

DESARROLLO APLICACIÓN PARA BÚSQUEDA DE INFLUENCIADORES O PORTALES QUE PERMITAN REALIZAR MARKETING EMPRESARIAL EN COLOMBIA.

Joaquin Emilio Trejos; Rubén D. Cárdenas (Asesor); Fabio A. López (L. Semillero)
UNIVERSIDAD DE CALDAS – Ingeniería en Informática

Resumen

El proyecto tiene como objetivo **desarrollar una aplicación para búsqueda de influenciadores digitales o portales web con mayor tráfico en la red que permitan realizar marketing empresarial en Colombia**. La metodología empleada corresponde a una **investigación experimental con un enfoque analítico y descriptivo** desarrollado en 4 fases: **Análisis, Diseño, Implementación y Evaluación**. El **resultado esperado** es el desarrollo de un **prototipo funcional del sistema que permita realizar la búsqueda de influenciadores digitales o portales con mayor tráfico en la red para realizar marketing empresarial en Colombia**. El logro esperado es **comercializar el prototipo** del sistema.

Palabras clave

Aplicación web, influenciadores digitales, portales web, desarrollo de software, marketing empresarial.

1 Planteamiento del problema

La Necesidad identificada es la **escasez de portales o aplicaciones para búsqueda de influenciadores digitales o portales con mayor tráfico en la red que permitan realizar marketing empresarial en Colombia**, con los cuales, las nuevas empresas encuentren las mejores opciones para publicidad de su negocio, la Pregunta de Investigación **¿Cómo desarrollar una aplicación para búsqueda de influenciadores o portales web que permitan realizar marketing empresarial en Colombia?**

2 Objetivos

OBJETIVO GENERAL:

Desarrollar una aplicación móvil para mudanzas en Manizales

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

1. **Analizar** los diferentes **requerimientos técnicos y legales para diseñar la aplicación**.
2. **Diseñar** un prototipo **funcional** de aplicación móvil **búsqueda de influenciadores digitales o portales web con mayor tráfico en la red para realizar marketing empresarial**.
3. **Implementar** el diseño propuesto que **sea factible de comercialización**.
4. **Evaluar** la aplicación implementada **para realizar los ajustes pertinentes**.

3 Metodología

Investigación Experimental con enfoque analítico y descriptivo desarrollada en 4 fases: **Análisis, Diseño, Implementación y Evaluación**

Recursos utilizados **Mapa de Empatía, Escenarios de Uso, WhatsApp**

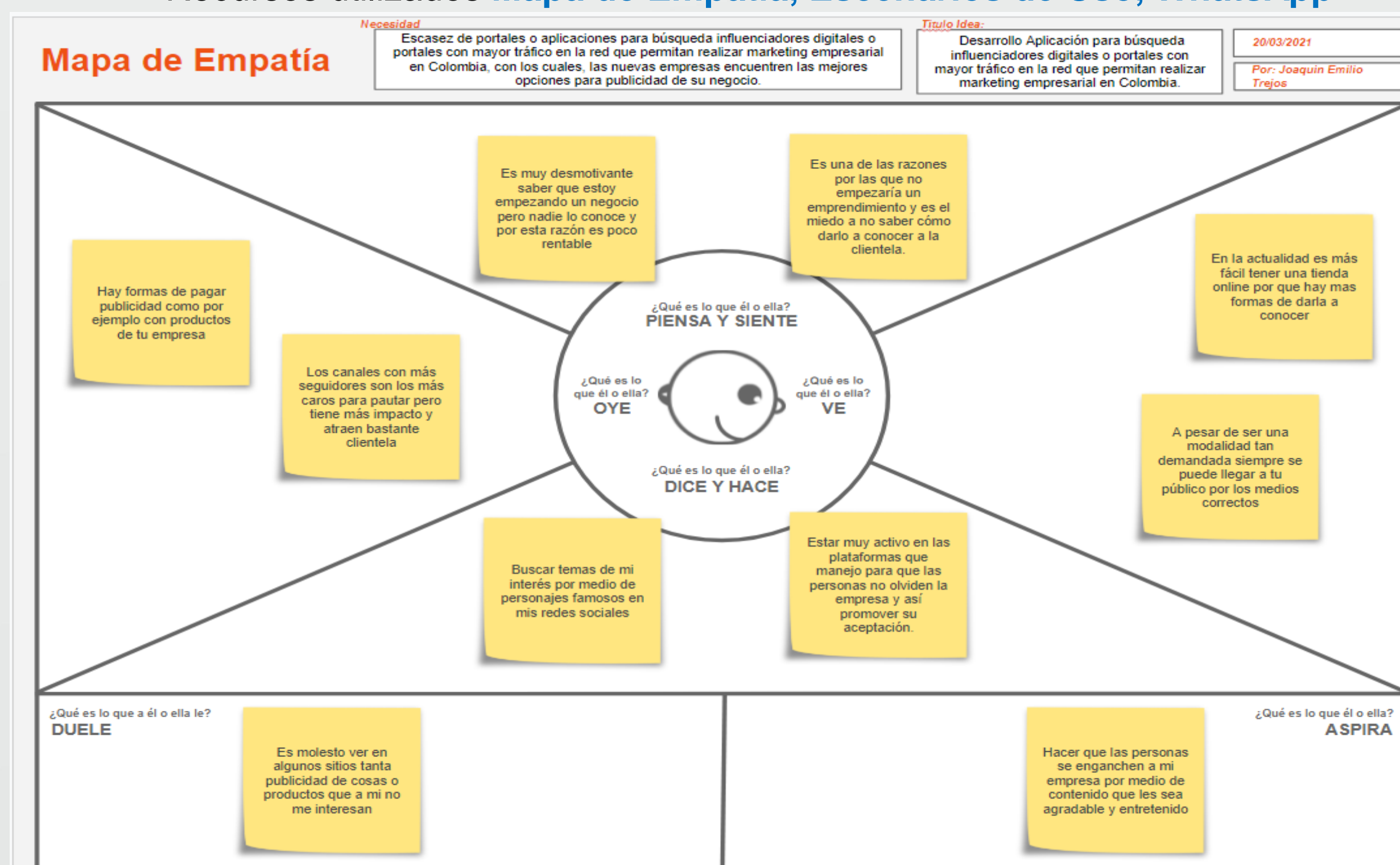


Fig. 1. Mapa de Empatía. Fuente (Propia)

