

Análisis de aplicación móvil para la comercialización de productos publicitarios a través de plataformas IOS y Android

Analysis of Mobile application for marketing advertising products through IOS and Android platforms

¹ *Andrés Mauricio López-Chacón*

² *Gustavo Adolfo Arias-Rodríguez*

³ *Jorge Andrés Pabón-Velandia*

⁴ *Blanca Liliana Velásquez-Carrascal*

Recibido: septiembre 10 de 2017 Aceptado: noviembre 30 de 2017

Resumen

Actualmente hay muchas aplicaciones que definen al usuario en el día a día; herramientas que sirven para compartir archivos y abrirlas desde cualquier lado, plataformas que facilitan las ventas y acortan los trayectos, aplicaciones que acercan a las personas y expanden su lista de contactos y amigos; pero en la Ciudad de Cúcuta se desconoce una aplicación para la comercialización de productos gráficos, por ello el objetivo de la presente investigación se enfocó en analizar la necesidad de diseñar una aplicación móvil (tabletas y celulares) para plataformas IOS y Android que permita a los usuarios adquirir productos publicitarios o servicios relacionados con el diseño gráfico desde cualquier parte de forma rápida, cómoda y segura. La metodología aplicada fue de tipo cualitativa, descriptiva – experimental y se aplicó una encuesta a 35 personas. Los resultados obtenidos evidencian que se resalta el uso de nuevas tecnologías de la información como nueva forma de mercadeo y distribución de productos y está presente en prácticamente todos los campos laborales.

Palabras clave: Android, aplicación, IOS, plataforma

Abstract

Currently there are many applications that define the user on a day-to-day basis; tools that serve to share files and open them from any side, platforms that facilitate sales and shorten journeys, applications that bring people closer and expand their list of contacts and friends; but in the City of Cúcuta an application for the commercialization of graphic products is unknown, for this reason the objective of the present investigation focused on analyzing the need to design a mobile application (tablets and cell phones) for IOS and Android platforms that allows users acquire advertising products or services related to graphic design from anywhere quickly, comfortably and safely. The methodology applied was qualitative, descriptive - experimental and a survey was applied to 35 people. The results obtained show that the use of new information technologies is highlighted as a new form of marketing and product distribution and is present in practically all labor fields.

Keywords: Android, application, IOS, platform.

¹ Tecnología en Diseño Gráfico, m_lopez@fesc.edu.co, Fundación de Estudios Superiores Comfanorte, Cúcuta, Colombia

² Tecnología en Diseño Gráfico, ga_arias@fesc.edu.co, Fundación de Estudios Superiores Comfanorte, Cúcuta, Colombia

³ Tecnología en Diseño Gráfico, Ja-pabon@fesc.edu.co, Fundación de Estudios Superiores Comfanorte, Cúcuta, Colombia

⁴ Docente, bl_velasquez@fesc.edu.co, Fundación de Estudios Superiores Comfanorte, Cúcuta, Colombia

*Autor de Correspondencia

Correo: bl_velasquez@fesc.edu.co

© 2018 Fundación de Estudios Superiores Comfanorte. Este es un artículo bajo la licencia CC BY-NC-ND (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).

Introducción

El uso de una aplicación está inmerso en el día a día de las personas; la relación que se sostiene con un dispositivo móvil o tableta puede llegar a determinar el comportamiento de sí mismo, definir sus gustos, sus creencias y su estilo de vida. La búsqueda de nuevas tecnologías que realizan las empresas a la hora de materializar su llegada a los usuarios regularmente se basa en la información que disponga de ellos.

Otero (2017) afirma en su columna que “cerca del 70% de la población mundial tiene acceso a un teléfono de alta, media o baja gama con acceso a internet, aplicaciones y mercadeo activo; así como un acceso directo, gratuito y simple de aplicaciones en las dos plataformas de más consumo conocidas como IOS y android”.

Entre tanto, muchas de estas personas utilizan dichas aplicaciones por tiempo y comodidad; el uso de las propias brinda la posibilidad de solucionar un problema con el que estén teniendo una disfuncionalidad en el desarrollo de sus actividades sociales, laborales o de ocio.

Cúcuta es una ciudad relativamente pequeña, con una población que alcanza casi los 600.000 habitantes, según DANE (2015) la expansión de la ciudad desemboca a pasos agigantados, y es esto lo permite que la creación de nuevos mercados sea viable; con la finalidad absoluta de ahorrar tiempo y espacio, el nacimiento de una aplicación que facilite la compra, la venta y el compromiso de la adquisición de un servicio se complementa con el hecho de una sociedad que busca nuevas y económicas alternativas para la suplencia de sus necesidades.

Actualmente hay muchas aplicaciones que definen al usuario en el día a día; herramientas que sirven para compartir archivos y abrirlas desde cualquier lado plataformas que facilitan las ventas y acortan los trayectos, y expanden su lista de contactos y amigos; éstas se han convertido en un increíble negocio; suelen ser muy simples y adaptables a la hora de usarse increíble es una expresión

que puede llegar a definir cómo ha facilitado la vida, haciendo los modos de comprar más prácticos.

