



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CREACIÓN DE UNA APLICACIÓN MÓVIL QUE PERMITA LA
BÚSQUEDA DE UN SITIO O SERVICIO POR ETIQUETAS

CEDILLO CARRION DHEBRIN MANUEL
INGENIERO COMERCIAL MENCIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MACHALA
2019



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Creación de una aplicación móvil que permita la búsqueda de un sitio o servicio por etiquetas

CEDILLO CARRION DHEBRIN MANUEL
INGENIERO COMERCIAL MENCIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS

MACHALA
2019



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TRABAJO TITULACIÓN
EMPREDIMIENTOS

Creación de una aplicación móvil que permita la búsqueda de un sitio o servicio por etiquetas

CEDILLO CARRION DHEBRIN MANUEL
INGENIERO COMERCIAL MENCIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

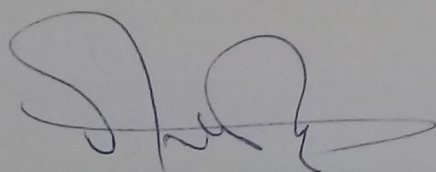
PACHECO MOLINA ANDRES MARCELO

MACHALA, 16 DE SEPTIEMBRE DE 2019

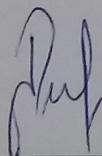
MACHALA
2019

Nota de aceptación:

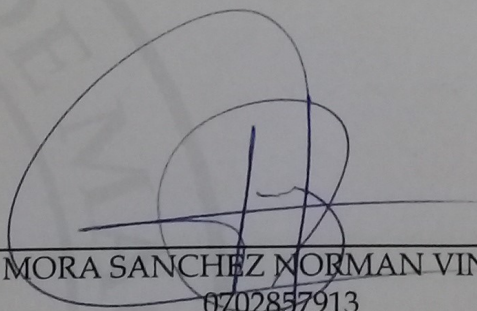
Quienes suscriben, en nuestra condición de evaluadores del trabajo de titulación denominado Creación de una aplicación móvil que permita la búsqueda de un sitio o servicio por etiquetas, hacemos constar que luego de haber revisado el manuscrito del precitado trabajo, consideramos que reúne las condiciones académicas para continuar con la fase de evaluación correspondiente.



PACHECO MOLINA ANDRES MARCELO
0700945181
TUTOR - ESPECIALISTA 1



PUPO FRANCISCO JUAN MARCOS
0959619255
ESPECIALISTA 2



MORA SANCHEZ NORMAN VINICIO
0702857913
ESPECIALISTA 3

Machala, 16 de septiembre de 2019

Trabajo de titulación

INFORME DE ORIGINALIDAD

6%

INDICE DE SIMILITUD

3%

FUENTES DE
INTERNET

0%

PUBLICACIONES

4%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

Submitted to UNIV DE LAS AMERICAS

Trabajo del estudiante

<1%

2

Submitted to Universidad Internacional de la
Rioja

Trabajo del estudiante

<1%

3

Submitted to Universidad San Ignacio de Loyola

Trabajo del estudiante

<1%

4

Submitted to Universidad Continental

Trabajo del estudiante

<1%

5

Submitted to Universidad Catolica de Oriente

Trabajo del estudiante

<1%

6

Submitted to Universidad Tecnologica del Peru

Trabajo del estudiante

<1%

7

repositorio.espam.edu.ec

Fuente de Internet

<1%

8

Submitted to Pontificia Universidad Catolica del
Peru

Trabajo del estudiante

<1%

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

El que suscribe, CEDILLO CARRION DHEBRIN MANUEL, en calidad de autor del siguiente trabajo escrito titulado Creación de una aplicación móvil que permita la búsqueda de un sitio o servicio por etiquetas, otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

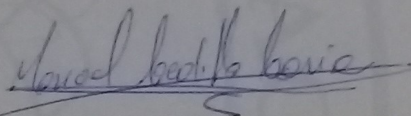
El autor declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

El autor como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Machala, 16 de septiembre de 2019



CEDILLO CARRION DHEBRIN MANUEL
0704312149

RESUMEN

En la presente investigación se planteó como objetivo el desarrollar una aplicación para dispositivos móviles mediante tecnologías inalámbricas que genere a las empresas una mejora en su productividad y que ayude a los usuarios en la búsqueda de un sitio o servicio de manera rápida y ágil. Para esto se tomó en cuenta artículos científicos, investigaciones y estudios previos los cuales ayudaron a dar origen esta idea de negocio; se utilizó como metodología la cuantitativa, con la realización del estudio de mercado, se pudo obtener información acerca del conocimiento y uso que las personas dan a las aplicaciones móviles; el método cualitativo permitió conocer el aprecio que tienen las personas sobre las app y si estas ayudan en la búsqueda de algún sitio o servicio; y por último se fundamentó en la experiencia, investigando previamente el impacto de las aplicaciones móviles. Se determinó que una considerable cantidad de personas desconoce la existencia de aplicaciones móviles que le ayuden a encontrar algo de su preferencia; se constató que, en la actualidad la tecnología móvil trae varios beneficios ya sea en el uso personal, comercial o empresarial, cada aplicación existente, se basa en un campo diferente, ofreciendo a los usuarios nuevas e innovadoras alternativas que lo ayuden en su vida cotidiana.

Palabras claves: Etiquetas, Búsqueda, Commerce, Redes Sociales, App

ABSTRACT

In the present investigation, the objective will be to develop an application for mobile devices using wireless technologies that generate companies an improvement in their productivity and that help users in the search for a site or service quickly and quickly. For this, scientific articles, research and previous studies are required, which help to give rise to this business idea; The quantitative was carried out as a methodology, with the completion of the market study, it was possible to obtain information about the knowledge and use that people give to mobile applications; the qualitative method to know the appreciation that people have about the application and if they help in the search of a site or service; and finally based on experience, previously investigating the impact of mobile applications. It is determined that a considerable number of people are unaware of the existence of mobile applications that help them find something of their preference; It was found that, at present, mobile technology brings several benefits either in personal, commercial or business use, each existing application is based on a different field, new and innovative alternative users are found that help in your life everyday

Keywords: Tags, Search, Commerce, Mobile Social Networks, App

RESUMEN	1
ABSTRACT	2
Índice de Gráficos	4
Índice de Tablas	6
INTRODUCCIÓN	9
IDEA DEL NEGOCIO	11
1.1 Descripción de la Idea	11
1.2 Fundamentación teórica de la idea de negocio	14
1.3 Estudio de mercado	19
1.3.1 Análisis del mercado potencial	19
1.3.2 Tamaño de la Muestra	20
1.3.3 Análisis e interpretación de resultados	20
DISEÑO ORGANIZACIONAL DEL EMPRENDIMIENTO	26
2.1 Descripción del emprendimiento	26
2.2.1 Funciones gerenciales	38
2.2.2 Funciones no gerenciales	46
2.3 Estructura organización y funcional	56
2.3.1 Estructura Funciona	56
CAPÍTULO III	57
MODELO DE NEGOCIO	57
3.1 Segmento del mercado	58
3.2 Servicio como propuesta de valor	59
3.3 Canales de comercialización	59
3.4 Relaciones con los clientes	61

3.5 Fuentes de ingreso	61
3.6 Activos para el funcionamiento del negocio	1
Activos Corrientes (Corto Plazo)	67
Activos No Corrientes (Largo Plazo)	67
3.7 Actividades del negocio	71
3.8.1 Socios inversores	72
3.8.2 Socios estratégicos	72
3.8 Estructura de costos	79
CAPÍTULO IV	83
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	83
4.1 Factibilidad Técnica	85
4.1.1 Layout	86
4.1.2 Localización óptima de la empresa	86
4.2 Factibilidad Financiera	91
4.2.1 Análisis VAN y TIR	94
4.3 Factibilidad Social	96
4.4 Factibilidad Ambiental	97
CONCLUSIONES	98
Bibliografía	99
ANEXOS	106

Índice de Gráficos

Ilustración 1: Diagrama de pastel sobre conocimiento de app. 20

Ilustración 2: Diagrama de pastel sobre utilización de la app. 22

Ilustración 3: Diagrama de barras de sitios de búsqueda. 23

Ilustración 4: Diagrama de barras de información al usuario. 24

Ilustración 5: Diagrama de pastel sobre recomendaciones. 25

Ilustración 6: Isologotipo. 27

Ilustración 7: Pantalla de Inicio. 28

Ilustración 8: Login. 28

Ilustración 9: Pantalla de Alerta de Registro. 29

Ilustración 10: Registro de Usuario. 29

Ilustración 11: Detalles de Registro de Empresa. 30

Ilustración 12: Etiquetas de Registro de Empresa. 31

Ilustración 13: Fotos de Registro de Empresa. 32

Ilustración 14: Menú de Usuario. 32

Ilustración 15: Menú de Empresa. 33

Ilustración 16: Estructura Funcional 43

Ilustración 17: Estructura del Organigrama. 44

Ilustración 18: Promocionar publicación. 57

Ilustración 19: Layout de Oficina. 62

Ilustración 20: Ubicación de la empresa. 65

Ilustración 21: Estado de Situación Inicial 66

Ilustración 22: Inversión y pronósticos. 68

Índice de Tablas

Tabla 1: Cálculo de Muestra. 19

Tabla 2: Funciones del Gerente. 34

Tabla 3: Funciones del Jefe de Marketing. 35

Tabla 4: Funciones del Jefe de Talento Humano. 36

Tabla 5: Funciones del Jefe de Sistema. 37

Tabla 6: Funciones de la Secretaria. 38

Tabla 7: Funciones del Diseñador 39

Tabla 8: Funciones del Supervisor de Ciudad. 40

Tabla 9: Funciones del Programador 41

Tabla 10: Funciones del Aux. de Limpieza. 42

Tabla 11: Fuentes de Ingreso. 47

Tabla 12: Tabla de Precios. 48

Tabla 13: Ingresos Aproximados. 48

Tabla 14: Egresos Aproximados. 49

Tabla 15: Activos para el funcionamiento del negocio. 50

Tabla 16: Característica de Servidores. 54

Tabla 17: Características Cloud. 55

Tabla 18: Características publicidad. 55

Tabla 19: Cantidad de negocios económicamente activos. 56

Tabla 20: Bienes que serán utilizados en la empresa. 58

Tabla 21: Capital de Trabajo. 58

Tabla 22: Mano de Obra. 58

Tabla 23: Costos Indirectos. 59

Tabla 24: Depreciación. 59

Tabla 25: Gastos Administrativos. 59

Tabla 26: Factores de localización. 63

Tabla 27: Costos anuales. 63

Tabla 28: Factores Subjetivos. 64

Tabla 29: Puntaje Relativo. 64

Tabla 30: Cálculo del valor relativo. 64

Tabla 31: Media de preferencia de localización. 64

Tabla 32: Cantidad de Clientes. 66

Tabla 33: Consumo A/C.. 67

Tabla 34: Consumo Computadora. 67

Tabla 35: Costo de Usuario. 67

Tabla 36: Análisis VAN, TIR.. 69

INTRODUCCIÓN

(Nevado, Gallardo, & Carvalho, 2017) El emprender es el motor para la innovación, la competitividad y el crecimiento económico. Fue necesario realizar un estudio de mercado con el cual ayudó a obtener información necesaria sobre la utilización de aplicaciones móviles y el impacto que podría generar la creación de una nueva app que ayude tanto a usuarios como a empresas de las provincias de El Oro y Guayas.

Las aplicaciones móviles o tecnologías móviles, son un claro ejemplo en la que las TICs se han expandido masivamente y se mantienen como herramientas indispensables para el bienestar y desarrollo entre personas, empresas e instituciones. (Díaz, Ucán, Aguilera, & Toscano, 2016). Por lo que el realizar una aplicación móvil que ayude a mejorar la productividad de las empresas, sea grande o pequeña, es bien visto por las personas que fueron encuestadas.

Cuando una persona programa realizar un viaje, surgen muchas interrogantes y se requiere obtener referencias del lugar a donde se quiere ir, la creación de una aplicación que permita buscar un sitio o servicio con las palabras claves o etiquetas, facilitaría la llegada del usuario a su destino. La búsqueda de un producto o servicio y el lograr contactarse con su proveedor es lo que muchas personas buscan y necesitan.

Según (Froment, García, & Bohórquez, 2017) como se citó en (Salas & Salas, 2019) Las redes sociales son las nuevas herramientas tecnológicas que permiten a los usuarios comunicarse e interactuar entre sí; lo cual va a permitir que la publicidad que se va a realizar por este medio digital llegue a más lugares, en menor tiempo y a menos costos, facilitando y

economizando recursos de la empresa, obteniendo mejores resultados y abarcando mayor territorio nacional.

Se ha determinado que la creación de la empresa BulQui y su aplicación móvil, es factible en el ámbito técnico tras la realización y análisis de la localización óptima de la empresa, financiera tras realizar los análisis del TIR, VAN y Costo/Beneficio los cuales dan el visto bueno y punto de partida para empezar y social tras analizar que favorecerá a muchas personas sea usuario o cliente, a familias ecuatorianas dando trabajo y facilitando la búsqueda de un sitio o servicio de su preferencia.

Se tendrá una ventaja competitiva sobre el resto de aplicaciones móviles existentes, debido a que estas aplicaciones solo se enfocan en un tipo de mercado; BulQui piensa abarcar absolutamente todo tipo de mercado e incluso servicios profesionales o no profesionales, facilitándoles información. En la ciudad en donde se realizó la investigación existe un alto campo donde se pueden realizar las aplicaciones móviles, y a la vez no es una ciudad en donde existan muchas apps que faciliten a los ciudadanos a llegar o encontrar algo de su preferencia. Por lo que el objetivo que se planteó es desarrollar una aplicación para dispositivos móviles mediante tecnologías inalámbricas que genere a las empresas una mejora en su productividad.

CAPÍTULO I

IDEA DEL NEGOCIO

1.1 Descripción de la Idea

Según Ruiz, Sánchez, & Trujillo (2016) Los avances sociales van de la mano con las TICs (Tecnologías de Información y Comunicación), estas facilitan los nuevos roles al momento de trabajar, debido a que el crecimiento de la telefonía móvil tiene una tasa de penetración de un 100%. La aparición de los Smartphone ha logrado la evolución de la industria de tecnología móvil, tanto el software como el hardware son factores decisivos en el momento de comprar un teléfono móvil, y existen elementos que con el tiempo se van fortaleciendo y obtienen un mayor impacto en la sociedad.

Cada empresa de tecnología móvil, lucha por lograr una mayor aceptación en el mercado, innovando sus características tanto en software como hardware, tratando de abarcar más capacidad y haciendo que el uso de estas sea más fácil para el usuario; en cuanto a las aplicaciones móviles también buscan la aceptación y aumentar su popularidad de uso, ya que se puede encontrar un sinnúmero de Apps en la web que nos permite realizar actividades con mayor agilidad y facilidad.

Si se busca realizar comercio electrónico mediante una aplicación o un dispositivo móvil, se debe estar al tanto del concepto de “e-commerce”, el cual permite que las empresas replanteen sus objetivos de ventas, tomando una estrategia diferente que permita crear nuevos productos, mercados y a su vez canales para su distribución, reduciendo costes de actividades (Fernández, Sánchez, Jiménez, & Hernández, 2015). Además, favorece a los usuarios ya que

otorga ciertas ventajas como encontrar productos a menor costos, realización de mejores negociaciones con el vendedor, comodidad al adquirir el nuevo producto.

