

UNIVERSIDAD DE LA SABANA  
 INSTITUTO DE POSTGRADOS- FORUM  
**RESUMEN ANALÍTICO DE INVESTIGACIÓN (R.A.I)**

No.	VARIABLES	DESCRIPCIÓN DE LA VARIABLE
1	NOMBRE DEL POSTGRADO	Nombre completo del Postgrado cursado.
2	TÍTULO DEL PROYECTO	PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACION DE UNA APP DISEÑADA Y ADMINISTRADA POR LA ORGANIZACIÓN TERPEL DIRIGIDA AL GREMIO TAXISTA
3	AUTOR(es)	MORALES OROZCO OROZMAN/ JAVIER AUGUSTO ORGANISTA GRANADOS
4	AÑO Y MES	2014-AGOSTO
5	NOMBRE DEL ASESOR(a)	GUTIERREZ SERRATO NEWMAN
6	DESCRIPCIÓN O ABSTRACT	<p>Crear una aplicación móvil enfocada al gremio taxista que juega un rol importante en la ciudad de Bogotá en el sector de comercialización de combustibles con 50.000 vehículos aprox.</p> <p>La función de la aplicación será utilizarla como un canal de comunicación directo con los taxistas, los cuales están conectados con aplicaciones móviles; se comunicaran las promociones, servicios, eventos en estaciones de servicios enfocadas para los taxistas.</p> <p>Lograr Fidelizar el nicho de mercado de taxistas creando un nuevo canal de comunicación logrando crecimiento en ventas en 10% para el segundo semestre del año 2014.</p> <p>Inicialmente el piloto será en la ciudad de Bogotá el cual podrá expandirse a las principales ciudades de Colombia y otros países donde la organización tiene operación</p> <p>Creating a mobile application, our target are the taxi drivers, that play an imprtant rol in gas and oil bussines Bogota city with 50.000 vehicles. The application will be used to have a direct comunication chanel with the cab driver's, so in this way they can have acces and they coould know about rebates, promotios, and special events on Terpel services stations. what we look for is to retain and to generate loyalty of the taxi driver's in Bogota, so we can growth 10% in our sales on the second half of 2014. This project will be start initially in Bogota, and then it's gonig to be expanded in the main cities arround the country.</p>
7	PALABRAS CLAVES	CANAL DE COMUNICACIÓN-APLICACIÓN MOVIL-GREMIO TAXISTAS-PERSONALIZACION DEL SERVICIO-ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DIRECTA
8	SECTOR ECONÓMICO AL QUE PERTENECE EL PROYECTO	COMERCIALIZACION DE COMBUSTIBLE
9	TIPO DE ESTUDIO	PLAN DE NEGOCIO
10	OBJETIVO GENERAL	Lograr Fidelizar el nicho de mercado de taxistas atreves del la mejora de la App Mundo Terpel creando un nuevo canal de comunicación logrando crecimiento en ventas en 10% para el segundo semestre del año 2014. Basado en un equipo enfocado en las políticas de "Terpel a tu Servicio".
11	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<p>Otro objetivo que se tiene es la nacionalización de la aplicación, que esta herramienta sirva a nivel nacional e incluso en los otros países donde se tiene operación.</p> <p>La herramienta permitirá empezar a personalizar el servicio, esto podrá dar pie al desarrollo de mas aplicaciones encaminada a los vehículos particulares, camiones, motos hasta cubrir a todos los segmentos de clientes.</p>

12	<b>RESUMEN GENERAL</b>	<p>Terpel desde hace algunos años cuenta con una aplicación para dispositivos móviles la cual únicamente brinda información geográfica acerca de las estaciones de servicio de la red, esto para que el cliente conozca las estaciones que están cerca de su posición y pueda dirigirse a la mas cercana según su necesidad. sin embargo la aplicación no ha tenido el numero esperado de descargas, esto se ha podido diagnosticar en que el usuario final no ha encontrado un servicio personalizado. Evaluando la aplicación y el mercado actual hayamos un alto potencial si esta es enfocada al nicho específico de taxistas que juega un rol importante en la ciudad de Bogotá específicamente en el sector de comercialización de combustibles con 50.000 vehiculos aprox.</p> <p>La propuesta es rediseñar la aplicación enfocada al gremio de taxistas inicialmente en la ciudad de Bogotá donde se realizara el proyecto piloto el cual podrá expandirse a las principales ciudades de Colombia y otros países donde la organización tiene operación como México, Ecuador, Panamá, Chile, Peru, Costa Rica,</p> <p>La función de la aplicación será utilizarla como un canal de comunicación directo con los taxistas los cuales están conectados con aplicaciones móviles se comunicaran las promociones, eventos en estaciones de servicios enfocadas para los taxistas; con esta aplicación se reducirán las quejas de los usuarios mal informados que denuncian que Terpel no hace promociones para el gremio de taxis, lo cual es erróneo, La organización hace constantemente campañas direccionadas a este segmento específico pero estas se promocionan actualmente a través de un canal convencional de comunicación medio (la radio). El inconveniente con la radio es el gran numero de emisoras en la ciudad; es verdad que se hacen las campañas con las emisoras donde se supone que los mayores radio escuchas son taxistas pero se encontró que en su mayoría nunca tienen conocimiento de la publicación y por esto no conocen las promociones haciendo de estas campañas un gasto el cual no ayuda a cumplir con las estrategias del área comercial.</p>
13	<b>CONCLUSIONES.</b>	<p>La aplicación esta direccionada a 50.000 taxistas que circulan en Bogotá, el atacar este nicho específico aumentara el consumo en gasolina y gas fidelizando al gremio de taxistas por el servicio personalizado que se les brindara, con esto también aumentaremos la cobertura del mercado en la ciudad de Bogotá por cubrir toda la ciudad personalizando el servicio a los taxistas. Adicional a esto se profundizara el mercado aumentando el consumo en los negocios complementarios de lubricantes, auto lavados, tiendas de conveniencia, lubricentros, spa, kioscos.</p> <p>Incremento imagen "Terpel a Tu Servicio": La imagen de la organización actualmente se está encaminando al buen servicio, "Terpel a tu servicio" busca prestar el mejor servicio en las estaciones de servicio, lo cual se consigue con la personalización del servicio, la aplicación personalizara el gremio de taxistas fomentando la estrategia de imagen. El tipo de canal que tiene nuestra estrategia es un canal corto, esto por tratarse que vamos a llegar directamente al cliente para tener mayor cercanía con el por la personalización del servicio, poder realizar promociones directas para poder profundizar en los productos y servicios de la organización.</p> <p>El incremento en 5.265 clientes significara para la Organización Terpel un aumento en sus ventas del 10% en este mercado específico, pasara de vender \$ 482.157.120.000 de pesos a \$ 555.369.661.262 un incremento en la utilidad bruta de \$ 73.212.541.262 menos los gastos operacionales y administrativos que corresponden a \$ 269.840.000 el proyecto generara un incremento neto en las ventas actuales de \$ 72.942.701.262.</p>
14	<b>FUENTES BIBLIOGRÁFICAS</b>	<p>Organización Terpel S.A. Estados Financieros 31 de Diciembre 2013.  <a href="http://www.uniandes.edu.co/xplorer/especiales/movilidad2/taxi.html">http://www.uniandes.edu.co/xplorer/especiales/movilidad2/taxi.html</a> numero de taxistas en bogota</p>