **Director General** |
| Correo electrónico | [**mauricio.cajiao@lookapp.com.co**](mailto:mauricio.cajiao@lookapp.com.co) |
| 1. Un punto de **contacto técnico** para el Proyecto que puede responder preguntas técnicas sobre el conjunto de datos y el problema | |
| Nombres y apellidos | **Andres Felipe Pedraza** |
| Cargo | **Director de Tecnología** |
| Correo electrónico | [**andres.pedraza@lookapp.com.co**](mailto:andres.pedraza@lookapp.com.co) |
| **DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO** | |
| **Descripción general de la empresa o entidad pública.** | LookApp es una empresa de investigación de mercados, que tiene una novedosaalternativa de recolección de información basada en una plataforma digital y las nuevas tendencias de comunidades colaborativas o Crowd Sourcing, lo que permite entregar información confiable, a muy bajo precio y en tiempo record.  Actualmente, contamos con una comunidad de más de 70.000 personas que a través de su celular, hacen tareas en campo a cambio de una remuneración económica; nuestro portafolio de servicios incluye: mystery shopper, encuestas, entrevistas, auditorias en puntos de venta, realizamos censos y ofrecemos planes de fidelización.  Creemos que, gracias a esta metodología, somos una excelente alternativa para facilitar la recolección de la información en campo en todo el país, realizando entregas rápidamente, datos georreferenciados y a un bajo costo.  Utilizando esta metodología las empresas pueden ahorrar hasta 72% en costos y 93% en tiempo de ejecución |
| **Descripción del problema que debe resolverse** | La omnipresencia de smartphones, las aplicaciones tecnológicas y la disponibilidad de muchas personas dispuestas a hacer tareas, permite tener un mayor acercamiento entre las marcas y los consumidores; estas herramientas dan acceso a una gran generación de datos y registros fotográficos sobre los clientes ( Big Data)  Estamos seguros que las nuevas tecnologías como el **Reconocimiento de Imágenes y/o Machine Learning** como disciplina de la inteligencia artificial, servirían a las empresas para identificar patrones de comportamiento y facilitar el data analitycs con el fin de ser mas asertivos en la toma de decisiones estratégicas |
| **¿Por qué es importante este problema?** | Hoy más que nunca en un entorno tan cambiante y competitivo, las empresas grandes, las pymes y las entidades públicas necesitan tomar decisiones basadas más en datos que en intuición, lo que les exige tener un conocimiento amplio y oportuno sobre sus clientes finales, monitoreando constantemente sus necesidades, sus hábitos de consumo, de compra y así poder adecuar sus productos y estrategias comerciales acordes al nuevo entorno, por lo tanto si los empresarios obtienen información analizada a través de estas nuevas tecnologías, se les facilitara la toma de decisiones |
| **¿Cuáles son los conjuntos de datos que los participantes pueden acceder para resolver este problema?** | LookApp se apalanca en una plataforma tecnológica y una comunidad de más de 70.000 personas para capturar y reportar información vital para las marcas; a través de un dashboard las empresas pueden visualizar detalladamente el avance de la investigación y al final reciben la base de datos y el reporte con la data totalmente analizada  Las empresas que comercializan sus productos en el sector retail como supermercados, tiendas por departamentos, tiendas tradicionales, ferreterías y farmacias entre otros necesitan conocer que pasa con sus productos en el punto de venta: revisar cómo están exhibidos, tomar fotos de su ubicación, validar la disponibilidad y los agotados, chequear promociones, el precio propio y de la competencia y hacer de cliente incognito para validar la gestión comercial  Las empresas a través de encuestas y entrevistas puede conocer de sus clientes: cómo compran, cómo deciden, cuáles son sus hábitos de consumo y compra, cuáles son sus preferencias, qué los motiva en la adquisición de un nuevo producto, cuáles son sus inconformidades o barreras frente a un producto o servicio, qué nivel de aceptación tendrá un nuevo producto en el mercado, qué tan efectiva puede llegar a ser una campaña publicitaria y un comercial de TV, entre otros; en el sector público, cuáles son las opiniones de la ciudadanía frente a problemáticas del país, frente a un nuevo programa del gobierno o cualquier otra investigación que se requiera  Las empresas podrán conseguir los datos demográficos y georreferenciados de sus clientes potenciales a través de censos que realizan nuestra comunidad |
| **Enumere y describa el conjunto de datos específicos** | La descripción de cada conjunto de datos debe estar relacionada con: Lo que representan los datos y cómo se recopilaron, y describir las principales variables / campos disponibles.   1. Estudios de investigación de mercados cuantitativos y cualitativos para identificar: consumer Insights, pruebas de producto, Pre-test / Post test de comerciales, estudios Etnográficos, entrevistas, hábitos y opiniones sociales 2. Auditorias en punto venta para conocer la disponibilidad y agotados de productos, las exhibiciones, el chequeo de precios, para realizar seguimiento a la fuerza de ventas y monitoreo de la competencia, etc 3. Cliente Incógnito para identificar si los colaboradores están cumpliendo con los protocolos comerciales y de servicio 4. Generación de Leads para identificar clientes potenciales: a través de censos georreferenciados identificamos la ubicación de los establecimientos en las diferentes ciudades del país con datos básicos de los mismos 5. Planes de Fidelización, podemos hacer que los encargados de los negocios hagan tareas en sus puntos de venta en beneficio de sus marcas: como surtido de productos, exhibiciones adicionales, chequeo de precios, capacitaciones, etc |
| **¿Qué tipo de conjuntos de datos externos pueden ser de interés para el problema?** | Información sobre temas puntuales de la investigación que se puedan obtener a través de fuentes publicas o investigaciones previas. |
| **Resultados esperados del proyecto.** | **Esta información, permite tener una idea clara de las expectativas de la entidad con el proyecto y orientar de manera acertada el desarrollo de este y el resultado.**  Desarrollar proyectos que nos permitan complementar las investigaciones de mercados con Inteligencia artificial que integre reconocimiento de imágenes y machine learning |

**Nota: Con la presentación de esta propuesta de proyecto nos comprometemos a dar respeto a todos y cada uno de los términos previstos en la Ley de protección de datos descritas en la Ley 1581 de 2012 así como las normas que la complementen, adicionen o sustituyan.**