E-commerce también tiene que ver con procesos de compra y venta de artículos en la Internet, es muy utilizado hoy en día debido a que en algún momento se necesita vender debido un objeto ya sea por su falta de uso o tal vez por colección y esto lleva al simple hecho de publicarlo en alguna pagina; diversos autores afirman que se puede obtener varios beneficios para la empresa, según Guzmán (2018) que citó a (Riascos, Aguilera, & Achicanoy, 2016) indica que el e – commerce ayuda a reducir costos en los procesos organizacionales, incluso ayudando a la apertura de nuevos mercados y una atención al cliente mejorada.

Las personas cada vez utilizan más las redes sociales, ya sea en computadoras como en teléfonos celulares para satisfacer algún tipo de necesidad, como transporte, alimentación, hospedaje, búsqueda de información, etc. Facebook e Instagram, siendo las redes sociales con mayor alcance y acogida a nivel mundial, son la plataforma adecuada en el cual se puede realizar campañas publicitarias y llegar a un gran número de personas la existencia de un producto o servicio ya sea en una ciudad, país o continentes.

El marketing móvil o mobile marketing ha comenzado a favorecer tanto a personas como a empresas al momento de presentar un producto o servicio mediante algún video publicitario o imágenes donde muestra lo que esté ofreciendo. De acuerdo a Osorio, Restrepo, & Muñoz. (2016) indican que el marketing móvil es el uso de plataformas móviles que servirán para incrementar la productividad de nuevos productos lográndose ingresar a la vida del consumidor.

Con la ayuda de las redes sociales para alcanzar un gran número de usuarios y clientes, se logrará abarcar tanto a nivel nacional como internacional el uso de una nueva y más completa aplicación móvil que satisfaga al usuario en búsqueda del sitio o servicio de preferencia. El objetivo de la presente investigación es desarrollar una aplicación para dispositivos móviles mediante tecnologías inalámbricas que genere a las empresas una mejora en su productividad.

1.2 Fundamentación teórica de la idea de negocio

La evolución de la tecnología va a pasos agrandados, su aceptación y penetración en el mercado es aún mayor, la persona de la nueva era se adaptan rápidamente a estos cambios debido a que la innovación tecnológica siempre llama la atención y estos a su vez andan buscando tecnología que cumpla sus expectativas y satisfagan algún tipo de necesidad, a la vez que ayuda a muchos en su vida cotidiana como en el trabajo, estudios o en casa, también ayudan a la elaboración de nuevos programas, aplicaciones móviles, mercados o marketing.

Las tecnologías inalámbricas, ha facilitado el uso de la tecnología actual, ya que permite la comunicación de dispositivos separados a una distancia o en movimiento, transmitiendo datos de manera rápida. El desarrollo de la tecnología inalámbrica, ha dejado a un lado y es el reemplazo de las redes de cableado; estos cableados han presentado grandes desventajas e inconvenientes a lo largo de los años y se pretende ser solucionado con el uso de la tecnología inalámbrica. (Monsalve, Arias, & Mejía, 2015)

Santamaría & Hernández (2015) indican que la aparición de estas nuevas tecnologías, modifican el modo de vida de las personas, especialmente en el área de telecomunicaciones, ya que se ha presenciado grandes cambios, desde el correo, telégrafo, teléfono, hasta la aparición del Internet. La desaparición de antiguas tecnologías de comunicación ha obligado

a las empresas a capacitarse y adaptarse a las nuevas tecnologías, la evolución acelerada de este campo permite que las empresas amenoren costos de personal y que la eficiencia y calidad del producto sea mayor.

La tecnología se vuelve parte fundamental en la mayoría de vida de las personas, la inserción de nuevas tecnologías se vuelve tendencia y su aceptación por los usuarios resulta fundamental para el desarrollo de la economía. Mientras que en los lugares desarrollados se encuentran en una etapa de madurez debido a la penetración del Internet, los países emergentes aún están en la etapa de aceptación tecnológica, pero, aún así, la tasa de penetración va a pasos agigantados. (Tavera & Londoño, 2014)

Dentro de las tecnologías móviles, existieron, existen y existirán grandes cambios a medida que pase el tiempo, y gracias a estos cambios es que las personas se pueden comunicar a cualquier hora del día y de extremo a extremo; con el valor agregado a la telefonía móvil, que fue el ofrecer servicios alternos a los canales de voz, permitió una gran aceptación y penetración en el mercado. (Gasca, Camargo, & Medina, 2014)

Las nuevas tecnologías han venido ayudando tanto a la evolución de las personas, como a los trabajos y a las empresas, que los departamentos de marketing se han visto obligados a migrar a nuevos campos para poder desempeñarse y alcanzar nuevos objetivos y metas para las empresas; con el cual se está adentrando a un mundo conocido como el Mobile Marketing, que se define como un conjunto de acciones que ayudan y facilitan a las empresas a comunicarse y relacionarse de manera interactiva con el uso de cualquier dispositivo móvil. (Küster, Ruiz, & Damian, 2017)

Los dispositivos móviles han permitido que los usuarios accedan a internet la mayor parte de su tiempo, es la mejor manera de obtener información y llegar mediante marketing digital a todas las personas, generando una mayor productividad y un mejor posicionamiento para las empresas. Tiene características como estar disponible en cualquier momento, pero existen inconvenientes a momento de facilitar el proceso de información debido a tamaño de la pantalla, y sus limitaciones, ya que no siempre llega toda la información al dispositivo móvil. (Llopis, Gómez, Lloret, Martínez, & Gutiérrez, 2016)

Según (Porter, 1996) que se citó en (López, Arvizu, Asiain, Marett, & Martínez, 2017) [JMP1] se debe lograr ventajas competitivas para lograr tener un buen posicionamiento estratégico; esto conlleva a la realización de actividades diferentes a los competidores o talvez actividades similares pero de diferente manera generando mayor productividad para la empresa. Con la ayuda de los dispositivos móviles, se puede realizar campañas publicitarias lo cual favorecerán a la empresa, generando una ventaja competitiva de las demás empresas.

El mobile marketing o marketing para dispositivos móviles son técnicas o estrategias de marketing que permiten promocionar productos o servicios con la ayuda de los dispositivos móviles, enlazando usuarios con anunciantes de manera continua y directa permitiendo tener una comunicación más interactiva. Una aplicación móvil, es un software adaptado a un dispositivo móvil y que se identifica como un instrumento más del mobile marketing. (Florido, 2016)

El mobile marketing es parte del marketing digital, mientras que el mobile marketing se trata del uso de dispositivos móviles, el marketing digital abarca tanto ordenadores como dispositivos móviles, pero con la ayuda de estas herramientas se puede abarcar más personas en poco tiempo, a la vez que permite programar los anuncios que se van a transmitir en el día,

semana o mes. Según (Hudák, Kianicková, & Madleňák, 2017) que se citó (Londoño, Mora, & Valencia, 2018), el marketing digital es una actividad dentro del e – commerce con el que se espera que genere impactos favorables en el sistema.

Cada día, las nuevas generaciones están más inmiscuidas en la tecnología, lo cual permite que las empresas lleguen con su marketing a muchas más personas con el uso de un computador, entrando a la era del E- commerce o comercio electrónico, el cual se piensa que es una estrategia del marketing de canal, el cual se integra con otros canales, para así ser un marketing multicanal. (Chaffey & Ellis, 2014) como se citó en (Barrientos, 2016)

El comercio electrónico elimina barreras geográficas y permite llegar a más gente con menos esfuerzo, sea cual sea el medio que utilicemos para llegar a posibles clientes, todas han favorecido enormemente a las pequeñas, medianas y grandes empresas. Hoy en día, basta con tomar el celular, y al abrir cualquier red social se puede encontrar algún tipo de publicidad de alguna empresa, sea imagen o video, sea nacional o internacional, pero todos recibimos algún tipo de información que no se espera.

Según Fernández, Sánchez, Jiménez y Hernández (2015) En el e-commerce, el factor más importante es la innovación; una empresa innovadora, va a tener mucho más éxito en el comercio electrónico, aunque esto no siempre signifique lo mismo, ya que puede que el cliente no necesite realmente ese producto o servicio. La innovación siendo un proceso dinámico e interactivo, permite a las empresas adquirir conocimientos por experiencia propia, desarrollando procesos de producción mejorados (Ramírez & Vega, 2015)[JMP2]

Innovando a las aplicaciones móviles ya existentes, se plantea elaborar una aplicación que permita la búsqueda de un sitio o servicio mediante etiquetas, las cuales permitirán que el

cliente logre buscar con más facilidad o con solo el hecho de acordarse algo que represente al lugar o servicio que quiera adquirir. Las etiquetas mejoran la gestión de información, se utilizan para categorizar, y permite que el usuario logre acotar su búsqueda en función a sus intereses. (Pérez, Campos, & Campos, 2014)^[JMP3]

El motivo para la realización de este proyecto es debido a la necesidad que las personas que tienen al buscar un producto o servicio dentro de una ciudad. Por lo general se recurre a las redes sociales; también se pregunta a otras personas una referencia esperando que alguien le responda, en otras ocasiones buscan en directorios o preguntan directamente a alguna amistad o familiar; todo esto, causa molestia y a la vez toma más tiempo del que se pensaba.

De esta necesidad nace BulQui, una aplicación que permitirá al usuario buscar mediante etiquetas o palabras claves que la empresa o persona ingrese. El poder buscar no solo con un nombre específico, si no, que con la ayuda de etiquetas o palabras claves como pueden ser el producto, característica o servicio estrella permitirá al usuario a encontrar lo que tanto buscaba, con mayor facilidad y sin la necesidad de estar preguntando a otras personas. Asignar palabras claves puede ser sencillo con la ayuda de la lista de términos MESH, en donde se las puede obtener de forma clasificada y ordenada alfabéticamente (Nass, 2015)

La realización de campañas publicitarias en las redes sociales como son Facebook e Instagram, ayudará a abarcar el territorio nacional con mayor facilidad. El contratar talento humano calificado para que éstos recorran las calles y visiten a los posibles clientes, permitirá una mayor aceptación y reconocimiento de la aplicación, explicándoles los beneficios que pueden obtener suscribiéndose a la aplicación, y a su vez ayudando ante cualquier inconveniente.

Se abarcará tanto lugares físicos como servicios profesionales y no profesionales. Si se refiere a un sitio físico, se trata de un lugar tangible y visible para el cliente, en donde este puede ir y obtener una atención y un producto, y si se trata de un servicio profesional o no profesional, se está considerando a una persona que no posee un lugar físico, pero ofrece algo de interés para el cliente y lo puede realizar en cualquier espacio.

BulQui permitirá que este tipo de actividades, sean encontradas con mayor facilidad, a la orden del día, presentando un perfil en el que encontrará datos como el nombre de esta persona o empresa, descripción, dirección en caso de tenerla, un número de contacto, entre otros datos más; permitiendo a los clientes no estar preguntando a terceras personas, sino acceder cómodamente y sin costo a buscar al sitio o servicio que prefieran.

1.3 Estudio de mercado

El saber que muchas personas puedan utilizar o disfrutar de un bien o servicio, brinda un motivo para querer emprender un negocio y alcanzar una meta. Cualquiera que sea el desempeño que las personas realicen, ya sea profesional, actividad o emprendimiento, el tener ilusión y entusiasmo pueden ser parte de motivación inicial con la cual se puede llegar a realizar actividades de gran nivel y éxito. (González & Ruiz, 2015)^[JMP4]

Las aplicaciones móviles, así como la tecnología ha permitido facilitar la realización de miles de actividades en la vida diaria de las personas, y es por esto que se ha decidido realizar una nueva aplicación móvil que ayude tanto locales como extranjeros a encontrar un sitio o servicio de una manera fácil y rápida. Con la realización de un estudio de mercado, permitirá conocer la aceptación que tendría esta app y qué enfoque se le puede dar.

1.3.1 Análisis del mercado potencial

Se tomará en cuenta que el trabajo de investigación será en la ciudad de Machala, la misma que está dentro de las 5 ciudad más pobladas del país, de acuerdo al INEC en el año 2010 que fue el último censo tuvo una población de 245.972 habitantes y con la proyección para este año 2019 la población debe estar en 286.120 habitantes

1.3.2 Tamaño de la Muestra

Para la aplicación de las encuestas se consultó el número poblacional de la ciudad de Machala, y mediante la siguiente fórmula, se logró obtener un tamaño de muestra con el que se podrá avalar la veracidad y estabilidad de las conclusiones que surgen del estudio realizado. Referenciar

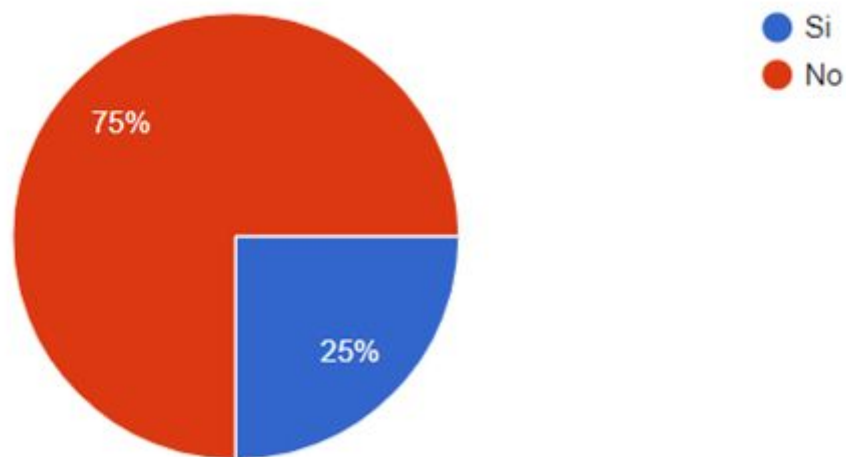
Tabla 1: Cálculo de Muestra

Factor	Valores
Tamaño de la población	286.120
Margen de error	5%
Nivel de confianza	95%
Muestra	384
Fuente	INEC
Elaboración	Universidad de Granada

1.3.3 Análisis e interpretación de resultados

Pregunta 1: ¿Conoce Ud. una App que le permita buscar un sitio (restaurante, hueca, discoteca, etc.) de manera fácil y rápida?

Ilustración 1: Diagrama de pastel sobre conocimiento de app



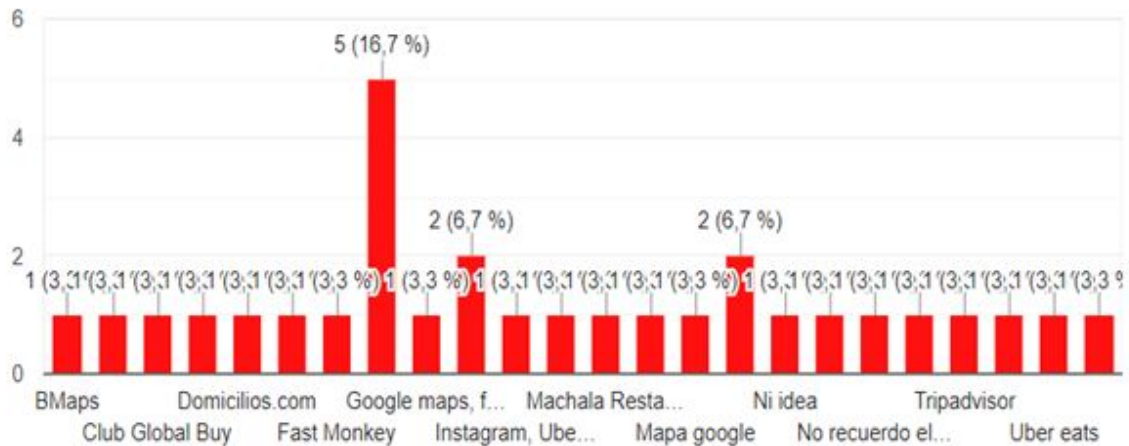
Fuente: Población de la ciudad de Machala

Elaborado por: Dhebrin Cedillo

Análisis: La investigación realizada para el presente proyecto, se ha preguntado a la población si tienen conocimiento de alguna app que les permita buscar sitios o servicios rápidamente, el 75% de la población indican que no conocen una app de este tipo, lo cual podría favorecer este proyecto, y el 25% si conoce algún tipo de app de búsqueda, ya sea porque andan más sumergidos en este mundo de la tecnología o han escuchado alguna vez.