Considerando que las tecnologías se han convertido en parte del día a día y que la tendencia hacia el futuro es de crecimiento exponencial, la comodidad del usuario, supliendo la necesidad del ahorro de uno de los recursos de mayor importancia en el mundo: “el tiempo” y que se desconoce una aplicación que se encargue netamente de la comercialización de productos gráficos en la Ciudad de Cúcuta, se propuso a través de la presente investigación analizar la necesidad de diseñar una aplicación móvil (tabletas y celulares) para plataformas IOS y Android que permita a los usuarios adquirir productos publicitarios o servicios relacionados con el diseño gráfico desde cualquier parte de forma rápida, cómoda y segura.

Materiales y Metodos

El tipo de investigación que se desarrolló en este trabajo fue de tipo cualitativa, descriptiva – experimental.

Para la fase cualitativa se diseñó y aplicó una encuesta, orientada a indagar acerca de la necesidad de creación de una aplicación móvil para la comercialización de productos publicitarios y diseño gráfico a través de plataformas IOS y Android.

Se reconoce como población de la ciudad de Cúcuta un total de 585.543 habitantes según cifras del (DANE 2005); en el área metropolitana, y como área específica se toman en cuenta 16.700 personas aproximadamente como indicador de clientes activos consumidores de productos publicitarios y sus derivados. En la ciudad actualmente hay un rededor de 35 empresas constituidas legalmente que se encargan de la venta y distribución de artículos publicitarios; tomando en cuenta los medios impresos, digitales y audiovisuales, de las cuales 25 están ubicadas en el centro de la ciudad.

Se dispone como muestra al 1% de la muestra como consumidores potenciales, cifra que se despliega de la cantidad total de personas que tienen interacción con este tipo de servicios en los alrededores de distribución de artículos publicitarios en la ciudad de Cúcuta, como se muestra en la tabla 1

Tabla 1 Consumidores promedios mensuales de Empresas publicitarias

Nombre de Empresa	Cantidad de Consumidores Mensuales Promedio
Total de consumidores promedio	75.260
Promedio de consumidores	3.011
1% de consumidores potenciales	31
Margen 10%	4
Total muestra	35

Resultados y discusión

En la recopilación de datos se evidenció el uso de nuevas tecnologías de la información como nueva forma de mercadeo y distribución de productos. La tecnología está presente en prácticamente todos los campos laborales. En las oficinas se pueden hallar impresoras, fotocopiadoras, computadores, y teléfonos inteligentes. (Figura 1)



Figura 1. Importancia de la publicidad

Como se puede evidenciar (figura 2) las compras electrónicas a través de las APP; lleva una gran ventaja a otros medios de mercadeo, ya que esta opción es la más viable, efectiva para el usuario, es por esto que cada empresa que desea iniciar y crecer debe ampliar su visión al mercadeo electrónico con la utilización de las APP.



Figura 2. Compras por medio de una APP

Conclusiones

Se resalta el uso de nuevas tecnologías de la información como nueva forma de mercadeo y distribución de productos y está presente en prácticamente todos los campos laborales.

En conclusión la conceptualización de estos dos términos permitió dar referencia y especificar las características de cómo se manifiesta la necesidad de una aplicación móvil para la comercialización de productos publicitarios y diseño gráfico a través de plataformas IOS y Android.

Se recomienda para el desarrollo de aplicaciones para dispositivos móviles tener en cuenta las limitaciones de estos dispositivos. Los dispositivos móviles funcionan con batería y las principales características que se deben considerar son: gran variedad de tamaños de pantalla, datos específicos de software y hardware como también distintas configuraciones y el uso de entorno de desarrollos integrados.

Referencias

Robledo, D. (2014) Desarrollo de aplicaciones para android I, Sede electrónica Ministerios de Educación Cultura y Deporte Gobierno de España. Recuperado de <https://sede.educacion.gob.es/publiventa/desarrollo-de-aplicaciones-para-android-i/ensenanza-informatica/21443>

- Otero, C. (2017) ¿Qué país tiene más usuarios de teléfonos móviles del mundo? Recuperado de https://as.com/betech/2017/06/13/portada/1497372371_809423.html
- Gómez, M. (2014) Aplicación para la empresa travelling-service, Universidad Autónoma de Madrid, Recuperado de <https://repositorio.uam.es/handle/10486/662281>
- Hosting, M. (2012) Desarrollo de una aplicación para dispositivos móviles para el estudio de hábitos de vida saludables, Recuperado de <https://upcommons.upc.edu/handle/2099.1/15333>
- Dane (2005) Censo General 2005 - República de Colombia https://www.dane.gov.co/files/censos/analisis/cucuta/cucuta_luz.pdf
- A. Cardozo (2013) Nuevo Código Colombiano de Autorregulación Publicitaria - <http://www.revistapym.com.co/destacados/asi-nuevo-codigo-colombiano-autorregulacion-publicitaria.html>