4 Resultados esperados

Desarrollo de un **prototipo funcional del sistema que permita realizar mudanzas sin intermediarios**.



Fig. 2. Escenarios de Uso Fuente (Propia)

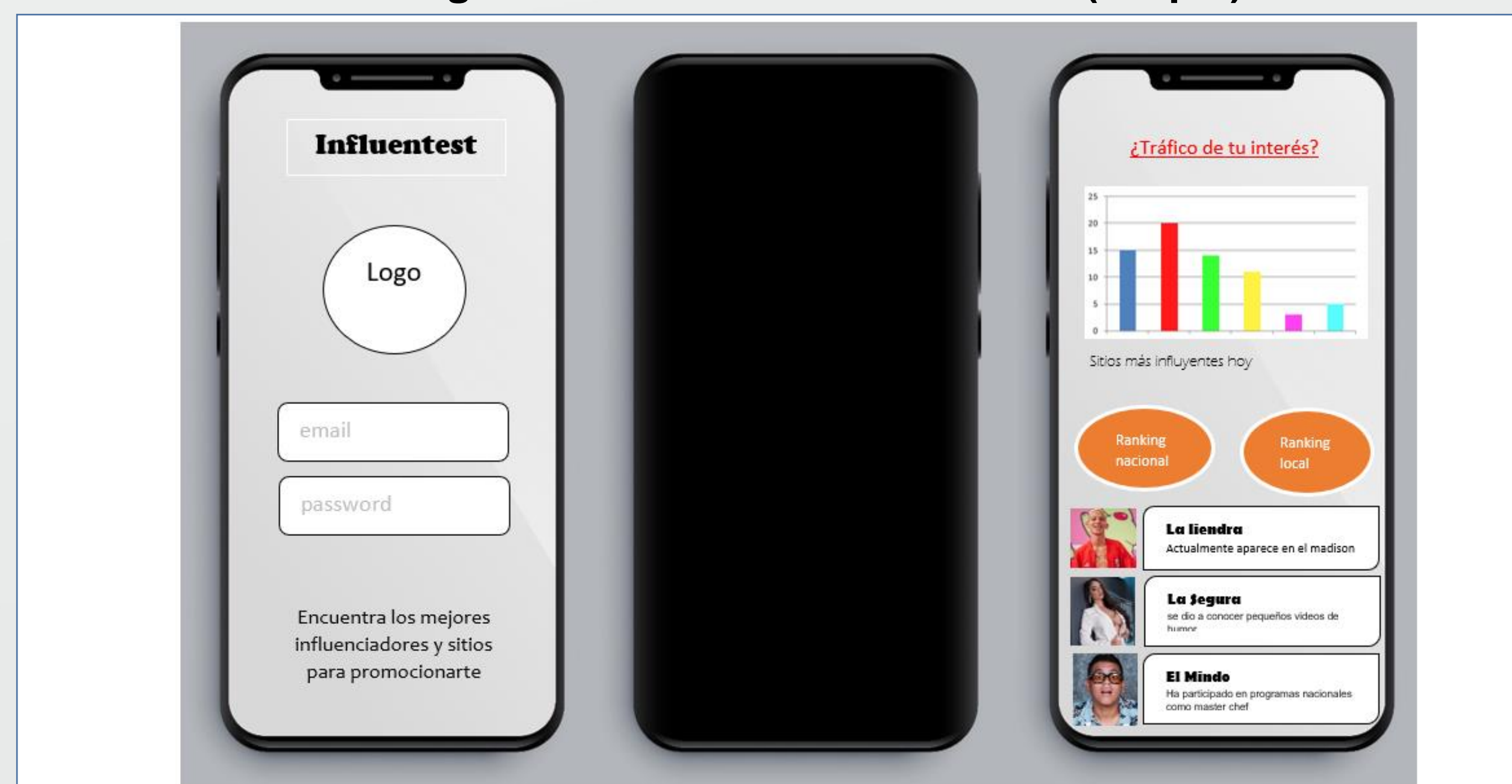


Fig. 3. Bosquejo Prototipo. Fuente (Propia)

5 Referencias

- Adame, A. (27 de Junio de 2019). Hootsuite. Obtenido de Estrategias de marketing en las redes sociales: 8 tácticas que no te puedes perder: <https://blog.hootsuite.com/es/estrategias-de-marketing-en-redes-sociales/> Ads, 2. o. (2019). RD Station. Obtenido de https://d335luupugsy2.cloudfront.net/cms/files/20473/149635205425-optimizaciones-parafacebook-ads_1.pdf Coello, M., Sánchez, J., Manosalvas, J., & Miranda, M. (Junio de 2019). Hincapié Carabalí, María Camila, Núñez Riveros, Valentina Carmona Gómez, Cristian Fernando Arango Muñoz, Juan Sebastián Alexandrov Betov, C. (2020). El desarrollo de capacidades para la internacionalización de las PYMES en Colombia. Universidad Salamanca

Semillero de Investigación