Pregunta 2: ¿Cómo se llama la App?

Ilustración 2: Diagrama de barras sobre nombres de app



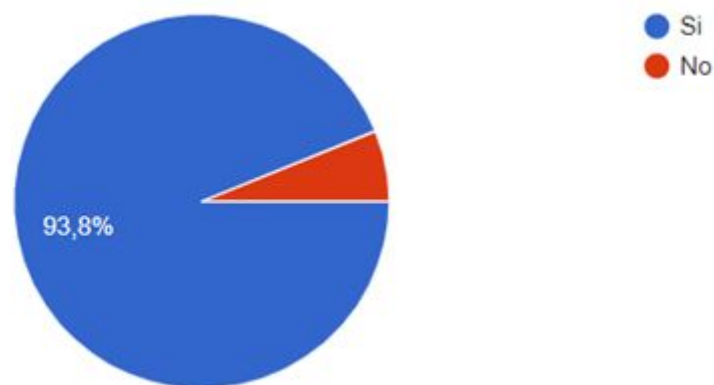
Fuente: Población de la ciudad de Machala

Elaborado por: Dhebrin Cedillo

Análisis: De las personas que respondieron que Si conocen un tipo de app que permita la búsqueda de manera rápida y ágil, han sabido responder que el mayor utilizado es Google Maps, entre otras app que las personas utilizan se tiene a BMaps, Club Global Buy, Domicilios.com, Fast Monkey, Instagram, Facebook, Uber, Machala Restaurantes, Tripadvisor, Uber Eats de los cuales se puede concluir que estas aplicaciones móviles ayudan a los usuarios en un área específica, como comidas, hoteles, etc. pero no abarcan al mismo nivel que BulQui lo hará.

Pregunta 3: ¿Le gustaría utilizar una App (aplicación que descarga en su teléfono inteligente que utiliza Wifi o paquete de datos) para encontrar un sitio de preferencia en una nueva ciudad?

Ilustración 2: Diagrama de pastel sobre utilización de la app



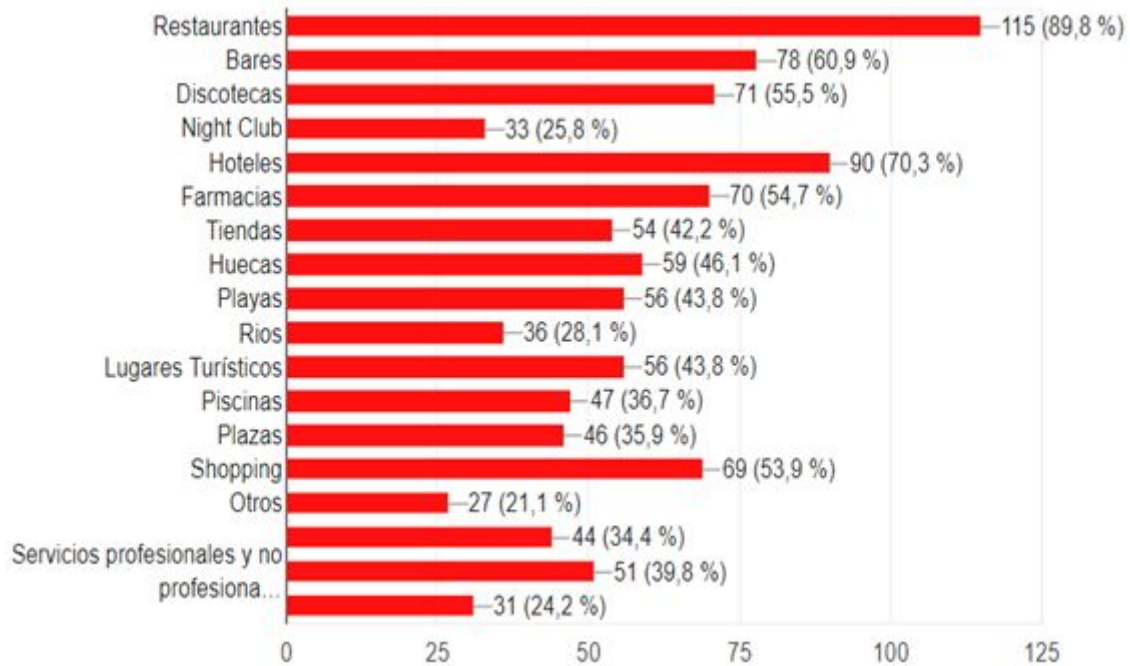
Fuente: Población de la ciudad de Machala

Elaborado por: Dhebrin Cedillo

Análisis: Para satisfacción de este emprendimiento, se ha obtenido que el 93,8% de los encuestados, si desean utilizar esta aplicación móvil, dando un punto positivo para que este emprendimiento marche por buen camino y buscando la satisfacción de esta gran cantidad de población, el 6,2% no le interesaría la utilización de esta app, ya sea por falta de utilidad o porque tal vez otra app satisfaga su necesidad al momento de buscar.

Pregunta 4: ¿Qué sitios le gustaría que abarque esta app en su búsqueda?

Ilustración 3: Diagrama de barras de sitios de búsqueda



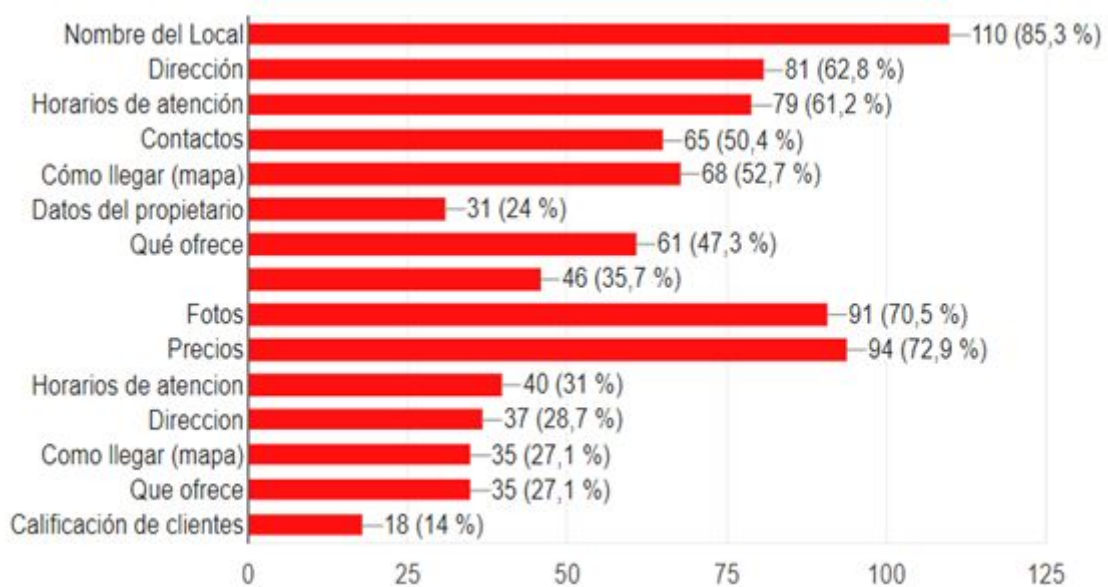
Fuente: Población de la ciudad de Machala

Elaborado por: Dhebrin Cedillo

Análisis: Del universo encuestado 89,8% de las personas le gustaría la app ayude a buscar Restaurantes, 60,9% Bares, 55,5% Discotecas, 25,8% Night Club, 70,3% Hoteles, 54,7% Farmacias, 42,2% Tiendas, 46,1% Huecas, 43,8% Playas, 28,1% Rios, 43,8% Lugares Turísticos, 36,7% Piscinas, 35,9% Plazas, 53,9% Shopping, 21,1% Otros, 34,4% Lugares de recreación al aire libre, 40% Servicios profesionales o no profesionales.

Pregunta 5: ¿Qué información le gustaría que esta app le muestre al momento de buscar un sitio?

Ilustración 4: Diagrama de barras de información al usuario



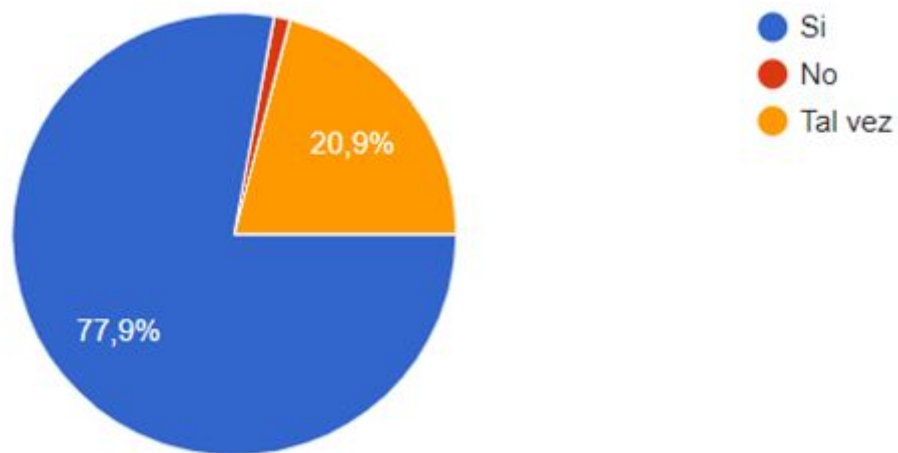
Fuente: Población de la ciudad de Machala

Elaborado por: Dhebrin Cedillo

Análisis: La información que a las personas le interesaría saber al momento de buscar un sitio o servicio tiene como principal el Nombre del Local con un 85,3% el cual es un dato siempre importante, el 62,8% le gustaría saber la Dirección, 61,2% Horarios de atención, 50,4% Numero de Contacto, 52.7% un Mapa de Como llegar, 24% Datos del propietario, 47,3% Menú o que Ofrecen, 35,7% Calificación, 70,5% Fotos, 72,9% Precios. Se realizó una actualización de la encuesta y se logró obtener que un 31% desearía conocer el Horario de atención, 28,7% adicionales desearían conocer la Dirección, 27,1% Mapa y Que ofrecen, 14% Calificación.

Pregunta 6: ¿Le gustaría que recomendemos sitios o servicios de acuerdo a su presupuesto?

Ilustración 5: Diagrama de pastel sobre recomendaciones



Fuente: Población de la ciudad de Machala

Elaborado por: Dhebrin Cedillo

Análisis: Como parte de la aplicación, se va a tener una categoría de recomendaciones, en donde se va dar publicidad a sitios o servicios de manera diaria, semanal, viajes y promociones; se ha obtenido información en la cual el 77,9% si le gustaría que exista estas recomendaciones, lo cual les da una opción para tomar en cuenta al momento de salir o viajar, el 20,9% Tal vez y un 1,2% No le gustaría.

CAPÍTULO II

DISEÑO ORGANIZACIONAL DEL EMPRENDIMIENTO

2.1 Descripción del emprendimiento

Muchas de las veces las personas viajan a una ciudad dentro del Ecuador que poco conoce, ya sea a visitar a un familiar o en muchas de las ocasiones por turismo. Conocer nuevos lugares es el sueño de muchas personas, ya sea en familia, amigos, solos o en pareja; muchas personas se preparan antes de viajar, buscando dónde hospedarse, alimentación y lugares donde visitar, en otras ocasiones simplemente se aventuran a viajar sin ninguna preparación y preguntando a personas locales, encuentran los sitios que buscan.

BulQui permitirá que las personas encuentren un sitio o servicio ya sea con anticipación o al instante, ya que será una aplicación móvil que brindará un servicio de información a todo aquel que la necesite a toda hora del día, indicando datos principales como nombre, dirección, descripción, horarios de atención, números de teléfonos, etc. Que permitirá que el usuario busque de manera rápida y fácil.

Local o turista, las personas podrán buscar por categoría que es una manera más ordenada o etiquetas que trata de la búsqueda por palabras claves.

Logo e Isotipo de la Empresa

La imagen representativa de una empresa es más asunto de psicología social que de diseño; estas se forman mediante imágenes en la mente del público, dando una perspectiva que ayudará a conceptualizar o etiquetar a una empresa (Fernández S. , 2018). Y es por esto que

se analizó el nombre de la aplicación, su significado, y se realizó un Isotipo en el que parece agradable e identifica a la empresa con el solo verlo.

Ilustración 6: Isologotipo



Busca lo que quieras, con sus siglas BulQui, es el nombre con el cual se va a identificar a la empresa y aplicación. Para las siglas se ha utilizado la fuente “Eight one”, la cual es una fuente de libre acceso y utilización en el medio digital, cabe recalcar que, si una empresa o persona utiliza una fuente privada, puede ser demandado e incluso dado de baja a su proyecto; para los colores se ha utilizado dos tipos los cuales se detallarán a continuación.



Pantone/ PMS 433 XGC. Es una sombra muy oscura de cian-azul

Hex: #1D262E

RGB: 29, 38, 46



Alizarin. Con un efecto de resplandor interior que oscurece los bordes

Hex: #DA2328

RGB: 218, 35, 40

Interfaz

Ilustración 7: Pantalla de Inicio



En la pantalla de inicio se podrá observar el Isotipo de la app en color blanco y con un fondo rojo mate que es el color distintivo de la empresa y de la app, esta pantalla tiene una duración de 4 segundos para posteriormente pasar a la siguiente

Login

Ilustración 8: Login



En esta interfaz podremos observar el Isotipo y Logotipo de la app. En esta interfaz el usuario podrá ingresar al modo usuario o empresa, lo cual lo definirá al momento de registrarse. Y al ingresar se dirigirá a su menú respectivo, ya sea menú de usuario o menú de cliente.

Alert Dialog de Registro

Ilustración 9: Pantalla de Alerta de Registro



Es una alerta o un cuadro de diálogo que aparecerá al momento de querer registrarse, en el cual definirá a la persona como usuario o empresa. El registrarse como usuario de manera gratuita permitirá a la persona buscar el sitio o servicio que desee; mientras que el registrarse como empresa lo cual tendrá un costo, permitirá ingresar datos de información, etiquetas y fotos.

Registro de Usuario

Ilustración 10: Registro de Usuario



The image shows a mobile application interface for user registration. The screen is titled "Registrate" and features a white background with a red header bar at the top. The registration form consists of several input fields: "Nombre" (Name), "Apellido" (Last Name), "Correo" (Email), "Password", and "Confirmar Password" (Confirm Password). Each field is accompanied by a small red icon indicating a required field. Below the input fields is a prominent red button labeled "REGISTRARSE". The bottom of the screen displays the standard Android navigation bar with back, home, and recent apps icons.

Como se ha mencionado anteriormente, el usuario podrá registrarse de manera gratuita utilizando sólo datos como: Nombre, apellido, correo electrónico y password. Esto permitirá a que obtengamos un email en donde se pueda enviar publicidad a todas las personas que utilicen la app.

Registro como Empresa: Interfaz de Detalles

Ilustración 11: Detalles de Registro de Empresa



The screenshot shows the 'BulQui' mobile application interface for the 'DETALLES' (Details) section of the company registration process. The app has a red header with the 'BulQui' logo and three navigation tabs: 'DETALLES', 'ETIQUETAS', and 'FOTOS'. Below the header is a placeholder for a company image, showing a landscape with a sun and green hills, and a button labeled 'SELECCIONAR IMAGEN'. The main form area contains several input fields and dropdown menus for providing company information:

- Nombre:** Input field for 'Nombre de la empresa'.
- Descripcion:** Input field for 'Descripcion breve de su empresa'.
- Direccion:** Input field for 'Direccion'.
- Contacto:** Input field for 'Telefono de contacto'.
- Correo:** Input field for 'Email de la empresa'.
- Horario de Atencion:** Fields for 'Desde:' and 'Hasta:', both with a dropdown menu currently set to '1:00'.
- Categorias:** Dropdown menu currently set to 'Alimentacion'.
- Provincia:** Dropdown menu currently set to 'Azuzay'.
- Ciudad:** Dropdown menu currently set to 'Cuenca'.

En esta interfaz, la persona puede registrar su empresa física o servicio que esté ofreciendo.

Proporcionará datos que permitan al usuario tener información detallada del sitio o servicio

que ofrezca esta persona. Los datos que puede ingresar en esta interfaz son: nombre, descripción breve de lo que ofrece, dirección, contacto o número telefónico, correo, horario de atención, categoría, provincia, ciudad y password.

Dentro de las categorías, la empresa podrá seleccionar 12 tipos: alojamiento, alimentación, comercio, enseñanza, financiera, nocturno, salón, salud, servicios, tecnológicos, transporte, turístico. Luego de ingresar estos datos, el usuario procederá a la siguiente interfaz.

Registro como Empresa: Interfaz de Etiquetas

Ilustración 12: Etiquetas de Registro de Empresa



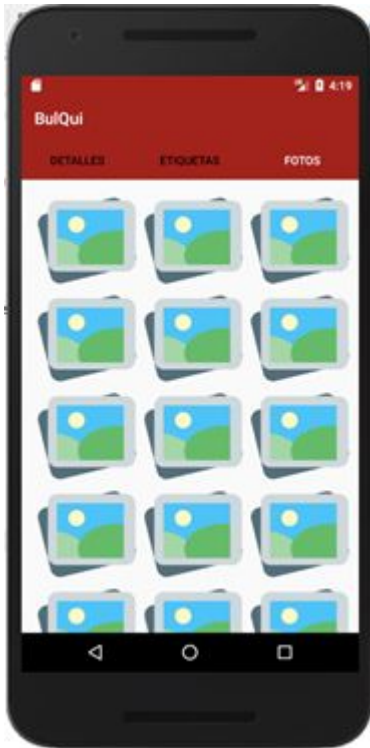
En esta interfaz, la empresa ingresará etiquetas o palabras claves que permitirán al usuario buscarlo de cualquier manera. Ejemplo:

Para un bar que vende piqueo y bebidas, tiene una especialidad que es la chori burger acompañado de cerveza nacional, importadas y artesanales, deberá ingresar las siguientes etiquetas:

- Chori Burger
- Bar
- Cerveza artesanal
- Artesanal
- Birras
- Beer
- Hamburguesas de chorizo
- Biela
- Piqueo
- Bebidas alcohólicas

Registro como Empresa: Interfaz de Fotos

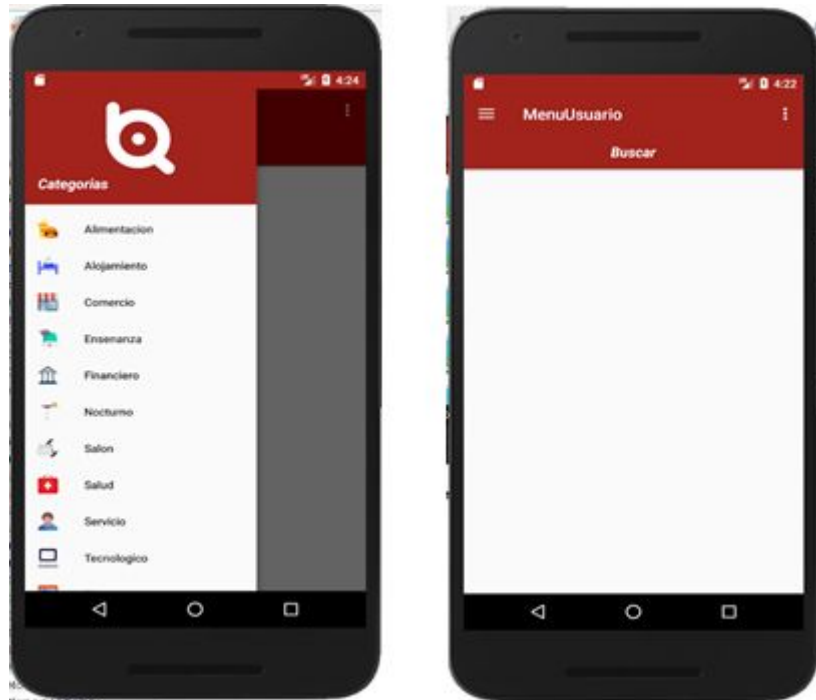
Ilustración 13: Fotos de Registro de Empresa



En esta interfaz, la empresa procederá a subir fotos del producto o servicio que ofrezca, llegando de mejor manera a los usuarios.

Interfaz de Menú Usuario

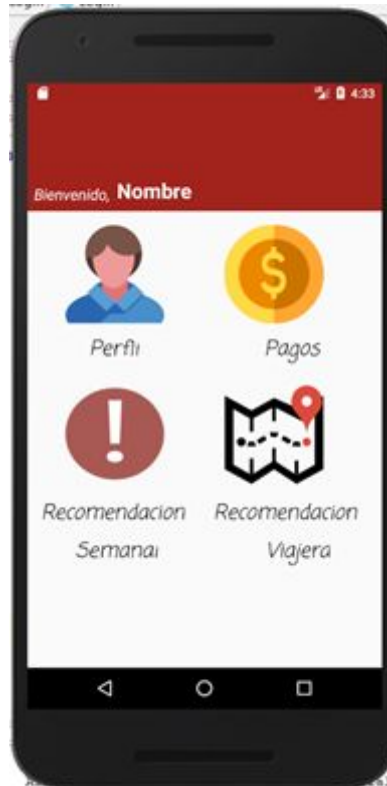
Ilustración 14: Menú de Usuario



En el menú de usuario, la persona registrada podrá utilizar la búsqueda por categorías como buscar por etiquetas.

Menú Empresa

Ilustración 15: Menú de Empresa



El menú de la empresa tiene 4 opciones, Perfil que permite editar los datos ingresados anteriormente; Pagos que activará la cuenta del cliente, estos se podrán realizar mensual, semestral o anualmente; Recomendación semanal, permitirá al cliente publicitar su empresa la cantidad de días que quiera; Recomendación Viajera, permitirá al ser recomendado de manera especial a los clientes viajeros, estas dos opciones aparecerán en el menú de categorías del usuario.

2.2 Fundamentación gerencial del emprendimiento

2.2.1 Funciones gerenciales

Tabla 2: Funciones del Gerente

Puesto:	Gerente
Misión	
Planificar los objetivos de la empresa. Dirigir la empresa, tomar decisiones para el cumplimiento de los objetivos, supervisar y ser líder.	
Identificación y referencia en el puesto de trabajo	
<ul style="list-style-type: none">- Departamento o área: Gerencia- Dependencia: Presidente- Subordinados: Jefes departamentales, secretaria, supervisores, visitantes	
Funcion, Responsabilidades y ocupaciones	
Funciones: <ul style="list-style-type: none">· Administrar eficazmente la empresa, verificando que cada puesto cumpla con su función correctamente· Establecer objetivos y lograr cumplirlos· Establecer estrategias de ventas y servicios· Designar las funciones y actividades de los demás puestos de la empresa	
Responsabilidades: <ul style="list-style-type: none">· Cumplir con la ética profesional y laboral en la empresa· Desarrollar los presupuestos anuales y metas económicas· Tener al día los balances financieros de la empresa· Supervisar que el servicio ofrecido a los clientes sea eficaz	
Marco de Relación	
Interno <ul style="list-style-type: none">· Presidente· Jefes departamentales	

<p>Externo</p> <ul style="list-style-type: none"> · Clientes · Proveedores · Medios de comunicación · Otras agencias de publicidad
<p>Perfil</p>
<ul style="list-style-type: none"> · 2 años en cargos similares · Título de tercer nivel: Administración de empresas · Motivación y dirección de personal

Tabla 3: Funciones del Jefe de Marketing

Puesto:	Jefe de Marketing
Misión	
Definir las estrategias de marketing que la empresa va a utilizar para ofertar la app	
Identificación y referencia en el puesto de trabajo	
<ul style="list-style-type: none"> - Departamento o área: Marketing - Dependencia: Gerencia - Subordinados: Diseñador 	
Funcion, Responsabilidades y ocupaciones	

Funciones:

- Diseñar un plan de marketing para la empresa
- Definir estrategias de marketing
- Innovar en la publicidad
- Planificar el presupuesto del departamento
- Encargado del marketing digital

Responsabilidades:

- Cumplir con la ética profesional y laboral en la empresa
- Desarrollar el presupuesto para el departamento
- Cumplir con las campañas publicitarias en las redes sociales

Marco de Relación

Interno

- Gerente

Externo

·

Perfil

- Título de tercer nivel: Marketing
- Conocimientos de marketing digital
- Innovador

Tabla 4: Funciones del Jefe de Talento Humano

Puesto:	Jefe de Talento Humano
Misión	
Coordinar y apoyar todas las funciones que se realicen en la empresa.	
Identificación y referencia en el puesto de trabajo	
<ul style="list-style-type: none"> - Departamento o área: Talento Humano - Dependencia: Gerencia - Subordinados: Supervisores, visitadores 	
Funcion, Responsabilidades y ocupaciones	
<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Dar a conocer las políticas de la empresa · Reclutar el personal adecuado para cada puesto · Controlar que cumplan las funciones cada persona · Dirigir a los supervisores de cada ciudad 	
<p>Responsabilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Cumplir con la ética profesional y laboral en la empresa 	
Marco de Relación	
<p>Interno</p> <ul style="list-style-type: none"> · Gerente · Jefes departamentales · Supervisores · Visitadores 	

Externo ·
Perfil
· Título de tercer nivel: Administración de empresas, Psicólogo · Dominio de personal · Experiencia en puestos similares

Tabla 5: Funciones del Jefe de Sistema

Puesto:	Jefe de sistemas
Misión	
Innovar en el uso de la app	
Identificación y referencia en el puesto de trabajo	
<ul style="list-style-type: none"> - Departamento o área: Sistemas - Dependencia: Gerente - Subordinados: Programador 	
Funcion, Responsabilidades y ocupaciones	
Funciones: <ul style="list-style-type: none"> · Verificar el correcto funcionamiento de la app · Verificar el correcto funcionamiento de los servidores · Actualizar la interfaz de la app 	

Responsabilidades:

- Cumplir con la ética profesional y laboral en la empresa
- Velar por el correcto funcionamiento tanto de la app como los servidores
- Mantener en orden el ingreso de información
- Optimizar el funcionamiento de la app

Marco de Relación

Interno

- Gerente
- Programador

Externo

·

Perfil

- Título de tercer nivel: Sistemas
- Programador de aplicaciones
- Base de datos
- Diseñador: básico
- Experiencia en puesto de jefe
- Control de personal

2.2.2 Funciones no gerenciales

Tabla 6: Funciones de la Secretaria

Puesto:	Secretaria
Misión	
Brindar apoyo incondicional a su jefe con las tareas establecidas.	
Identificación y referencia en el puesto de trabajo	
<ul style="list-style-type: none">- Departamento o área: Gerencia- Dependencia: Gerente	
Funcion, Responsabilidades y ocupaciones	
Funciones: <ul style="list-style-type: none">· Gestionar la agenda del gerente· Manejo de información confidencial de la empresa· Comunicación telefónica· Atención al público	
Responsabilidades: <ul style="list-style-type: none">· Cumplir con la ética profesional y laboral en la empresa· Mantener comunicado al gerente de las novedades que tiene la empresa· Atender al público adecuadamente	
Marco de Relación	
Interno <ul style="list-style-type: none">· Gerente· Jefes departamentales	

Externo · Clientes
Perfil
<ul style="list-style-type: none"> · Título de secretaria · 6 meses de experiencia en puestos similares · Capacidad de elaborar informes · Tener buena presencia y sepa de atención al público

Tabla 7: Funciones del Diseñador

Puesto:	Diseñador
Misión	
Innovar de manera creativa problemas de comunicación gráfica	
Identificación y referencia en el puesto de trabajo	
<ul style="list-style-type: none"> - Departamento o área: Marketing - Dependencia: Jefe de Marketing 	
Funcion, Responsabilidades y ocupaciones	
Funciones: <ul style="list-style-type: none"> · Innovar la parte gráfica de la empresa · Buscar la comunicación gráfica adecuada para llegar a los clientes 	
Responsabilidades: <ul style="list-style-type: none"> · Diseñar · Ayudar al jefe de marketing · Imprimir etiquetas y distribuirlas 	

Marco de Relación
Interno <ul style="list-style-type: none"> · Gerente · Jefe de Marketing
Externo <ul style="list-style-type: none"> · Proveedores · Medios de comunicación
Perfil
<ul style="list-style-type: none"> · Título de bachillerato · Dominio de Adobe Photoshop, Illustrator, After Effect · Creativo

Tabla 8: Funciones del Supervisor de Ciudad

Puesto:	Supervisor de ciudad
Misión	
Supervisar que cada visitador cumpla con la cantidad de clientes semanales. Proveerles las herramientas adecuadas	
Identificación y referencia en el puesto de trabajo	
<ul style="list-style-type: none"> - Departamento o área: Talento Humano - Dependencia: Gerente - Subordinados: Visitadores 	
Funcion, Responsabilidades y ocupaciones	

Funciones:

- Velar por el cumplimiento de ingreso de clientes semanales
- Contratar personal adecuado bajo la supervisión de su superior
- Repartir los sticker que van a ser pegados cuando un cliente se suscriba
- Visitar a posibles clientes para dar a conocer nuestra app

Responsabilidades:

- Cumplir con la ética profesional y laboral en la empresa
- Recorrer la ciudad en busca de clientes
- Publicitar la app
- Repartir volantes
- Ayudar al cliente a la correcta suscripción

Marco de Relación

Interno

- Supervisor
- Jefe de talento humano

Externo

- Clientes

Perfil

- Título de Bachiller
- Experiencia 6 meses a 1 año en control de personal
- Manejo de Office
- Realización de reportes

Tabla 9: Funciones del Programador

Puesto:	Programador
Misión	
Innovar en el uso de la app	
Identificación y referencia en el puesto de trabajo	
<ul style="list-style-type: none"> - Departamento o área: Sistemas - Dependencia: Jefe de Sistemas 	
Funcion, Responsabilidades y ocupaciones	
<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Verificar el correcto funcionamiento de la app · Verificar el correcto funcionamiento de los servidores · Actualizar la interfaz de la app 	
<p>Responsabilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Cumplir con la ética profesional y laboral en la empresa · Velar por el correcto funcionamiento tanto de la app como los servidores · Mantener en orden el ingreso de información · Optimizar el funcionamiento de la app 	
Marco de Relación	
<p>Interno</p> <ul style="list-style-type: none"> · Jefe de sistemas 	
<p>Externo</p> <ul style="list-style-type: none"> · 	

Perfil
<ul style="list-style-type: none"> · Título Bachillerato: Informática o Tercer nivel: Sistemas · Programador de aplicaciones · Diseñador: básico

Tabla 10: Funciones del Aux. de Limpieza

Puesto:	Auxiliar de limpieza
Misión	
Mantener el orden y la limpieza de las oficinas	
Identificación y referencia en el puesto de trabajo	
<ul style="list-style-type: none"> - Departamento o área: Talento Humano - Dependencia: Jefe de Talento Humano 	
Funcion, Responsabilidades y ocupaciones	
Funciones: <ul style="list-style-type: none"> · Limpieza de Oficinas · Mantener el orden · Realizar mandados 	
Responsabilidades: <ul style="list-style-type: none"> · Cumplir con la ética profesional y laboral en la empresa · Velar por la limpieza y orden de las oficinas · Realizar cualquier mandato que concierne al trabajo empresarial 	

Marco de Relación

Interno

- Gerente
- Jefe de Talento Humano
- Jefe de Sistemas
- Jefe de Marketing

Externo

·

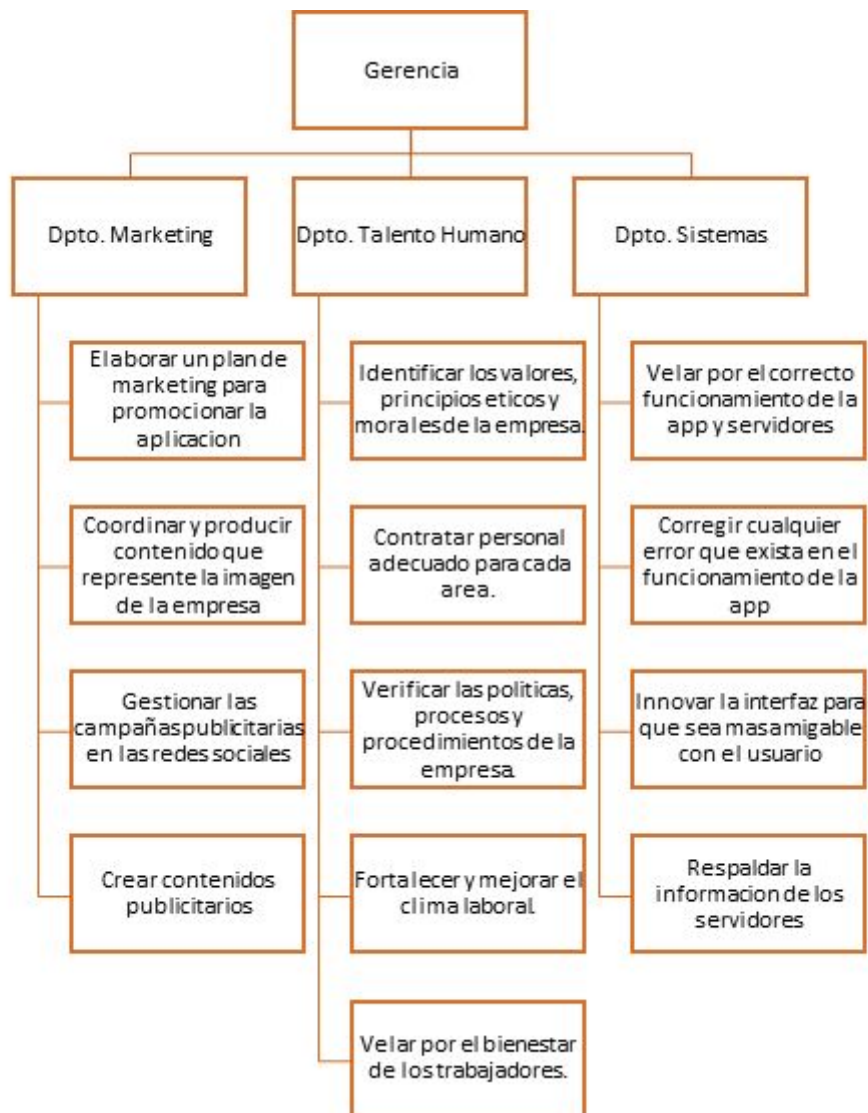
Perfil

- No requiere título
- No requiere experiencia
- Recomendaciones

2.3 Estructura organización y funcional

2.3.1 Estructura Funciona

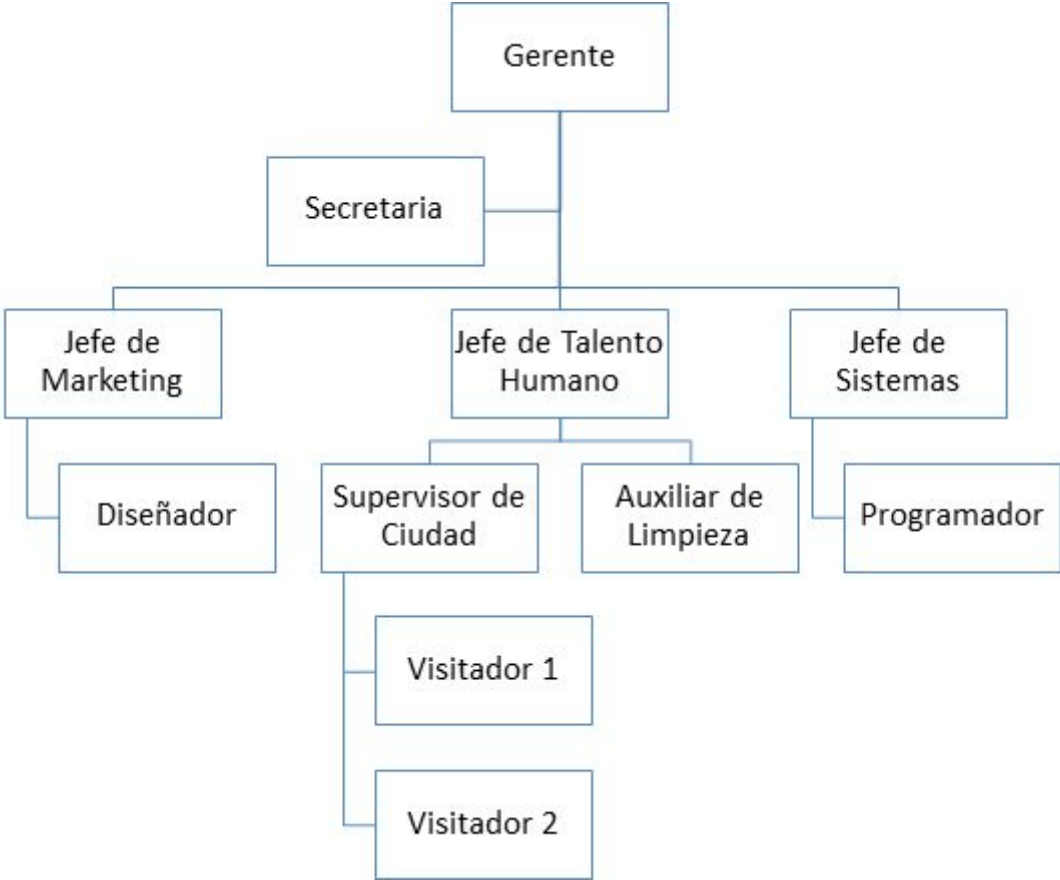
Ilustración 16: Estructura Funcional



Elaborado por: Elaboración propia

2.3.2 Estructura del Organigrama

Ilustración 17: Estructura del Organigrama



Elaborado por: Elaboración propia

CAPÍTULO III

MODELO DE NEGOCIO

3.1 Segmento del mercado

Según (Ciribeli & Miquelito, 2015) indica que la segmentación de mercado identifica comportamientos similares entre individuos de un mercado determinado, en el que se pueda formar grupo o grupos de particularidades similares; esto ayudará a la planificación de una estrategia de marketing que permita llegar a los diferentes individuos de los segmentos del mercado de la manera adecuada, logrando el interés de las persona y así lograr las metas propuestas por la empresa. Para esta investigación se considera segmento de mercado a toda persona mayor de 18 años que realice algún emprendimiento, gestión comercial o de servicio que se le demuestre que con esta aplicación va a lograr una ventaja competitiva permitiendo publicitar su negocio y ser encontrado mediante etiquetas.

3.2 Servicio como propuesta de valor

La propuesta de valor permitirá a las personas entender qué beneficios obtendrían al convertirse en clientes. BulQui es una aplicación móvil que permitirá y ayudará al usuario en la búsqueda de cualquier sitio o servicio suscrito mediante etiquetas; y al cliente, a promocionar su negocio o servicio, también podrá ser encontrado de manera rápida y ágil; la ventaja competitiva sobre el resto de aplicaciones será que la app abarcará todo tipo de mercado o servicio profesional y no profesional existente en el territorio nacional, se ofertará

precios bajos y personal que visiten a los locales, empresas o personas explicando el beneficio de ser cliente.

3.3 Canales de comercialización

Para la comercialización de la aplicación “BulQui” se pretende utilizar el Canal Corto y Canal Directo; el canal corto consta de Productor – Agente – Consumidor y será utilizado para los usuarios; para el cliente el canal directo consta de Productor - Consumidor. Un usuario es una persona natural que solo va a descargar la aplicación para búsquedas de sitios o servicios de su preferencia; un cliente es una persona que pagará una mensualidad o anualidad, para poder aparecer en la base de datos de la app y así pueda ser encontrado.

Usuarios

- Productor: la empresa
- Agente: Apple Store, Play Store, serán las plataformas que permitan descargar la aplicación.
- Consumidor: el usuario, la descarga de la aplicación será gratuita

Cliente

- Productor: la empresa
- Consumidor: el cliente, persona profesional o no profesional que ofrezca un servicio, o lugar físico que tenga algo que promocionar.

Los canales de comunicación permiten transmitir información entre emisor y receptor. Con la ayuda del Marketing Digital se transmitirá la publicidad e información adecuada para llegar a

los clientes y usuarios. Las redes sociales es el medio más eficiente para llegar a un gran número de personas a nivel nacional e incluso internacional, disminuyendo costos y personal siendo beneficioso para la empresa; las redes sociales que se van a utilizar son Facebook, YouTube e Instagram, ya que son los canales de comunicación más utilizados a nivel mundial.

3.4 Relaciones con los clientes

La empresa establecerá vínculos de relación con el cliente personal y automatizada. La relación personal se va a establecer al momento de que un trabajador habla directamente con el cliente, brindándole la ayuda necesaria para que este logre suscribirse a la aplicación, así mismo explicándole los beneficios que podría traer para su negocio; el vínculo automatizado se establecerá a través de marketing digital, realizando campañas de publicidad en las redes sociales más conocidas como son Facebook, Instagram y YouTube.

3.5 Fuentes de ingreso

La fuente principal de ingreso será la comercialización del servicio. Se lanzará la aplicación en dos provincias, *Guayas* por ser una provincia con gran cantidad de habitantes y negocios y *El Oro* por ser el punto de creación de la app. Se tiene previsto que, por lanzamiento de la aplicación, se cobrará la cantidad de USD 10.00 (el año) por el tiempo de dos semanas, y así poder llamar la atención de un gran número de clientes, y posteriormente \$ 30.00 anuales.

Tabla 11: Fuentes de Ingreso

Tipo de Ingreso	Descripción	Ejemplo
Cobro por uso	Ingreso por uso de servicio	El cliente se suscribe a la aplicación para poder ser buscado
Cobro por recomendación semanal	Ingreso por aparecer en la categoría de recomendación semanal	El cliente que quiere publicitar e impulsar su negocio, tiene la posibilidad de aparecer en las recomendaciones semanales de la app
Cobro por recomendación de viajera	Ingreso por aparecer en la categoría de recomendación viajera	El cliente que desea impulsar su negocio a nivel nacional y desee ser recomendado para usuarios viajeros, podrá aparecer en recomendaciones viajeras de la app.
Cobro por recomendación promoción	Ingreso por aparecer en la categoría de recomendación promocional	El cliente que en su empresa esté realizando promociones y desee impulsar su negocio, podrá aparecer en recomendaciones de promoción de la app.

Elaborado por: Elaboración propia

A los promotores contratados se les pagará una comisión de \$3,00 por cliente suscrito anualmente, también se les va a colocar como meta que realicen la suscripción de 40 clientes semanales, esto contribuirá a establecer el punto de equilibrio entre ingresos y egresos de la empresa que se podrán tomar en cuenta para la toma decisiones. Los ingresos aumentarán a medida que se abarque mayor territorio nacional.

17	Tungurahua								
18	Bolívar								
19	Chimborazo								
20	Cañar								
21	Azuay								
22	Loja								
23	Sto Dom Sachilas								
24	Galápagos								
	TOTAL	2	8	320	320	320	320	\$ 3.200,00	\$25.600,00

Tabla 14: Egresos Aproximados

EGRESOS								
Cargo	Cantidad	Sueldo	XIII	XIV	Vacaciones	Fondo Reserva	Aporte Patronal	
Gerente	1	\$ 1.500,00	\$ 125,00	\$ 32,83	\$ 5,21	\$	\$ 182,25	\$
Secretaria	1	\$ 410,00	\$ 34,17	\$ 32,83	\$ 1,42	\$	\$ 49,82	\$
Jefe de Marketing	1	\$ 500,00	\$ 41,67	\$ 32,83	\$ 1,74	\$	\$ 60,75	\$
Diseñador	1	\$ 470,00	\$ 39,17	\$ 32,83	\$ 1,63	\$	\$ 57,11	\$
Jefe de TT.HH	1	\$ 500,00	\$ 41,67	\$ 32,83	\$ 1,74	\$	\$ 60,75	\$
Aux. Limpieza	1	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 32,83	\$ 1,39	\$	\$ 48,60	\$

Jefe de Sistemas	1	500,00	\$	41,67	\$	32,83	\$	1,74	\$	60,75	\$
Programador	1	470,00	\$	39,17	\$	32,83	\$	1,63	\$	57,11	\$

TOTAL		4.750,00	\$	395,83	\$	262,67	\$	16,49	\$	577,13	\$
--------------	--	-----------------	-----------	---------------	-----------	---------------	-----------	--------------	-----------	---------------	-----------

TOTAL PAGOS \$6.002,12

Energía Eléctrica	\$ 150,00
Agua	\$ 50,00
Teléfono	\$ 20,00
Arriendos	\$1.000,00
Seguridad	\$ 500,00
Mantenimiento	\$ 30,00
Otros	\$ 100,00

TOTAL BASICO \$ 1.850,00

TOTAL EGRESOS \$ 7.852,12

GANANCIAS \$17.747,88

3.6 Activos para el funcionamiento del negocio

Activos Corrientes (Corto Plazo)

(Chagerben, Hidalgo, & Yagual, 2017) Los activos corrientes proporcionan liquidez para la empresa permitiendo a la empresa minimizar riesgos, su permanencia dentro de esta es de menos de un año. La “Caja” será el activo corriente de la empresa, ya que será utilizada para la compra de los bienes y el equipamiento adecuado que se requerirá para el correcto funcionamiento.

Activos No Corrientes (Largo Plazo)

Los activos no corrientes son bienes que forman estructuralmente la empresa para su funcionamiento a largo plazo (tiempo de vida mayor a un año). La obtención de bienes que favorezcan al funcionamiento de la empresa como computadoras, marca, patentes, uniformes, muebles y enseres serán necesario para brindar una buena imagen al cliente, presentando a continuación un estimado de los costos de bienes que se van a necesitar.

Tabla 15: Activos para el funcionamiento del negocio

Activos para el funcionamiento del negocio				
	Cantidad		Precio	Total
Equipos de Computación Administrativo				
Pc Alto Rendimiento	2		\$1.800,00	\$ 3.600,00
Pc Bajo Rendimiento	3		\$400,00	\$1.200,00
Total Maq y Equipo				\$ 4.800,00
Equipos Operativo				

Pc Alto Rendimiento	1		1.800,00	\$1.800,00
Aire Acondicionado	1	Split 12000	\$600,00	\$600,00
Total Maq y Equipo				\$ 2.400,00
Muebles				
Escritorio Gerente	1		\$320,00	\$320,00
Silla gerente	1		\$ 159,00	\$159,00
Escritorio Pequeño	3		\$110,00	\$330,00
Sillas Económicas	8		\$39,00	\$312,00
Sillas Giratorias	9		\$ 59,00	\$531,00
Mesa Reunión	1		\$200,00	\$200,00
Escritorio recepción	1		\$300,00	\$300,00
Sofá de espera	1		\$200,00	\$200,00
Archivadores	2		\$120,00	\$240,00
Mamparas separadoras	3		\$100,00	\$300,00
Aire Acondicionado	2	Split 12,000	\$ 600,00	\$1.800,00
Total Muebles	31			\$4.692,00
Publicidad				
Letrero 3D con luces				\$650,00
Sticker	2000	10 x 15 cm	\$35,00	\$70,00
Banner Roll Up	1	2 x 0,80	\$60,00	\$60,00
Comercial Reyes Film	1 min			\$150,00
Modelo				\$200,00
Microcomercial				\$100,00
Voz off para comercial				\$50,00
Total Publicidad				\$1.280,00

Patentes				
Marca	1		\$208,00	\$208,00
Derecho de Autor	1		\$20,00	\$20,00
Búsqueda de plagio	1		\$20,00	\$ 20,00
Total Patentes				\$248,00
Útiles de Oficina				
Resmas Hojas	2	500	\$5,00	\$10,00
Archivador	1		\$60,00	\$60,00
Esferos	2		\$2,00	\$4,00
Sello Caucho	2		\$10,00	\$20,00
Total Útiles de Oficina				\$94,00
Uniformes				
Serigrafía x prenda	15		\$3,00	\$45,00
Chaleco	15		\$ 15,00	\$ 225,00
Total Uniformes				\$270,00
Permisos de funcionamiento				
Patente				\$200,00
Bomberos				\$ 50,00
Cámaras de seguridad	4			\$500,00
Extintores	2			\$100,00
Señaléticas				\$32,00
Total funcionamiento				\$ 882,00
Otros Equipos				
Impresora	1		\$250,00	\$ 250,00

Teléfono Fijo	1		\$30,00	\$ 30,00
Dispensador de agua	1		\$54,00	\$54,00
Total Otros Equipos				\$334,00
				\$15.000,00

Elaborado por: Elaboración propia

3.7 Actividades del negocio

Mediante la creación de una aplicación móvil, los usuarios tendrán la facilidad de buscar un sitio o un servicio mediante etiquetas; estas facilitarán que las personas, mediante palabras claves de su preferencia, busque de manera rápida y fácil. El usuario también podrá buscar de manera categorizada todos los negocios que la app puede ofrecer; el cliente va a tener la posibilidad de impulsar su negocio, ya que al momento de registrarse e ingresar las etiquetas por las que quiere ser encontrado, facilitará al usuario en hallar su ubicación e información.

De manera diaria o semanal se añadirán recomendaciones a la aplicación que permitirá que los usuarios tengan presente un sitio al que puedan ir ya sea dentro de su ciudad o en caso de encontrarse de viaje; también se podrán encontrar con servicios profesionales o no profesionales. Otra recomendación que la app va a ofrecer son las viajeras, en donde el usuario puede obtener información de lugares como hoteles, alimentación, etc. que favorezca al momento de realizar un viaje. El cliente de BulQui podrá ofertar de estas maneras su negocio o servicio, teniendo la oportunidad de aumentar su rentabilidad.

3.8 Red de socios

3.8.1 Socios inversores

Para la implementación de este emprendimiento, se ha realizado una investigación de precios de los artículos necesarios para que la empresa funcione. Para esto se requiere el valor de \$20.000,00 de los cuales \$15.000,00 serán los gastos de compra de artículos, como muebles y enseres, equipos de cómputo, etc. Y \$5.000,00 será el monto que se tendrá como fondo para imprevistos y de reserva. Se debe considerar que del 100% del capital social de las acciones de la empresa, el 70% será para el creador de esta idea, un 20% está reservado al socio que colabore con la programación de la app, y el 10% será repartido entre los 10 socios inversores, los cuales aportarán con \$ 2.000,00 cada uno que representa el 1% de las acciones de la empresa.

3.8.2 Socios estratégicos

Según (Marshall, Nguyen, & Bryan, 2005) como se citó en (Rojas, Ricón, & Mesa, 2015) Las alianzas estratégicas constituyen relaciones entre una o varias organizaciones en la que estas conservan un grado de autonomía, pero a su vez son interdependientes en gran nivel. Como socios estratégicos se considera a los proveedores y para esto se ha identificado a quienes ayudaran al funcionamiento adecuado de la empresa y/o aplicación, teniendo en cuenta costos y prestigio de estas para en caso de algún inconveniente, estén pendiente y faciliten la ayuda necesaria para resolverlo:

Servidores: Son la parte principal y fundamental para el funcionamiento correcto de la app, ya que aquí se van a almacenar la información de los clientes, si el servidor falla, la app también lo hará, y es por esto que se debe seleccionar a un proveedor que garantice el correcto funcionamiento a lo largo del día y busque los errores en caso de tenerlos. Por recomendación profesional se va a tener en cuenta al proveedor “Aruba” el cual tiene un buen prestigio para el alquiler de servidores.

Tabla 16: Característica de Servidores

Servidor Dedicado		
Servidor Dedicado Básico	Servidor Dedicado Standard	Servidor Dedicado Profesional
Hardware personalizado	Procesadores Intel Xeon	Hasta 2 procesadores Intel Xeon
Conectividad hasta 100 Mb/s	Hardware RAID	Hardware RAID
Protección anti DDoS	Conectividad a internet hasta 1 Gb/s	Disco duro de intercambio en caliente
Soporte 24/7	Protección anti DDoS	Fuente de alimentación doble hot swap
	Servicio Gestionado Opcional	Conectividad a internet hasta 10 Gb/s
	Soporte 24/7	Servicio Gestionado Opcional
		Protección anti DDoS
		Soporte 24/7

\$ 19,52 + IVA Mensual	40,09 + IVA Mensual	101,77 + IVA Mensual
---------------------------	------------------------	-------------------------

Fuente: Aruba/ serverdedicati.aruba.it/server-dedicati

Otra recomendación profesional que se recibió, fue la de alquilar pequeños servidores denominados Cloud, los cuales aparte de ser económicos pueden ir creciendo a la medida que la base de datos de la empresa vaya creciendo. Provenientes de una empresa reconocida a nivel internacional por ofrecer estos servicios, pueden ser una gran opción para economizar a la vez de ir creciendo la base de datos de la empresa.

Tabla 17: Características Cloud

Aruba Cloud			
Pequeño	Mediano	Largo	Extra Largo
\$ 3,11 + IVA mensual	\$ 7,24 + IVA mensual	\$ 13,92 + IVA mensual	\$27,84 + IVA mensual
Linux	Linux/Windows	Linux/Windows	Linux/Windows
1 CPU	1 CPU	2 CPU	4 CPU
1 GB ram	2 GB ram	4 GB ram	8 GB ram
20 GB SSD	40 GB SSD	80 GB SSD	160 GB SSD
2 TB/mes transferencia de datos	5 TB/mes transferencia de datos	12 TB/mes transferencia de datos	25 TB/mes transferencia de datos

Fuente: Aruba Cloud/ cloud.it

Publicidad: Se encargará de proveer el material publicitario como sticker, volantes, banners, etc. Los cuáles serán necesarios para difundir de forma tradicional los beneficios que podrán obtener de la aplicación. Se ha tomado en cuenta a la empresa “Imparte

Publicidad”, la cual se ha podido observar el buen trabajo que realiza en sus trabajos conjunto a sus precios accesibles.

Tabla 18: Características publicidad

Detalle	Cantidad	Precio
Sticker adhesivos (10 x 15 cm)	1.000	\$20,00
Banner Roll Up (2 x 0.80 cm)	1	\$60,00
Volantes Full Color (media hoja)	1.000	\$35,00
Letrero 3D iluminado		\$650,00

Fuente: *Elaboración propia*

- ***Cámara de comercio, de industria e INEC:*** Con la utilización de la base de datos proporcionada por la cámara de comercio, de industria e INEC, se podrá obtener información necesaria de la cantidad de empresas a las cuales se ofrecerán los servicios de la empresa. De esta base de datos también se podrá obtener información necesaria de las empresas con la cual se podrá realizar estrategias. Según la información sobre las empresas según participación nacional proporcionada por la INEC 2017, se puede obtener los siguientes datos

Tabla 19: Cantidad de negocios económicamente activos

	Provincia	Locales Censados
1	Pichincha	206.886
2	Guayas	165.963
3	Manabí	78.638
4	Azuay	54.302
5	El Oro	43.901
6	Tungurahua	42.604
7	Los Ríos	30.719
8	Imbabura	29.518
9	Chimborazo	28.442
10	Loja	27.839
11	Cotopaxi	26.656
12	Santo Domingo de los Tsáchilas	25.186
13	Esmeraldas	20.852
14	Cañar	16.984

15	Bolívar	12.762
16	Santa Elena	11.641
17	Carchi	11.551
18	Sucumbíos	10.884
19	Orellana	8.079
20	Morona Santiago	7.317
21	Zamora Chinchiipe	7.272
22	Napo	6.856
23	Pastaza	6.135
24	Galápagos	3.185
	Zona no Delimitada	64
	TOTAL	884.236

Fuente: INEC

Enlace: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/directoriodeempresas/>

- **Redes sociales:** Facebook, YouTube e Instagram son las redes sociales de mayor alcance y mayormente utilizadas por todos los usuarios, tanto nacionales como internacionales. Estos socios estratégicos permitirán llegar con la publicidad a mayor cantidad de público alrededor del país, disminuyendo gastos de personal, material publicitario, etc.

La inversión que se realiza aquí va a depender de la cantidad de personas a las que se quiere llegar, mayor cantidad de personas, mayor cantidad a pagar. En la gráfica a continuación, se podrá analizar el siguiente ejemplo, en el que se piensa realizar una campaña publicitaria de 14 días, con una inversión de \$30,00, dando a conocer que diariamente la publicidad alcanzará de 1.300 a 3.900 personas con un gasto de \$2,14 diarios

Ilustración 18: Promocionar publicación

The image shows a screenshot of the Facebook 'Promocionar publicación' (Promote post) interface. The main heading is 'Promocionar publicación'. Below it, the section 'DURACIÓN Y PRESUPUESTO' (Duration and Budget) is visible. It includes a 'Duración' (Duration) section with a dropdown menu set to '14' days and a 'Fecha de finalización' (End date) field set to '7/8/2019'. The 'Presupuesto total' (Total budget) is set to '30,00 USD'. Below this, the 'Alcance estimado' (Estimated reach) is shown as '1.300 - 3.900 personas al día' (per day) out of a total of 'de 140.000'. A small blue progress bar is visible under the reach information. At the bottom, a summary box states: 'Gastarás \$2,14 por día. Este anuncio estará en circulación durante 14 días, hasta el 7 ago 2019.'

Fuente: Facebook

3.8 Estructura de costos

Para la realización de la estructura de costos, se busca organizar de manera fácil y practica los costos que la empresa necesitaría para funcionar mensualmente, esto ayudará a generar información que permita la correcta toma de decisiones. Es por esto que se ha considerado los

siguientes costos, tomando en cuenta cada costo importante que la empresa deberá cubrir al final del mes.

Tabla 20: Bienes que serán utilizados en la empresa

BIENES QUE SE VAN A UTILIZAR EN EL NEGOCIO			
Activos Fijos	Cantidad	Valor Unidad	Costo Total
Muebles y Equipos de Oficina	34		\$ 5.292,00
Equipo de Computo	5		\$ 6.600,00
TOTAL			\$ 11.892,00

Tabla 21: Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO		
Detalle	Valor Mensual	Valor Anual
Sueldos	\$ 11.768,20	\$ 141.218,35
Costos Indirectos	\$ 1.350,00	\$ 16.200,00
Otros		
TOTAL	\$ 13.118,20	\$ 157.418,35

Tabla 22: Mano de Obra

Gasto por Sueldo y Salario Administrativo								
Cargo	Cantida d	Sueldo	XIII	XIV	Vacacione s	Fondo Reserva	Aporte Patronal	
Gerente	1	\$1.500,00	\$125,00	\$32,83	\$ 5,21		\$ 182,25	
Secretaria	1	\$ 410,00	\$34,17	\$32,83	\$ 1,42		\$ 49,82	
Jefe de Marketing	1	\$ 500,00	\$41,67	\$32,83	\$ 1,74		\$ 60,75	
Diseñador	1	\$ 470,00	\$ 39,17	\$32,83	\$ 1,63		\$ 57,11	
Jefe de TTHH	1	\$ 500,00	\$41,67	\$32,83	\$ 1,74		\$ 60,75	
Aux Limpieza	1	\$ 400,00	\$33,33	\$32,83	\$ 1,39		\$ 48,60	
Visitadore s	8	\$3.200,00	\$2.133,33	\$32,83	\$ 11,11		\$ 388,80	
TOTAL	14	\$ 7.950,00	\$ 2.529,17	\$ 295,50	\$ 27,60	\$ -	\$ 965,93	\$ 11.768,20

Tabla 23: Costos Indirectos

COSTOS INDIRECTOS

Rubros	Tarifa	Val Mensual
Energía Eléctrica	\$	150,00

Agua	\$	50,00
Teléfono	\$	20,00
Arriendos	\$	1000,00
Seguros	\$	-
Mantenimiento	\$	30,00
Otros	\$	100,00
TOTAL	\$	1.350,00

Tabla 24: Depreciación

DEPRECIACIÓN

Descripción	Inversión	Valor Residual	Vida Útil	Depreciación %	Val. Total Anu.	Val. Total Men.
Edificaciones			20	5%	\$ -	
Vehículos			5	20%	\$ -	
Equipos de Computación	\$ 6.600,00		3	33%	\$ 2.178,00	\$ 181,50
Muebles y Equipos de Oficina	\$ 5.292,00		10	10%	\$ 529,20	\$ 44,10
Maquinaria y Equipo			10	10%	\$ -	
TOTAL					\$ 2.707,20	\$ 225,60

Tabla 25: Gastos Administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS

Descripción	Valor Mensual
Sueldos	\$ 11.768,20
Publicidad	\$ 240,00
Depreciaciones	\$ 215,60
Energía Eléctrica	\$ 150,00
Telefonía	\$ 50,00
Arriendo	\$ 1000,00
Útiles de Oficina	\$ 34,00
Servidores	\$ 50,00
Play Store	\$ 25,00
TOTAL	\$ 13.542,80

CAPÍTULO IV

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

Según (Burneo, Delgado, & Vérez, 2016)^[JMP6] El estudio de factibilidad permitirá evaluar la propuesta del proyecto, atendiendo la disponibilidad de ratificar posibles inversiones, teniendo en cuenta el VAN y TIR. Para poder realizar el estudio de factibilidad se necesita el tamaño de la muestra y como anteriormente se lo menciona, el presente proyecto se va a

dirigir a dos provincias, El Oro con 43.901 establecimientos económicos y El Guayas con 165.963 establecimientos económicos según la INEC en sus estadísticas del 2017 haciendo un total de 209.864.

La encuesta que se realizó en el estudio de mercado fue dirigida a una muestra de 394 personas producto de la aplicación de la fórmula correspondiente, de las cuales un 93,1% le gustaría utilizar una app que le ayude en la búsqueda de un sitio o servicio de manera rápida lo cual correspondería a 195.383 establecimientos; tomando en cuenta que se presentan diversos factores que impiden que los gustos se puedan satisfacer, se considera solamente un 30% dejando un total de 58.615 establecimientos que le gustaría ser parte de la app.

4.1 Factibilidad Técnica

Según (Urbina, 2013) como se cita en (Montenegro, Zamora, & Arias, 2017) La factibilidad técnica verifica la posibilidad técnica de la fabricación del producto, también analiza el tamaño, localización, equipos, y organización óptima que se requieren para la elaboración del producto. Tratándose de que esta empresa va a ofrecer un servicio, se va mostrar un distributivo de la oficina y un estudio que muestre dónde será la mejor ubicación.

Aruba, la empresa a la cual se va a alquilar los servidores, parte fundamental de la aplicación, es una empresa italiana, muy reconocida en el medio informático ya que provee un excelente servicio en prestación y alquiler de servidores de todo tipo, siempre con la más alta tecnología y resolviendo cualquier inconveniente que exista como caída de servidores, lentitud en el servicio, entre otros.

El trabajo de Aruba es eficiente, facilitando el apoyo técnico las 24 horas del día los 7 días de la semana; utilizando fuentes de energía renovables, esta empresa brinda protección al medio

ambiente, libre de contaminación a su vez de protección de información ante cualquier desastre. Existen tres tipos de facilidades técnicas que Aruba ofrece a sus clientes que a continuación se mencionara:

- **Diseño de infraestructura:** Ayuda a los clientes más exigentes en el diseño de infraestructuras virtuales y físicas con el apoyo de personal experimentado.
- **Recuperación de desastres:** Aruba da solución personalizada ante cualquier desastre, protegiendo y recuperando toda información que el cliente tenga almacenada en sus servidores
- **Negocio continuo:** Esta empresa mantiene una continuidad del negocio incluso después de desastres.

4.1.1 Layout

Layout o distribución de la planta, muestra un esquema de cómo va a estar dividido el lugar físico de la empresa, la distribución de cada bien que se va a adquirir al momento de iniciar. En el presente gráfico, se ha analizado la mejor manera, cuál sería la opción óptima para que la empresa muestre un orden y un ambiente laboral que agrade tanto al personal como a las personas que visiten la instalación.

Ilustración 19: Layout de Oficina



Fuente: Elaboración propia

4.1.2 Localización óptima de la empresa

Para tener un indicio de la ubicación correcta para la empresa, se basará mediante el método de Brown y Gibson, método que ayudará a evaluar diversas opciones que los sitios vistos para la ubicación de la empresa pueden ofrecer y dando a conocer cuál sería la mejor opción. Cabe recalcar que, según recomendaciones profesionales, una empresa que monitoreara una aplicación móvil no necesita realizar este tipo de estudio, pero se ha tomado en consideración en llegar a las personas de la mejor manera posible.

Tabla 26: Factores de localización

FACTOR	Zona Comercial						Arriendo			Energía Eléctrica					
	Comp. Pareadas			Suma de Pref	Ri1	Comp. Pareadas			Suma de Pref	Ri1	Comp. Pareadas			Suma de Pref	Ri1
	1	2	3			1	2	3			1	2	3		
Centro	1	1		2	0,6667	1	0		1	0,333	0	0		0	0
Oro Plaza	0		1	1	0,3333	0		0	0	0,00	1		1	2	0,667
CC Unioro		0	0	0	0	1	1		2	0,67		0	0	0	0
TOTAL				3	1,00				3	1,00				3	1,00

Tabla 27: Costos anuales

Costos Anuales (miles)						
Localización	Arriendo	Seguridad	Otros	Total (Ci)	Inverso (1/Ci)	Po
Centro	1.000,00	500,00	200,00	1.700,00	0,0006	0,2703
Oro Plaza	1.500,00	0,00	200,00	1.700,00	0,0006	0,2703
CC Unioro	500,00	0,00	200,00	1.200,00	0,0008	0,4595
TOTAL					0,0022	1

Se ha tomado en consideración tres lugares distantes entre sí, pero con gran afluencia de personas, el Centro de la ciudad permitirá que las personas que transiten por estas calles se

percaten la existencia de la empresa, si en caso de realizar algún tipo de publicidad, será de gran ayuda y de mayor alcance debido a la cantidad de personas que pasen cerca. Oro Plaza es un centro comercial que cuenta con buena infraestructura, energía eléctrica continua, seguridad incluida, espacio de estacionamiento y un clima excelente. Centro Comercial Unioro se la consideró por ser un sitio tranquilo, que cuenta con gran espacio de estacionamiento y locales disponibles con gran espacio.

Tabla 28: Factores Subjetivos

Factor(j)	Comparaciones Pareadas			Suma de Preferencias	Índice Wj
	1	2	3		
Zona Comercial	1	1		2	0,4
Arriendo	0		1	1	0,2
Energía Eléctrica		1	1	2	0,4
TOTAL				5	1,00

Tabla 29: Puntaje Relativo

Factor(j)	Puntaje Relativo Rij			Índice Wj
	Centro	Oro Plaza	CC Unioro	
Zona Comercial	0,667	0,3333	0	0,4
Arriendo	0,333	0,0	0,7	0,2
Energía Eléctrica	0,0	1,00	0	0,4

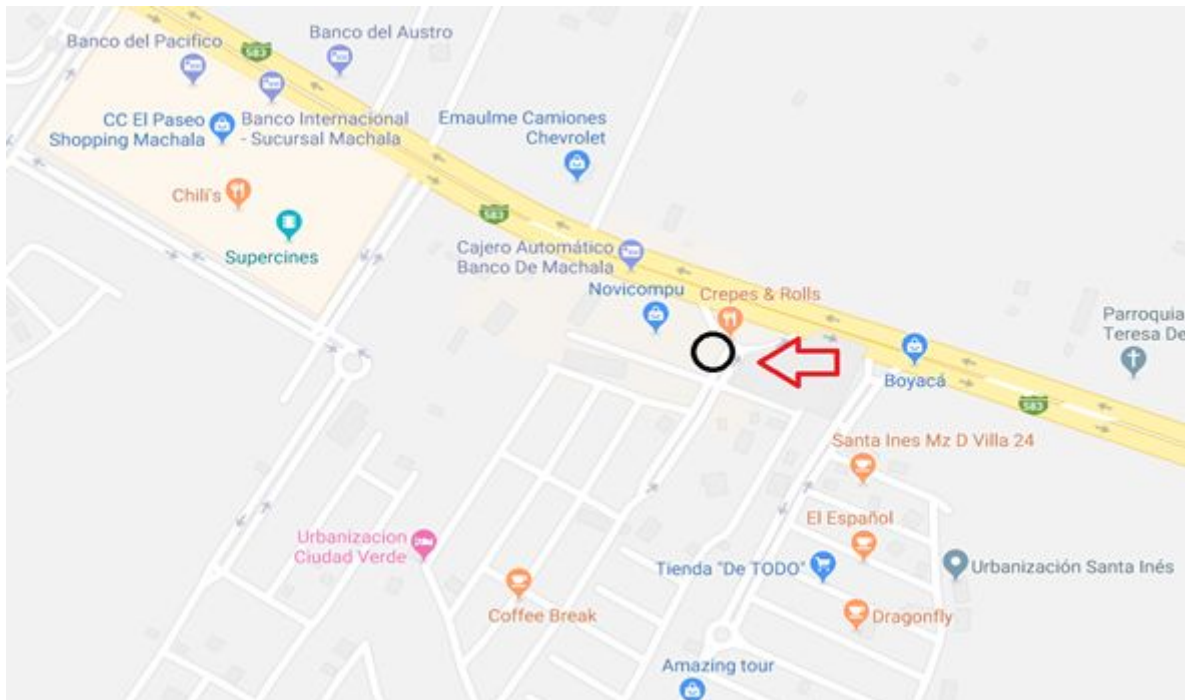
Tabla 30: Cálculo del valor relativo

Cálculo del valor relativo (Fsi)		
FS _c	=	0,333
FS _o _p	=	0,53
FS _u	=	0,13
Total		1,00

Tabla 31: Media de preferencia de localización

Media de Preferencia de Localización (MPL)		
k	=	0,5
MPL = K(FO) + (1-K)(FS)		
MPL _c	=	0,3
MPL _{OP}	=	0,4
MPL _U	=	0,3

Ilustración 20: Ubicación de la empresa



Análisis: Se puede concluir que con el debido estudio para la localización óptima de la empresa, se pudo obtener que el Centro Comercial Oro plaza es el lugar más óptimo para el correcto funcionamiento de la empresa, debido a que cuenta con generadores eléctricos que permitirán que la aplicación no tenga fallos, espacio de parqueo, disponibilidad de locales y una excelente infraestructura.

4.2 Factibilidad Financiera

Para la realización de la factibilidad financiera se puede aplicar el criterio costo – beneficio, considerando un periodo de cinco años como tiempo de evaluación. (Flores, Castro, & Avila, 2016). El cálculo de la TIR y el VAN permitirán saber si el proyecto es viable o no, dando el voto de confianza para continuar a paso firme y lograr cumplir con los objetivos que se plantearon al inicio.

Ilustración 21: Estado de Situación Inicial

Estado de Situación Inicial			
ACTIVO		PASIVO	
Activo Corriente		Pasivo Corriente	
Caja	\$ 5.000,00		
<hr/>		Pasivo No Corriente	
TOTAL Activo Corriente	\$ 5.000,00		
Activo No Corriente			
Equipo de Computo	\$ 7.200,00		
Muebles y Equipos de Oficina	\$ 4.692,00		
Útiles de Oficina	\$ 94,00		
Permisos de Funcionamiento	\$ 882,00		
Patentes	\$ 248,00		
Uniformes	\$ 270,00	PATRIMONIO	
Publicidad	\$ 1.280,00	Capital Social	\$ 20.000,00
Otros	\$ 334,00	<hr/>	
TOTAL Activo No Corriente	\$ 15.000,00	Total Patrimonio	\$ 20.000,00
 		TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	
TOTAL ACTIVO	\$ 20.000,00		\$ 20.000,00

A pesar de que en base a los estudios realizados y la cantidad de empresas que existen en el Guayas y El Oro, se tiene la posibilidad de abarcar 58.615 establecimientos cada año, sin embargo, debido a la cantidad de personas que se piensan contratar para el recorrido y suscripción de clientes en cada provincia, el pronóstico de ventas que se va a tener es de 16.640 establecimientos que a continuación se va a demostrar:

Tabla 32: Cantidad de Clientes

Cantidad de Clientes	
8	Visitadores
20	Suscripciones semanales
160	TOTAL SUSCRIPCIONES SEMANALES
52	Semanas

8.320,00 TOTAL SUSCRIPCIONES ANUALES*Elaborado por: Elaboración propia*

Tabla 33: Consumo A/C

Consumo de 1 Aire Acondicionado 12.000 btu

Consumo Mensual = $\text{Potencia(w)} \times \text{horas de uso día} \times \text{días uso al mes}$

1000

Potencia (w) 1250 vatios (w)

Horas de uso al día 24 horas

Días de uso al mes 30 Días

Consumo Mensual 900 kwh/mes

Valor por Kwh \$ 0,09

Costo Mensual \$ 82,13

Fuente: Ministerio de Energía y Recursos Naturales No Renovables

Tabla 34: Consumo Computadora

Consumo de 1 Aire Acondicionado 12.000 btu

Consumo Mensual = $\text{Potencia(w)} \times \text{horas de uso día} \times \text{días uso al mes}$

1000

Potencia (w) 180 vatios (w)

Horas de uso al día 24 horas

Días de uso al mes 30 Días

Consumo Mensual 126,6 kwh/mes

Valor por Kwh \$ 0,09

Costo Mensual \$ 11,83

Fuente: Ministerio de Energía y Recursos Naturales No Renovables

Tabla 35: Costo de Usuario

Costo de Usuarios		
Detalle	Cantidad	Unidad
Espacio en servidores	1.065.024	Megabytes
Espacio de un usuario	2	Megabytes
Total Usuarios Ingresar	532.512	Usuarios
Costo de Alquiler	\$ 114,00	
Costo de un usuario	\$ 0,00021	

Elaborado por: Elaboración propia

Ilustración 22: Inversión y pronósticos

Inversión					-20.000,00
Pronostico de Ventas					
2020			8.320,00	clientes	
Crecimiento Anual Estimado			2,00%	102,00%	
Incremento de precio			0,00%	100,00%	
	2020	2021	2022	2023	2024
Servicios	8.320,00	8.486,40	8.656,13	8.829,25	9.005,84
Precio	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00
Ingreso por ventas	\$ 249.600,00	\$ 254.592,00	\$ 259.683,84	\$ 264.877,52	\$ 270.175,07

Periodos	0	1	2	3	4	5
Ingreso por ventas		\$249.600,00	\$254.592,00	\$259.683,84	\$264.877,52	\$270.175,07
Costo de ventas		\$ 17.348,09	\$ 17.695,05	\$ 18.048,95	\$ 18.409,93	\$ 18.778,13
UTILIDAD BRUTA		\$ 232.251,91	\$ 236.896,95	\$ 241.634,89	\$ 246.467,59	\$ 251.396,94
Gasto de ventas		\$ 50.328,00	\$ 51.334,56	\$ 52.361,25	\$ 53.408,48	\$ 54.476,65
Gastos administrativos		\$148.565,67	\$151.536,99	\$154.567,73	\$157.659,08	\$160.812,26
Patentes y Permisos		\$ 1.130,00	\$ 1.152,60	\$ 1.175,65	\$ 1.199,17	\$ 1.223,15
Depreciación Adm.		\$ 2.053,20	\$ 2.053,20	\$ 2.053,20	\$ 2.053,20	\$ 2.053,20
Depreciación Ope.		\$ 654,00	\$ 654,00	\$ 654,00	\$ 654,00	\$ 654,00
UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 29.521,04	\$ 30.165,60	\$ 30.823,06	\$ 31.493,66	\$ 32.177,68
Participación Trabajadores (15%)		\$ 4.428,16	\$ 4.524,84	\$ 4.623,46	\$ 4.724,05	\$ 4.826,65
UTILIDAD ANTES IMPUESTOS		\$ 25.092,88	\$ 25.640,76	\$ 26.199,60	\$ 26.769,61	\$ 27.351,03
Impuesto a la renta (22%)		\$ 5.520,43	\$ 5.640,97	\$ 5.763,91	\$ 5.889,32	\$ 6.017,23
UTILIDAD DESP IMPUESTO		\$ 19.572,45	\$ 19.999,79	\$ 20.435,69	\$ 20.880,30	\$ 21.333,80
Depreciación Administrativa		\$ 2.053,20	\$ 2.053,20	\$ 2.053,20	\$ 2.053,20	\$ 2.053,20
Depreciación Operativa		\$ 654,00	\$ 654,00	\$ 654,00	\$ 654,00	\$ 654,00
Valor residual						
Flujo Neto de Caja	-20.000,00	\$ 22.279,65	\$ 22.706,99	\$ 23.142,89	\$ 23.587,50	\$ 24.041,00

4.2.1 Análisis VAN y TIR

El Valor Actual Neto y la Tasa Interna de Retorno juegan un papel muy importante en para dar inicio a un emprendimiento, ya que con estas cifras podemos analizar los beneficios que se va a obtener de la inversión. La TIR es la tasa de interés que hace al valor actual de los ingresos sean igual al de los costos ósea el VAN sea 0; si la TIR es mayor o igual al costo de oportunidad, se puede decir que el proyecto es rentable; el VAN es la suma del flujo neto de caja menos la inversión inicial. (Márquez & Castro, 2015)

Tabla 36: Análisis VAN, TIR

Años	0	1	2	3	4	5
Flujos	-20.000,00	\$22.279,65	\$22.706,99	\$23.142,89	\$23.587,50	\$24.041,00
TIR	110%					
VAN	48.764,68					

Análisis: Muchas de las aplicaciones existentes la actualidad son ideas que comenzar con una inversión corta, pero con grandes resultados; tener 8 visitantes entre las 2 provincias, con un salario básico si cumplen con un mínimo de 50 suscripciones mensuales y un precio de venta de \$30 es la razón por lo que la Taza Interna de Retorno tenga un porcentaje elevado; esto lo acompaña la gran cantidad de empresas existentes que se pueden abarcar en un futuro.

4.3 Factibilidad Social

(Acosta, Lovato, & Buñay, 2018) La factibilidad social o responsabilidad social está basada en estrategias en que las empresas logran impactar de manera positiva, ya sea a sus clientes, trabajadores o medio ambiente que los rodea. BulQui promete ser una empresa líder que impacte a nivel social de la mejor manera, que a través de los años sea más amigable con lo que la rodea y que a continuación se va a detallar:

- BulQui será una empresa libre de contaminación, ya que sus promotores serán personas que tienen que recorrer a pie en busca de clientes para así lograr abarcar la mayor parte del territorio.

- El territorio nacional es extenso, y las empresas los miles en cada provincia, y para lograr abarcar gran cantidad de clientes se va a necesitar contratar personal en cada ciudad y en cada provincia, con lo cual se estará generando empleo para los ecuatorianos.
- La aplicación de BulQui, pretende ayudar a todas las personas, sean nacionales o extranjeras en la búsqueda de algo o alguien que desconoce su ubicación, y que facilita en contacto directo con el responsable de ese sitio o servicio.

4.4 Factibilidad Ambiental

Bulqui tiene como punto fuerte que va a ser amigable con el medio ambiente, ya que los visitantes van a tener que recorrer a pie las calles, esto permitirá abarcar todo el territorio con mejores resultados. La empresa proveedora de servidores, es una organización que también acompaña a este punto ambiental, ya que una de sus principales características es que trabajan con energía renovable; al ser una aplicación móvil, el contrato se realizará de forma digital, lo cual permitirá que la empresa minimice el uso de papel.

CONCLUSIONES

- Con la investigación realizada se constató que, en la actualidad la tecnología móvil trae varios beneficios ya sea en el uso personal, comercial o empresarial, cada aplicación existente, se basa en un campo diferente, ofreciendo a los usuarios nuevas e innovadoras alternativas que lo ayuden en su vida cotidiana.
- Mediante un estudio de mercado, se logró compilar información que permitió determinar que los usuarios de la ciudad de Machala, tienen poco conocimiento de la existencia de aplicaciones móviles que los ayuden en la búsqueda de algo de su preferencia, dando un grado de ventaja.
- La propuesta que se realizó fue la app BulQui que tiene como ventaja que puede facilitar la búsqueda de algún sitio o servicio de preferencia mediante etiquetas, ya sea dentro o fuera de la ciudad; quienes accedan al servicio, lograrán que su empresa sea ubicada con mayor facilidad y al mismo tiempo de obtener publicidad incluida en el paquete.

RECOMENDACIONES

- Utilizar de manera adecuada la tecnología, ya que las personas pueden volverse muy dependiente de esta, y en últimas instancias un vicio.
- Las aplicaciones móviles existentes en el mercado deberían utilizar de mejor manera el marketing digital para poder informar a las personas de todas las ciudades de su existencia.

- Ingresar a BulQui puede traer varios beneficios para su negocio, el capacitarse para el correcto uso de la aplicación permitirá usarlo de manera correcta y que usuarios lo encuentren más rápido.

Bibliografía

- Acosta, M., Lovato, S., & Buñay, J. (Mayo-Julio de 2018). La responsabilidad social corporativa y su rol en las empresas ecuatorianas. (LaSallista, Ed.) *Scielo*, 15(2), 105-117. doi:10.22507/rli.v15n2a8
- Barrientos, P. (2016). Marketing + internet = e-commerce: oportunidades y desafíos. *Redalyc*. doi:Marketing + internet = e-commerce: oportunidades y desafíos
- Burneo, S., Delgado, R., & Verez, M. (septiembre-diciembre de 2016). Estudio de factibilidad en el sistema de dirección por proyectos de inversión. *Redalyc*, 37(3), 305-312. Recuperado el 4 de agosto de 2019, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=360448031009>
- Chaffey, D., & Ellis, F. (2014). Marketing digital, estrategia, implementación y práctica. Recuperado el 11 de Junio de 2019
- Chaffey, D., & Ellis, F. (2014). *Marketing digital, estrategia, implementación y práctica*. Ciudad de México. Mexico: Pearson.
- Chagerben, L., Hidalgo, J., & Yagual, A. (15 de marzo de 2017). La importancia del financiamiento en el sector microempresario. *Dialnet*, 3(2), 783-798. Recuperado el 15 de julio de 2019, de <http://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/index>
- Ciribeli, J., & Miquelito, S. (enero de 2015). La segmentación del mercado por el criterio psicográfico: un ensayo teórico sobre los principales enfoques

psicográficos y su relación con los criterios de comportamiento. *Redalyc*, 19(1), 33-50. Recuperado el 01 de Julio de 2019, de <https://www.redalyc.org/pdf/3579/357938586002.pdf>

Díaz, J., Ucán, J., Aguilera, A., & Toscano, A. (2016). Asistente escolar para los estudiantes de Ingeniería de Software: una aplicación móvil. *Redalyc*, 5(3). Recuperado el 02 de agosto de 2019, de <http://www.redalyc.org/jatsRepo/5122/512253114011/512253114011.pdf>

Fernandez, A., Sanchez, M., Jimenez, H., & Hernandez, R. (julio de 2015). La importancia de la Innovación en el Comercio Electrónico. *Redalyc*(47), 106-125. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=43341001006>
Esta cita no está en el texto

Fernández, A., Sánchez, M., Jiménez, H., & Hernández, R. (Julio de 2015). La importancia de la Innovación en el Comercio Electrónico. *Redalyc*(47), 106-125. Recuperado el Junio de 2019, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=43341001006>

Fernández, S. (2018). Marcas gráficas y city branding en España: el caso de A Coruña. *Redalyc*(49), 67-92. Recuperado el 24 de Julio de 2019, de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/267/26757651004/26757651004.pdf>

Flores, P., Castro, M., & Avila, V. (2016). Estudio de factibilidad para implantar una fábrica procesadora de stevia en la ciudad de Cuenca. *Redalyc*, 6(12).

Recuperado el 9 de agosto de 2019, de
<http://www.redalyc.org/jatsRepo/5045/504551172002/504551172002.pdf>

Florido, L. (julio de 2016). Influencia de las características demográficas y situacionales en la satisfacción y toma de decisiones de las actividades turísticas a través del mobile marketing. *Redalyc*(38), 143-165. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39848506006>

Froment, F., García, A., & Bohórquez, R. (2017). The use of social networks as a communication tool between teachers and students: A literature review. *The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 16(4), 126-144. Recuperado el 02 de agosto de 2019, de <https://eric.ed.gov/?id=EJ1160610>

Gasca, M., Camargo, L., & Medina, B. (abril de 2014). Metodología para el desarrollo de aplicaciones móviles. *Redalyc*, 18(40), 20-35. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=257030546003>

Gonzalez, S., & Ruiz, M. (2015). Valores del Exito y Emprendimiento. *Redalyc*, 1(2), 171-184. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=349851793016>

Guzmán, A. (Mayo de 2018). El S-commerce: La innovación a través de Medios Sociales. *Scielo*, 13(1). Recuperado el 11 de Junio de 2019, de https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-27242018000100056&lang=es

- Hudák, M., Kianicková, E., & Madleňák, R. (2017). The importance of e-mail marketing in e-commerce. *Procedia Engineering. Redalyc*(192), 342-347. doi:<https://doi.org/10.1016/j.proeng.2017.06.059>
- Küster, I., Ruiz, C., & Damian, C. (1 de enero de 2017). ¿Es efectiva la publicidad móvil? *Redalyc*, 23(1), 22-33. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28056725003>
- Llopis, F., Gómez, J., Lloret, E., Martínez, P., & Gutiérrez, Y. (2016). Gestión de resúmenes para dispositivos móviles. *Redalyc*(57), 15-22. Recuperado el 24 de Junio de 2019, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=515754424001>
- Londoño, S., Mora, Y., & Valencia, M. (Febrero de 2018). Modelos estadísticos sobre la eficacia del marketing digita. *Redalyc*(84), 167-186. doi:Modelos estadísticos sobre la eficacia del marketing digita
- López, Y., Arvizu, E., & Asiain, A. (Diciembre de 2017). Análisis competitivo de la actividad productiva de la malanga: un enfoque basado en la teoría de Michael Porter. *Redalyc*, 8(16), 729-763. doi:Análisis competitivo de la actividad productiva de la malanga: un enfoque basado en la teoría de Michael Porter
- Marquez, C., & Castro, J. (2015). Uso del valor actual neto, tasa interna de retorno y relacion beneficio costo en la evaluacion financiera de un programa de vacunacion de fiebre aftosa en el estado Yaracuy, Venezuela. *Scielo*, 56(1), 58-61. Recuperado el 04 de septiembre de 2019, de

http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0258-6576201500010008&lang=es

Marshall, R., Nguyen, T., & Bryan, S. (2005). A dynamic model of trust development and knowledge sharing in strategic alliances. *Journal of General Management*, 3, 41-57. doi:10.1177/030630700503100103

Monsalve, J., Arias, A., & Mejía, J. (Enero de 2015). Desempeño de redes inalámbricas y redes industriales inalámbricas en procesos de control en tiempo. *Redalyc*, 18(34), 87-99. Recuperado el 11 de Junio de 2019, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=344234336008>

Montenegro, A., Zamora, R., & Arias, V. (2017). Análisis de factibilidad en la producción de calzado ortopédico para niños en la provincia de Tungurahua. *Redalyc*, 7(14). doi:<http://dx.doi.org/10.17163/ret.n14.2017.07>

Nass, I. (julio-septiembre de 2015). Las palabras clave. *Redalyc*, 27(3), 133. doi:<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=375641629001>

Nevado, T., Gallardo, D., & Carvalho, L. (2017). Emprendimiento en la administración local: un estudio empírico de la información contenida en los portales electrónicos de los municipios del Alentejo, región de Portugal. *Redalyc*, 29(71), 97-112. doi:<https://doi.org/10.15446/innovar.v29n71.7>

Osorio, R., Restrepo, L., & Muñoz, H. (2016). MARKETING DIGITAL: UNA MIRADA AL PASADO, PRESENTE Y FUTURO. *Marketing Visionario*, 20.

- Perez, E., Campos, R., & Campos, G. (2014). Etiquetado social: un modelo de representación de la información en la blogosfera. *Redalyc*(56), 19-27. Recuperado el 17 de Junio de 2019, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16136190002>
- Porter, M. (1996). What is strategy? *Redalyc*, 59-78. Recuperado el 25 de Junio de 2019
- Ramirez, J., & Vega, O. (Julio de 2015). Sistemas de informacion gerencial e innovacion para el desarrollo de las organizaciones . *Redalyc*, 14(2), 201-213. Recuperado el 17 de Junio de 2019, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=78440280006>
- Riascos, S., Aguilera, A., & Achicanoy, H. (Mayo de 2016). Inversión en Tecnologías de la Información y las. *Scielo*. doi:10.17013/risti.18.1-17
- Rojas, M., Ricón, C., & Mesa, S. (Julio de 2015). Alianzas estratégicas: alternativas generadoras de valor. (U. & Empresa, Ed.) *Redalyc*, 16(27), 289-310. Recuperado el 23 de Julio de 2019, de <http://www.redalyc.org/pdf/1872/187241606011.pdf>
- Ruiz, J., Sánchez, J., & Trujillo, J. (Julio de 2016). Utilización de Internet y dependencia a teléfonos móviles en adolescentes. *Redalyc*, 14(2), 1357-1369. Recuperado el Junio de 2019, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=77346456033>

- Salas, R., & Salas, R. (2019). Impacto de la red social Facebook en el proceso educativo superior de las matemáticas considerando la ciencia de datos. *Redalyc*, 28. doi:<https://doi.org/10.20983/noesis.2019.3.2>
- Santamaria, G., & Hernandez, E. (3 de Septiembre de 2015). Aplicaciones Médicas Móviles: definiciones, beneficios y riesgos. *Redalyc*, 31(3), 599-607. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81745378016>
- Tavera, J., & Londoño, B. (enero de 2014). Factores determinantes de la aceptación tecnológica del e-commerce en países emergentes. *Redalyc*, 22(31), 101-119. Recuperado el 11 de Junio de 2019, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=151332653007>
- Urbina, G. (2013). Evaluacion de Proyectos.
- Vertice, E. (2010). Marketing Digital Ed. 2, ¿Qué ventajas genera el Marketing Digital? . *Editorial Vertice*.

ANEXOS

Encuesta

Objetivo

Gracias por participar en esta encuesta

Queremos conocer el interés de las personas en una App que pueda ayudarnos a encontrar un sitio o servicio determinado cuando se encuentra de viaje.

1. ¿Conoce Ud. una App que le permita buscar un sitio (restaurante, hueca, discoteca, etc.) de manera fácil y rápida?

Si

No

2. ¿Cómo se llama la App?

3. ¿Le gustaría que mediante una App (aplicación que descarga en su teléfono inteligente que utiliza Wifi o paquete de datos) para encontrar un sitio de su preferencia en una nueva ciudad?

Si

No

4. ¿Qué sitios le gustaría que abarque esta app en su búsqueda?

- Restaurantes
- Bares
- Discotecas
- Night club
- Hoteles
- Farmacias
- Tiendas
- Huecas
- Playas
- Ríos
- Lugares turísticos
- Piscinas
- Plazas
- Shopping

- Lugares de recreación al aire libre
- Servicios profesionales y no profesionales (dentista, traductor, entre otros)
- Otro

5. ¿Qué información le gustaría que esta app le muestre al momento de buscar un sitio?

- Nombre del local
- Dirección
- Horarios de atención
- Contactos
- Como llegar(mapa)
- Datos del propietario
- Que ofrece
- Calificación de clientes
- Fotos
- Precio

6. ¿Le gustaría que recomendemos sitios o servicios de acuerdo a su presupuesto?

- Si
- No
- Tal vez